

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian tersebut dilakukan pada generasi Z yang sedang bekerja dengan sampel 100 responden pekerja generasi Z dengan pengumpulan data menggunakan kusioner secara online dan penyebaran melalui Gform menggunakan media whatsapp dan instagram berdasarkan hasil interpretasi data penelitian maupun hasil analisis data, maka beberapa hal yang dapat dijadikan kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan media sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z. Tingginya rata-rata skor penggunaan media sosial menunjukkan bahwa responden secara aktif memanfaatkan platform digital sebagai sumber informasi dan edukasi finansial.
2. *Fear of Missing Out (FOMO)* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi, meskipun secara deskriptif tingkat FOMO responden tergolong tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tekanan psikologis akibat kecemasan sosial tidak secara langsung memengaruhi perilaku finansial. Dalam kerangka TPB, FOMO dapat dikategorikan sebagai bagian dari norma subjektif, namun pengaruhnya dapat dilemahkan oleh *perceived behavioral control* yang kuat, seperti literasi keuangan dan kontrol diri.
3. Gender tidak berpengaruh Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pada Generasi Z, perbedaan jenis kelamin bukan merupakan faktor penentu dalam perilaku keuangan. Dalam perspektif TPB,

gender hanya berperan sebagai faktor latar belakang (*background factor*) yang tidak secara langsung menentukan perilaku. Hasil ini menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan pribadi lebih dipengaruhi oleh faktor psikologis, pengalaman, serta akses informasi dibandingkan karakteristik demografis seperti gender.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan penelitian penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, penelitian saat ini menemukan beberapa keterbatasan. Keterbatasan yang ditemukan saat ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya memasukan tiga variabel, yaitu *Fear Of Missing Out*, Penggunaan Media Sosial dan Gender. Faktor-faktor yang lain dalam tedahulu terbukti memengaruhi pengelolaan keuangan sehingga model penelitian tersebut belum sepenuhnya komprehensif.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada nilai *R-Square* variabel pengelolaan keuangan pribadi sebesar 0,466 yang menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial, *fear of missing out (fomo)*, dan gender belum sepenuhnya mampu menggambarkan seluruh faktor yang dapat memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi keuangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel lain diluar penelitian ini yang berpotensi memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi, seperti literasi keuangan, tingkat pendapatan, gaya hidup, kontrol diri, maupun sikap terhadap keuangan.
3. Penelitian ini tidak membedakan secara spesifik kriteria responden berdasarkan status pekerjaan atau tingkat pendapatan. Tidak adanya pengelompokan tersebut menjadi kelemahan karena kondisi pekerjaan dan

stabilitas penghasilan dapat memengaruhi pola pengelolaan keuangan seseorang. Responden yang telah bekerja dan memiliki penghasilan tetap kemungkinan memiliki perilaku keuangan yang berbeda dibandingkan responden yang belum bekerja.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penyajian data dan hasil analisis data, maka beberapa saran yang didapatkan melalui hasil penelitian, sebagai berikut :

1. Saran bagi Generasi Z

Generasi Z terus memanfaatkan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi finansial yang kredibel dan edukatif. Pemanfaatan platform digital yang tepat dapat membantu meningkatkan kemampuan dalam merencanakan, mengatur, dan mengendalikan keuangan pribadi secara lebih efektif.

2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi, seperti literasi keuangan, gaya hidup, pendapatan, kontrol diri, dan *financial attitude*, sehingga model penelitian dapat menjelaskan perilaku pengelolaan keuangan secara lebih komprehensif. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan model penelitian dengan tetap mempertimbangkan variabel *fear of missing out (fomo)*, penggunaan media sosial, dan gender sebagai faktor yang berkaitan dengan perilaku keuangan Generasi Z.

DAFTAR RUJUKAN

- Dili, A. J., & Rahmadhani, S. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan , Perilaku Keuangan , Efikasi Diri , dan Gender terhadap Minat Berinvestasi Gen Z*. 4(4), 634–644. <https://doi.org/10.54259/akua.v4i4.5131>
- Eka, A., Putri, S., Setyo, A., & Purnomo, D. (2025). *Pengaruh Fomo Dan Financial Influencer Di Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency Generasi Z Dengan Literasi Kripto Sebagai Variabel Moderasi*. 10(4), 2338–2351.
- Ervanto, K. F., & Anwar, M. (2024). *The Influence of Social Media Use and Financial Experience on Financial Management Behavior with Self-Control as a Moderating Variable on Career Women in Surabaya City*. 3(4), 965–978.
- Firzanty, R. A., & Kuswanti, H. D. (2025). *The Influence of Workplace FOMO and Work-Life Balance on Work Motivation, Mediated by Social Media Use Among Gen Z Creative Workers in Yogyakarta*. IV(1), 81–90. Ghazali. (2021). *metode kerja PLS*.
- Hair. (2019). *Multivariate Data Analysis (Fifth)*. Upper Saddle.
- Hikma, E., Saragih, S., & Panjitan, R. (2026). *Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z di Kecamatan Medan Timur*. 284–290.
- Kofler, M. (2025). *Love of money , FOMO , and self-control in Gen Z financial planning*. 6(2), 115–125.
- Maharani, A. (2025). *DAMPAK PERKEMBANGAN SOSIAL MEDIA TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN GEN Z*. 1, 83–88.
- Maharani, W., Banowo, E., & Setyarini, E. (2025). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Fenomena Fear Of Missing Out (Fomo) Di Kalangan Generasi Z Pada Wilayah Jakarta Utara*. 109–119.
- Mardhatillah, D. (2025). *Pengaruh Fomo Dan Sosial Media Terhadap Financial Behavior Nctzen Melalui F Anaticism Dalam Pembelian Album Dan Merchandise*. 03(02), 130–144.
- Mu, S., & Jurana, J. (2025). *Financial Behavior Patterns Of Generation Z : Netnographic Analysis Of The Fear Of Missing Out (Fomo) Phenomenon*. 23–34.

- Nurfadilla, R. S., Athar, M. A., Afifah, N. Z., & Syarifah, R. (2024). *Perilaku Fomo Pada Mahasiswa Generasi Z Di Prodi Bk Uhamka*. 5(2), 56–65.
- Pani, W. T., & Muat, S. (2025). *Financial Wellness Gen Z : The Influence Of Financial Literacy , Behavior , Stress , Religiosity , Locus Of Control , And Fomo*. 8(2), 195–205.
- Permatasari, L. P., & Yuhertiana, I. (2025). *Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Self-Control Terhadap Penggunaan Pinjaman Online Pada Mahasiswa Gen Z*. 7(1), 144–152. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v7i1.7989>
- Prawitasari, D., Kadarningsih, A., & Ahmad, M. (2025). *Financial Behavior Of Gen Z Students: Digital Lifestyle , Fomo , And Financial Literacy*. 23(3), 475–487. <https://doi.org/10.26623/slsi.v23i3.12359>
- Putra, Z. R., & Hayati, N. (2025). *Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) Untuk Meningkatkan Konsumerisme Pada Generasi Z*. 02(02), 175–186.
- Risqina, F. S., & Puspita, A. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Fear Of Miss- Ing Out (Fomo) Dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Generasi-Z Di Kota Bandung*.
- Sabila, K., & Tawaqal, R. S. (2025). *Fenomena Budaya Fomo (Fear Of Missing Out) Di Media Sosial Tiktok Pada Kalangan Gen Z*. 08(01), 110–129.
- Sujarweni. (2021). *Metode Penelitian : Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Wulan. (2025). *Social Media Advertising, Fear of Missing Out (FOMO), and Impulsive Purchase Decision of iPhone among Generation Z in Indonesia: Evidence from Jambi City*. 7(4), 93–101.
- Yulianto, M. D., Anggraeni, M. D., Alviasari, A., Adi, M., Maya, M., Amelia, R., Wijaya, R., & Rozak, A. (2024). *Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) di Media Sosial terhadap Kesehatan Keuangan Generasi Z*. 2(2).