

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Perilaku *Overspending* dengan Literasi Keuangan Digital sebagai Variabel Moderasi pada Generasi Z di Surabaya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap perilaku *overspending*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah penggunaan layanan pembayaran digital, semakin besar kecenderungan Generasi Z untuk melakukan pengeluaran berlebih.
2. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap perilaku *overspending*. Generasi Z cenderung melihat manfaat seperti efisiensi waktu, fleksibilitas, serta promo atau *cashback* sebagai keuntungan yang mendorong mereka bertransaksi lebih sering, meskipun pada kenyataannya dapat menimbulkan beban finansial. Hal ini menegaskan bahwa persepsi manfaat yang tinggi menjadi faktor dominan dalam mendorong perilaku konsumtif.
3. Literasi keuangan digital memperlemah hubungan antara persepsi kemudahan dan perilaku *overspending*. Arah moderasi yang negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan digital, semakin lemah pengaruh persepsi kemudahan terhadap *overspending*. Dengan demikian, literasi

keuangan digital berfungsi sebagai faktor protektif yang membantu Generasi Z lebih bijak dalam mengambil keputusan finansial.

4. Literasi keuangan digital tidak memoderasi hubungan antara persepsi manfaat dan perilaku *overspending*. Artinya, meskipun Generasi Z memiliki literasi keuangan yang relatif baik, pengaruh persepsi manfaat terhadap perilaku *overspending* tetap kuat. Faktor emosional dan psikologis, seperti keinginan memperoleh keuntungan instan dari promo, lebih dominan daripada pertimbangan rasional yang diperoleh dari literasi keuangan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti gaya hidup, kontrol diri, atau pengaruh media sosial. Penambahan variabel ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku *overspending* pada pengguna pembayaran digital.
2. Bagi pemerintah dan institusi pendidikan, hasil penelitian ini menekankan pentingnya penguatan program literasi keuangan digital, khususnya bagi Generasi Z. Edukasi keuangan perlu diarahkan tidak hanya pada pemahaman teknis penggunaan aplikasi pembayaran digital, tetapi juga pada peningkatan kemampuan mengendalikan perilaku konsumtif serta

kesadaran terhadap dampak finansial jangka panjang dari setiap keputusan keuangan.

3. Bagi penyedia layanan pembayaran digital, diperlukan kebijakan dan inovasi yang berorientasi pada kesejahteraan finansial pengguna, seperti fitur pengingat pengeluaran, batas transaksi otomatis, serta laporan keuangan bulanan yang mudah dipahami. Upaya ini dapat membantu pengguna agar tetap menikmati kemudahan dan manfaat teknologi pembayaran digital tanpa terjebak pada perilaku konsumtif yang berlebihan.
4. Bagi Generasi Z sebagai pengguna aktif pembayaran digital, penting untuk terus meningkatkan literasi keuangan digital agar mampu memahami manfaat dan kemudahan teknologi secara lebih bijak. Dengan kemampuan ini, individu dapat memanfaatkan pembayaran digital untuk tujuan yang produktif, seperti menabung atau berinvestasi, bukan sekadar memenuhi keinginan konsumtif yang berisiko menimbulkan tekanan finansial di masa depan.