

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *hedonistic lifestyle* dan *impulse buying* terhadap penggunaan layanan paylater dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi pada generasi Z, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Hedonistic lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan paylater pada generasi Z. Artinya, semakin tinggi kecenderungan hedonisme, semakin besar pula dorongan individu untuk menggunakan paylater sebagai alat pemenuhan keinginan konsumtif secara instan. Gaya hidup hedonis dicirikan oleh orientasi terhadap kesenangan, kepuasan sesaat, serta dorongan untuk menikmati hidup tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Adanya layanan paylater kemudian menjadi sarana yang mendukung perilaku ini karena menawarkan kemudahan dalam bertransaksi tanpa perlu memiliki dana di awal.
2. *Impulse buying* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan paylater pada generasi Z. Artinya, semakin tinggi kecenderungan seseorang melakukan pembelian secara impulsif, semakin besar pula kemungkinan mereka menggunakan fitur paylater. Hal ini dapat dijelaskan oleh karakteristik dasar perilaku impulsif yang cenderung spontan, tidak direncanakan, dan berorientasi pada kepuasan sesaat, sehingga layanan

paylater menjadi sarana yang sesuai karena memberikan kemudahan membeli tanpa harus memiliki dana di awal.

3. Literasi keuangan secara signifikan memperlemah pengaruh *hedonistic lifestyle* terhadap penggunaan paylater. Hal ini mengindikasikan bahwa individu dengan gaya hidup hedonis cenderung lebih terdorong untuk menggunakan paylater sebagai alat pemuas kebutuhan konsumtif mereka. Akan tetapi, apabila individu tersebut memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, maka dorongan untuk menggunakan layanan paylater yang bersumber dari gaya hidup hedonistik dapat ditekan.
4. Literasi keuangan tidak dapat memoderasi secara signifikan pengaruh *impulse buying* terhadap penggunaan paylater. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan tidak cukup kuat untuk melemahkan kecenderungan impulsif seseorang dalam menggunakan fitur paylater. Meskipun seseorang memiliki pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan, risiko bunga, dan konsekuensi berutang, dorongan impulsif yang kuat dalam membeli secara spontan tetap menjadi salah satu faktor yang mendorong perilaku penggunaan paylater.

## 5.2 Saran

Melalui interpretasi temuan penelitian, beberapa saran penting dapat diajukan sebagaimana dipaparkan berikut ini:

1. Generasi Z disarankan untuk meningkatkan kapasitas literasi keuangan sebagai langkah preventif dalam menghadapi gaya hidup hedonistik.

Dengan pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan, risiko penggunaan layanan paylater, serta urgensi perencanaan finansial jangka panjang, individu diharapkan mampu membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional dan terkontrol.

2. Literasi keuangan yang terbatas dalam mengendalikan perilaku impulsif menuntut Generasi Z untuk membangun kesadaran diri dan pengendalian emosi dalam berbelanja. Selain pemahaman finansial, kemampuan mengenali motif pembelian dan menunda keputusan transaksi menjadi kunci perilaku konsumsi yang bijak.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti pengaruh lingkungan sosial, tingkat pendapatan, atau pengendalian diri guna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif terkait perilaku penggunaan layanan paylater.
4. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk memperluas objek penelitian, misalnya pada generasi milenial yang merupakan pengguna dominan layanan paylater di Indonesia agar hasil yang diperoleh menjadi lebih beragam dan representatif.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terdapat sejumlah batasan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti di masa mendatang yang tertarik mengkaji topik serupa. Adapun keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini dilakukan tanpa interaksi langsung antara peneliti dan responden, karena pengumpulan data dilakukan secara daring melalui kuesioner Google Form. Kondisi tersebut menimbulkan kemungkinan bahwa jawaban yang diberikan oleh responden tidak sepenuhnya merefleksikan kondisi aktual yang mereka alami.
2. Data yang diperoleh sangat bergantung pada kejujuran dan pemahaman responden dalam mengisi kuesioner. Tidak menutup kemungkinan terdapat bias, seperti responden mengisi berdasarkan apa yang dianggap “benar” secara sosial, bukan berdasarkan keadaan yang sesungguhnya.
3. Penelitian ini hanya melibatkan responden dari populasi tertentu yang belum mewakili seluruh karakteristik populasi yang lebih luas. Hal ini dapat membatasi generalisasi hasil penelitian terhadap konteks yang lebih luas.