

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh Gaya Hidup, Sikap Keuangan, Religiusitas, Kemudahan Menggunakan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Banjarmasin, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gaya Hidup (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di kota Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai Thitung  $6.570 >$  nilai Ttabel  $1,986$ . Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Sikap Keuangan (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di kota Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,067 > 0,05$  dan nilai Thitung  $1.853 <$  nilai Ttabel  $1,986$ . Sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
3. Religiusitas (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di kota Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,031 < 0,05$  dan nilai Thitung  $-2.189 >$  nilai Ttabel  $1,986$ . Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
4. Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X4) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di kota Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi  $0,807 > 0,05$  dan

nilai Thitung  $-0,245 < \text{nilai Ttabel } 1,986$ . Sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup (X1), Sikap Keuangan (X2), Religiusitas (X3), Dan Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai hasil uji f, dimana nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai Fhitung  $19.850 > 2,47$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## **B. Saran**

1. Bagi Generasi Z diharapkan dapat mengendalikan gaya hidup yang berlebihan untuk menghindari perilaku konsumtif, agar terhindar dari tindakan konsumtif yang dapat merugikan diri sendiri.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif, agar diperoleh hasil yang lebih baik lagi. Dan penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan responden yang lebih beragam misalnya masyarakat di luar wilayah kota atau dari berbagai kelompok usia/generasi.