

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *Financial Technology (Fintech)* dan Literasi Keuangan terhadap *Impulsive Buying* pada Generasi Z (Mahasiswa IKBAS Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Financial Technology (Fintech)* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *Impulsive Buying* pada mahasiswa Generasi Z IKBAS. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, sistem pembayaran *cashless*, serta berbagai fitur menarik seperti promo, *cashback*, dan diskon yang tersedia dalam layanan *e-wallet* mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara spontan. Kemudahan tersebut membuat proses transaksi menjadi lebih praktis dan tidak memerlukan pertimbangan yang panjang sebagaimana transaksi tunai. Kondisi ini secara tidak langsung mengurangi kontrol psikologis terhadap pengeluaran, sehingga meningkatkan kecenderungan pembelian yang tidak direncanakan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat penggunaan *fintech* oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula potensi terjadinya *impulsive buying*.
2. Literasi keuangan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Mahasiswa yang memiliki pemahaman yang baik mengenai konsep keuangan, seperti pengelolaan anggaran, perencanaan keuangan,

pengendalian pengeluaran, serta pemahaman terhadap risiko keuangan, cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan pembelian.

Sebaliknya, mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang rendah lebih mudah terpengaruh oleh dorongan emosional, tren, maupun promosi digital yang ditawarkan melalui platform fintech. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai faktor pengendali (*control factor*) dalam perilaku konsumsi mahasiswa. Semakin baik literasi keuangan seseorang, maka semakin rendah kecenderungan melakukan pembelian impulsif.

3. Berdasarkan hasil pengujian simultan, *Financial Technology (Fintech)* dan Literasi Keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Impulsive Buying* pada mahasiswa Generasi Z IKBAS. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut saling berkaitan dalam mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa di era digital.

Perkembangan teknologi keuangan yang semakin pesat memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, tanpa diimbangi dengan tingkat literasi keuangan yang memadai, kemudahan tersebut dapat meningkatkan perilaku konsumtif dan pembelian impulsif. Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi aspek penting yang harus dimiliki mahasiswa agar dapat menggunakan layanan *fintech* secara bijak dan bertanggung jawab.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kemajuan teknologi keuangan membawa dampak positif dalam hal efisiensi dan kemudahan transaksi, tetapi juga memiliki potensi dampak negatif berupa meningkatnya

perilaku *impulsive buying* apabila tidak disertai dengan pemahaman dan pengelolaan keuangan yang baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. **Bagi Mahasiswa Generasi Z (IKBAS Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang)**

Mahasiswa diharapkan dapat lebih bijak dan rasional dalam memanfaatkan layanan *financial technology*, dimana penggunaan e-wallet tidak hanya didasarkan pada adanya promo atau cashback, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan dan manfaat jangka panjang. Selain itu, mahasiswa perlu meningkatkan literasi keuangan dengan membiasakan diri dalam menyusun perencanaan keuangan secara terstruktur, seperti membuat anggaran dan menentukan skala prioritas. Hal ini penting mengingat rendahnya kebiasaan perencanaan keuangan dapat berdampak pada pengelolaan keuangan yang kurang optimal. Mahasiswa juga diharapkan mampu meningkatkan kontrol diri dalam berbelanja agar tidak mudah terpengaruh oleh promosi atau iklan yang berpotensi mendorong terjadinya perilaku *impulsive buying*.

2. **Bagi Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang**

Pihak universitas diharapkan dapat berperan aktif dalam meningkatkan literasi keuangan mahasiswa melalui kegiatan akademik maupun non-akademik yang berkelanjutan, seperti seminar, pelatihan, maupun integrasi materi pengelolaan keuangan dalam kurikulum pembelajaran. Selain itu,

universitas juga perlu memberikan pemahaman yang komprehensif terkait penggunaan *financial technology* secara bijak dan bertanggung jawab, sehingga mahasiswa tidak hanya terfokus pada aspek promosi, tetapi juga pada manfaat dan risiko penggunaannya. Upaya ini diharapkan dapat membentuk pola pikir mahasiswa yang lebih kritis dan rasional dalam pengambilan keputusan keuangan.

3. Bagi Organisasi Mahasiswa IKBAS

Organisasi mahasiswa IKBAS diharapkan dapat menjadi wadah yang aktif dalam meningkatkan kesadaran anggotanya terkait pentingnya literasi keuangan dan pengendalian perilaku konsumtif. Hal ini dapat diwujudkan melalui penyelenggaraan program kerja seperti edukasi keuangan, diskusi interaktif, maupun kampanye penggunaan fintech secara bijak. Selain itu, organisasi juga dapat mendorong anggotanya untuk lebih selektif dalam menghadapi berbagai bentuk promosi atau iklan, sehingga mampu meminimalisir kecenderungan perilaku *impulsive buying*.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti gaya hidup, kontrol diri, maupun faktor psikologis lainnya yang berpotensi mempengaruhi perilaku *impulsive buying*. Selain itu, perlu dilakukan perluasan objek penelitian dan jumlah sampel agar hasil penelitian menjadi lebih representatif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih

komprehensif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang perilaku keuangan.

