

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan rangkaian penelitian yang telah dilakukan, termasuk proses pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form kepada 125 responden, serta pengolahan data *pre-test* dengan bantuan IBM SPSS Statistics 26 dan analisis main test menggunakan SmartPLS 4, peneliti dapat menarik sejumlah kesimpulan. Penelitian ini berfokus pada pengaruh hubungan selama penggunaan e wallet terhadap pendapatan dan dampaknya terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Tangerang. Adapun kesimpulan dari hasil analisis tersebut dijabarkan sebagai berikut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan e wallet memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan Generasi Z di Tangerang. Temuan ini menjelaskan bahwa semakin sering seseorang memanfaatkan *e-wallet* dalam aktivitas transaksi semakin besar pula pengaruhnya terhadap cara mereka mengelola dan memanfaatkan pendapatannya. Intensitas penggunaan yang tinggi membuat pengguna semakin terbiasa dengan sistem pembayaran digital, promo, dan kemudahan transaksi sehingga hal tersebut dapat berdampak pada pendapatan mereka, baik melalui efisiensi pengeluaran maupun peningkatan frekuensi transaksi. Sebaliknya apabila frekuensi penggunaan rendah, maka manfaat finansial yang diperoleh dari fitur *e-wallet* juga tidak akan optimal. Kondisi ini selaras dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa intensitas penggunaan layanan digital berpotensi memengaruhi pengelolaan pendapatan serta pola konsumsi pengguna.

Jenis layanan *e-wallet* juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Artinya semakin banyak fitur yang dimanfaatkan seperti diskon, *cashback*, pembayaran cicilan, atau layanan

*paylater*, semakin besar pula dampaknya terhadap pendapatan Generasi Z. Pengguna yang memanfaatkan berbagai layanan cenderung memiliki fleksibilitas lebih besar dalam mengatur pengeluaran. Namun penggunaan beberapa layanan tertentu seperti *paylater* juga dapat meningkatkan konsumsi sehingga memengaruhi keseimbangan pendapatan. Ketika fitur fitur yang tersedia dimanfaatkan secara tidak tepat, pengguna dapat dengan mudah ter dorong melakukan pembelian impulsif. Pemanfaatan fitur secara bijak dapat membantu pengguna mengoptimalkan pendapatan dengan efisiensi pengeluaran yang lebih baik.

Durasi penggunaan *e-wallet* yang lebih lama juga berpengaruh positif terhadap pendapatan. Pengguna yang telah lama memakai *e-wallet* cenderung lebih adaptif dalam memanfaatkan fitur digital, memahami alur transaksi, serta lebih nyaman dalam mengatur pemasukan dan pengeluaran secara digital. Adaptasi ini membuat mereka lebih terampil mengelola keuangan melalui ekosistem digital sehingga berdampak pada pendapatan maupun keseimbangan finansial mereka. Jika durasi penggunaan masih singkat pengguna belum sepenuhnya memahami fungsi dan peluang finansial yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital tersebut, sehingga dampaknya terhadap pendapatan juga belum terlihat optimal.

Pendapatan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, berarti bahwa semakin tinggi pendapatan yang dimiliki Generasi Z, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk meningkatkan kegiatan konsumsi. Pendapatan yang lebih besar memberi ruang lebih luas bagi mereka untuk memenuhi keinginan belanja, terutama karena *e-wallet* menawarkan transaksi yang lebih cepat, mudah, dan sering kali disertai promosi yang menggoda. Tetapi pada sisi lain pendapatan yang lebih rendah akan membatasi konsumsi sehingga pengguna lebih selektif dalam melakukan transaksi. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan dan kecenderungan konsumsi di kalangan anak muda.

Secara umum, penelitian ini memperlihatkan bahwa penggunaan *e-wallet* bukan sekadar alat pembayaran, tetapi juga berperan dalam membentuk perilaku keuangan dan konsumtif Generasi Z. Frekuensi penggunaan, jenis layanan, serta durasi pemakaian *e-wallet* berkontribusi terhadap pendapatan, dan pendapatan pada akhirnya berpengaruh terhadap pola konsumsi responden. Temuan ini memberikan gambaran bahwa *e-wallet* telah menjadi bagian dari gaya hidup digital generasi muda yang dapat mendorong efisiensi tetapi juga membuka peluang meningkatnya perilaku konsumtif apabila tidak dikelola secara bijak.

## 5.2 Saran

Berdasarkan rangkaian hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, peneliti memberikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Saran ini ditujukan untuk membantu perusahaan, pemerintah, maupun institusi pendidikan dalam meningkatkan kualitas program yang dijalankan, serta menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin memperdalam atau mengembangkan pembahasan terkait topik penelitian ini.

### 5.2.1 Saran Untuk Penyedia *E-wallet*

Penyedia *e-wallet* perlu melakukan evaluasi terhadap jenis layanan yang ditawarkan, mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi layanan belum tentu mendorong perilaku konsumtif melalui peningkatan pendapatan. Oleh karena itu, pengembangan fitur sebaiknya tidak hanya berfokus pada penambahan jumlah layanan atau promosi, tetapi lebih diarahkan pada peningkatan relevansi dan kemanfaatan layanan bagi pengguna. Penyedia *e-wallet* dapat mengoptimalkan fitur yang mendukung pengelolaan keuangan, seperti pencatatan transaksi, pengingat anggaran,

dan ringkasan pengeluaran, agar penggunaan *e-wallet* lebih berorientasi pada kebutuhan dibandingkan keinginan konsumtif. Selain itu, peningkatan keamanan data dan kenyamanan penggunaan tetap perlu diprioritaskan guna menjaga kepercayaan pengguna dan mendorong penggunaan layanan secara lebih bijak dan berkelanjutan.

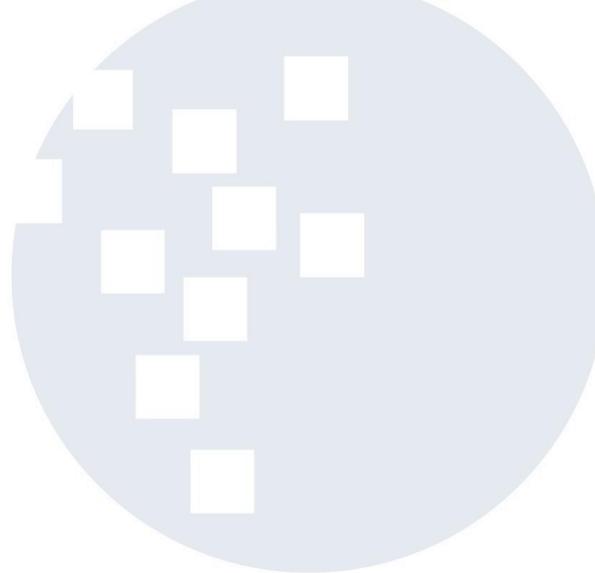
### **5.2.2 Saran Untuk Pengguna *E-Wallet***

Pengguna *e-wallet*, khususnya Generasi Z, diharapkan dapat lebih selektif dalam memanfaatkan berbagai jenis layanan yang tersedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberagaman layanan belum tentu mendorong perilaku konsumtif secara positif melalui peningkatan pendapatan, sehingga pengguna perlu menyesuaikan penggunaan layanan dengan kebutuhan dan kemampuan finansial masing-masing. Pengguna disarankan untuk tidak menjadikan fitur promosi sebagai alasan utama dalam melakukan transaksi, melainkan memanfaatkan *e-wallet* sebagai alat pembayaran yang praktis dan efisien. Selain itu, kesadaran dalam mengontrol pengeluaran dan menetapkan batas anggaran pribadi menjadi penting agar penggunaan *e-wallet* tidak memicu perilaku konsumtif yang berlebihan.

### **5.2.3 Saran Untuk Peneliti**

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain di luar jenis layanan *e-wallet* yang lebih berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif, seperti literasi keuangan digital, kontrol diri, gaya hidup, dan pengaruh sosial. Selain itu, penggunaan sampel yang lebih beragam serta pengombinasi metode kuantitatif dengan pendekatan

kualitatif (seperti wawancara mendalam) dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai alasan mengapa variasi layanan *e-wallet* belum berdampak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan cakupan dan pendekatan yang lebih luas, hasil penelitian diharapkan menjadi lebih relevan dan kontekstual.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA