



PROSIDING

Seminar Nasional

IKIP PGRI Bojonegoro

"Membangun Budaya Inovasi dalam Meningkatkan Sumber Daya Manusia Berkelanjutan"

PENGARUH E-WALLET DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z KABUPATEN BOJONEGORO

Riza Aristina¹, Ali Mujahidin², Rika Pristian Fitri Astuti³

¹IKIP PGRI Bojonegoro. Email: rizaaristina2@gmail.com

Abstract

The progress of technology greatly influences the financial sector. E-wallet is one example of technological innovation in the banking industry. The benefits and convenience that arise from the use of e-wallet can trigger consumptive behavior in Generation Z if they do not have good self control. The aim of this study is to investigate whether e-wallets impact self control on consumptive behavior in Generation Z Bojonegoro Regency. The Technology Acceptance Model (TAM) theory will be used in this study, with perceived usefulness and perceived ease of use as indicators for measuring e-wallets. This study employs a survey distributed through google forms, measured using a Likert Scale. A quantitative method will be used in this research. The findings of the study indicate that the hypothesis is accepted or proven. This means that there is an influence of e-wallet and self control on the consumptive behavior of Generation Z in Bojonegoro Regency. Perceived usefulness, perceived ease of use, and self control simultaneously influence consumptive behavior by 9.5%, as indicated by a significance value of $0.026 < 0.05$. Perceived usefulness significantly affects consumptive behavior, as indicated by a significance value of $0.034 < 0.05$. Perceived ease of use significantly affects consumptive behavior, as evidenced by a significance value of $0.010 < 0.05$. Self control significantly affects consumer behavior, as indicated by a significance value of $0.018 < 0.05$.

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, Self Control, Consumptive Behavior, E-wallet

Abstrak

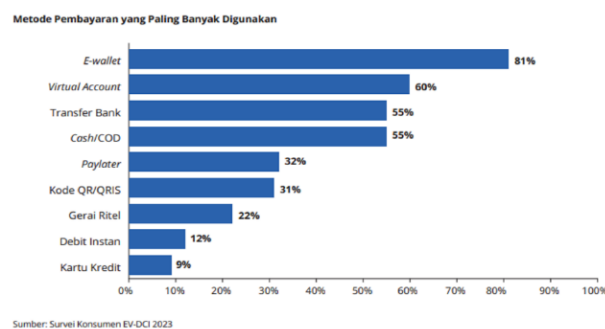
Teknologi yang semakin berkembang membawa dampak besar dalam dunia keuangan. E-wallet merupakan salah satu contoh inovasi teknologi dalam industri perbankan. Adanya manfaat dan kemudahan yang muncul dari penggunaan e-wallet dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif generasi Z apabila tidak memiliki kontrol diri yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh *E-wallet* dan *self control* (kontrol diri) terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Bojonegoro. *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah teori yang akan digunakan, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan sebagai indikator pengukuran e-wallet. Penelitian ini menggunakan angket yang dibagikan melalui *google formulir* yang diukur menggunakan skala Likert. Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima atau terbukti. Artinya terdapat pengaruh e-wallet dan Self Control terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Bojonegoro. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan serta self control berpengaruh secara simultan sebesar 9,5% terhadap perilaku konsumtif, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.026 < 0.05$. Persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini sesuai dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0.034 < 0.05$. Persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai signifikansi sebesar $0.010 < 0.05$. self control berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan dibuktikan dari perolehan nilai signifikansi sebesar $0.018 < 0.05$.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kontrol diri, Perilaku Konsumtif, Dompot Digital

PENDAHULUAN

Dunia memasuki era globalisasi dimana teknologi menjadi hal yang cukup penting dalam memenuhi kebutuhan akan informasi. Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang lebih maju membawa perubahan dalam berbagai bidang kehidupan sehari-hari. Perubahan aspek kehidupan akibat perkembangan teknologi ini salah satunya dapat ditemui dari munculnya *Financial Technology (FinTech)* atau teknologi finansial, dimana kita harus dapat beradaptasi agar dapat mengikuti arus perkembangan teknologi. *FinTech* adalah sebuah inovasi perkembangan teknologi modern dalam bidang keuangan. *FinTech* muncul karena disebabkan oleh perubahan gaya hidup serta tuntutan hidup yang serba cepat yang didominasi oleh perkembangan teknologi informasi. Seiring hadirnya *FinTech* muncul inovasi baru dalam metode pembayaran non tunai atau pembayaran secara digital yang dapat membantu masyarakat bertransaksi menjadi lebih mudah. Dompot digital merupakan metode pembayaran tanpa uang tunai. Dengan menggunakan sistem atau bank yang terpercaya, pengguna dapat mengisi saldo pada kartu atau aplikasi mereka sebelum menggunakan dalam proses pembelian. Dompot digital dapat dianggap sebagai perangkat lunak yang dapat digunakan dalam transaksi online (Mujahidin, 2020). *E-wallet* adalah suatu perangkat elektronik berupa perangkat lunak yang menyediakan suatu layanan yang membantu antar pengguna dalam suatu proses jual beli secara online. *E-wallet* bisa juga dikatakan sebagai suatu aplikasi yang membantu pengguna dalam bertransaksi menggunakan media seluler tanpa membutuhkan uang tunai. *E-wallet* adalah layanan transaksi non-tunai yang menawarkan efisiensi, kemudahan, keamanan, dan hanya memerlukan smartphone sebagai media penggunaannya (Rizkiyah et al., 2021).

Di Indonesia, penggunaan *e-wallet* terus berkembang seiring berjalannya waktu. *E-wallet* merupakan sistem pembayaran non-tunai yang banyak digemari pada era saat ini. Selain mempermudah transaksi, *e-wallet* juga dinilai aman, nyaman, cepat, efektif, dan banyak menawarkan keuntungan. *E-wallet* menawarkan fitur pengecekan pemasukan dan pengeluaran yang memudahkan pengguna dalam memantau keuangan pribadi. Berdasarkan survey konsumen EV-DCI pada tahun 2023, *e-wallet* mengalami peningkatan cukup pesat, sesuai dengan gambar 1.



Gambar 1. Data metode pembayaran yang paling banyak digunakan

Berdasarkan gambar 1., layanan *e-wallet* merupakan layanan yang paling utama yang dipilih oleh masyarakat. Berdasarkan laporan East Ventures – Digital Competitiveness Index (EV-DCI) 2023, sebagian besar penduduk Indonesia, yaitu 81% melakukan transaksi di aplikasi menggunakan dompot digital atau *e-wallet*, artinya hasil survey membuktikan bahwa layanan FinTech mengalahkan perbankan. Direktur Katadata Insight Center Adek Media Roza dalam peluncuran EV-DCI, (2023), mengatakan bahwa masyarakat Indonesia semakin

terbiasa dengan digitalisasi, sehingga *e-wallet* mendominasi metode pembayaran pada saat ini.

Saat ini masyarakat banyak menggunakan dompet digital sebagai metode pembayaran, seperti yang ditunjukkan oleh laporan E-wallet Industry Outlook 2023 dari Insight Asia. Laporan ini menemukan bahwa 1.300 responden dari perkotaan yang disurvei, sebanyak 74persen telah mengadopsi dompet digital. Menurut laporan tersebut, Gopay adalah dompet digital terbanyak yang digunakan oleh masyarakat saat ini dengan 71% pengguna, dan 58% dari mereka tetap menggunakan Gopay dalam tiga bulan terakhir. Di peringkat kedua, OVO digunakan oleh 70% responden, sebanyak 53% pengguna Gopay terus menggunakan layanan ini dalam tiga bulan terakhir. Sementara itu, platform dompet digital lainnya seperti DANA, Shopeepay, dan LinkAja memiliki basis pengguna yang lebih kecil. Menurut survei yang sama, penggunaan dompet digital utama meliputi belanja online (79%), pulsa (78%), transfer (78%), pengecekan riwayat transaksi (70%), dan transfer antar bank (69%), (Insight Asia, 2023).

Adanya system pembayaran yang lebih mudah digunakan dalam berbagai pelayanan, hal ini bisa menjadikan seseorang yang memiliki kebutuhan dan keinginan menjadi berperilaku konsumtif dan sulit mengendalikan diri (*self control*). *Self Control* atau kontrol diri merupakan keahlian seseorang dalam pengendalian, pengelolaan, pengarahan dorongan untuk mengubah perilaku tidak diinginkan menjadi perilaku yang menguntungkan (D. Anggraini et al., 2023). Kontrol diri adalah komponen penting dalam mengontrol perilaku konsumtif. Mengendalikan diri merupakan suatu kemampuan yang bisa dimiliki oleh seseorang yang berusaha menghadapi keadaan sekitarnya dan bertanggung jawab atas keputusan mereka (Dewi Kumalasari, 2019).

Pengendalian diri adalah suatu kemampuan yang bisa dimanfaatkan dan ditingkatkan oleh seseorang untuk menghadapi situasi di sekitarnya. Gufron dan Rini (2010), mendefinisikan pengendalian diri sebagai suatu kemampuan untuk merencanakan, mengarahkan, dan menuntun perilaku ke arah hasil yang positif (Dewi Kumalasari, 2019). Sedangkan menurut Tangney, Baumeister, and Boone (2004) pengendalian diri yaitu kemampuan dalam menahan diri dari melakukan perilaku yang tidak diinginkan. Menurut Averill (1973) menyebutkan tiga aspek dalam pengendalian diri: pertama, *behavior control*, yaitu suatu ketrampilan mengubah keadaan yang mencakup kemampuan untuk mengendalikan perilaku. Dengan pengendalian diri cukup baik memungkinkan seseorang mengatur perilakunya sendiri. Jika tidak berhasil, mereka akan mencari bantuan dari sumber luar dalam mengatasi situasi yang dihadapi. Kedua, *cognitive control*: keterampilan seorang dalam menangani informasi yang tidak sesuai keinginan melewati pemahaman, penilaian, atau pengaitan kejadian pada kerangka kognitif tertentu adalah bentuk adaptasi psikologis atau strategi untuk mengatasi tekanan. Mengontrol keputusan (*decisional control*) merujuk pada kemampuan individu dalam menyeleksi tindakan berdasarkan keyakinan atau tujuan mereka. Kontrol pribadi dalam pengambilan keputusan berfungsi optimal ketika individu memiliki kesempatan, kebebasan, atau pilihan di antara berbagai opsi yang berbeda. Aspek yang diukur meliputi kemampuan untuk mengatur perilaku dan keterampilan dalam membuat keputusan.

Penelitian ini berfokus pada generasi Z, yaitu mereka yang lahir di tahun 1997-2012. Generasi Z saat ini termasuk dalam usia produktif, dan peka terhadap teknologi, hal ini menjadikan peluang e-wallet dalam menyediakan layanan keuangan yang menawarkan manfaat dan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi. Penting bagi generasi Z memiliki kontrol diri sebagai pembeda antara kebutuhan dan keinginan pada saat

melakukan pembelian. Kontrol diri akan membantu generasi Z agar tidak terjerumus perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah aktivitas seseorang yang kerap mengonsumsi melampaui batas serta tanpa pertimbangan logis, seperti melakukan pembelian berlebihan dan tidak terencana (Ambarsari & Asandimitra, 2023). Mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai pembelian barang dengan tuuan untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhan, dan tindakan ini dikerjakan berulang kali yang pada akhirnya menyebabkan pengeluaran yang berlebih (Mujahidin, 2020). Maharani, (2019) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku seseorang yang tidak bisa menaah diri atas keinginan mereka sehingga mereka melakukan pembelian pada barang yang tidak menjadi kebutuhan. Engel, Blackwell, dan Miniard (1994) dalam (Vizzy, 2022) menyebutkan tiga aspek dalam mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif yaitu; yang pertama pembelian impulsif, yaitu pembelian yang didasari atas keinginan yang bersifat emosional dan tanpa pertimbangan; yang kedua pembelian tidak rasional, artinya pembelian yang didasari atas kesenangan dan kepuasan sesaat; ketiga, pemborosan, yang artinya pembelian tanpa didasari kebutuhan yang jelas sehingga dapat menghamburkan uang. Indikator dalam pengukuran perilaku konsumtif yaitu transaksi yang terjadi karena iming-iming hadiah, transaksi karena munculnya gengsi, dan transaksi karena ada potongan harga (Mujahidin, 2020).

Teori konsep *Technology acceptance model* (TAM) akan dipergunakan dalam penelitian, yaitu salah satu teori tentang pengadopsian atau adaptasi terhadap teknologi yang baru (Aditya, 2023). Penelitian ini menggunakan dua indikator dalam pengukuran persepsi penggunaan e-wallet di kalangan generasi Z dengan konsep TAM, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Persepsi manfaat yaitu sejauh mana seseorang menganggap suatu teknologi informasi dapat memberikan manfaat ketika digunakan. Sedangkan persepsi kemudahan yaitu mengukur bagaimana seorang pengguna menganggap penggunaan e-wallet dapat dilakukan dengan mudah dan tanpa memerlukan banyak usaha.

Penelitian ini didukung penelitian (Dewi *et al.*, 2021) yang diberi judul “Pengaruh penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimediasi kontrol diri, menunjukkan hasil bahwa e-money dapat mempengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan, dan kontrol diri mampu memediasi antara e-money dengan perilaku konsumtif. Dan penelitian oleh (Nuzula *et al.*, 2023) yang berjudul “Pengaruh persepsi kemudahan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada pengguna e-wallet di Kabupaten Gresik”, penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pengguna e-wallet di Kabupaten Gresik dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan kontrol diri individu. Penelitian oleh (Devi Kusmiati & Nurtantiono, 2022) yang berjudul “Perilaku konsumtif mahasiswa: Seberapa besar peran financial literacy, life style, e-money, dan self control?”, menunjukkan hasil bahwa keempat variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. (Kusnawan *et al.*, 2019). Penelitian yang dilakukan (Layaman, *et al.*, 2022) yang berjudul “Pengaruh e-money terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel intervening, pada penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh e-money terhadap perilaku konsumtif, dan e-money dan perilaku konsumtif dapat dimediasi dengan kontrol diri.

METODE

Penelitian ini memakai pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah generasi Z di Kabupaten Bojonegoro. Jumlah dan karakteristik populasi akan membentuk

sampel. Dalam perhitungan sampel, menggunakan rumus Lemeshow karena tidak diketahui jumlah populasi secara pasti (Setiawan et al., 2022).

$$n = z^2 p (1 - p) / d^2$$

Keterangan :

n = Jumlah sample

z = Nilai standart = 1.96

p = Maks. estimasi = 50% = 0.5

d = Alpha (0,10) atau sampling error 10%

Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden.

Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* yang dipilih melalui *purposive sampling*. Data utama dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari angket yang disebar dalam format *google formulir* kepada responden yaitu generasi Z di Kabupaten Bojonegoro. Analisis data setelah memperoleh data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan berbantu software SPSS 22. Sedangkan teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda.

Adapun hipotesis penelitian ini yaitu:

- H1 : diduga terdapat pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan self control secara simultan terhadap perilaku konsumtif generasi Z
- H2 : Diduga terdapat pengaruh secara parsial persepsi manfaat terhadap perilaku konsumtif generasi Z
- H3 : diduga terdapat pengaruh secara parsial persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif generasi Z
- H4 : diduga terdapat pengaruh secara parsial self control terhadap perilaku konsumtif generasi Z

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas menggunakan korelasi Product Moment dan Uji reliabilitas yang dihitung dengan Alpha Cronbach, hasil Uji pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Rekapitulasi uji validitas

Variabel	Butir Soal	Ket.
Persepsi manfaat (X1)	X1.1	valid
	X1.2	
	X1.3	
	X1.4	
Persepsi kemudahan (X2)	X2.5	valid
	X2.6	
	X2.7	
	X2.8	
Self Control (X3)	X3.9	valid
	X3.10	
	X3.11	
	X3.12	
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.13	valid
	Y.14	

	Y.15	
--	------	--

Tabel 2. Rekapitulasi uji Reliabilitas

Variabel	Cronbrach Alpha	Keterangan
Persepsi Manfaat	0.87	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0.86	Reliabel
Self control	0.83	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0.91	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitass bertujuan menentukan apakah data yang digunakan terdistribusi normal. Dalam penelitian ini, Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk menilai normalitas dari residual model regresi. Jika nilai Sig > 0.05, maka diasumsikan bahwa data terdistribusi normal (Mujahidin, 2020).

Tabel 3. Uji Kolgorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		96
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.46386974
	<i>Most Extreme Differences</i>	
	<i>Absolute</i>	.059
	<i>Positive</i>	.055
	<i>Negative</i>	-.059
<i>Test Statistic</i>		.059
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai sig. 0.200 > 0.05 maka data dinyatakan terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan dalam menentukan apakah penelitian ini terdapat korelasi(hubungan) antara variabel bebas dalam suatu penelitian. Untuk mengukur multikolinearitas dalam model regresi, dapat menggunakan nilai tolerance dan VIF. Jika nilai tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas (Mujahidin, 2020). Dibawah ini adalah nilai tolerance dan VIF pada penelitian ini:

Tabel 4. Uji multikoleniaritas

		<i>Coefficients^a</i>					<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
<i>Model</i>	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>					
1	<i>(Constant)</i>	4.925	1.505		3.273	.002		
	<i>Persepsi Manfaat</i>	.432	.200	.423	2.156	.034	.256	3.907
	<i>Persepsi Kemudahan</i>	-.588	.223	-.571	-2.634	.010	.209	4.778
	<i>Self Control</i>	.304	.126	.307	2.409	.018	.605	1.653

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dipergunakan dalam menilai apakah ada ketidaksamaan dalam *varians residual* antar pengamatan. Uji Glejser akan digunakan untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas.

Tabel 5. Uji Glejser

		<i>Coefficients^a</i>				
		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
<i>Model</i>	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			
1	<i>(Constant)</i>	-.353	.858		-.411	.682
	<i>Persepsi Manfaat</i>	.111	.114	.195	.972	.334
	<i>Persepsi Kemudahan</i>	.031	.127	.054	.243	.809
	<i>Self Control</i>	-.025	.072	-.045	-.343	.733

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan tabel 8, nilai Sig lebih dari 0.05, artinya tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengevaluasi adanya korelasi antara variabel pada waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, autokorelasi diuji menggunakan uji Durbin-Watson dengan kriteria nilai $du < dw < 4 - du$.

Tabel 6. Uji Autokorelasi Durbin-Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.308 ^a	.095	.066	1.488	1.986

Uji Hipotesis

Hipotesis pertama

Tabel 7. Hasil Uji-F

Variabel	Sig.	Sig.	Ket
Persepsi Manfaat	0.026	0.05	diterima
Persepsi Kemudahan			
Self Control			

Berdasarkan tabel 7, diketahui hasil Uji F yaitu nilai signifikansi $0.026 < 0.05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh secara simultan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan self control terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada e-wallet. Maka hipotesis pertama diterima.

Tabel 8. Hasil Uji-T

Variabel	Signifikansi	Sig.	Keterangan
Persepsi manfaat	0.034	0.05	Diterima
Persepsi Kemudahan	0.010	0.05	Diterima
Self Control	0.018	0.05	Diterima

Hipotesis kedua

Berdasarkan tabel 8. tingkat signifikansi dari masing-masing variabel bervariasi. Variabel persepsi manfaat *e-wallet* pada generasi Z, memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansinya $0.034 < 0.05$ maka hipotesis diterima.

Hipotesis Ketiga

Berdasarkan tabel 8. hasil uji t menunjukkan bahwa persepsi kemudahan *e-wallet* terdapat pengaruh terhadap perilaku konsumtif dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0.010 kurang dari 0.05, jadi hipotesis ke tiga diterima.

Hipotesis Keempat

Berdasarkan tabel 8. Dari hasil uji t diketahui bahwa variabel self control berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan oleh tingkat signifikansi variabel self control sebesar 0.018 kurang dari 0,05, sehingga hipotesis diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan self control secara simultan dan signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif. Terlihat dari hasil analisis yaitu nilai signifikansi sebesar 0.026 kurang dari 0.05, sehingga H1 diterima. Artinya, ketiga variabel tersebut ada pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh persepsi manfaat terhadap perilaku konsumtif Generasi Z

Dalam menggunakan suatu teknologi, pengguna dapat memperoleh manfaat dalam pekerjaan atau kehidupan sehari-hari, karena adanya manfaat inilah konsumen akan menggunakan suatu teknologi. Pada penelitian ini persepsi manfaat e-wallet memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sesuai dengan Uji-T yaitu nilai signifikansi sebesar 0.034 yang kurang dari 0.05, sehingga hipotesis kedua diterima. Temuan ini didukung penelitian oleh Priscilia & Fadjar, (2024) dengan judul “Pengaruh penggunaan dompet elektronik (e-wallet) shopeepay terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Malang (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)” yang mana memperoleh hasil bahwa persepsi manfaat penggunaan dompet elektronik shopeepay pada mahasiswa kota Malang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Serta penelitian (Safira et al., 2023) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, kemudahan, dan manfaat digital payment sebagai alat pembayaran terhadap perilaku konsumtif individu dengan *digital savvy* sebagai variabel moderating”, dimana penelitian menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat digital payment memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif individu.

Pengaruh persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z

Suatu teknologi tentunya harus memiliki kemudahan dan tidak memerlukan banyak usaha bagi pengguna. Pada penelitian ini terdapat pengaruh persepsi kemudahan secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sejalan dengan uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.010 < 0.05$, sehingga hipotesis ketiga diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mujahidin, (2020) dengan judul “Pengaruh fintech e-wallet terhadap perilaku konsumtif generasi milenial”, yang mendapatkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan penelitian (Saputra & Susanti, 2022) yang berjudul “Pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, dan intensitas pengguna pay later terhadap gaya konsumtif Masyarakat (studi pada pengguna Shopee paylater usia produktif Kota Surabaya)”, dengan hasil persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap gaya konsumtif masyarakat usia produktif.

Pengaruh self control terhadap perilaku konsumtif Generasi Z

Pengguna dengan kontrol diri yang baik akan dapat mempertimbangkan konsekuensi dari keputusan pembelian yang bisa membantu mengurangi perilaku konsumtif. Hasil penelitian didasarkan pada uji t yaitu nilai signifikansi sebesar $0.018 < 0.05$, sehingga hipotesis keempat diterima. Sejalan dengan penelitian I. Anggraini,(2019) yang berjudul “pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping pada wanita usia dewasa awal”, menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Dan penelitian (Mengga et al., 2023) yang berjudul “Pengaruh literasikeuangan, e-money, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja”, hasil

penelitian menyatakan bahwa self control memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini yaitu bahwa persepsi manfaat pada penggunaan e-wallet mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z. Ini memperlihatkan bahwa generasi Z menganggap bahwa e-wallet memiliki manfaat sebagai sarana pembayaran dan platform digital untuk menyimpan uang. Persepsi kemudahan penggunaan e-wallet berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z mengharapkan aplikasi e-wallet yang memberikan kemudahan penggunaan dan tidak memerlukan banyak usaha. Self control berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Perilaku konsumtif dapat dihindari ketika individu memiliki kontrol diri yang baik, begitupun sebaliknya.

Berdasarkan kesimpulan, maka terdapat beberapa saran dalam penelitian ini: Perusahaan penyelenggara dompet digital diharapkan dapat menyediakan aplikasi yang memberi manfaat dan memberi kemudahan dalam penggunaan sehingga konsumen tidak memerlukan banyak usaha dalam menggunakannya. Sedangkan konsumen diharapkan memiliki kontrol diri yang baik dalam mengambil keputusan agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif.

DAFTAR RUJUKAN

- Aditya, A. D. (2023). *Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Pada Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Mahasiswa*. repositorybaru.stieykpn.ac.id. <http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/id/eprint/1127>
- Ambarsari, M. D., & Asandimitra, N. (2023). Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Konformitas, Money Attitude, dan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Penggemar Korean Wave di Kota *Jurnal Ilmu Manajemen*. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/24668>
- Anggraini, D., Azman, H. A., Hasanah, N. F., Febrian, H., & Sholihin, A. (2023). Pengaruh Flash Sale dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara Online dengan Muslim Self-Control Sebagai Variabel Moderating (Kajian Perspektif Ekonomi Islam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01)(01), 618–629.
- Anggraini, I. (2019). *Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif onLine shopping pada wanita usia dewasa awal*. repository.unj.ac.id. <http://repository.unj.ac.id/3082/>
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- Devi Kusmiati, H. K., & Nurtantiono, A. (2022). Edunomika – Vol. 06, No. 02, 2022. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, Vol. 6(No. 2), 1–13. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/4977>
- Dewi Kumalasari, Y. H. S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Ilmu, K., & Syariah, E. (2022). 1, 2, 3 123. 1(2), 61–73.

- Insight Asia. (2023). Indonesia's E-Wallet Industry Outlook 2023. *Databoks*.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & ... (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen* <http://ejournal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/1861>
- MAHARANI, Y. (2019). *Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam pembeilan skincare korea*. repository.unj.ac.id. <http://repository.unj.ac.id/3146/>
- Mengga, G. S., Batara, M., & Rimpung, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(1), 44–58. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JREA/article/view/148>
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Nuzula, R. F., Rejeki, A., & Oktavia, C. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna E-Wallet Di Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmiah Psikologi Insani*. <https://jurnalhost.com/index.php/jipsi/article/view/136>
- Priscilia, L. V., & Fadjar, N. S. (2024). Pengaruh Penggunaan Dompot Elektronik (E-Wallet) ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Journal Of Development Economic And Social Studies*, 3(1), 189–199. <http://dx.doi.org/10.21776/jdess.2024.03.1.15>
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Dea, R., Macdhy, N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126.
- Safira, R., Sugianto, S., & ... (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumtif Individu Dengan Digital Savvy Sebagai *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi* <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/3694>
- Saputra, H. A., & Susanti, E. D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Intensitas Pengguna Paylater Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee PayLater Usia Produktif Kota Surabaya). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3), 52–61. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2449>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 141. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/infortech139>
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). Tangney, Baumeister and Boone (2008)_High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success.pdf. *Journal of Personality*, 2(April 2004), 54.
- Vizy, P. A. (2022). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Melalui Media Online Pada Remaja Di Masa Pandemi Covid-19. *Skripsi Program Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–33. http://eprints.ums.ac.id/103993/1/NASKAH_PUBLIKASI.pdf