

PENGARUH PENGGUNAAN E-WALLET TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z

Sufian Hamim¹, Julia Safitri², Dhiya Salsabila³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Riau

¹ sufianhamim@soc.uir.ac.id ² 255210312@student.uir.ac.id ³ 255210266@student.uir.ac.id

Abstract

The rapid development of financial technology has significantly driven the adoption of electronic wallets (e-wallets) among various segments of society, particularly Generation Z. Features such as transaction convenience, payment speed, and promotional programs including cashback and discounts have made e-wallets one of the most preferred digital payment methods. This study aims to analyze the influence of e-wallet usage on the consumptive behavior of Generation Z. A quantitative approach was employed using a survey method, with questionnaires distributed to 47 Generation Z respondents who actively use e-wallets. Data were analyzed using descriptive statistics and simple linear regression techniques with SPSS software. The results indicate that e-wallet usage has a positive and significant influence on the consumptive behavior of Generation Z, with t value of $6.337 > t$ table 2.014 and significance of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) of 0.472 indicates that e-wallet usage explains 47.2% of the variation in consumptive behavior. These findings suggest that improving financial literacy and self-control among Generation Z users is essential to ensure that e-wallet usage delivers optimal benefits without leading to excessive consumptive behavior.

Keywords: E-Wallet, Consumptive Behavior, Generation Z, Digital Wallet, Financial Technology

Abstrak

Perkembangan teknologi finansial yang semakin pesat telah mendorong peningkatan penggunaan dompet digital (e-wallet) di berbagai kalangan masyarakat, khususnya Generasi Z. Kemudahan transaksi, kecepatan pembayaran, serta berbagai program promosi seperti cashback dan diskon menjadikan e-wallet sebagai salah satu metode pembayaran digital yang paling diminati. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 47 responden Generasi Z yang aktif menggunakan e-wallet. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, dengan nilai t hitung sebesar $6,337 > t$ tabel $2,014$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,472$ menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet menjelaskan $47,2\%$ variasi perilaku konsumtif. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan dan pengendalian diri pada pengguna Generasi Z sangat diperlukan agar penggunaan e-wallet dapat memberikan manfaat secara optimal tanpa menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan.

Kata Kunci: E-Wallet, Perilaku Konsumtif, Generasi Z, Dompot Digital, Teknologi Finansial

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam sistem pembayaran. Salah satu inovasi yang berkembang dengan cepat adalah penggunaan dompet digital atau electronic wallet (e-wallet). E-wallet merupakan layanan keuangan digital yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara elektronik melalui perangkat seluler tanpa menggunakan uang tunai. Kehadiran e-wallet memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam melakukan berbagai transaksi, seperti pembayaran belanja, transportasi, tagihan, hingga pembelian produk secara daring.

Di Indonesia, penggunaan e-wallet mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone. Bank Indonesia (2024) mencatat bahwa transaksi pembayaran digital melalui berbagai platform terus meningkat dari tahun ke tahun, didorong oleh pertumbuhan ekosistem digital dan perluasan jaringan QRIS di seluruh wilayah Indonesia. Berbagai platform e-wallet seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay menawarkan beragam fitur menarik yang memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan.

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 dan dikenal sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital (Hariyani & Prasetyo, 2024). Generasi ini memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap teknologi serta cenderung mengandalkan internet dalam berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk dalam kegiatan konsumsi. Kemudahan akses informasi, penggunaan media sosial yang intensif, dan kecenderungan mengikuti tren membuat Generasi Z menjadi salah satu kelompok pengguna e-wallet terbesar di Indonesia.

Meskipun penggunaan e-wallet memberikan banyak manfaat, kemudahan yang ditawarkan juga dapat memengaruhi pola perilaku konsumsi penggunanya. Proses transaksi yang cepat dan praktis sering kali membuat pengguna kurang menyadari jumlah pengeluaran yang dilakukan karena transaksi berlangsung secara digital dan tidak terlihat secara fisik (Dewi dkk., 2025). Kondisi ini berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan seseorang untuk melakukan konsumsi secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan (Lalyta & Susanti, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Adapun hipotesis yang diajukan adalah H₁: Penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perilaku konsumen dan teknologi keuangan.

LITERATURE REVIEW

E-Wallet dan Teknologi Finansial

E-wallet atau dompet digital merupakan aplikasi keuangan berbasis teknologi yang memungkinkan pengguna menyimpan uang secara digital dan melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat seluler. Sebagai bagian dari ekosistem financial technology (fintech), e-wallet hadir sebagai solusi pembayaran non-tunai yang semakin digemari karena kemudahannya. Platform seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay menawarkan fitur mulai dari transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, hingga transaksi di merchant online maupun offline.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk melakukan konsumsi secara berlebihan, yang lebih didasarkan pada keinginan atau dorongan emosional daripada kebutuhan riil. Perilaku ini ditandai dengan pembelian impulsif, pembelian yang didorong oleh promosi, kesulitan dalam mengendalikan pengeluaran, serta pengeluaran yang melebihi batas kebutuhan. Kemudahan transaksi digital melalui e-wallet diyakini menjadi salah satu faktor yang turut mendorong peningkatan perilaku konsumtif, terutama di kalangan generasi muda (Lalyta & Susanti, 2025; Dewi dkk., 2025).

Generasi Z dan Adopsi Teknologi Digital

Generasi Z (lahir 1997–2012) merupakan generasi pertama yang tumbuh sepenuhnya dalam era digital. Karakteristik utama mereka mencakup tingkat literasi teknologi yang tinggi, intensitas penggunaan media sosial, dan sensitivitas terhadap penawaran digital seperti cashback dan diskon. Berbagai studi menunjukkan bahwa adopsi e-wallet di kalangan Gen Z dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, serta pengaruh lingkungan sosial (Hariyani & Prasetyo, 2024; Shiega dkk., 2024). Kombinasi karakteristik ini menjadikan Gen Z kelompok yang paling rentan terhadap perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan akses pembayaran digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memperoleh data yang bersifat objektif, terukur, dan dapat dianalisis secara statistik sehingga mampu menjelaskan hubungan antara variabel secara sistematis.

Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui penyebaran kuesioner menggunakan platform Google Form pada bulan Mei 2026. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z yang aktif menggunakan e-wallet, yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 atau berusia sekitar 17–25 tahun.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria: (1) berusia 17–25 tahun, (2) aktif menggunakan e-wallet seperti DANA, OVO, GoPay, ShopeePay, atau layanan sejenisnya, dan (3) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 47 responden.

Variabel independen (X) adalah penggunaan e-wallet, yang diukur melalui 5 indikator: frekuensi penggunaan, kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, pemanfaatan promo/cashback, dan kenyamanan bertransaksi. Variabel dependen (Y) adalah perilaku konsumtif, yang diukur melalui 4 indikator: pembelian impulsif, pembelian karena promosi, kesulitan menahan diri, dan pengeluaran melebihi kebutuhan. Instrumen menggunakan skala Likert lima tingkat (1–5). Analisis data dilakukan menggunakan SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif, dan regresi linear sederhana.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 47 orang Generasi Z yang aktif menggunakan e-wallet. Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas responden berusia 17–19 tahun sebanyak 28 orang (59,6%), diikuti usia 20–22 tahun sebanyak 18 orang (38,3%), dan 23–25 tahun sebanyak 1 orang (2,1%). Berdasarkan jenis e-wallet yang digunakan, DANA mendominasi dengan 39 responden (83,0%), diikuti GoPay 4 orang (8,5%), ShopeePay 3 orang (6,4%), dan BRIMO 1 orang (2,1%). Rincian karakteristik responden disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Keterangan	Kategori	Jumlah	Persentase
Usia	17–19 tahun	28	59,6%
	20–22 tahun	18	38,3%
	23–25 tahun	1	2,1%
E-Wallet	DANA	39	83,0%
	GoPay	4	8,5%
	ShopeePay	3	6,4%
	BRIMO	1	2,1%
Total		47	100%

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Nilai r tabel untuk $n=47$ dengan $df=45$ pada taraf signifikansi 5% adalah sebesar 0,288. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 2 dan Tabel 3.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel X (Penggunaan E-Wallet)

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1	0,650	0,288	Valid
X2	0,674	0,288	Valid
X3	0,732	0,288	Valid
X4	0,694	0,288	Valid
X5	0,703	0,288	Valid

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1	0,835	0,288	Valid
Y2	0,788	0,288	Valid
Y3	0,860	0,288	Valid
Y4	0,718	0,288	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 2 dan Tabel 3, seluruh item pernyataan pada variabel X maupun Y dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,288). Nilai r hitung variabel X berkisar antara 0,650 hingga 0,732, sedangkan variabel Y berkisar antara 0,718 hingga 0,860.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Penggunaan E-Wallet (X)	0,717	> 0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,811	> 0,60	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4, variabel penggunaan e-wallet memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,717 dan variabel perilaku konsumtif sebesar 0,811. Kedua variabel dinyatakan reliabel karena nilainya melebihi standar minimum 0,60.

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan kecenderungan jawaban responden pada setiap item pernyataan. Hasil disajikan pada Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5. Statistik Deskriptif Variabel X (Penggunaan E-Wallet)

Item	Pernyataan	Mean	Std. Dev	N
X1	Menggunakan e-wallet sehari-hari	4,149	0,625	47
X2	E-wallet memudahkan & mempercepat pembayaran	4,298	0,720	47
X3	Aktif memanfaatkan promo/cashback	3,468	0,905	47
X4	Promosi e-wallet mendorong transaksi lebih sering	3,532	0,997	47
X5	Lebih nyaman e-wallet dibanding uang tunai	3,638	0,870	47
Total X		19,085	2,858	47

Tabel 6. Statistik Deskriptif Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

Item	Pernyataan	Mean	Std. Dev	N
Y1	Pembelian spontan saat menggunakan e-wallet	3,723	0,971	47
Y2	Beli barang karena tertarik promo e-wallet	3,255	1,010	47
Y3	Sulit menahan diri saat ada notifikasi promo	2,787	1,062	47
Y4	Pengeluaran melebihi kebutuhan sejak pakai e-wallet	3,085	1,080	47
Total Y		12,851	3,297	47

Berdasarkan Tabel 5, nilai mean tertinggi pada variabel X terdapat pada item X2 (e-wallet memudahkan dan mempercepat pembayaran) sebesar 4,298, yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju e-wallet memberikan kemudahan transaksi. Pada Tabel 6, nilai mean tertinggi pada variabel Y terdapat pada item Y1 (pembelian spontan saat menggunakan e-wallet) sebesar 3,723, mengindikasikan kecenderungan perilaku impulsif di kalangan responden.

Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui sejauh mana penggunaan e-wallet (X) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z (Y). Hasil analisis disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Regresi Linear Sederhana

Keterangan	Nilai
Konstanta (a)	-2,268
Koefisien (b)	0,792
R	0,687
R ² (Koefisien Determinasi)	0,472
t hitung	6,337
t tabel (df=45, $\alpha=0,05$)	2,014
Signifikansi	0,000

Berdasarkan Tabel 7, persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = -2,268 + 0,792X$. Koefisien regresi sebesar 0,792 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel penggunaan e-wallet akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,792 satuan. Nilai t hitung sebesar 6,337 lebih besar dari t tabel 2,014 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_1 diterima. Nilai R² sebesar 0,472 menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet mampu menjelaskan 47,2% variasi perilaku konsumtif Generasi Z, sedangkan sisanya 52,8% dipengaruhi faktor lain di luar model.

Pembahasan

Hasil penelitian membuktikan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Mariana dkk. (2025) yang menyatakan bahwa kemudahan e-wallet memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif, serta sejalan dengan Dewi dkk. (2025) yang menemukan bahwa adopsi sistem pembayaran digital meningkatkan frekuensi pembelian impulsif.

Nilai mean X2 yang tertinggi (4,298) mengonfirmasi bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi menjadi daya tarik utama e-wallet bagi Generasi Z. Kondisi ini membuat proses pembayaran menjadi sangat praktis sehingga pengguna tidak perlu mengeluarkan uang tunai secara langsung, yang pada akhirnya mengurangi kesadaran terhadap jumlah pengeluaran. Hal ini dipertegas oleh item Y1 dengan mean 3,723 yang menunjukkan kecenderungan pembelian spontan di kalangan responden.

Program promosi seperti cashback, diskon, dan voucher yang ditawarkan penyedia e-wallet terbukti menjadi pemicu pembelian impulsif, sebagaimana tercermin dari nilai mean Y2 sebesar 3,255. Fenomena ini diperkuat oleh karakteristik Generasi Z yang responsif terhadap penawaran digital dan intensif dalam menggunakan media sosial (Shiega dkk., 2024). Meskipun demikian, dampak negatif tersebut dapat diminimalkan apabila pengguna memiliki literasi keuangan yang memadai (Hayatunnasha & Parlina, 2026; Trihandayani dkk., 2026).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 47 responden Generasi Z pengguna e-wallet, dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Hal ini dibuktikan dari hasil uji regresi linear sederhana dengan nilai t hitung $6,337 > t$ tabel $2,014$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_1 diterima. Nilai R^2 sebesar $0,472$ menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet menjelaskan $47,2\%$ variasi perilaku konsumtif, dengan persamaan regresi $Y = -2,268 + 0,792X$.

Kemudahan akses transaksi dan berbagai program promosi menjadi faktor utama yang mendorong peningkatan perilaku konsumtif. Namun dampak tersebut dapat diminimalkan melalui peningkatan literasi keuangan, pengendalian diri, serta kesadaran untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam berkonsumsi.

Saran

Bagi Generasi Z, disarankan untuk meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan pribadi, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta menetapkan batas pengeluaran agar penggunaan e-wallet tetap terkendali. Bagi penyedia layanan e-wallet, diharapkan tidak hanya fokus pada peningkatan transaksi melalui promosi, tetapi juga berperan aktif dalam memberikan edukasi literasi keuangan digital melalui fitur pengelolaan anggaran dan pengingat batas pengeluaran. Bagi institusi pendidikan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengintegrasikan materi literasi keuangan digital ke dalam kurikulum. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, gaya hidup, kontrol diri, dan pengaruh media sosial, serta memperluas jumlah sampel dan cakupan wilayah penelitian.

REFERENCES

- Bank Indonesia. (2024). Perkembangan sistem pembayaran digital dan QRIS di Indonesia. Jakarta: Bank Indonesia.
- Cayadewi, T., Suryana, & Pratama, A. (2025). Studi literatur: Pengaruh penggunaan e-wallet dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Gen Z. *JIMBIEN: Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship*, 4(1), 15–27. <https://doi.org/10.36563/a26z8m28>
- Dewi, L. A. T., Harpis, M., Rati, N., & Ayunda, N. A. (2025). Adopsi sistem pembayaran digital (e-wallet) dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif Gen-Z. *ATDS Saintech Journal of Engineering*, 6(1), 55–66.
- Hariyani, R., & Prasetyo, T. (2024). Consumer behavior generasi Z: Aspek e-wallet dan financial literacy. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 87–96. <https://doi.org/10.31294/jab.v4i2.3725>
- Hayatunnasha, N., & Parlina, N. D. (2026). The influence of e-wallet usability and financial literacy on Generation Z's consumption behavior in Cirebon City. *Asian Journal of Management Analytics*, 5(2), 295–308. <https://doi.org/10.55927/ajma.v5i2.16452>
- Lalyta, W., & Susanti, R. (2025). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan e-wallet dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 3(1), 120–132. <https://doi.org/10.62017/jemb.v3i1.5759>
- Mariana, R., Wahyuni, R., Rahmat, A., & Oskar, D. P. (2025). Peran self-control sebagai mediasi penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif Generasi Z. *Psyche 165 Journal*, 18(1), 45–56. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v18i1.518>