

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian terkait pengaruh literasi keuangan dan kemudahan penggunaan sistem pembayaran QRIS terhadap keputusan pembelian pada Generasi Z di Cahaya Mulia Kopi dan Burger dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Cahaya Mulia Kopi & Burger
2. Terdapat pengaruh penggunaan sistem pembayaran QRIS terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Cahaya Mulia Kopi & Burger
3. Terdapat pengaruh literasi keuangan dan penggunaan sistem pembayaran QRIS terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Cahaya Mulia Kopi & Burger

#### **5.2 Saran Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian melalui QRIS pada Generasi Z di Cahaya Mulia Kopi & Burger, peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Pelaku Usaha (UMKM)

Pelaku usaha seperti Cahaya Mulia Kopi & Burger disarankan untuk terus memfasilitasi dan mempromosikan sistem pembayaran digital seperti QRIS karena terbukti dapat meningkatkan keputusan pembelian, khususnya dari konsumen Gen Z. Selain itu, edukasi ringan melalui media sosial atau saat transaksi mengenai manfaat dan keamanan penggunaan QRIS dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan konsumen.

### 2. Bagi Generasi Z sebagai Konsumen

Disarankan agar Gen Z lebih aktif mencari informasi terkait keamanan dan manfaat berbagai sistem pembayaran digital. Pemahaman yang baik terhadap fitur-fitur keuangan digital akan membuat mereka lebih bijak dalam mengambil keputusan pembelian dan mengelola keuangan pribadi.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya terbatas pada satu lokasi usaha dan kelompok usia (Generasi Z), sehingga disarankan agar penelitian selanjutnya dilakukan dengan cakupan yang lebih luas, baik secara geografis maupun demografis (misalnya melibatkan Generasi Milenial atau Gen X). Selain itu, peneliti dapat menambahkan variabel lain seperti *trust in technology*, *perceived risk*, atau *digital lifestyle* untuk memperkaya model analisis.