

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menarik karena mengkaji pengaruh FOMO dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif pada Gen Z di Bandar Lampung. Data yang berhasil dikumpulkan dari 100 responden yang masuk dalam kriteria yang telah ditentukan akan memberikan wawasan penting tentang hubungan antara variabel variabel tersebut. Dengan menggunakan analisis alat SPSS 27.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan :

1. FOMO (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada Gen Z di Bandar Lampung. Tingkat FOMO yang tinggi sering kali mendorong individu untuk menghabiskan uang lebih banyak demi memenuhi kebutuhan sosial atau mengikuti tren. Semakin tinggi tingkat FOMO seseorang, semakin besar kemungkinan individu tersebut menunjukkan perilaku konsumtif. FOMO mencerminkan aspek emosional dalam pengambilan keputusan keuangan. Teori Perilaku Keuangan mengakui bahwa emosi, seperti takut ketinggalan tren atau kesempatan, dapat mendorong individu untuk membuat keputusan irasional, termasuk perilaku konsumtif yang berlebihan. Hasil ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa FOMO dapat memicu pembelian impulsif dan obsesif, di mana konsumen membeli barang bukan karena kebutuhan, melainkan karena keinginan untuk mengikuti tren atau menunjukkan status sosial.
2. Literasi Keuangan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada Gen Z di Bandar Lampung. Dengan Literasi Keuangan yang baik hal tersebut tidak menjamin perilaku konsumtif akan berkurang. Meskipun responden memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang pengelolaan keuangan, mereka tetap cenderung melakukan pembelian impulsif dan mengikuti tren konsumsi terkini. Temuan ini mengindikasikan

bahwa faktor sosial dan psikologis, seperti tekanan teman sebaya dan keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial, memiliki peran yang lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumtif dibandingkan dengan literasi keuangan semata. Hasil ini mungkin mengindikasikan bahwa literasi keuangan saja tidak cukup untuk mengendalikan perilaku konsumtif yang dipicu oleh faktor emosional seperti FOMO. Dalam beberapa kasus, meskipun individu memiliki pengetahuan keuangan yang baik, mereka tetap dapat terpengaruh oleh dorongan emosional untuk berbelanja. walaupun literasi keuangan sangat penting, pengaruh emosional dan faktor psikologis lainnya dapat lebih kuat dalam mempengaruhi keputusan konsumsi. Hal ini juga dapat menunjukkan bahwa literasi keuangan yang di miliki oleh responden, tidak di aplikasikan dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat penulis diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa disarankan, dapat memanfaatkan FOMO sebagai motivasi untuk mencapai tujuan finansial dan gaya hidup yang diinginkan. Namun, penting untuk diingat bahwa FOMO harus dikelola dengan bijak. Beberapa saran yang dapat dilakukan antara lain :
 - **Membuat anggaran:** Membuat anggaran dapat membantu individu mengontrol pengeluaran dan menghindari pembelian impulsif yang tidak sesuai dengan tujuan finansial.
 - **Mencari informasi tentang produk:** Membaca ulasan produk dan mencari informasi sebanyak mungkin sebelum membeli dapat membantu individu membuat keputusan yang lebih baik.
 - **Membangun kebiasaan menabung:** Menabung secara teratur dapat memberikan rasa aman dan membantu individu mencapai tujuan finansial jangka panjang.

- **Membatasi penggunaan media sosial:** Mengurangi waktu yang dihabiskan di media sosial dapat membantu mengurangi paparan terhadap gaya hidup konsumtif orang lain dan mengurangi pengaruh FOMO.
- b. Mahasiswa disarankan disarankan agar mahasiswa dapat meningkatkan pemahaman mereka mengenai konsep literasi keuangan yang komprehensif. Selain itu, perlu adanya upaya untuk mengubah persepsi mahasiswa bahwa semakin tinggi literasi keuangan, maka perilaku konsumtif akan semakin rendah. Hal ini dapat dilakukan melalui program edukasi yang lebih intensif dan menarik. Selain itu, penting untuk melibatkan berbagai pihak, seperti perguruan tinggi, lembaga keuangan, dan pemerintah, dalam upaya meningkatkan literasi keuangan mahasiswa. Kampanye yang lebih masif mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat dan bijaksana juga perlu dilakukan. Dengan demikian, diharapkan mahasiswa dapat menjadi konsumen yang cerdas dan bertanggung jawab.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya untuk menghasilkan hasil yang lebih baik, peneliti menyarankan untuk memperluas sampel yang akan diteliti dan memasukan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti pengendalian diri, uang saku, demografi dan lain sebagainya.