BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini mengenai *Comparative* Pengaruh *Financial Literacy, Financial Condition, Self-Control* Dan *Consumptive Behavior* terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* antara Generasi Z dan Milenial di Karesidenan Madiun, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Financial Literacy* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *PayLater* (Y) pada Generasi Z dan Milenial. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* Generasi Z memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sedangkan nilai t_{hitung} (6,305) > t_{tabel} (1,971) dan nilai signifikansi untuk *financial literacy* Generasi Milenial sebesar 0,000 < 0,05 sedangkan nilai t_{hitung} (5,715) > t_{tabel} (1,976). Hasil perbandingan menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengaruh *financial literacy* terhadap keputusan penggunaan Shopee *PayLater* antara Generasi Z dan Milenial. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman individu mengenai pengelolaan keuangan, manfaat, risiko, serta konsekuensi penggunaan layanan kredit digital, maka semakin besar kecenderungannya dalam mengambil keputusan untuk menggunakan Shopee *PayLater* secara rasional dan sesuai kebutuhan. Hasil perbandingan menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengaruh financial literacy

terhadap keputusan penggunaan Shopee PayLater antara Generasi Z dan Milenial.

2. *Financial Condition* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *PayLater* (Y) pada Generasi Z dan Milenial. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *financial condition* Generasi Z memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, dan t_{hitung} (5,341) > t_{tabel} (1,971) dan nilai signifikansi untuk *financial condition* Generasi Milenial sebesar 0,000 < 0,05, dan t_{hitung} (3,834) > t_{tabel} (1,976). Hasil perbandingan menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengaruh *financial condition* terhadap keputusan penggunaan Shopee *PayLater* antara Generasi Z dan Milenial. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kondisi keuangan yang dimiliki seseorang, maka semakin tinggi tingkat keyakinan dan kemampuan individu dalam memenuhi kewajiban pembayaran, sehingga meningkatkan kecenderungan untuk memutuskan menggunakan Shopee *PayLater*.
3. *Self-Control* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *PayLater* (Y) pada Generasi Z dan Milenial. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *self-control* Generasi Z memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sedangkan t_{hitung} (7,914) > t_{tabel} (1,971) dan nilai signifikansi untuk *self-control* Generasi Milenial sebesar 0,000 < 0,05, dan t_{hitung} (5,371) > t_{tabel} (1,976). Hasil perbandingan menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengaruh *self-control* terhadap keputusan penggunaan Shopee *PayLater* antara Generasi Z dan Milenial. Temuan ini

menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri yang dimiliki seseorang, maka semakin baik kemampuannya dalam mempertimbangkan dan mengendalikan penggunaan Shopee *PayLater* sehingga mendorong terbentuknya keputusan penggunaan yang lebih terencana dan bertanggung jawab.

4. *Consumptive Behavior* (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *PayLater* (Y) pada Generasi Z, namun tidak berpengaruh positif signifikan pada Generasi Milenial. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *consumptive behavior* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,007 < 0,05, sedangkan t_{hitung} (2,720) > t_{tabel} (1,971) sedangkan nilai signifikansi untuk *consumptive behavior* Generasi Milenial sebesar 0,874 > 0,05, dan t_{hitung} (0,159) < t_{tabel} (1,976). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi perilaku konsumtif seseorang, maka semakin besar kecenderungannya untuk memutuskan menggunakan Shopee *PayLater* pada Generasi Z. Sebaliknya pada Generasi Milenial menunjukkan bahwa tinggi rendahnya perilaku konsumtif tidak mempengaruhi keputusan penggunaan shopee paylater.

B. Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis menyadari bahwasanya masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini hanya diperuntukkan untuk pengguna Shopee *Paylater* di wilayah Karesidenan Madiun dan difokuskan pada Generasi Z dan milenial.

2. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitan ini terbatas hanya 384 data responden karena keterbatasan waktu dan biaya dalam penelitian.
3. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel *financial literacy, financial condition, self-control* dan *consumptive behavior*, sehingga belum mencakup faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan Shopee *PayLater*.

C. Implikasi

Implikasi terdiri dari 3 (tiga) jenis, yang terdiri dari implikasi teoritis, implikasi manajerial, dan implikasi metodologi sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

a. Dalam penelitian ini menyatakan bahwasanya *financial literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan shopee *paylater*. Hasil penelitian yang sama juga ditunjukkan oleh Agustiningtias *et al*. (2025), Kshatri (2025), Mat *et al*. (2025), Salsabilah *et al*. (2025) dan Susanti *et al*. (2025) yang menyatakan bahwasanya *financial literacy* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan shopee *paylater* Generasi Z dan milenial di Karesidenan Madiun.

b. Dalam penelitian ini menyatakan bahwasanya *financial condition* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan shopee *paylater*. Hasil penelitian yang sama juga ditunjukkan oleh Hiddaryah & Suryadi (2025), Hikmawati *et al*. (2024), Ningsih *et al*. (2023) dan Peltomäki (2025) yang menyatakan bahwasanya *financial condition*

berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan shopee *paylater* Generasi Z dan milenial di Karesidenan Madiun.

c. Dalam penelitian ini menyatakan bahwasanya *self-control* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan shopee *paylater*. Hasil penelitian yang sama juga ditunjukkan oleh Ananda *et al*. (2024), Nugrahanti *et al*. (2024), Ariyani & Sugiarto (2025), Laila & Handayani (2025) dan Septawati *et al*. (2025) yang menyatakan bahwasanya *self-control* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan shopee *paylater* Generasi Z dan milenial di Karesidenan Madiun.

d. Dalam penelitian ini menyatakan bahwasanya *consumptive behavior* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan shopee *paylater*. Hasil penelitian yang sama juga ditunjukkan oleh Bila & Marlena (2024), Kumar & Nayak (2025), Mukherjee (2025), Rhamadan *et al*. (2025) dan Sukoco & Totalia (2025) yang menyatakan bahwasanya *consumptive behavior* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan shopee *paylater* Generasi Z dan milenial di Karesidenan Madiun.

2. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak Shopee maupun penyedia layanan *paylater* lainnya dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan Shopee *PayLater*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy, financial*

condition, *self-control* dan *consumptive behavior* merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan layanan. Oleh karena itu, perusahaan dapat memanfaatkan informasi tersebut sebagai dasar dalam merancang strategi pemasaran, meningkatkan edukasi keuangan kepada pengguna, serta mengembangkan fitur layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik konsumen.

3. Implikasi Metodologis

Penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 sebagai alat analisis data. Tahapan analisis yang dilakukan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, serta analisis regresi linear berganda, uji t dan uji koefisien determinasi (R^2). Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pengguna Shopee *PayLater* dari Generasi Z dan Generasi Milenial di wilayah Karesidenan Madiun yang telah memenuhi kriteria penelitian yang ditetapkan.

D. Saran

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, pihak Shopee maupun penyedia layanan *paylater* lainnya disarankan untuk meningkatkan program edukasi terkait pengelolaan keuangan dan penggunaan layanan *paylater* secara bijak. Selain itu, perusahaan perlu terus mengembangkan fitur yang dapat membantu pengguna mengontrol pengeluaran dan memahami konsekuensi penggunaan *paylater*.

2. **Bagi Masyarakat**

Bagi pengguna maupun calon pengguna Shopee *PayLater*, disarankan untuk meningkatkan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan pribadi serta mempertimbangkan kemampuan finansial sebelum memutuskan menggunakan layanan *paylater*. Pengguna juga perlu

mengendalikan perilaku konsumsi agar penggunaan Shopee *PayLater* tidak hanya didasarkan pada keinginan sesaat, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan pembayaran di masa mendatang.

3. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan penggunaan Shopee *PayLater*, seperti persepsi risiko, kemudahan penggunaan, gaya hidup, pengaruh sosial, maupun kepercayaan terhadap layanan. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada wilayah yang lebih luas dan melibatkan karakteristik responden yang lebih beragam agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik. Penggunaan metode analisis yang berbeda juga dapat dipertimbangkan untuk memperoleh sudut pandang yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan Shopee *PayLater*.