

Pengaruh Penggunaan *E-Wallet*, Kemudahan Teknologi, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Jakarta Utara

Fatmah Ningrum^{1*}, Tri Lestari², Dian Berliansyah Putra³

Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2,3}

Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10450

Email Korespondensi: fatmahnr25@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam pola transaksi masyarakat. Penggunaan *e-wallet*, akses teknologi yang semakin praktis, serta kemampuan individu dalam mengelola keuangan menjadi faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-wallet*, kemudahan teknologi, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Jakarta Utara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling* melalui teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan generasi Z di Jakarta Utara dan menggunakan *e-wallet* dan pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 25 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji T, uji F, uji koefisien determinasi, dan uji koefisien regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,049 ($<0,05$). Namun, kemudahan teknologi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif karena nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,241 ($>0,05$). Sementara itu, literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Penelitian secara simultan juga menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet*, kemudahan teknologi, dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan dengan nilai F-hitung 11,914 lebih besar dari F-tabel 2,70 dan nilai signifikansi $<0,001$ ($<0,05$) dan hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,249 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi perilaku konsumtif sebesar 24,9%, sedangkan sisanya sebesar 75,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: *E-Wallet*; Kemudahan Teknologi; Literasi Keuangan; Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

The development of digital technology has brought about changes in people's transaction patterns. The use of *e-wallets*, increasingly convenient access to technology, and individuals' ability to manage their finances are factors that can influence consumer behavior. This study aims to analyze the influence of *e-wallet* use, technological convenience, and financial literacy on the consumer behavior of Generation Z in North Jakarta. This study employs a quantitative method using *non-probability sampling* via *purposive sampling*. The sample consists of 100 respondents who are members of Generation Z in North Jakarta and use *e-wallets* and digital payments in their daily lives. Data collection was conducted by distributing a questionnaire via Google Forms. Data analysis was performed using SPSS version 25 through validity tests, reliability tests, classical assumption tests, T-tests, F-tests, coefficient of determination tests, and regression coefficient tests. The results of this study indicate that the use of *e-wallets* has a positive and significant effect on consumer behavior, as evidenced by a significance value of 0.049 (<0.05). However, technological convenience does not have a positive and significant effect on consumer behavior, as the resulting significance value is 0.241 (>0.05). Meanwhile, financial literacy has a negative and significant effect on consumer behavior, with a significance value of 0.000 (<0.05). The study also shows that, when analyzed simultaneously, the use of *e-wallets*, technological convenience, and financial literacy collectively have a significant effect, with a calculated F-value of 11.914 greater than the critical F-value of 2.70 and a significance value of <0.001 (<0.05), and a coefficient of determination (R^2) of 0.249, indicating that these three variables account for 24.9% of the variation in consumer behavior, while the remaining 75.1% is influenced by other factors outside the scope of this study.

Keywords: *E-Wallet*; Technological Convenience; Financial Literacy; Consumption Behavior

1. PENDAHULUAN

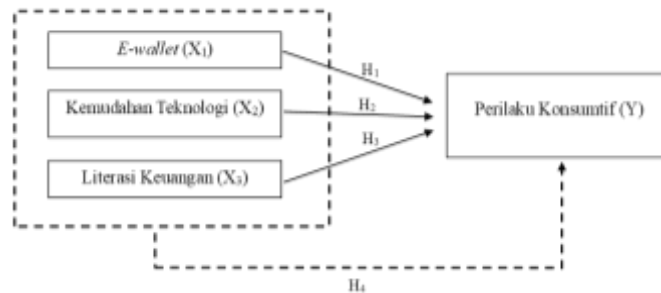
Perkembangan teknologi digital dan pembayaran non-tunai (*cashless*) semakin memengaruhi pola konsumsi masyarakat di Indonesia, khususnya Generasi Z yang memiliki adopsi tinggi terhadap teknologi.(Debi et al., 2022). Salah satu perubahan tersebut terlihat dari hasil survey Databoks (2026) yang menunjukkan jumlah transaksi uang elektronik yang semakin meningkat setiap tahunnya, dengan metode pembayaran yang paling banyak digunakan yaitu dompet digital (*e-wallet*). (data.goodstats.id, 2025). Di sisi lain, kemudahan teknologi dalam menggunakan layanan pembayaran digital juga dapat membuat aktivitas konsumsi menjadi semakin sederhana dan mendorong seseorang melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang matang. Kondisi tersebut perlu diimbangi dengan literasi keuangan yang mumpuni agar individu mampu mengelola keuangan, menentukan prioritas antara kebutuhan dan keinginan, serta mengambil keputusan konsumsi secara rasional.(Siskawati & Ningtyas, 2022). Fenomena ini menjadi penting untuk dikaji karena meningkatnya kemudahan transaksi digital tidak selalu diikuti oleh perilaku keuangan yang bijak dan dapat berkontribusi terhadap munculnya perilaku konsumtif pada Generasi Z. Penelitian terdahulu mengenai pengaruh *e-wallet*, kemudahan teknologi, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif masih menunjukkan hasil yang beragam, sehingga hubungan antarvariabel tersebut belum sepenuhnya memberikan kesimpulan yang konsisten. Selain itu, penelitian yang menguji ketiga variabel tersebut secara simultan dengan fokus pada Generasi Z di Jakarta Utara masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-wallet*, kemudahan teknologi, dan literasi keuangan baik secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Jakarta Utara.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dompet digital (*e-wallet*) menurut Bank Indonesia (BI) (2020) didefinisikan sebagai instrumen digital berbasis elektronik yang berfungsi mengintegrasikan penyimpanan data alat pembayaran, yang mencakup mekanisme berbasis kartu (*card-based*) maupun uang elektronik, dengan kapasitas menampung dana guna keperluan penyelesaian transaksi. Penggunaan *e-wallet* merupakan pemanfaatan instrumen sebagai alat pembayaran elektronik yang memudahkan pengguna dalam menyimpan dan melakukan transaksi secara praktis, cepat, dan non-tunai. Kemudahan dalam penggunaan, serta berbagai promosi, *cashback*, dan potongan harga yang ditawarkan, cenderung dapat meningkatkan dorongan untuk berbelanja meskipun barang atau jasa yang dibeli tidak selalu menjadi kebutuhan.(Fiquianto et al., 2025). Dalam perkembangannya, penggunaan *e-wallet* dapat diukur menggunakan lima indikator yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, pengaruh sosial, dan intensitas penggunaan.(Khofifah & Kardiye, 2024). Kemudahan teknologi merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan individu ketika mempelajari dan menggunakan suatu teknologi. Konsep ini mengacu pada *Perceived Ease of Use* dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) yang menjelaskan bahwa seorang individu menerima sebuah sistem karena menganggapnya praktis, efisien dan mudah digunakan serta merasa bermanfaat menggunakannya.(Ramadan & Efnita, 2024). Dalam penelitian ini, kemudahan teknologi diukur melalui enam indikator yaitu mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas dan mudah dipahami, fleksibel, mudah menjadi terampil, serta tidak membutuhkan banyak usaha (*effortless*). (Monica & Japarianto, 2022). Selanjutnya, menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2024), mendefinisikan literasi keuangan sebagai serangkaian kegiatan yang memiliki tujuan untuk memperkuat pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan kepercayaan (*confidence*) masyarakat maupun konsumen terhadap pengelolaan keuangan. Dengan adanya literasi keuangan, individu diharapkan dapat mengelola atau mengatur keuangannya secara lebih bijak, efektif, dan optimal. Dalam penelitian ini, literasi keuangan dapat diukur menggunakan tiga indikator yaitu pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan perilaku keuangan (Choerudin et al., 2023; Putri & Lestari, 2025). Sementara itu, perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu dalam membeli barang atau jasa berdasarkan keinginan, tren, promosi, maupun pengaruh sosial secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial (Novianti & Suwaidi, 2024). Dalam penelitian ini, perilaku konsumtif diukur melalui lima indikator yaitu hadiah dan promosi, kemasan yang menarik, penampilan dan gengsi, harga dan prestise, serta simbol dan status sosial.(Naning, 2022). Berdasarkan kajian tersebut, penelitian ini

menguji pengaruh penggunaan *e-wallet*, kemudahan teknologi, dan literasi keuangan baik secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Jakarta Utara.

Kerangka Berpikir



Sumber: (Peneliti, 2026)
Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis Penelitian :

H1: Penggunaan *E-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

H2: Kemudahan Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

H3: Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

H4: Penggunaan *E-wallet*, Kemudahan Teknologi, dan Literasi Keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juni 2026 dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode penyebaran kuesioner melalui Google Form. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dimana pemilihan sampel tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap elemen populasi untuk terpilih. Batasan tersebut ditetapkan agar penelitian lebih fokus, relevan, dan mampu menggambarkan hubungan antarvariabel yang diuji. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang lahir pada rentang tahun 1997 sampai dengan 2012 dan bermukim di Jakarta Utara, serta menggunakan *e-wallet* dan pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari. Dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti (*unknown population*), sehingga penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran. Adapun rumus Cochran, meliputi : (Zulfikar et al., 2024)

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Tingkat kepercayaan (95% = 1,96)

e = Sampling error atau tingkat kesalahan (10%=0,1)

p = Peluang benar = (0,5)

q = Peluang salah = (0,5)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh ukuran sampel sebesar 96,04 responden. Jumlah tersebut kemudian dibulatkan menjadi 100 responden agar sampel lebih representatif serta dapat meningkatkan keakuratan data penelitian dan mengurangi *margin of error*.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Butir Pernyataan	Skala Pengukuran
<i>E-wallet</i> (X ₁)	Menurut Bank Indonesia (BI) (BI) mendefinisikan <i>e-wallet</i> sebagai instrumen digital berbasis elektronik yang berfungsi mengintegrasikan penyimpanan data alat pembayaran, yang mencakup mekanisme berbasis kartu (<i>card-based</i>) maupun uang elektronik, dengan kapasitas menampung dana guna keperluan penyelesaian transaksi.	Persepsi Kemudahan	1	Likert
		Persepsi Manfaat	2	
		Persepsi Risiko	3-4	
		Pengaruh Sosial	5	
		Intensitas Penggunaan	6-7	
Kemudahan Teknologi (X ₂)	Davis (1989) menjabarkan bahwa kemudahan teknologi (<i>perceived ease of use</i>) berupa derajat keyakinan individu bahwa pengoperasian suatu instrumen teknologi atau sistem bersifat intuitif, mudah dimengerti, dan tidak menuntut curahan energi atau usaha yang memberatkan. (Khofifah & Kardiym, 2024).	Mudah dipelajari	1	Likert
		Mudah digunakan	2	
		Jelas dan mudah dipahami	3-4	
		Fleksibel	5	
		Mudah menjadi terampil	6	
Literasi Keuangan (X ₃)	Menurut OJK dalam Choerudin et al. (2023), mengemukakan bahwa literasi keuangan mencakup integrasi antara pemahaman kognitif, kapabilitas praktis, serta keyakinan personal yang membentuk pola pikir dan tindakan seseorang dalam mengalokasikan sumber daya finansial secara bijaksana dan efektif.	Pengetahuan keuangan	1-2	Likert
		Sikap keuangan	3-4	
		Perilaku Keuangan	5-6	
Perilaku Konsumtif (Y)	Merujuk pendapat dari Sumartono dalam Novianti & Suwaidi (2024) perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, dimana dorongan pemenuhan hasrat atau keinginan psikologis jauh lebih mendominasi dibandingkan dengan pemenuhan kebutuhan yang esensial.	Promo dan Hadiah	1	Likert
		Kemasan Menarik	2	
		Penampilan dan Gengsi	3-4	
		Harga dan Prestise	5-6	
		Status Sosial	7-8	

Sumber: (Peneliti, 2026)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Kualitas Data Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Butir	R-hitung				R-tabel	Keterangan
	X ₁	X ₂	X ₃	Y		
1	0,737	0,795	0,744	0,426	0,196	Valid
2	0,710	0,781	0,709	0,604		
3	0,737	0,852	0,846	0,738		
4	0,707	0,898	0,697	0,774		
5	0,638	0,762	0,801	0,687		
6	0,811	0,860	0,748	0,696		
7	0,833	0,757		0,766		
8				0,779		

Sumber: (Peneliti, 2026)

Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *e-wallet* (X₁), kemudahan teknologi (X₂), literasi keuangan (X₃), dan perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai r-hitung yang melebihi nilai r-tabel sebesar 0,196. Temuan statistik tersebut membuktikan seluruh instrumen berstatus valid, sehingga rangkaian analisis data dapat diteruskan ke tahap berikutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Indikator Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>E-wallet</i> (X ₁)	0,860 > 0,70	Reliabel
Kemudahan Teknologi (X ₂)	0,915 > 0,70	Reliabel
Literasi Keuangan (X ₃)	0,848 > 0,70	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,841 > 0,70	Reliabel

Sumber: (Peneliti, 2026)

Berdasarkan Tabel 3. menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *e-wallet* (X₁), kemudahan teknologi (X₂), literasi keuangan (X₃), dan perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha yang melebihi nilai batas minimum yang ditetapkan sebesar 0,70. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa keseluruhan instrumen pengumpulan data ini memiliki tingkat reliabilitas yang kuat.

4.2 Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		4,46064415
Most Extreme Differences	Absolute		0,057
	Positive		0,052
	Negative		-0,057
Test Statistic			0,057
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		0,595
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,582
		Upper Bound	0,608

Sumber: (Peneliti, 2026)

Berdasarkan Tabel 4. ditemukan bahwa perolehan nilai Asymp. Sig sebesar 0,200. Oleh karena parameter tersebut nilainya melampaui batas nilai signifikansi sebesar 0,05 ($0,200 > 0,05$), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa residual pada model regresi dalam penelitian ini terbukti berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

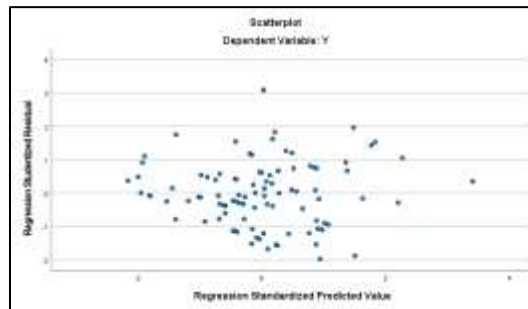
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kriteria
<i>E-wallet</i> (X_1)	0,441	2,268	Tidak terjadi multikoloniearitas
Kemudahan Teknologi (X_2)	0,431	2,321	
Literasi Keuangan (X_3)	0,930	1,076	

Sumber: (Peneliti, 2026)

Tabel 5. Menunjukkan hasil pengujian variabel *E-wallet* (X_1), Kemudahan Teknologi (X_2), Literasi Keuangan (X_3), secara simultan memiliki nilai *Tolerance* $> 0,10$ sebesar (0,441; 0,431; 0,930) dan nilai VIF $< 10,00$ yaitu sebesar (2,268; 2,321; 1,076). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data yang dianalisis dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: (Peneliti, 2026)

Gambar 2. Hasil Uji *Scatterplot*

Berdasarkan Gambar 2. menunjukkan titik-titik residual memencar secara acak dan tanpa membentuk suatu pola struktural tertentu. Fenomena grafis ini mengonfirmasi bahwa varians residual dalam model berada dalam kondisi yang konstan. Atas dasar temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diaplikasikan dalam studi ini terbebas dari indikasi maupun masalah heteroskedastisitas.

Uji Linearitas (Data Time Series)

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig. <i>Deviation from Linearity</i>	Kriteria
<i>E-wallet</i> (X_1)	$0,075 < 0,05$	Tidak terjadi Penyimpangan Linearitas
Kemudahan Teknologi (X_2)	$0,875 < 0,05$	
Literasi Keuangan (X_3)	$0,327 < 0,05$	

Sumber: (Peneliti, 2026)

Berdasarkan pada Tabel 6. menunjukkan hasil dari variabel *e-wallet* (X_1), kemudahan teknologi (X_2), dan literasi keuangan (X_3) dengan seluruh nilai sig. *Deviation from Linearity* diatas nilai tolak ukur sebesar 0,05, yaitu sebesar (0,075; 0,875; dan 0,327 $< 0,05$), maka dapat ditarik simpulan bahwa seluruh variabel pada data tersebut mengalami penyimpangan linearitas.

4.3 Uji Hipotesis Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	25.453	4.198		6,063	<.001
X1	.335	.168	.261	1.991	.049
X2	.215	.183	.156	1.179	.241
X3	-.612	.122	-.455	-5.035	<.001
a. Dependent Variable: Y					

Sumber: (Peneliti, 2026)

Hasil uji regresi linear berganda pada Tabel 7. menghasilkan persamaan:

$$Y = 25,453 + 0,335 X_1 + 0,215 X_2 - 0,612 X_3$$

Berdasarkan hasil tersebut, mengindikasikan bahwa *e-wallet* (X_1), kemudahan teknologi (X_2), dan literasi keuangan (X_3) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y). Variabel yang memiliki kontribusi paling besar terhadap perilaku konsumtif adalah literasi keuangan (X_3) dengan nilai koefisien $|-0,612|$, yaitu sebesar (0,612), kemudian nilai *e-wallet* (X_1) sebesar (0,335) dan disusul kemudahan teknologi (X_2) sebesar (0,215).

Uji T (Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji T

No.	Variabel	B	t-hitung	t-tabel	Sig.	Keterangan
1	<i>E-wallet</i> (X_1)	0,335	1,991	1,985	0,049	H_0 ditolak, H_a diterima
2	Kemudahan Teknologi (X_2)	0,215	1,179	1,985	0,241	H_0 diterima, H_a ditolak
3	Literasi Keuangan (X_3)	-0,612	-5,035	1,985	0,000	H_0 ditolak, H_a diterima

Sumber: (Peneliti, 2026)

Berdasarkan Tabel 8. hasil uji T pada penelitian ini, meliputi :

1. Penggunaan *E-Wallet* (X_1) memiliki nilai t-hitung sebesar 1,991 dengan nilai signifikansi 0,049. Karena t-hitung lebih besar dari t-tabel ($1,991 > 1,985$) dan nilai Sig. $< 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,335, maka X_1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).
2. Kemudahan Teknologi (X_2) memiliki nilai t-hitung sebesar 1,179 dan Sig. 0,241. Karena t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($1,179 < 1,985$) dan Sig. $> 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,215, maka X_2 berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).
3. Sementara itu, Literasi Keuangan (X_3) memiliki nilai t-hitung sebesar -5,035 dengan Sig. $< 0,001$. Nilai $|t\text{-hitung}|$ lebih besar dari t-tabel ($5,035 > 1,985$) dan Sig. $< 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar -0,612, sehingga X_3 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Uji F (Simultan)

Tabel 9. Hasil Uji F

Variabel	F-hitung	F-tabel	Sig.	Keterangan
X_1, X_2, X_3	11,914	2,70	$< 0,001$	H_0 ditolak, H_a diterima

Sumber: (Peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil uji F (simultan) pada Tabel 9, diperoleh nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel yaitu sebesar (11,914 $< 2,70$), dengan nilai Sig. $< 0,001$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel *e-wallet* (X_1), kemudahan teknologi (X_2), dan literasi keuangan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

4.4 Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi Parsial

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	Nilai beta X Zero order	Hasil	%
<i>E-wallet</i> (X_1)	0,261 x 0,279	0.072819	7.3%
Kemudahan Teknologi (X_2)	0,156 x 0,232	0.036192	3.6%
Literasi Keuangan (X_3)	-0,455 x -0,357	0.16244	16.2%

Sumber: (Peneliti, 2026)

Berdasarkan Tabel 10, besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap perilaku konsumtif (Y) dihitung melalui perkalian nilai Beta dengan Zero-order. Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial (Uji T), variabel Literasi Keuangan (X_3) dan *E-wallet* (X_1) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan (H_a diterima), dengan besaran kontribusi masing-masing sebesar 16,2% dan 7,3%. Hasil ini mengindikasikan bahwa Literasi Keuangan (X_3) bertindak sebagai faktor determinasi yang paling dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif (Y). Sementara itu, untuk variabel Kemudahan Teknologi (X_2), hasil uji T menunjukkan H_a ditolak yang berarti tidak terdapat bukti pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Dengan demikian, besaran persentase 3,6% pada variabel X_2 tidak dapat diinterpretasikan sebagai bentuk kontribusi yang berarti secara statistik inferensial.

Uji Koefisien Determinasi Simultan

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 ^a	.271	.249	4.530

a. Predictors: (Constant), X_1 , X_2 , X_3

Sumber: (Peneliti, 2026)

Berdasarkan pada Tabel 11, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,249 atau setara dengan 24,9%. Angka ini mengindikasikan bahwa variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara bersama-sama memiliki kapasitas untuk menerangkan variasi perilaku konsumtif (Y) sebesar 24,9%. Sementara itu, sisa variabilitas sebesar 75,1% diterangkan oleh kontribusi faktor-faktor lain diluar penelitian ini

Pembahasan

Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t menunjukkan bahwa *E-Wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($1,991 > 1,985$) dengan nilai sig. sebesar 0,049 ($< 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan *e-wallet*, maka kecenderungan perilaku konsumtif juga meningkat. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Azzahra et al. (2026) dan penelitian Susilowati et al. (2025).

Pengaruh Kemudahan Teknologi terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t menunjukkan bahwa Kemudahan Teknologi memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, dengan hasil nilai t-hitung kurang dari nilai t-tabel ($1,179 < 1,985$) dan nilai sig. sebesar 0,241 ($> 0,05$). Hal tersebut mengindikasikan bahwa kemudahan teknologi belum menjadi faktor penyebab kecenderungan perilaku konsumtif dalam penelitian ini. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian dari Rudianto Saputro et al. (2024).

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil nilai t-hitung $|-5,035|$, atau lebih besar dari nilai t-tabel ($5,035 > 1,985$) dengan nilai sig. $< 0,001$ ($< 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman literasi keuangan seseorang, maka perilaku konsumtif cenderung menurun. Hasil ini sejalan dengan penelitian Azzahra et al. (2026) dan penelitian Susilowati et al. (2025), namun tidak sejalan dengan hasil penelitian Wahyuni (2025).

Pengaruh penggunaan *E-Wallet*, Kemudahan Teknologi, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel ($11,914 > 2,70$), dengan nilai sig. sebesar 0,001 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *E-Wallet*, Kemudahan Teknologi, dan Literasi Keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Jakarta Utara.

Implikasi Penelitian

Secara keseluruhan, penggunaan *e-wallet*, kemudahan teknologi, dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh penggunaan *e-wallet* dan kemudahan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam mengelola keuangannya. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi keuangan perlu diimbangi dengan literasi keuangan yang baik agar Generasi Z dapat menggunakan kemudahan transaksi secara lebih bijak dan sesuai kebutuhan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,049 ($<0,05$), sehingga semakin tinggi penggunaan *e-wallet*, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif. Sementara itu, kemudahan teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai signifikansi 0,241 ($>0,05$), sehingga kemudahan teknologi belum menjadi faktor yang secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif dalam penelitian ini. Selanjutnya, literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai signifikansi $<0,001$ ($<0,05$), yang menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif. Secara simultan, penggunaan *e-wallet*, kemudahan teknologi, dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai F-hitung sebesar $11,914 > 2,70$ dan nilai signifikansi 0,001 ($<0,05$). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) mengindikasikan bahwa ketiga variabel secara simultan memiliki kapasitas untuk menerangkan variasi perilaku konsumtif (Y) sebesar 24,9%. Sementara itu, sisa variabilitas sebesar 75,1% diterangkan oleh kontribusi faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Generasi Z diharapkan dapat menggunakan *e-wallet* dan teknologi keuangan secara lebih bijak dengan tetap mengendalikan diri dalam berbelanja. Institusi pendidikan dan pemerintah juga perlu meningkatkan edukasi literasi keuangan agar Generasi Z lebih mampu mengelola dan merencanakan keuangannya. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan memperluas jumlah dan wilayah responden serta menambahkan variabel lain agar pemahaman mengenai perilaku konsumtif menjadi lebih luas dan mendalam.

REFERENSI

- Azzahra, S. M., Alam, A. N. P., Ara, H. N. H., Aprilia, N., Ramadhani, R. F., & Rudianto, R. (2026). Pengaruh Penggunaan E-Wallet, Literasi Keuangan, dan Kemudahan Teknologi Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(4), 737–744. <https://doi.org/10.63921/jmaeka.v2i4.483>
- Bank Indonesia (BI). (2020). *Dompet Elektronik*. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/default.aspx>
- Choerudin, A., Rahmatya, Z., Lady, W., Warpindyastuti, D., Siti, J., Khasanah, N., Harto, B., Fauziah, N., Muhammad, O., Sohilaui, I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Santi Paramita, V. (2023). *Literasi Keuangan*. PT. Global Eksekutif Teknologi. www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Databoks. (2026). *Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia (Januari 2022-November 2025)*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/uang-elektronik/statistik/697097bce8587/transaksi-uang-elektronik-indonesia-capai-rp318-triliun-pada-november-2025>
- data.goodstats.id, I. W. (2025). *E-Wallet Jadi Metode Pembayaran Digital Favorit 2025*. Data.Goodstats.Id.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. Management Information Systems Research Center, University of Minnesota. <http://www.jstor.org/stable/249008>
- Debi, E. P., Sinaga, O. S., Dharma, E., Irmayani, N. W. D., Noviany, H., & Abdurrohman. (2022). *Perilaku Konsumen Kontemporer: Tren Perilaku Konsumen di Era Digital*. <http://repository.stiesultanagung.ac.id/id/eprint/964/1/Layout%20Perilaku%20Konsumen%20Kontemporer.pdf>

- Khofifah, S., & Kardiye, K. (2024). Intensitas Penggunaan E-wallet pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis: Perspektif Teori TAM dan UTAUT. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 20(2), 62–78. <https://doi.org/10.21831/jep.v20i2.63121>
- Monica, F., & Japarianto, E. (2022). Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 9–15. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15>
- Naning, F. (2022). E-commerce dan Perilaku Konsumtif. In *Naning Fatmawatie*. IAIN Kediri Press. <https://repository.iainkediri.ac.id/858/2/e%20commerce.pdf>
- Novianti, A., & Suwaidi, R. A. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 13701–13706. <https://doi.org/10.54371/jhip.v7i12.6263>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Edukasi Keuangan*. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Putri, N. A., & Lestari, T. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Karyawan PT Nusantara Card Semesta Kemanggis. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 24–32. <https://doi.org/10.63921/jmaeka.v2i1.199>
- Ramadan, C. S., & Efrita, Y. (2024). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Customer Satisfaction dalam Bertransaksi menggunakan Layanan Mobile Payment Dana (Studi Kasus: Seluruh Pengguna Dana di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 193. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2993>
- Rudianto Saputro, Isna Laila Fitriyani, & Kharis Fadlullah Hana. (2024). Pengaruh Kemudahan Layanan Bank Digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Economina*, 3(10), 935–946. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i10.1448>
- Siskawati, E. N., & Ningtyas, M. N. (2022). Financial Literature, Financial Technology And Student Financial Behavior. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 7(2), 102–113. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1334>
- Susilowati, N., Febriana, N. H., Wiguna, I., Utami, G. P., & Mulyani, H. E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 11(2), 105–114. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol11.iss2.2025.3371>
- Wahyuni, E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Mahasiswa Di Mataram. *Jurnal Aplikasi Perpajakan*, 6(1), 395–407. <https://doi.org/10.29303/jap.v6i1.141>
- Zulfikar, R., Permata Sari, F., & Fatmayati, A. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode dan Praktik)*. Widina Media Utama. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/567988/metode-penelitian-kuantitatif-teori-metode-dan-praktik>

