

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. *Cashless society* mampu berkontribusi membentuk perilaku konsumtif generasi Z di Surabaya. Semakin sering penggunaan transaksi *cashless*, maka semakin besar kecenderungan individu untuk berperilaku konsumtif. Kemudahan transaksi *cashless* mendorong individu untuk berperilaku konsumtif.
2. Lingkungan sosial mampu berkontribusi membentuk perilaku konsumtif generasi Z di Surabaya. Individu cenderung menyesuaikan gaya hidup dengan lingkungannya serta keinginan untuk mempertahankan citra diri di masyarakat mendorong individu untuk berperilaku konsumtif
3. Disonansi kognitif mampu berkontribusi membentuk perilaku konsumtif generasi Z di Surabaya dengan arah yang positif. Artinya, semakin tinggi disonansi atau ketidaksesuaian antara keyakinan dan tindakan konsumen, semakin besar kemungkinan mereka menunjukkan perilaku konsumtif.
4. *Self control* mampu memoderasi *cashless society* terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi pengendalian diri pada individu, maka semakin lemah pengaruh *cashless society* terhadap perilaku konsumtif. *Self control* berperan penting dalam mengurangi kecenderungan individu untuk berperilaku konsumtif akibat kemudahan dan promo yang ditawarkan oleh pembayaran *cashless*.

5. *Self control* tidak mampu memoderasi lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif. Meskipun seseorang mampu mengendalikan diri dengan baik, pengaruh lingkungan sosial kuat dalam mendorong perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan tekanan sosial merupakan faktor yang dominan dalam membentuk perilaku konsumtif.
6. *Self control* mampu memoderasi disonansi kognitif terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi kemampuan individu dalam mengendalikan diri, maka semakin lemah pengaruh disonansi kognitif terhadap perilaku konsumtif. *Self control* berperan penting dalam mengurangi kecenderungan konsumtif yang timbul akibat disonansi pasca pembelian.

5.2 Saran

Melalui penelitian ini diketahui bahwa variabel *cashless society*, lingkungan sosial, disonansi kognitif, serta *self control* sebagai variabel moderasi variabel *cashless society* dan disonansi kognitif mampu berkontribusi terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Surabaya. Sehingga penulis memberikan saran kepada pembaca untuk meningkatkan kesadaran finansial, seperti membuat anggaran bulanan, membuat prioritas pengeluaran, serta menahan dorongan untuk berbelanja impulsive agar dapat menjaga kesehatan keuangan pribadi secara berkelanjutan.