

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel peran orang tua, materialisme, dan *impulsive buying* terhadap perilaku menabung bagi generasi Z yang berada diwilayah Jawa Timur. Dalam penelitian ini, sampel penelitian yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Dan alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji deskriptif dan uji inferensial atau alat uji statistik menggunakan *Partial Least Square* (PLS).

Berdasarkan uji yang telah dilakukan, hasil untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Materialisme berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z. Dengan demikian hipotesis pertama ditolak
2. *Impulsive Buying* memediasi penuh pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung generasi Z. Dengan demikian hipotesis kedua diterima.
3. Peran orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z. Dengan demikian hipotesis ke tiga diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dalam pelaksanaannya, peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Variabel dalam penelitian kolaborasi terlalu banyak, sehingga responden jemuhan dalam mengisi kuesioner.

2. Kuesioner yang tidak bisa diolah oleh peneliti karena tidak lengkapnya data dan tidak dapat dikonfirmasi kembali dikarenakan tahun kelahiran yang belum memenuhi kriteria serta ada beberapa item pernyataan yang tidak diisi.
3. Peneliti kurang representatif dan general dalam pengumpulan data untuk setiap kabupaten di Jawa Timur
4. Pengukuran pada variabel *impulsive buying* yaitu cara berbelanja dan motivasi belanja tidak dapat keduanya di gabung namun harus dilakukan pengujian per dimensi variabel.
5. Hasil penelitian ini memiliki nilai R^2 yang masih rendah yaitu 0,10, sehingga perlu di eksplorasi lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti ingin memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk generasi Z maupun peneliti selanjutnya.

Berikut adalah saran-saran yang dapat peneliti berikan:

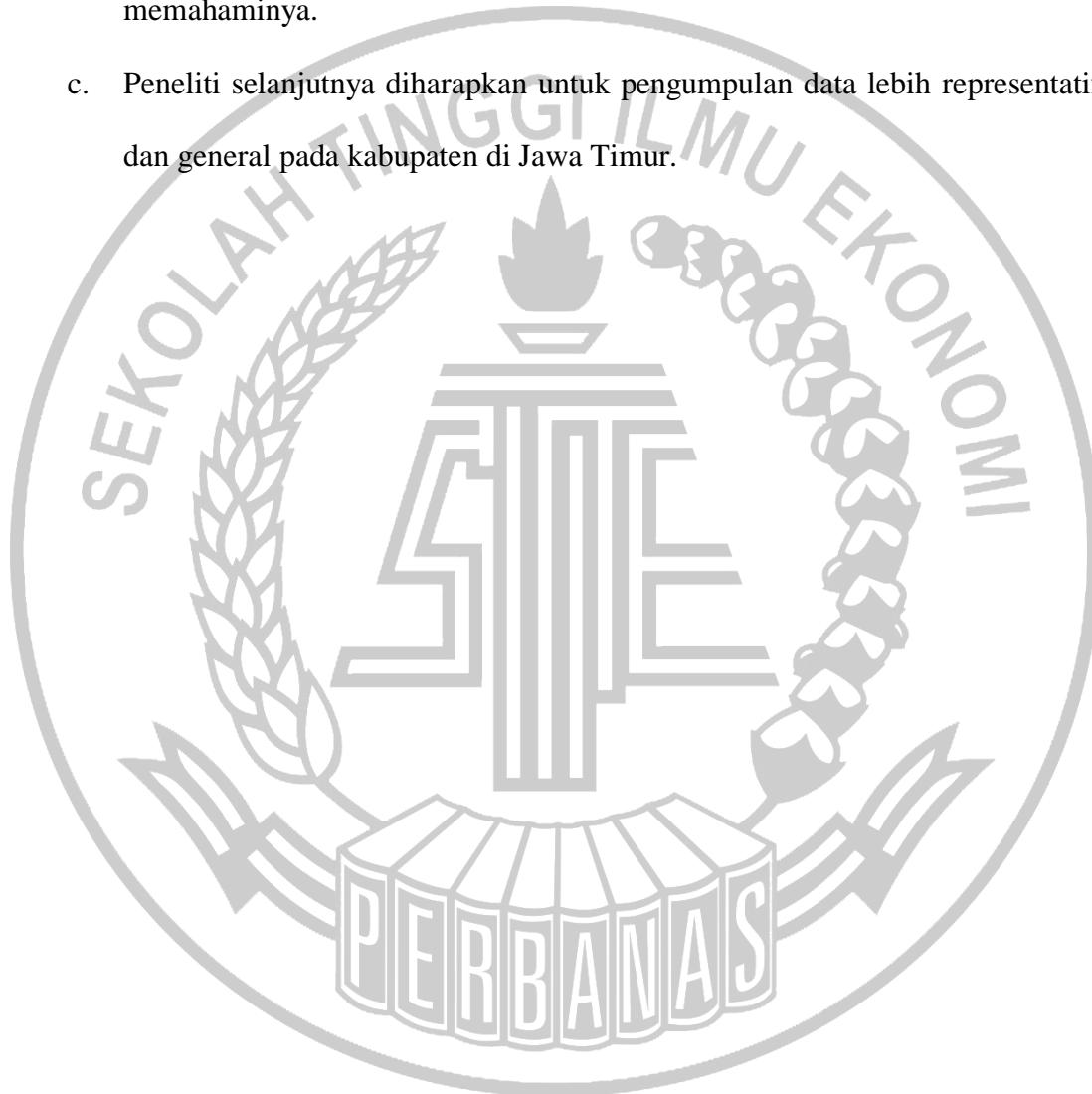
1. Bagi Masyarakat

Diharapkan bagi masyarakat khususnya generasi Z untuk kedepannya mampu untuk meningkatkan perilaku menabung karena menabung dapat memberikan manfaat dijangka waktu yang akan datang.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Memperluas penelitian selain diwilayah Jawa Timur dan informasi yang didapatkan lebih lengkap.

- b. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel lain yang berhubungan dengan perilaku menabung agar mendapatkan hasil R^2 yang lebih besar. Mendampingi responden dalam pengisian kuesioner agar responden dapat mengerti pertanyaan-pertanyaan yang diajukan apabila responden kurang memahaminya.
- c. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk pengumpulan data lebih representatif dan general pada kabupaten di Jawa Timur.



DAFTAR PUSTAKA

- Andrea, B., Gabriella, H.-C. & Tímea, J., 2016. Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), pp. 90-106.
- Assael, H., 2000. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. 6th penyunt. Jakarta: Salemba Empat.
- Dittmar, H., 2005. Compulsive Buying - A Growing Concern? An Examination of Gender, Age, and Endorsement of Materialistic Values as Predictors. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(6), pp. 832-859.
- Ghozali, I., 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. 7th penyunt. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gupta, M., Brantley, A. & Jackson, V. P., 2010. Product Involvement as a Predictor of Generation Y Consumer Decision Making Styles. *The Business Review*, 14(2), pp. 28-33.
- Hanzaee, K. H. & Aghasibeig, S., 2010. Iranian Generation Y Female Market Segmentation. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), pp. 165-176.
- Jamal, A. A. A. et al., 2015. The Effects of Social Influence and Financial Literacy on Savings Behavior. *International Journal of Business and Social Science*, 6(11).
- Jorgensen, B. L., 2007. Financial Literacy of College Students: Parental and Peer Influence.
- Kuncoro, M., 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. 3th penyunt. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M., 2013. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lester, D. H., Forman, A. M. & Lloyd, D., 2005. Internet Shopping Behavior of College Students. *Services Marketing Quarterly*, 27(2), pp. 123-138.
- Noble, S. M., Haytko, D. L. & Philips, J., 2009. What Drives College-age Generation Y Consumers?. *Journal of Business Research*, 62(6), pp. 617-628.
- Nye, P. & Hillyard, C., 2013. Personal Financial Behavior: The Influence of Quantitative Literacy and Material Values. 6(1).
- Otto, A. M. C., 2009. *The Economic Psychology of Adolescent Saving*. Exeter: University of Exeter.
- Rendra, R. P., 2012. Dinamika Pengambilan Keputusan Menabung pada Pedagang Kecil di Pasar Gede Surakarta. p. 117.

- Richins, M. L. & Dawson, S., 1992. A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), pp. 303-316.
- Sanusi, A., 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sholihin, M. & Ratmono, D., 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: ANDI.
- Siregar, S., 2012. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sirine, H. & Utami, D. S., 2016. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Menabung di Kalangan Mahasiswa.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Thung, C. M. et al., 2012. Determinants of Saving Behaviour Among The University Students in Malaysia.
- Wahana, A., 2014. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Mahasiswa dalam Menabung. *Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Warneryd, K. E., 1999. *The Psychology of Saving: A Study on Economic Psychology*. UK: Edward Elgar.
- Widyastuti, U., Suhud, U. & Sumiati, A., 2016. The Impact of Financial Literacy on Student Teachers' Saving Intention and Saving Behaviour. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(6), p. 41.
- Yasid, M., 2009. Perilaku Menabung Ibu Rumah Tangga Keluarga Miskin Peserta Program Ikhtiar Lembaga Keuangan Mikro Syariah Berbassis Kelompok di Bogor, Jawa Barat. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 4(1), pp. 90-100.