



Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z

Esther Rendy Gustantio^{1✉}, Amelia Setiawan², Hamfri Djajadikerta³

Universitas Katolik Parahyangan

Email: 6042101022student@unpar.ac.id^{1✉}

Abstrak

Pada era digital, penggunaan e-wallet semakin umum di kalangan Generasi Z yang tumbuh dengan teknologi modern dan cepat beradaptasi dengan inovasi baru. E-wallet menjadi alat pembayaran utama dalam berbagai aktivitas, didorong oleh inisiatif pemerintah dan kemajuan teknologi keuangan. Faktor psikologis dan perilaku, seperti gaya hidup konsumtif, financial literacy, dan persepsi kemudahan bertransaksi, diperkirakan memengaruhi penggunaan e-wallet. Penelitian ini mengkaji pengaruh gaya hidup konsumtif, financial literacy, dan persepsi kemudahan bertransaksi terhadap penggunaan e-wallet pada Generasi Z dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah survei melalui kuesioner, dengan teknik purposive sampling untuk pengambilan sampelnya. Disertai beberapa pengujian untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif dan financial literacy tidak memiliki pengaruh signifikan pada penggunaan e-wallet pada tingkat kepercayaan 95%. Namun, persepsi kemudahan bertransaksi terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan. Secara simultan, ketiga faktor ini memengaruhi penggunaan e-wallet pada Generasi Z. Temuan ini dapat membantu merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mempromosikan penggunaan e-wallet yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi Generasi Z dalam mengelola keuangan di era digital saat ini.

Kata Kunci: *Generasi Z, E-Wallet, Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, Persepsi Kemudahan Bertransaksi*

Abstract

In the digital age, the use of e-wallets is increasingly common among Generation Z who grew up with modern technology and are quick to adapt to new innovations. E-wallets are becoming the primary means of payment in various activities, fuelled by government initiatives and advancements in financial technology. Psychological and behavioural factors, such as consumptive lifestyle, financial literacy, and perceived ease of transaction, are thought to influence e-wallet usage. This research examines the influence of consumptive lifestyles, financial literacy, and perceived ease of transactions on the use of e-wallets in Generation Z using quantitative research methods. The method used to collect data is a survey through a questionnaire, with purposive sampling technique for sampling. Accompanied by several tests to analyse the data. The results showed that consumptive lifestyle and financial literacy did not have a significant influence on the use of e-wallets at the 95% confidence level. However, the perceived ease of transaction is proven to have a significant positive influence. Simultaneously, these three factors influence the use of e-wallets in Generation Z. These findings can help formulate more effective strategies to promote the sustainable and beneficial use of e-wallets for Generation Z in managing finances in today's digital era.

Keywords: *Generation Z, E-Wallet, Consumptive Lifestyle, Financial Literacy, Perceived Ease of Transaction*

PENDAHULUAN

Pada era digital yang terus berkembang, penggunaan dari e-wallet telah menjadi semakin umum ditemukan di semua kalangan, terutama di kalangan generasi Z yang tumbuh dengan teknologi modern saat ini. Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, adalah generasi yang terbiasa dengan keterampilan teknologi dan beradaptasi dengan cepat terhadap inovasi baru dalam dunia digital saat ini. Bersamaan dengan dorongan pemerintah, melalui Bank Indonesia, yang terus meningkatkan efisiensi sistem pembayaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital. Salah satu hasil dari peningkatan aksesibilitas teknologi dalam pembayaran digital adalah pengenalan e-wallet, suatu sistem dompet digital yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan sejumlah uang dalam nilai tertentu di dalam aplikasi yang dapat diakses melalui perangkat gadget atau ponsel. Di Indonesia, beberapa aplikasi populer yang digunakan oleh masyarakat antara lain OVO, GoPay, Dana, dan QRIS yang disediakan oleh berbagai bank.

Perkembangan yang terjadi dan penggunaan dari e-wallet juga tidak bisa dihindari dikarenakan perkembangan teknologi keuangan yang pesat telah mempengaruhi cara masyarakat sekarang melakukan transaksi. Dimana e-wallet sendiri sudah menjadi alat pembayaran yang paling sering digunakan dalam berbagai aktivitas, mulai dari belanja online hingga pembayaran tagihan. Namun, selain aspek teknologi, faktor-faktor psikologis

dan perilaku juga memainkan peran penting dalam penggunaan e-wallet di antara generasi ini.

Gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi oleh tren media sosial dan budaya belanja dapat mempengaruhi keputusan penggunaan e-wallet para generasi Z (Pralytha, 2023). Sementara itu, tingkat literasi keuangan juga dapat mempengaruhi kemampuan generasi Z dalam mengelola dan memahami implikasi keuangan dari penggunaan e-wallet. Melalui hasil penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan mampu mempengaruhi minat menggunakan alat pembayaran digital (Mahmuda, 2021). Ditambah dengan persepsi tentang kemudahan bertransaksi menggunakan e-wallet juga turut menjadi faktor kunci dalam adopsi teknologi yang terus berkembang ini. Putri, et al. (2023) menemukan bahwa persepsi kemudahan menjadi salah satu faktor mahasiswa untuk menggunakan e-wallet. Berdasarkan faktor-faktor tersebutlah, perlu kajian lebih lanjut apakah benar ketiga faktor tersebut benar mempengaruhi seseorang untuk menggunakan e-wallet. Sehingga dapat ditemukan strategi yang lebih efektif dalam mempromosikan penggunaan e-wallet yang berkelanjutan dan berdaya guna bagi generasi Z dalam mengelola keuangan mereka di era digital saat ini.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif, dengan metode pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner berinstrumen skala Likert. Kuesioner tersebut akan didistribusikan kepada narasumber terkait, dan data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dengan jumlah responden sebanyak 109 orang. Metode pemilihan sampel yang diterapkan adalah purposive sampling, yakni memilih responden yang merupakan generasi Z dan aktif menggunakan e-wallet. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics, dengan metode analisis data yang meliputi beberapa tahapan, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 4.1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Sub Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Wanita	73	67%
	Pria	36	33%
Tingkat Pendidikan Terakhir	SMP	2	2%
	SMA / SMK	79	72%
	D3	2	2%
	S1	26	24%
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	83	76%
	Karyawan Swasta / Pemerintah	11	10%
	Profesional	1	1%
	Wiraswasta / Entrepreneur	11	10%
	Tidak Bekerja	3	3%
Total		109	100%

Sumber: Hasil olahan statistik IBM SPSS Statistics 23

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa dari total responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, 67% adalah wanita dan 33% adalah pria, menggambarkan proporsi pengguna e-wallet di kalangan Generasi Z yang didominasi oleh wanita. Mengenai tingkat pendidikan terakhir, mayoritas responden, yaitu 72,5%, merupakan lulusan SMA/SMK, 23,9% memiliki pendidikan terakhir S1, dan sisanya adalah lulusan D3 dan SMP. Distribusi ini memberikan gambaran tentang latar belakang pendidikan responden. Dalam hal pekerjaan, mayoritas responden, yaitu 76,1%, adalah pelajar atau mahasiswa, 10,1% bekerja sebagai karyawan, dan sisanya tersebar di berbagai kategori pekerjaan lainnya seperti wiraswasta, profesional, dan tidak bekerja. Distribusi ini menggambarkan latar belakang pekerjaan Generasi Z yang menggunakan e-wallet dalam penelitian ini.

Hasil Uji Validitas

Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Gaya Hidup Konsumtif (X1)	GHK1	0,817	0,2126	Valid
	GHK2	0,807		Valid
	GHK3	0,792		Valid
	GHK4	0,867		Valid
	GHK5	0,637		Valid
	GHK6	0,806		Valid
<i>Financial Literacy</i> (X2)	FL1	0,584	0,2126	Valid
	FL2	0,712		Valid
	FL3	0,679		Valid
	FL4	0,673		Valid
	FL5	0,621		Valid
Persepsi Kemudahan Bertransaksi (X3)	PKB1	0,666	0,2126	Valid
	PKB2	0,786		Valid
	PKB3	0,756		Valid
	PKB4	0,785		Valid
	PKB5	0,787		Valid
Penggunaan E-Wallet (Y)	PE1	0,796	0,2126	Valid
	PE2	0,803		Valid
	PE3	0,813		Valid
	PE4	0,805		Valid

Sumber: Hasil olahan statistik IBM SPSS Statistics 23

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} untuk setiap item kuesioner lebih besar dari nilai r_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa semua item dalam kuesioner valid dan mampu mengukur variabel yang dimaksud dengan akurat.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's alpha	Keterangan
Gaya Hidup Konsumtif (X1)	6	0,878	Reliabel
<i>Financial Literacy</i> (X2)	5	0,665	Reliabel
Persepsi Kemudahan Bertransaksi (X3)	5	0,808	Reliabel
Penggunaan E-Wallet (Y)	4	0,790	Reliabel

Sumber: Hasil olahan statistik IBM SPSS Statistics 23

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai α yang memenuhi kriteria tersebut, sehingga instrumen yang digunakan dapat dianggap konsisten dan andal dalam mengukur variabel-variabel penelitian.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 4.4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40556529
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.095
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.062
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.058
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.052
	Upper Bound	.064

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.

Sumber: Hasil olahan statistik IBM SPSS Statistics 23

Hasil menunjukkan bahwa data penelitian mengikuti distribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yaitu 0,062 yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi dan data dapat digunakan untuk analisis statistik selanjutnya.

Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 4.5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	3.477	1.993		1.744	.087		
	GHK	.056	.041	.146	1.358	.180	.910	1.099
	FL	.067	.162	.043	.412	.682	.941	1.062
	PKB	.526	.101	.567	5.220	<.001	.885	1.129

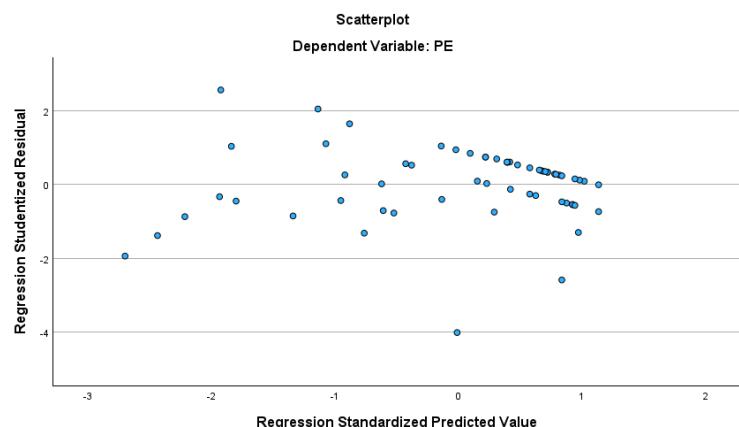
a. Dependent Variable: PE

Sumber: Hasil olahan statistik IBM SPSS Statistics 23.

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam data penelitian ini. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk semua variabel independen yang berada di bawah angka 10 dan nilai tolerance yang lebih besar dari 0,1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen tidak terdapat hubungan yang sangat kuat sehingga data ini memenuhi asumsi bebas multikolinieritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.6. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil olahan statistik IBM SPSS Statistics 23

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam data penelitian ini. Hal ini ditunjukkan oleh pola sebaran residual yang acak dan tidak membentuk pola tertentu.

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4.7. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.477	1.993		1.744	.087
	GHK	.056	.041	.146	1.358	.180
	FL	.067	.162	.043	.412	.682
	PKB	.526	.101	.567	5.220	<.001

a. Dependent Variable: PE

Sumber: Hasil olahan statistik IBM SPSS Statistics 23

Dasar pengambilan keputusan uji t adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima, berlaku sebaliknya. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji parsial pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Variabel gaya hidup konsumtif (X1) memiliki nilai signifikansi 0,180 $> 0,05$, sehingga H1 ditolak, menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan e-wallet pada Generasi Z. Variabel financial literacy (X2) memiliki nilai signifikansi 0,682 $> 0,05$, sehingga H2 ditolak, menunjukkan bahwa financial literacy juga tidak berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan e-wallet pada Generasi Z. Sebaliknya, variabel persepsi kemudahan bertransaksi (X3) memiliki nilai

signifikansi $<0,001 < 0,05$, sehingga H3 diterima, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan bertransaksi berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan e-wallet pada Generasi Z. Hasil uji parsial dibuktikan pengaruhnya pada tingkat kepercayaan 95%.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	80.545	3	26.848	12.910	<.001 ^b
	Residual	118.537	57	2.080		
	Total	199.082	60			

a. Dependent Variable: PE

b. Predictors: (Constant), PKB, FL, GHK

Sumber: Hasil olahan statistik IBM SPSS Statistics 23

Berdasarkan nilai Fhitung pada Tabel 4.8. maka didapatkan bahwa hasil uji parsial pada penelitian ini dengan nilai F_{hitung} sebesar $12,910 > F_{tabel}$ sebesar 2,76 sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa dapat dibuktikan pengaruh antara gaya hidup konsumtif (X_1), financial literacy (X_2), dan persepsi kemudahan bertransaksi (X_3) secara simultan terhadap penggunaan e-wallet pada Generasi Z (Y) pada tingkat signifikansi 95%.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	80.545	3	26.848	12.910	<.001 ^b
	Residual	118.537	57	2.080		
	Total	199.082	60			

a. Dependent Variable: PE

b. Predictors: (Constant), PKB, FL, GHK

Sumber: Hasil olahan statistik IBM SPSS Statistics 23

Berdasarkan Tabel 4.9. dapat terlihat bahwa variabel independen yang memenuhi nilai signifikansi $< 0,05$ hanyalah variabel persepsi kemudahan bertransaksi. Sedangkan untuk variabel gaya hidup konsumtif signifikansinya bernilai $0,180 > 0,05$ serta variabel financial literacy yang signifikansinya bernilai $0,682 > 0,05$. Sehingga variabel gaya hidup konsumtif

dan financial literacy dinilai tidak dapat dibuktikan pengaruhnya terhadap variabel Y yaitu penggunaan e-wallet pada tingkat signifikansi 95%. Maka dari itu, persamaan regresi yang dapat dibuat adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \varepsilon$$

Penggunaan e-wallet Generasi Z = 3,477 + 0,526 Persepsi Kemudahan Bertransaksi

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.1.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

		ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	80.545	3	26.848	12.910	<.001 ^b	
	Residual	118.537	57	2.080			
	Total	199.082	60				

a. Dependent Variable: PE

b. Predictors: (Constant), PKB, FL, GHK

Sumber: Hasil olahan statistik IBM SPSS Statistics 23

Hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif, financial literacy, dan persepsi kemudahan bertransaksi secara bersama-sama mempengaruhi penggunaan e-wallet pada Generasi Z sebesar 37,3%. Sementara itu, sisanya sebesar 62,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Penggunaan E-Wallet pada Generasi Z

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis H1, yang menyatakan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap penggunaan e-wallet pada Generasi Z, tidak dapat diterima pada tingkat signifikansi 95%. Uji t menunjukkan nilai signifikansi $0,180 > 0,05$, sehingga H1 ditolak. Temuan ini berbeda dengan penelitian Putri (2023), yang mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan e-wallet jika sesuai dengan gaya hidup mereka. Perbedaan hasil ini mungkin disebabkan oleh perbedaan konteks, populasi yang diteliti, atau variabel lain yang tidak diukur. Meskipun gaya hidup konsumtif sering dikaitkan dengan perilaku pembelian impulsif, pengaruhnya terhadap penggunaan e-wallet tidak signifikan dalam konteks ini. Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif bukanlah faktor utama dalam adopsi e-wallet oleh Generasi Z, sehingga strategi

promosi e-wallet yang efektif harus fokus pada aspek lain untuk mendukung penggunaan yang berkelanjutan dan efisien.

Pengaruh Financial Literacy Terhadap Penggunaan E-Wallet pada Generasi Z

Hasil pengujian sebelumnya menunjukkan bahwa H2, yang menyatakan pengaruh financial literacy terhadap penggunaan e-wallet pada Generasi Z, tidak dapat diterima pada tingkat signifikansi 95%. Nilai signifikansi uji t sebesar $0,682 > 0,05$, sehingga H2 ditolak. Hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Wiwik et al. (2023) di Indonesia dan Long et al. (2023) di Jepang, yang menemukan pengaruh signifikan antara financial literacy dan penggunaan e-wallet. Perbedaan temuan ini kemungkinan disebabkan oleh variasi dalam konteks budaya, karakteristik sampel penelitian, atau metode pengukuran yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa financial literacy bukanlah faktor utama yang mendorong Generasi Z untuk menggunakan e-wallet, sehingga perlu identifikasi faktor lain untuk mendukung penggunaan e-wallet yang berkelanjutan dan efisien di masa depan.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet pada Generasi Z

Hasil pengujian sebelumnya menunjukkan bahwa hipotesis H3, yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap penggunaan e-wallet pada Generasi Z, dapat diterima pada tingkat signifikansi 95%. Hal ini diperkuat oleh nilai signifikansi dari uji t $<0,001 < 0,05$, menandakan penerimaan H3. Temuan ini konsisten dengan penelitian oleh Pratiwi et al. (2023) dan Indriyani dan Sartika (2022), yang menegaskan bahwa kemudahan penggunaan e-wallet menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan berulang oleh Generasi Z. Kesimpulan ini menggarisbawahi pentingnya penyedia layanan e-wallet untuk mengembangkan fitur yang lebih ramah pengguna dan memberikan edukasi tentang manfaat e-wallet, sebagai strategi untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan e-wallet serta membantu Generasi Z dalam mengelola keuangan secara efisien di era digital.

Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet pada Generasi Z

Hasil pengujian menunjukkan bahwa H4, yang menguji pengaruh simultan dari gaya hidup konsumtif, financial literacy, dan persepsi kemudahan bertransaksi terhadap penggunaan e-wallet pada Generasi Z, diterima dengan tingkat kepercayaan 95%. Uji F menghasilkan nilai $F_{hitung} sebesar 12,910 > F_{tabel} sebesar 2,76$, memperkuat kesimpulan ini. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif, financial literacy,

dan persepsi kemudahan bertransaksi secara bersama-sama mempengaruhi penggunaan e-wallet pada generasi Z sebesar 37,3%. Sementara itu, 62,7% dari faktor-faktor lain di luar penelitian ini turut memengaruhi penggunaan e-wallet, seperti yang telah ditunjukkan dalam penelitian terdahulu yang menyoroti faktor persepsi kemanfaatan, kepercayaan, keamanan transaksi, promosi, dan variabel lainnya (Pratiwi, 2023; Ramadhanti, 2022; Pralytha, 2023; Hawari, 2023).

Rekomendasi rinci untuk gambar adalah sebagai berikut: (a) Pastikan gambar jelas dan dapat dibaca dengan huruf yang diketik. (b) Figur hitam & putih atau berwarna diperbolehkan. (c) Jika sebuah gambar mencakup dua kolom, itu harus ditempatkan di bagian atas atau bawah halaman. (d) Ilustrasi hard copy sebaiknya dipindai dan disertakan dalam versi elektronik dari kiriman dalam format yang sesuai. (e) Jika gambar tidak dapat dipindai, aslinya harus ditempatkan di lokasinya di dalam naskah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Gaya hidup konsumtif tidak dapat dibuktikan pengaruhnya terhadap penggunaan e-wallet pada generasi Z pada tingkat kepercayaan 95%.
2. Financial literacy tidak dapat dibuktikan pengaruhnya terhadap penggunaan e-wallet pada generasi Z pada tingkat kepercayaan 95%.
3. Persepsi kemudahan bertransaksi dapat dibuktikan pengaruhnya terhadap penggunaan e-wallet pada generasi Z pada tingkat kepercayaan 95%. Pengaruh yang dihasilkan melalui persamaan regresi adalah pengaruh positif.
4. Gaya hidup konsumtif, financial literacy, dan persepsi kemudahan bertransaksi berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan e-wallet pada generasi Z pada tingkat kepercayaan 95%.

DAFTAR PUSTAKA

- Indriyani, D., Sartika, S.H. 2022. Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19. Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen. Volume 6 No. 1 Maret 2022 P-ISSN 2550-0805 | E-ISSN 2550-079168
- Ispriyahadi, H., Wati, L. N., Saputra, W., Darwis, H., & Zaenudin, Z. (2022). Does fintech iteration affect cashless society and individual shopping culture? International Journal of Commerce and Finance, 8(1), 63-84. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/does-fintech-literation-affect->

[cashless-society/docview/2687457027/se-2](https://www.jstor.org/stable/docview/2687457027/se-2)

- K Respati, Dwi & Widyastuti, Umi & Nuryati, Tutty & Musyaffi, Ayatulloh & Handayani, Bestari & Ali, Rahma. (2023). How do students' digital financial literacy and financial confidence influence their financial behavior and financial well-being?. *Nurture*. 17. 40-50. 10.55951/nurture.v17i2.154.
- Kesumastuti, Teresia. (2020). The Process of Adoption Interest in Using Digital Wallet in Central Jakarta (Case Study on Go-Pay Users). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*. 7. 277. 10.18415/ijmmu.v7i2.1463.
- Laily, N. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan. *Journal of Accounting and Business Education*, 3(1).
- Long, T. Q., Morgan, P. J., & Yoshino, N. (2023). Financial literacy, behavioral traits, and ePayment adoption and usage in japan. *Financial Innovation*, 9(1), 101. doi:<https://doi.org/10.1186/s40854-023-00504-3>
- Mahmuda, L. F. (2021). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoJek Pada Layanan GoPay di Masa Pandemi Covid-19. Doctoral dissertation. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah.
- Meidawati, N., Yunitasari, F., & Puspita, O. D. (2022). Effect of promotion, perceived usefulness, and perceived ease of use on interest in adopting e-wallet (ovo and dana). *International Journal of Research in Business and Social Science*, Suppl.SPECIAL ISSUE, 11(8), 191-201. doi:<https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i8.2060>
- Nustini, Y., Tumewang, Y. K., & Wardhani, A. A. (2024). Consumerism driven by the use of E-wallet. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 13(3), 380-395. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/consumerism-driven-use-e-wallet/docview/2886395069/se-2>
- Pratiwi, I. S., Fitria, D., & Burhanudin, B. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Shopeepay (Studi Kasus Pada Karyawan PT Sarana Utama Adimandiri). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 3795–3804. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i3.2550>
- Putri, M.T., Hatta, A.J., Indraswono, C. 2023. Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Risiko Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa di Yogyakarta. *JEB* Vol.17 No. 3 (2023)
- Ramadhanti, Salsabila Putri (2022). Determinants of E-Wallet Adoption: Perceived Ease Of Use, Trust, and Perceived Usefulness, 19(2), P 1-13

- Saraswati, P. D. S., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet OVO Pada Transportasi Online Grab. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 68–79. <https://doi.org/10.23887/jap.v1i1.25730>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Seldal, M.M.N., Nyhus, E.K. Financial Vulnerability, Financial Literacy, and the Use of Digital Payment Technologies. *J Consum Policy* 45, 281–306 (2022). <https://doi.org/10.1007/s10603-022-09512-9>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tim Penyusun Bidang Kajian Kebijakan dan Inovasi Administrasi Negara. (2018). Processing Data Penelitian menggunakan SPSS. <<https://aceh.lan.go.id/wp-content/uploads/2018/10/Modul-SPSS.pdf>>
- Wahab, N. A., & Bunyamin, M. (2023). The impact of financial literacy on financial risk tolerance: Mediating role of financial behavior. *Global Business and Management Research*, Suppl.Special Issue Theme: Economic Transformation and Sustainability, 15(2), 169-182. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/impact-financial-literacy-on-risk-tolerance/docview/2852024629/se-2>
- Winarta, A. H., Djajadikerta, H., & Wirawan, S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Promosi Penjualan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Accounting and Business Studies*, Vol. 4, No. 2.
- Wiwik, V., Achmadi, A., & Syahrudin, H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan E-Wallet Serta Dampaknya terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak. *Jurnal Sinestesia*, 13(2), 1374–1381. Retrieved from <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/514>
- Yong Lee, Y., Lay Gan, C., and Wei Liew, T. (2021). in Impulse Buying's Antecedents and Consequences: Malaysian E-wallet Users PerceptionsProceeding of the 2021 5th International Conference on Software and E-Business (ICSEB).