

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang berisikan dari perumusan masalah serta hasil dari pengujian yang telah dilakukan. Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa teman sebaya berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku menabung generasi milenial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering berinteraksi dengan teman sebaya yang mempengaruhi untuk berbelanja dan terus menerus mengeluarkan uang maka akan semakin buruk perilaku menabung seseorang tersebut.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini menunjukkan bahwa materialisme berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku menabung generasi milenial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat materialisme seseorang maka akan semakin buruk perilaku menabung seseorang tersebut.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *impulsive buying* memediasi secara parsial pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung generasi milenial. Hal ini menunjukkan

bahwa semakin tinggi tingkat materialisme seorang individu maka semakin tinggi juga tingkat *impulsive buying* dari individu tersebut. Dengan demikian semakin tingginya *impulsive buying* maka perilaku menabung akan semakin baik. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang tingkat materialismenya tinggi dan gemar berbelanja maka akan menabung dahulu untuk mendapatkan barang yang diinginkannya.

5.2 **Keterbatasan Penelitian**

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menyadari terdapat beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya pernyataan yang terdapat di kuesioner sehingga responden malas untuk membaca sehingga responden ada yang mengisi asal-asalan.
2. Hasil penelitian ini memiliki nilai R^2 yang masih rendah yaitu 5% hal ini yang berarti bahwa masih ada sebesar 95% pengaruh dari variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku menabung generasi milenial.
3. Belum representatif masih terfokus pada wilayah Surabaya.

5.3 **Saran**

Berikut merupakan saran yang dapat bermanfaat dan yang dapat diberikan peneliti bagi pihak-pihak terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi generasi milenial yang belum terbiasa menabung diharapkan bisa menabung untuk keperluan dimasa yang akan datang dan yang sudah

menabung tetap mempertahankan atau lebih ditingkatkan menabungnya serta selalu menciptakan kesadaran akan pentingnya menabung.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk eksplor variabel lain guna mengetahui faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku menabung dan mendapatkan hasil yang lebih baik dari peneliti sebelumnya.
3. Memperluas wilayah penelitian dengan tujuan untuk mengetahui perilaku menabung seseorang dari luar Jawa Timur



DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry. 2000. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Edisi Keenam. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Bencsik, A., Csikos, G., & Juhaz, T. 2016. Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Blackwell, R., Engel, J., Miniard, P. 1995. *Perilaku konsumen: Jilid 2*. Alih bahasa: Budijanto. Jakarta: Binarupa aksara
- Dittmar, Helga. 2005. "Compulsive buying – a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors". *Journal of Social and Clinical Psychology*. Vol 24 No.6 Hal 832-859.
- Fisher, P.J., Hayhoe, C.R. and Lown, J.M., 2015. Gender differences in saving behaviors among low-to moderate-income households. *Financial Services Review*, 24(1), pp.1-13.
- Fransisca Mulyono. 2011. "Materialisme: Penyebab dan Konsekuensi". *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar* Vol. 15 No. 2 Hal. 44-58
- Henslin, J.M. 2006. *Sosiologi dengan Pendekatan Membumi* Edisi 6. Jakarta : Erlangga.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS21*, edisi ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- IDN Research Institute. 2018. *Indonesia Millennial Report*.
- Jamal, A.A.A., Ramlan, W.K., Karim, M.A. and Osman, Z., 2015. The effects of social influence and financial literacy on savings behavior: A study on students of higher learning institutions in Kota Kinabalu, Sabah. *International Journal of Business and Social Science*, 6(11), pp.110-119.
- Jamal Amer Azlan Abdul., Ramlan Wijaya Kamal., Karim Mohd Rahimie Abdul., Moidin Rosle., Osman Zaiton. Determinants Of Savings Behavior Among University Students In Sabah, Malaysia. *International Journal of Accounting, Finance and Business*. Volume: 1 Issue: 1 .September, 2016 pp.24-37
- John C. Mowen & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. diterjemahkan oleh Lina Salim. Jakarta: Erlangga.

- Lisa Hadija. 2013. Pengaruh Peer group dan Presentasi Belajar Ekonomi Terhadap Perilaku Komsumsi Siswa SMA Khadijah Surabaya. Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan. Vol 1, No 2.
- Lusardi, A., Mitchell, O., & Curto, V. 2010. Financial literacy among the young. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 358-380
- Mohamad Fazli Sabri, Maurice MacDonald. 2010. "Savings Behavior and Financial Problems Among College Students: The Role of Financial Literacy in Malaysia". *Cross-cultural Communication*. Vol.6 No.3
- Mudrajad Kuncoro. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, edisi 3. Erlangga: Jakarta.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Ni Nyoman Ayu Suri Tri Cahyaning Dewi & I Gusti Agung Ketut Gede Suasana. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Materialisme Terhadap Loyalitas Merek Pengguna Produk Apple Di Kota Denpasar". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* Vol. 3 No. 3 Hal. 714-732.
- Pete Nye dan Cinnamon Hillyard. 2013. "Personal Financial Behavior: The Influence of Quantitative Literacy and Material Values Personal Financial Behavior : The Influence of Quantitative Literacy and. *Numeracy*, 6(1), Article 3. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5038/1936-4660.6.1>.
- Richins, M.L. and Dawson, S. 1992. "A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation". *Journal of consumer research* Vol. 19 No. 3 Hal. 303-316.
- Ronald E. Goldsmith, Leisa R.F., Ronald A.C. 2011. "Materialism and brand engagement as shopping motivations". *Journal of Retailing and Consumer Service* Vol. 18 Hal. 278-284.
- Santrock, John W. 2007. *Perkembangan Anak :Edisi Kesebelas Jilid Dua*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Suryanto. 2017. Pola Perilaku Keuangan Mahasiswa di Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*. Volume 07 Nomor 01
- Syofian Siregar. 2012. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta : Rajawali Pers
- Thung, C. M., C. Y. Kai, F. S. Nie, L .W. Chiun, dan T. C. Tsen. 2012. Determinants of saving behaviour among the university students in Malaysia. A Research Project Submitted in Partial Fulfillment of The Requirement for The Degree of Bachelor of Commerce (Hons) Accounting,

Faculty of Business and Finance, *Department of Commerce and Accounting, University Tunku Abdul Rahman*

Umar Tirtarahardja, La Sulo. (2005). Pengantar Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta

Umi Widyaastuti, Usep Suhud dan Ati Sumiati. 2016. *The Impact Literacy on Students Teachers' Saving Intention and Saving Behavior*. Mediterranean Journal of Social Sciences. Vol 7, No 6

Warneryd, K.E., 1999. The Psychology of Saving: A Study of Economic Psychology.

Wulandari dan Hakim. 2015. Pengaruh Love Of Money, Pendidikan Keuangan Di Keluarga, Hasil Belajar Manajemen Keuangan, Dan Teman Sebaya Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. Jurnal Akuntansi. Vol.3, No.3, Hal.1-6

Yasid, M., 2009. Perilaku menabung ibu rumah tangga Keluarga Miskin peserta program ikhtiar Lembaga Keuangan Mikro Syariah berbasis kelompok di Bogor, Jawa Barat. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 4(1). 1 (januari-Juli) Pp 90-100

