

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh citra diri terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z pengguna *E-Money* di Karawang. Hal ini dibuktikan dengan nilai *sig* sebesar 0,000 < 0,05, maka hipotesis pada penelitian ini adalah H_a diterima dan H_0 ditolak, serta besaran pengaruh citra diri terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z pengguna *E-Money* sebesar 22,7% dan 77,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti kepribadian individu, usia, dan gaya hidup.

B. Saran

1. Bagi Responden

Bagi responden pada penelitian ini disarankan untuk lebih meningkatkan rasa percaya diri dan konsistensi dengan sesuatu yang diyakini, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan disekitarnya. Responden pada penelitian ini juga diharapkan dapat memprioritaskan kebutuhannya, dengan cara membuat catatan skala prioritas kebutuhan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti mengenai citra diri dan perilaku konsumtif sebaiknya mengambil variabel lainnya yang belum diteliti pada penelitian ini seperti kepribadian individu, usia, tahapan dalam siklus hidup,

dan gaya hidup. Variabel tersebut juga penting untuk diteliti untuk mengetahui seberapa besar variabel tersebut memengaruhi perilaku konsumtif.

