BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan (X1) dan Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Z) mahasiswa di Kota Depok, baik secara langsung maupun melalui Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil pengujian model struktural (inner model) menggunakan *SmartPLS* 4 dengan prosedur bootstrapping terhadap 100 responden, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* . Semakin baik literasi keuangan mahasiswa, semakin tinggi kecenderungannya menggunakan layanan *PayLater* secara rasional.
2. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater*. Mahasiswa dengan gaya hidup modern dan berorientasi pada teknologi digital cenderung lebih mudah menerima dan menggunakan layanan *PayLater* .
3. Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Arah koefisien negatif mengindikasikan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung berasosiasi dengan perilaku konsumtif yang lebih rendah, meskipun pengaruh langsungnya tidak signifikan secara statistik.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

4. Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak serta-merta mendorong perilaku konsumtif tanpa melalui proses keputusan penggunaan layanan keuangan digital terlebih dahulu.
5. Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa dan merupakan prediktor terkuat dalam keseluruhan model penelitian ini. Kemudahan akses, fleksibilitas cicilan, dan penundaan pembayaran yang ditawarkan *PayLater* terbukti mendorong kecenderungan pembelian impulsif dan perilaku konsumtif.
6. Literasi Keuangan dan Gaya Hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* dengan kontribusi sebesar 44,5% (*R-Square* = 0,445, kategori sedang/*moderate*), sedangkan sisanya sebesar 55,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.
7. Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa dengan kontribusi sebesar 31,2% (R-Square = 0,312, kategori sedang/moderate), sedangkan 68,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam model ini.
8. Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* terbukti memediasi secara penuh (full mediation/indirect-only mediation) pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Pengaruh tidak langsung Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui Keputusan Penggunaan tercatat signifikan (β = 0,347; T-statistics = 5,465; P-values = 0,000), begitu pula pengaruh tidak langsung Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui variabel yang sama (β = 0,268; T-statistics = 3,848; P-values = 0,000). Karena pengaruh langsung

X1 dan X2 terhadap Z tidak signifikan sementara pengaruh tidak langsungnya signifikan, dapat disimpulkan bahwa Keputusan Penggunaan *Shopee PayLater* merupakan mekanisme penghubung utama yang menjelaskan bagaimana literasi keuangan dan gaya hidup pada akhirnya membentuk perilaku konsumtif mahasiswa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa Literasi Keuangan dan Gaya Hidup tidak secara langsung membentuk Perilaku Konsumtif mahasiswa, melainkan bekerja melalui Keputusan Penggunaan *PayLater* sebagai variabel penghubung. Temuan ini menjawab seluruh rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan pada Bab I, sekaligus memberikan penegasan empiris bahwa peran layanan *PayLater* sebagai fasilitas transaksi digital menjadi faktor kunci yang perlu mendapat perhatian dalam upaya mengelola perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Manajerial

1. Bagi penyedia layanan *Shopee PayLater* dan perusahaan fintech sejenis, disarankan untuk memperkuat fitur edukasi keuangan digital (*in-app financial literacy*) yang mendorong pengguna, khususnya mahasiswa, memahami risiko cicilan dan bunga sebelum melakukan transaksi, mengingat Keputusan Penggunaan *PayLater* terbukti menjadi jalur utama menuju perilaku konsumtif.
2. Bagi perguruan tinggi dan lembaga terkait, disarankan untuk meningkatkan program literasi keuangan bagi mahasiswa secara berkelanjutan, misalnya melalui seminar, workshop, atau mata kuliah pengelolaan keuangan pribadi, agar

mahasiswa lebih bijak dalam menggunakan layanan *PayLater* dan tidak terjebak dalam perilaku konsumtif.

3. Bagi mahasiswa selaku pengguna, disarankan untuk lebih selektif dan rasional dalam memanfaatkan kemudahan *Shopee PayLater* , dengan mempertimbangkan kemampuan finansial dan kebutuhan aktual sebelum melakukan transaksi, mengingat kemudahan akses *PayLater* terbukti menjadi prediktor terkuat terhadap perilaku konsumtif.
4. Bagi regulator dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), disarankan untuk terus mengawasi dan mendorong penyedia layanan *PayLater* agar menerapkan prinsip pemberian limit kredit yang bertanggung jawab (*responsible lending*) khususnya kepada segmen mahasiswa yang secara umum belum memiliki penghasilan tetap.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Nilai R-Square Perilaku Konsumtif dalam penelitian ini tergolong sedang (31,2%), yang berarti masih terdapat 68,8% faktor lain di luar model yang belum terungkap. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti kontrol diri (*self-control*), literasi digital, kelompok referensi (*peer influence*), atau religiusitas, untuk memperkaya model penelitian.
2. Pengaruh langsung Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada penelitian ini tidak signifikan dengan nilai f-Square yang kecil, serta ditemukan indikasi overfitting pada jalur tersebut (nilai Q^2predict negatif). Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan ukuran sampel yang lebih besar dan/atau desain penelitian longitudinal agar hasil lebih general dan dapat diandalkan (*generalizable*).
3. Penelitian ini terbatas pada mahasiswa pengguna *Shopee PayLater* di Kota Depok. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah atau

membandingkan antar-platform *PayLater* lain (misalnya GoPay Later, Kredivo, atau Akulaku) untuk menguji konsistensi model pada konteks yang lebih luas.

4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi kemungkinan variabel moderasi, misalnya jenis kelamin, uang saku, atau tingkat pendidikan orang tua, guna memperdalam pemahaman mengenai kondisi yang memperkuat atau memperlemah pengaruh Keputusan Penggunaan *PayLater* terhadap Perilaku Konsumtif.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI