

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan SEM mengenai pengaruh *Financial Behavior* dan *Financial Attitude* terhadap *Financial Satisfaction* (Studi pada Mahasiswa Pengguna Go-Pay di Universitas Pendidikan Indonesia) dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. *Financial Behavior* pada pada Mahasiswa Pengguna Go-Pay di Universitas Pendidikan Indonesia dinilai sudah cukup baik, dimana sebagian besar Mahasiswa Pengguna Go-Pay di Universitas Pendidikan Indonesia memiliki pengelolaan keuangan yang sudah cukup baik. Dimensi yang memperoleh skor tertinggi adalah dimensi *Consumption* dan dimensi yang mendapatkan tanggapan terendah dari responden adalah dimensi *Saving and Investment*. *Finacial Attitude* pada Mahasiswa Pengguna Go-Pay di Universitas Pendidikan Indonesia dinilai sudah cukup baik, dimana sebagian besar Mahasiswa Pengguna Go-Pay di Universitas Pendidikan Indonesia memiliki pola pikir mengenai keuangan yang baik, sehingga dapat mengelola keuangan mereka. Dimensi yang memperoleh skor tertinggi adalah dimensi *Retention*, sedangkan dimensi yang mendapatkan tanggapan terendah adalah dimensi *Obsession*. *Financial Satisfaction* Mahasiswa Pengguna Go-Pay di Universitas Pendidikan Indonesia dinilai sudah cukup baik, dimana sebagian besar mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia yang menggunakan aplikasi Go-Pay merasa puas dengan kondisi keuangan yang mereka rasakan. Dimensi yang memperoleh skor tertinggi adalah dimensi pemenuhan kebutuhan bulanan dan dimensi yang mendapatkan tanggapan terendah adalah dimensi jumlah saldo pada tabungan.
2. *Financial Behavior* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Financial Satisfaction* pada Mahasiswa Pengguna Go-Pay di Universitas Pendidikan Indonesia sebesar 68,9%. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *critical ratio* yang besar dari batas minimal yang menyebabkan H_0 ditolak dan

Fitriani Salsabila, 2022

PENGARUH FINANCIAL BEHAVIOR DAN FINANCIAL ATTITUDE TERHADAP FINANCIAL SATISFACTION

(STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA GO-PAY DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

nilai R^2 sebesar 68,9%, dengan demikian *Financial Behavior* dapat menjelaskan *Financial Satisfaction* secara positif dan signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *Financial Behavior*, maka semakin tinggi *Financial Satisfaction* Mahasiswa Pengguna Go-Pay di Universitas Pendidikan Indonesia. Hasil kontribusi yang diberikan dari variabel *Financial Behavior* yang paling besar dalam membentuk *Financial Satisfaction* adalah dimensi *Cash Flow Management* yang berkorelasi dengan dimensi Pemenuhan Kebutuhan Bulanan pada *Financial Satisfaction*. Sedangkan dimensi *Financial Behavior* yang paling kecil membentuk *Financial Satisfaction* adalah dimensi *Consumption* yang berkorelasi dengan dimensi Kemampuan Membeli Barang pada *Financial Satisfaction*.

3. *Financial Attitude* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Financial Satisfaction* pada Mahasiswa Pengguna Go-Pay di Universitas Pendidikan Indonesia sebesar 73,5%. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *critical ratio* yang besar dari batas minimal yang menyebabkan H_0 ditolak dan nilai R^2 sebesar 73,5%, dengan demikian *Financial Attitude* dapat menjelaskan *Financial Satisfaction* secara positif dan signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *Financial Attitude* maka semakin tinggi *Financial Satisfaction* Mahasiswa Pengguna Go-Pay di Universitas Pendidikan Indonesia. Hasil kontribusi yang diberikan dari variabel *Financial Attitude* yang paling besar dalam membentuk *Financial Satisfaction* adalah dimensi *Power* yang berkorelasi dengan dimensi Jumlah Saldo Tabungan pada *Financial Satisfaction*. Sedangkan dimensi *Financial Behavior* yang paling kecil membentuk *Financial Satisfaction* adalah dimensi *Obsession* yang berkorelasi dengan dimensi Pendapatan pada *Financial Satisfaction*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat lebih diperhatikan oleh peneliti yang akan datang dalam menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut adalah

Fitriani Salsabila, 2022

PENGARUH FINANCIAL BEHAVIOR DAN FINANCIAL ATTITUDE TERHADAP FINANCIAL SATISFACTION

(STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA GO-PAY DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Dalam penjelasan di latar belakang masalah masih belum terungkap inti permasalahan penelitian.
2. Jumlah responden yang hanya 374, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai *Pengaruh Financial Behavior dan Financial Attitude terhadap Financial Satisfaction (Studi pada Mahasiswa Pengguna Go-Pay di Universitas Pendidikan Indonesia)* sebagai berikut.

1. Dimensi *Financial Behavior* yang paling rendah yaitu aspek *Saving and Investment*, pihak Go-Pay perlu meningkatkan layanan, menambah fitur-fitur dan promo-promo yang menarik supaya penggunanya tertarik menggunakan Go-Pay tidak hanya untuk bertransaksi keuangan saja akan tetapi tertarik juga untuk menabung dan berinvestasi melalui aplikasi Go-Pay.
2. Dimensi *Financial Attitude* paling rendah yaitu aspek *Obsession*, pihak Go-Pay perlu mengupayakan konsep-konsep layanan yang mencerminkan pola pikir seseorang tentang uang dan persepsinya tentang masa depan untuk mengelola uang dengan baik, sehingga aplikasi Go-Pay menjadi ciri atau *Attitude* penggunanya.
3. Dimensi *Financial Satisfaction* yang paling rendah yaitu jumlah saldo pada tabungan, pihak Go-Pay perlu meningkatkan layanan dan berusaha untuk membuat pelanggannya loyal dengan memberikan kepuasan dengan cara selalu berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya, sehingga pengguna Go-Pay selalu meningkatkan jumlah saldonya.