

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan telah dijelaskan mengenai pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan dan gaya hidup maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay pada generasi Z di kabupaten Kebumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung $3,014 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$. Hal ini bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki generasi Z, maka semakin besar kecenderungan mereka dalam memutuskan menggunakan ShopeePay. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima**.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay pada generasi Z di kabupaten Kebumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung $4,740 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan semakin mudah ShopeePay dipahami dan digunakan oleh generasi Z, maka semakin tinggi keputusan menggunakan ShopeePay. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa **H2 diterima**.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay pada generasi Z di kabupaten Kebumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung $2,127 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikan sebesar $0,036 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat aktifitas, minat, dan opini generasi Z yang berhubungan dengan penggunaan teknologi digital, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan ShopeePay. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa **H3 diterima**.

4. Secara simultan, literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay pada generasi Z di kabupaten Kebumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji f yang menunjukkan bahwa nilai f hitung $30,676 > f$ tabel $2,69$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa **H4 diterima**.
5. Dari hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai adjusted R square sebesar $0,473$. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan menggunakan ShopeePay dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan gaya hidup sebesar $47,3\%$ sedangkan sisanya sebesar $52,7\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini diupayakan semaksimal mungkin untuk memperoleh hasil yang terbaik, akan tetapi pada kenyataannya penulis menyadari masih

banyak kekurangan dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan Shopepay masih jauh dari kata sempurna, hal ini terjadi karena masih adanya kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, diantaranya:

1. Penelitian ini dalam pengambilan data hanya dilakukan menggunakan kuesioner online, sehingga informasi yang di dapatkan responden terkadang tidak menunjukkan pendapat responden sebenarnya, hal ini terjadi karena perbedaan anggapan, pemahaman dan pemikiran yang berbeda tiap responden dan juga faktor lain seperti kejujuran responden dalam pengisian kuesioner.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di satu wilayah atau daerah tertentu, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan untuk konsumen secara nasional. Variasi budaya, preferensi, dan kondisi pasar di daerah lain bisa memengaruhi keputusan menggunakan secara berbeda, yang tidak tercakup dalam lingkup penelitian ini.
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada literasi keuangan, persepsi kemudahan dan gaya hidup sehingga belum mencakup variabel lain yang mungkin juga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan.

5.3. Implikasi

5.3.1. Implikasi Praktis

Berdasarkan kesimpulan yang dipaparkan diatas, penulis memberikan implikasi praktis yang dapat diterapkan pada keputusan

menggunakan Shopeepay di Kabupaten Kebumen, yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Shopeepay. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat literasi digital, semakin tinggi pula kecenderungan untuk menggunakan Shopeepay. Oleh karena itu, pihak Shopeepay maupun lembaga terkait dapat meningkatkan program edukasi finansial bagi Generasi Z, misalnya melalui kampanye edukatif mengenai pengelolaan keuangan, fitur tabungan digital, serta pemahaman risiko transaksi. Hal ini dimaksudkan agar penggunaan Shopeepay tidak hanya praktis, tetapi juga mendorong literasi keuangan yang sehat.
2. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa persepsi kemudahan menjadi faktor dominan dalam keputusan menggunakan Shopeepay. Hal ini menunjukkan semakin mudah suatu teknologi dipahami dan digunakan maka semakin tinggi keputusan untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, pihak pengembang aplikasi Shopeepay perlu terus menyempurnakan desain antarmuka (user interface) yang sederhana, ramah pengguna, fleksibel, serta mudah dipelajari. Selain itu, dukungan layanan pelanggan yang cepat juga akan memperkuat persepsi kemudahan dalam bertransaksi.
3. Hasil penelitian membuktikan bahwa gaya hidup Generasi Z berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Shopeepay. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat aktifitas, minat dan opini

generasi Z yang berhubungan dengan penggunaan teknologi digital, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan Shopeepay. Dengan demikian, Shopeepay dapat memanfaatkan tren ini dengan menghadirkan fitur yang selaras dengan aktivitas digital anak muda, seperti integrasi dengan e-commerce, gamifikasi transaksi, serta promosi kreatif di media sosial. Dengan begitu, Shopeepay dapat semakin menjadi bagian dari gaya hidup digital Generasi Z.

5.3.2. Implikasi Teoritis

1. Hasil penelitian ini menunjukkan literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada generasi Z di Kabupaten Kebumen. Menurut Morgan & Trinh (2019), literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk mengetahui dan memahami persepsi serta risiko keuangan, keterampilan, dan keyakinan diri untuk membuat keputusan yang tepat guna meningkatkan kesejahteraan finansial pribadi. Literasi keuangan digital memberikan pemahaman tentang tata cara pengelolaan keuangan termasuk pada pemahaman produk dan layanan keuangan pada teknologi untuk mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk perilaku keuangan individu, khususnya dalam konteks penggunaan layanan keuangan digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriadi (2024) yang mengatakan bahwa literasi

keuangan berpengaruh terhadap penggunaan E-wallet.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada generasi Z di Kabupaten Kebumen. menurut Ayuningrum & Sadiyah (2022), kemudahan merupakan sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha yang keras untuk dapat menggunakannya. Jika suatu teknologi mudah digunakan, maka pengguna cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut. Temuan ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap niat maupun keputusan dalam menggunakan teknologi. Dengan demikian, hasil ini memberikan kontribusi teoritis bahwa kemudahan sistem menjadi salah satu faktor penting dalam penerimaan teknologi dikalangan generasi Z. temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gustianto et al (2023) yang mengatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan QRIS (Spaylater).
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada generasi Z di Kabupaten Kebumen. Menurut Kotler & Kaller (2011), gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan dalam berinteraksi dengan lingkungan yang diekspresikan melalui kegiatan,

- minat, dan pendapat dengan dukungan teknologi. Hal ini memperluas pemahaman bahwa faktor sosiokultural, termasuk gaya hidup dapat menjadi variable dalam menjelaskan perilaku konsumen pada era digital. Generasi Z yang memiliki gaya hidup yang lebih modern dan digital cenderung menggunakan e-wallet lebih sering (Putri et.al, 2025). Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alsyukri (2021) yang mengatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan E-wallet.
4. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2), variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan gaya hidup dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan keputusan menggunakan Shopeepay sebesar 47,3%. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat 52,7% variasi keputusan penggunaan Shopeepay yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti promosi, kepercayaan, keamanan transaksi, maupun pengaruh sosial. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini terletak pada pembuktian bahwa ketiga variabel yang diteliti berpengaruh signifikan, namun belum cukup menjelaskan keseluruhan perilaku penggunaan e-wallet. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan (*trust*), persepsi keamanan (*perceived security*), promosi (*sales promotion*), dan pengaruh sosial (*social influence*) agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan

menggunakan Shopeepay atau layanan transaksi digital lainnya.

