

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kesejahteraan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja Online Pada Generasi Z. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan terhadap ketergantungan belanja online pada generasi Z. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil analisis data dalam penelitian ini, dimana nilai t_{hitung} sebesar 4.164 dan t_{tabel} sebesar 1.673, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.164 > 1.673$) dan tingkat nilai signifikansi < 0.05 ($0.000 < 0.05$).
2. Terdapat pengaruh positif kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan belanja online pada generasi Z. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel kesejahteraan keuangan, dimana nilai t_{hitung} sebesar 4.440 dan t_{tabel} sebesar 1.673, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.440 > 1.673$) dan tingkat nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0,05$).
3. Terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan secara simultan terhadap ketergantungan belanja online pada generasi Z. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat pada tabel ANOVA diatas, dimana .nilai F_{hitung} sebesar 30.354 dan F_{tabel} sebesar 4.01, sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($30.354 > 4.01$).

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Waktu yang dimiliki oleh peneliti terbatas sehingga dalam mencari data responden tidak dapat maksimal.
2. Peneliti dalam mencari data pada saat adanya pandemi Covid-19, sehingga peneliti mengalami kesulitan dalam penyebaran kuesioner.

3. Peneliti hanya mengambil sampel yang sesuai dengan kriteria atau ketentuan dalam penelitian ini, sehingga responden yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut maka responden tidak dapat melanjutkan dalam mengisi kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu:

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat membandingkan pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan dengan ketergantungan belanja online antara dua generasi yang berbeda seperti generasi Z dan Y.
2. Memperluas ruang lingkup penelitian dengan melakukan penelitian pada daerah lain.
3. Menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi ketergantungan belanja online.

