

PENGARUH *E-WALLET* DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z DI KOTA JAMBI TAHUN 2025

Barokatus Solikhah¹, Putri Apria Ningsih²

barokatussolikhah02@gmail.com¹, putriapria8@gmail.com²

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Abstrak

E-wallet dan gaya hidup merupakan faktor penting yang mempengaruhi pola konsumsi generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *E-wallet* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Gen-Z di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, jumlah sampel 100 responden. Teknik *Non-Probability Sampling* di gunakan dalam penarikan sampel, teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *E-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (t -hitung = 4,485; Sig. 0,000 < 0,05), dan gaya hidup juga berpengaruh positif serta signifikan (t -hitung = 3,912; Sig. 0,000 < 0,05). Secara simultan, kedua variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien regresi 0,788 dan tingkat signifikansi 0,000 (< 0,05). Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini, variabel-variabel tersebut valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik penelitian ini berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

Kata Kunci: *E-Wallet*, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif.

Abstract

This study investigated the influence of E-wallet usage and lifestyle on consumption behavior among Gen-Z in Jambi City. Employing a quantitative approach, a total of 100 respondents were selected using a non-probability sampling technique, and the data were analyzed using multiple linear regression. The results indicate that, individually, E-wallet usage has a positive and significant effect on consumption behavior ($t = 4.485$; Sig. = 0.000, $p < 0.05$), and lifestyle also has a positive and significant impact on consumption behavior ($t = 3.912$; Sig. = 0.000, $p < 0.05$). Simultaneously, both variables exert a positive and significant influence on consumption behavior, with a regression coefficient of 0.788 and a significance level of 0.000 ($p < 0.05$). Additionally, the measurement variables were confirmed to be valid and reliable, and the classical assumption tests showed that the data are normally distributed with no issues of multicollinearity or heteroscedasticity.

Keywords: *E-Wallet, Lifestyle, Consumptive Behavior.*

PENDAHULUAN

Kota Jambi merupakan pusat pertumbuhan utama di Provinsi Jambi yang mengalami perkembangan cukup pesat dalam berbagai aspek kehidupan. Letaknya yang strategis di bagian tengah Sumatera menjadikan Kota ini sebagai titik sentral kegiatan pemerintahan, ekonomi, pendidikan, dan budaya. Dalam beberapa tahun terakhir, dinamika urbanisasi dan perkembangan infrastruktur turut mendorong terjadinya pergeseran dalam tatanan sosial masyarakat. Aktivitas ekonomi masyarakat Kota Jambi tidak lagi hanya bertumpu pada sistem konvensional, melainkan mulai bergeser ke arah digital seiring dengan peningkatan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.¹

Perkembangan teknologi modern telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Segala hal kini bisa dilakukan secara digital mulai dari

¹ Nurhayati, D., & Zulkarnain, R., "Adaptasi Teknologi Digital oleh Masyarakat Kota Jambi dalam Aktivitas Ekonomi". *Jurnal Komunikasi dan Perkembangan Masyarakat*, (2021). 7(2). Hal.101–110.

belajar, bekerja, berkomunikasi, hingga berbelanja. Ditengah perubahan ini, generasi yang paling akrab dengan teknologi adalah generasi Z, yaitu generasi yang lahir antara tahun 1997-2012 yang sering disebut sebagai generasi pascamilenial. Gen-Z tumbuh di era di mana internet, teknologi canggih, dan berbagai tempat tren sudah menjadi bagian dari kehidupan. Gen-Z ini di kenal sebagai generasi internet karena mereka lebih sering menggunakan internet dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Perubahan ini sejalan dengan pola belanja individu, terutama di kalangan generasi muda. Salah satu inovasi dalam bidang teknologi finansial adalah penggunaan dompet digital atau *electronic wallet* (*E-wallet*), yang memberikan alternatif baru bagi masyarakat untuk melakukan pembayaran tanpa menggunakan uang tunai².

Kehadiran *E-wallet* telah membuat masyarakat semakin bergantung pada penggunaannya untuk memenuhi berbagai kebutuhan serta mendukung gaya hidup sehari-hari. *E-wallet* sendiri merupakan layanan transaksi pembayaran non-tunai yang dirancang agar proses pembayaran menjadi lebih efisien, praktis, serta dapat diakses melalui smartphone dengan cara yang mudah dan aman. Sistem pembayaran digital merupakan bentuk inovasi teknologi dalam transaksi non-tunai yang memberikan kemudahan, keamanan, serta efektivitas dalam berbelanja secara daring. Fenomena belanja online saat ini bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi sudah berkembang menjadi gaya hidup masyarakat modern termasuk Gen-Z. Berbagai promosi menarik yang sering ditawarkan oleh *E-wallet* membuat banyak orang tergoda untuk terus melakukan transaksi dengan mudah melalui ponsel pintar, sehingga tanpa disadari dapat memunculkan perilaku pembelian secara impulsif. Selain itu, penggunaan *E-wallet* memungkinkan masyarakat untuk menghabiskan uang tanpa melihat bentuk fisiknya, sehingga mereka kerap tidak merasa sedang mengeluarkan dana³.

Menurut Suyanto, terdapat tujuh macam dompet digital (*E-wallet*) yang populer dan banyak digunakan di Indonesia, yaitu:

1. OVO adalah dompet digital yang digunakan untuk pembayaran di merchant, pembelian pulsa, transfer uang, dan pembayaran tagihan. OVO juga sering menawarkan promo menarik melalui kerja sama dengan berbagai pihak.
2. DANA adalah dompet digital yang Fungsinya mencakup transfer uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan pembayaran layanan Gojek. DANA juga menawarkan cashback dan promo.
3. LinkAja merupakan dompet digital yang fiturnya meliputi pembayaran merchant, transfer, pulsa, tiket, dan tagihan, serta bisa digunakan di banyak tempat di Indonesia.
4. GoPay adalah bagian dari aplikasi Gojek yang digunakan untuk membayar layanan Gojek, merchant, pulsa, tagihan, dan transfer uang. Kelebihannya adalah integrasi langsung dengan berbagai layanan Gojek.
5. ShopeePay dikembangkan oleh Shopee dan digunakan untuk transaksi di Shopee maupun merchant mitra. Juga mendukung transfer uang, pembayaran tagihan, dan sering memberi promo khusus.
6. Paytren adalah dompet digital yang dirancang untuk mempermudah transaksi harian, seperti pembayaran di merchant, pembelian pulsa, transfer uang, dan pembayaran tagihan. Paytren juga memiliki fitur Mitra Paytren, yakni program yang memberikan peluang bagi pengguna untuk memperoleh penghasilan tambahan melalui sistem rekomendasi.

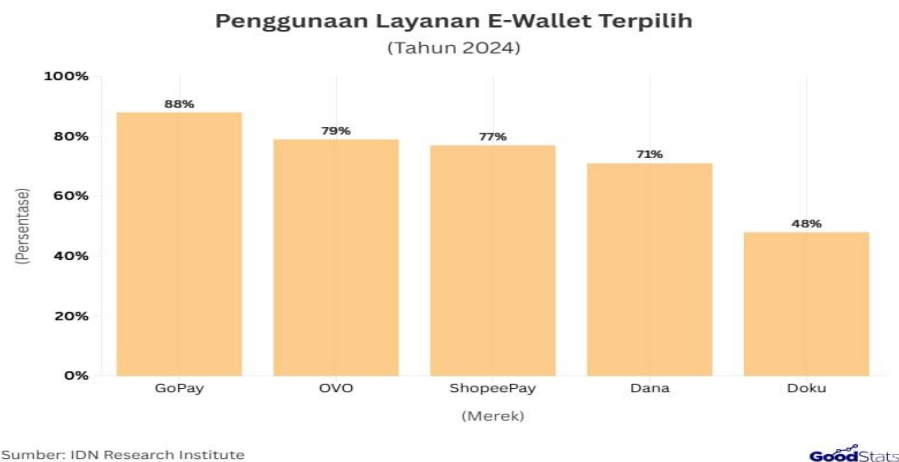
² Karina, M., Dkk, (2021), Gen Z Insights: Perspective On Education (H.Wijayati, Ed). Unisri Press.

³ Rizkiyah, K, Dkk. "Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Pengguna Platfrom Digital Payment OVO)", Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol.16, No.1, (Juli 2021). Hal.107-126.

7. Doku Wallet merupakan layanan dompet digital yang berfokus pada kemudahan transaksi online. Fitur-fiturnya meliputi pembayaran di platform e-commerce, transfer uang, pembelian pulsa, serta pembayaran berbagai tagihan. Keunggulan Doku Wallet terletak pada sistem keamanannya, seperti tokenisasi kartu, guna menjaga kerahasiaan data pengguna saat bertransaksi.⁴

Seiring kemajuan teknologi digital ada banyak jenis dompet digital non-bank yang beredar di Indonesia dengan berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan. Namun, dalam penulisan ini hanya dijelaskan tujuh *E-wallet* yang paling umum dikenal dan digunakan oleh masyarakat. Dari ketujuh *E-wallet* tersebut, penelitian ini tidak meneliti semuanya, melainkan hanya memfokuskan pada beberapa dompet digital yang paling dominan digunakan oleh Gen Z di Kota Jambi, yaitu OVO, DANA, GoPay, dan ShopeePay. Pembatasan ini dilakukan agar analisis lebih terarah dan sesuai dengan konteks penggunaan *E-wallet* di kalangan generasi muda.

Berikut diagram Penggunaan Layanan *E-wallet* Terpilih Di Indonesia 2024 sebagai berikut:



Gambar 1. Penggunaan Layanan *E-wallet* Terpilih Di Indonesia Tahun 2024
Yang Banyak Digunakan Milenial Dan Gen-Z

Sumber: IDN Research Institute (2024), diakses dari GoodStats⁵

Berdasarkan data dari IDN Research Institute tahun 2024, GoPay menjadi layanan *E-wallet* yang paling banyak digunakan oleh responden dengan persentase sebesar 88%. Diikuti oleh OVO (79%) dan ShopeePay (77%), yang juga menunjukkan tingkat penggunaan yang tinggi. Sementara itu, Dana digunakan oleh 71% responden, dan Doku menjadi *E-wallet* dengan tingkat penggunaan terendah, yakni sebesar 48%. Temuan ini menunjukkan bahwa GoPay lebih dominan dalam preferensi masyarakat, yang kemungkinan didorong oleh integrasinya dengan layanan Gojek serta promosi yang masif. Hal ini memperkuat bahwa faktor kemudahan penggunaan, popularitas brand, dan keterkaitan dengan layanan lain turut memengaruhi pilihan masyarakat terhadap layanan dompet digital.

Gaya hidup secara umum dapat diartikan sebagai pola perilaku, kebiasaan, dan pilihan individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari yang mencerminkan nilai-nilai, minat, serta orientasi sosial tertentu. Konsep ini menggambarkan bagaimana seseorang berinteraksi dengan lingkungannya dan menunjukkan pola perilaku dalam kehidupan sosial. Gaya hidup

⁴ Suyanto, S.E., S.Pd.I., M.M.,M.Ak., M.Ak., Ak., CA., (2023), *Dompot Digital Di Indonesia*”, (Serang:CV.AA. Rizky). Hal.29-32

⁵ Anbiya Mina Scuderia, *Penggunaan Layanan E-wallet Terpilih di Indonesia (Tahun 2024)*, Sumber IDN Research Institute, diakses melalui GoodStats, (<https://www.goodstats.id>).

terbentuk dari karakteristik pribadi yang dipengaruhi oleh proses interaksi sosial, lingkungan, serta pengalaman hidup. Dengan demikian, gaya hidup mencakup berbagai aspek seperti aktivitas, minat, sikap, preferensi konsumsi, hingga harapan individu dalam menentukan cara hidupnya, ini menjadi faktor pendorong utama yang memengaruhi kebutuhan, sikap, serta perilaku individu dalam mengambil keputusan, termasuk dalam aktivitas pembelian dan penggunaan produk. Menurut Kotler dan Keller, gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, minat, dan opini⁶. Namun, seiring perkembangan zaman, konsep gaya hidup mengalami perluasan dan kontekstualisasi, terutama dalam masyarakat digital dan urban seperti Gen-Z di Kota Jambi. Sementara itu menurut Solomon gaya hidup tidak hanya membentuk keputusan pembelian, tetapi juga mempengaruhi cara konsumen menggunakan dan merespon suatu produk⁷. Dalam konteks Gen-Z, gaya hidup menjadi bagian dari identitas pribadi dan ekspresi diri. Gaya hidup setiap masyarakat cenderung berbeda satu sama lain, dan seiring waktu, gaya hidup individu maupun kelompok sosial akan mengalami perubahan yang bersifat dinamis⁸.

Semakin majunya teknologi, semakin mempengaruhi penerapan gaya hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Tuntutan gaya hidup di kalangan Gen-Z yang cenderung materialistis dan hedonis dapat memicu perilaku konsumtif, khususnya dalam memenuhi kebutuhannya, seperti berbelanja. Dalam hal gaya hidup, Gen-Z memiliki kebiasaan yang berbeda, mereka menghabiskan waktu dan uang hanya untuk kesenangan, tanpa mempertimbangkan apakah itu merupakan kebutuhan atau hanya keinginan belaka. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pola hidup yang dijalani oleh generasi Z banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan tren digital yang berkembang pesat. Hal ini mendorong terbentuknya perilaku konsumtif yang tidak lagi berorientasi pada kebutuhan, melainkan pada gaya hidup dan pembentukan citra diri. Kebiasaan tersebut berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran, serta melemahkan kemampuan dalam mengelola keuangan secara bijak⁹. Kondisi ini tentu menjadi perhatian, mengingat konsumsi yang tidak terkendali dapat berdampak negatif terhadap kestabilan finansial individu. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana gaya hidup modern dan pemanfaatan teknologi keuangan berperan dalam mendorong perilaku konsumtif di kalangan generasi Z, khususnya di wilayah perkotaan seperti Kota Jambi.

Disisi lain, perilaku konsumtif merupakan tindakan individu dalam mengonsumsi barang atau jasa yang tidak didasarkan pada kebutuhan yang nyata, melainkan lebih ditentukan oleh keinginan sesaat dan dorongan emosional. Perilaku ini menyebabkan Gen-Z membeli barang yang di inginkan, bukan yang di butuhkan. Perilaku ini umumnya tidak mempertimbangkan aspek rasional, tetapi lebih mengedepankan aspek gaya hidup, simbol status sosial, serta pemenuhan kesenangan pribadi yang bersifat sementara. Jika terus berlangsung, perilaku konsumtif dapat berdampak negatif dalam jangka panjang, terutama terhadap kestabilan keuangan individu, karena pengeluaran yang tidak terkendali dan tidak proporsional dengan kemampuan ekonomi.¹⁰

Dengan adanya kemudahan bertransaksi menggunakan *E-wallet*, seseorang akan lebih mudah membelanjakan uangnya, yang pada akhirnya mendorong gaya hidup yang lebih

⁶ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson

⁷ Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson.

⁸ Jhoni Hendra Sitepu, Hazmanan Khair, dan Fajar Pasaribu, "Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (JESYA)*, vol. 5, no. 1, 2022, hlm. 202.

⁹ Masmida Khairat, Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa, *Jurnal AL-QALB* Jilid 10 No.2, (2021), H.132

¹⁰ Tiara Ledy Afista, Dkk., "Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital *E-wallet* DANA," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 8, no. 1, 2024, hlm. 3344

efisien atau konsumtif. Konsumsi barang tidak lagi hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga untuk memenuhi keinginan. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif saat menggunakan *E-wallet*. Semakin mudah bertransaksi dengan *E-wallet*, masyarakat terutama Gen-Z, menjadi lebih rentan terhadap perilaku konsumtif. Seiring berjalannya waktu, perilaku konsumtif ini membuat sulit untuk mengontrol pengeluaran mereka yang terus meningkat. Untuk mengatasi hal ini, mereka perlu mengembangkan kemampuan pengendalian diri untuk menahan dan mengurangi kecenderungan membeli barang tanpa pertimbangan yang matang¹¹

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pola hidup yang dijalani oleh Generasi Z sangat dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi dan tren digital. Perubahan ini mendorong terbentuknya perilaku konsumtif yang tidak lagi berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan lebih kepada gaya hidup dan pembentukan citra diri di ruang sosial. Kebiasaan tersebut berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran, serta melemahkan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara bijak dan terencana. Menurut Pratiwi, Generasi Z cenderung melakukan pembelian secara impulsif akibat kemudahan akses terhadap platform digital dan rendahnya kontrol diri dalam mengatur keuangan pribadi.¹² Kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital seperti *E-wallet* turut memperkuat kecenderungan ini. Proses transaksi yang cepat, praktis, dan didukung berbagai promo menjadikan konsumsi semakin instan dan sering kali tidak didasarkan pada pertimbangan rasional. Hal ini mendorong masyarakat, terutama Generasi Z, menjadi lebih rentan terhadap perilaku konsumtif¹³. Seiring waktu, kebiasaan ini dapat mempersulit individu dalam mengontrol pengeluaran yang terus meningkat. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara lebih mendalam bagaimana gaya hidup modern dan pemanfaatan teknologi keuangan digital berperan dalam mendorong perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z, khususnya di wilayah perkotaan seperti Kota Jambi.

Menurut data Sensus Penduduk 2020 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 1. Jumlah Penduduk Kota Jambi Menurut Kelompok Umur

No	Kelompok Usia	Jumlah Penduduk
1	15-19 tahun	49.695
2	20-24 tahun	51.470
3	25-29 tahun	52.029
Total penduduk		153.194 Jiwa

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2020, Kota Jambi¹⁴

Berdasarkan data pada tabel di atas, jumlah penduduk pada rentang usia 15–29 tahun yang termasuk dalam kategori Generasi Z mencapai 153.194 jiwa, dengan rincian: usia 15–19 tahun sebanyak 49.695 jiwa, usia 20–24 tahun sebanyak 51.470 jiwa, dan usia 25–29 tahun sebanyak 52.029 jiwa. Angka ini menunjukkan bahwa Generasi Z memegang proporsi yang signifikan dalam struktur demografi Kota Jambi. Berdasarkan tabel di atas, besarnya jumlah penduduk Gen Z kelompok usia ini memiliki peran penting dalam membentuk

¹¹ Catur Dian Rahayu et al., “Perilaku konsumtif Sebagai Dampak Online Shop Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi 2019 Universitas Negeri Malang,” *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 5 (June 15, 2021): 542–46.

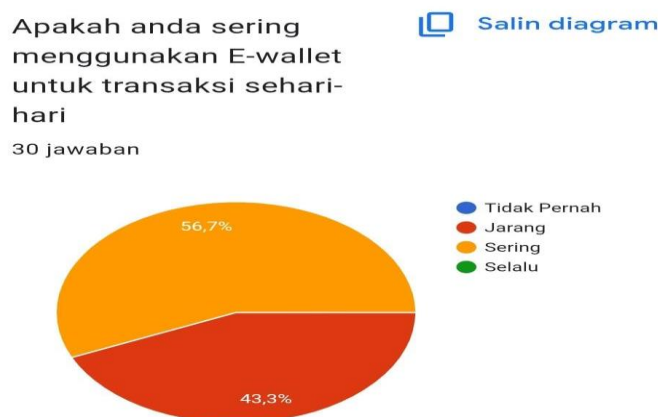
¹² R. Pratiwi, *Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Transaksi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z*, *Jurnal Ekonomi Digital*, Vol. 5, No. 2, 2022, hlm. 90.

¹³ I. Rachmawati, *Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Digital*, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9, No. 1, 2021, hlm. 50.

¹⁴ Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Jambi, *Jumlah Penduduk Kota Jambi Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin (Jiwa)*, 2020. Di Akses Dari: <https://jambikota.bps.go.id/id/statistics-tabel/2/NjkjMG==/jumlah-penduduk-Kota-Jambi-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin>.

dinamika sosial dan ekonomi, khususnya dalam hal pola konsumsi dan adopsi teknologi digital.

Berdasarkan hasil survei awal terhadap sebagian responden generasi Z di Kota Jambi guna mengetahui kecenderungan penggunaan *E-wallet* dalam aktifitas sehari-hari. Hasilnya pada gambar berikut:



Gambar 2. Penggunaan E-wallet Dalam Transaksi Sehari-Hari

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 30 responden Generasi Z di Kota Jambi, diketahui bahwa seluruh responden merupakan pengguna *E-wallet*. Dari hasil tersebut, sebanyak 17 responden (56,7%) menyatakan bahwa mereka sering menggunakan *E-wallet* dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Sementara itu, sebanyak 13 responden (43,3%) menyatakan bahwa mereka jarang menggunakan *E-wallet*. Tidak terdapat responden yang memilih kategori “selalu” maupun “tidak pernah”. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas Gen-Z sudah cukup terbiasa melakukan pembayaran digital melalui *E-wallet*, meskipun belum semua menggunakannya secara rutin setiap hari. Tingginya penggunaan pada kategori “sering” mencerminkan bahwa *E-wallet* sudah menjadi bagian dari kebiasaan dalam menggunakan *E-wallet* secara aktif, meskipun sebagian lainnya hanya menggunakan sesekali. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *E-wallet* cukup umum di kalangan Generasi Z di Kota Jambi, dan telah menjadi bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari. Oleh karena itu, data ini menjadi dasar penting dalam menelusuri sejauh mana penggunaan *E-wallet* turut membentuk perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z di Kota Jambi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas keterkaitan antara penggunaan *E-wallet* dan perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Wardani, Nasution, dan Sundari dengan judul "Pengaruh *E-wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kalangan Mahasiswa" menunjukkan bahwa penggunaan layanan seperti OVO, DANA, GoPay, dan ShopeePay dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada generasi Z di kalangan mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh kemudahan transaksi yang ditawarkan serta adanya berbagai program promosi seperti cashback dan diskon yang mendorong perilaku belanja impulsif¹⁵. Selanjutnya, penelitian Mariana et al. yang berjudul "Peran Self-Control sebagai Mediasi Penggunaan *E-wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z" menemukan bahwa penggunaan *E-wallet* tidak hanya berdampak langsung terhadap perilaku konsumtif, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat kontrol diri individu. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kontrol diri, maka semakin kecil pengaruh negatif penggunaan *E-*

¹⁵ Wardani, Nasution, & Sundari. "Pengaruh *E-wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kalangan Mahasiswa". *Jurnal Ilmiah Research Student*, Vol. 6, No. 1. (2025)

wallet terhadap perilaku konsumtif.¹⁶ Namun demikian, kebanyakan penelitian sebelumnya hanya berfokus pada satu variabel saja seperti *E-wallet* atau gaya hidup secara terpisah, atau dilakukan pada lokasi yang berbeda.

METODE PENELITIAN

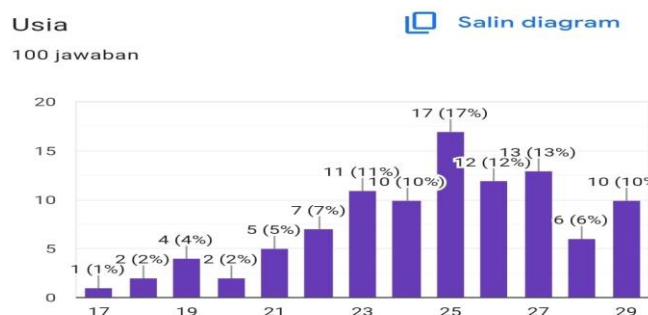
Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menerapkan metode survey. Dimana Tujuan dari metode kuantitatif adalah untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan gambaran statistik, serta memperkirakan dan memprediksi hasil yang akan diperoleh. Dan metode survey merupakan salah satu pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai berbagai hal kepercayaan, pandangan, karakteristik, tindakan, serta hubungan antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

a. Usia

Hasil pengolahan data Dari 100 responden di Kota Jambi pada kategori “Usia”, tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah:



Gambar 3. Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Angket Google From

Berdasarkan gambar 3, menunjukkan bahwa pada kategori usia dari 15-29 tahun, ini menunjukkan bahwa pada usia 15 dan 16 tahun tidak ada, usia 17 tahun sebanyak 1 orang (1%), usia 18 sebanyak 2 orang (2%), usia 19 tahun sebanyak 4 orang (4%), usia 20 tahun sebanyak 2 orang (2%), usia 21 tahun sebanyak 5 orang (5%), usia 22 tahun sebanyak 7 orang (7%), usia 23 tahun sebanyak 11 orang (11%), usia 24 tahun sebanyak 10 orang (10%), usia 25 tahun sebanyak 17 orang (17%), usia 26 tahun sebanyak 12 orang (12%), usia 27 tahun sebanyak 13 orang (13%), usia 28 tahun sebanyak 6 orang (6%), usia 29 tahun sebanyak 10 orang (10%).

b. Jenis kelamin

Hasil pengolahan data Dari 100 responden di Kota Jambi pada kategori “Jenis Kelamin” Persentase tersebut dapat di lihat pada tabel di bawah:

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase(%)
1	Laki-laki	31	31%
2	Perempuan	69	69%
Jumlah		100	100%

Sumber: Angket Google From

¹⁶ Mariana, Yulinda, & Sari. “Peran Self-Control sebagai Mediasi Penggunaan *E-wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z”. *Psyche 165 Journal*, Vol. 2, No. 2.(2025).

Pada tabel diatas, menunjukan bahwa jenis kelamin responden terbagi menjadi 2 kategori yaitu laki-laki sebanyak 31% dan perempuan 69%, ini menunjukan responden perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki.

c. Memiliki pekerjaan atau penghasilan sendiri

Hasil pengolahan data dari 100 responden di Kota Jambi pada kategori “Memiliki Pekerjaan Atau Penghasilan Sendiri” Persentase tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Memiliki Pekerjaan

No	Memiliki pekerjaan	Jumlah	Persentase(%)
1	Ya	100	100%
2	Tidak	0	0%
Jumlah	2	100	100%

Sumber: Angket Google From

Pada tabel di atas, menunjukan bahwa seluruh responden (100%) menjawab Ya (memiliki pekerjaan), dengan demikian tidak ada responden yang memilih Tidak (tidak memiliki pekerjaan).

d. E-wallet Yang Digunakan

Hasil pengolahan data Dari 100 responden di Kota Jambi pada kategori “E-wallet Yang Digunakan”, tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah:



Gambar 4. Responden Berdasarkan E-Wallet Yang Digunakan

Sumber: Angket Google From

Berdasarkan Gambar 4, diketahui bahwa e-wallet yang paling banyak digunakan oleh responden adalah DANA sebanyak 48 responden (48%). Selanjutnya diikuti oleh ShopeePay sebesar 42%, OVO sebesar 35%, dan GoPay sebesar 17%. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden lebih memilih menggunakan DANA dan ShopeePay dalam aktivitas transaksi digital mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor kemudahan penggunaan, banyaknya promo yang ditawarkan, serta luasnya jaringan mitra merchant yang bekerja sama dengan kedua layanan tersebut.

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4. Hasil Uji Statistic Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation
E-wallet(X1)	100	13.00	24.00	18.5500	2.43450
Gaya Hidup(X2)	100	12.00	24.00	17.9900	2.39737
Perilaku Konsumtif(Y)	100	29.00	48.00	36.5300	3.61941
Valid N (Listwise)	100				

Sumber: Sumber: Data di olah dari SPSS

Dari tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa perhitungan analisis statistik deskriptif menggunakan SPSS mendapatkan hasil sebagai berikut:

a. *E-wallet* X1

Dari hasil tersebut maka X1 memiliki nilai minimum sebesar 13 dan maksimum sebesar 24, dengan rata-rata(mean) sebesar 18,55 dan standar deviasi sebesar 2,43450, ini menunjukkan bahwa pengguna *E-wallet* tergolong dengan penyebaran data yang relatif stabil.

b. Gaya Hidup X2

Dari hasil tersebut maka X1 memiliki nilai minimum sebesar 12 dan maksimum sebesar 24, dengan rata-rata(mean) sebesar 17,99 dan standar deviasi sebesar 2,39937, ini menunjukkan bahwa gaya hidup cenderung seragam dengan tingkat variasi yang rendah.

c. Perilaku Konsumtif (Y)

Dari hasil tersebut maka X1 memiliki nilai minimum sebesar 29 dan maksimum sebesar 48, dengan rata-rata (mean) sebesar 36,53 dan standar deviasi sebesar 3,61941, ini menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif cukup tinggi dan memiliki variasi yang lebih besar dibanding dua variabel sebelumnya.

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

variabel	Hasil uji validitas	Hasil uji reliabilitas
<i>E-wallet</i>	Valid	Reliabel
Gaya Hidup	Valid	Reliabel
Perilaku Konsumtif	Valid	Reliabel

Dari tabel diatas untuk hasil uji validitas dan reliabilitas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dengan demikian dinyatakan valid dan reliabel layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dianggap berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test yaitu:

Tabel 5.
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.48780640
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.047
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data di olah dari SPSS

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas, diperoleh nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0.200. karena nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikan 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terhadap hubungan linear yang tinggi antar variabel independen adanya multikolinearitas dapat menyebabkan hasil estimasi menjadi tidak valid, sehingga interpretasi hubungan antar variabel menjadi kurang akurat. Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model. Sebaliknya jika nilai tolerance kurang dari 0,10 dan VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	7.626	6.827		1.117	.267		
<i>E-wallet</i>	.788	.176	.403	4.485	.000	.971	1.030
Gaya Hidup	.763	.195	.352	3.912	.000	.971	1.030

Sumber: Data di olah dari SPSS

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas tersebut diperoleh nilai tolerance untuk variabel *E-wallet* dan gaya hidup sebesar 0,971 serta nilai VIF sebesar 1,030 karena seluruh nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Dengan demikian model regresi ini layak digunakan untuk analisis lebih lanjut karena memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan Uji Glejser, yaitu dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut residual (ABS_RES).

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.350	4.254		1.023	.309
<i>E-wallet</i>	-.071	.109	-.067	-.647	.519
Gaya Hidup	.003	.122	.002	.023	.981

Sumber: Data di olah dari SPSS

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi (sig.) untuk variabel *E-wallet* sebesar 0,519 dan variabel Gaya Hidup sebesar 0,981 karena seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka didapat kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas sehingga layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda di gunakan untuk menganalisis sejauh mana variabel bebas (independen) mempengaruhi variabel terikat (dependen). Analisis ini dilakukan ketika terdapat lebih dari satu variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.626	6.827		1.117	.267
<i>E-wallet</i>	.788	.176	.403	4.485	.000
Gaya Hidup	.763	.195	.352	3.912	.000

Sumber: Data di olah dari SPSS

Berdasarkan tabel hasil Uji Regresi Linear Berganda, dapat dilihat dari nilai konstanta (nilai α) sebesar 7.626 dan untuk *E-wallet* (β_1) sebesar 0.788 dan Gaya Hidup (β_2) sebesar 0.763, sehingga di peroleh persamaannya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$= 7.626 + 0.788 + 0.763 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut, maka dapat di interpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta ($\alpha = 7.626$):
Nilai konstanta sebesar 7,626 menunjukkan bahwa apabila variabel *E-wallet* (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai perilaku konsumtif (Y) adalah 7.626.
- Koefisien *E-wallet* ($\beta_1 = 0.788$):
Nilai koefisien variabel *E-wallet* terhadap perilaku konsumtif bernilai positif sebesar 0.788. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan *E-wallet*, maka perilaku konsumtif juga akan meningkat.
- Koefisien *E-wallet* ($\beta_1 = 0.763$):
Nilai koefisien variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif juga bernilai positif sebesar 0.763. hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup yang dijalani, maka perilaku konsumtif juga akan semakin meningkat.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjeaskan variasi dari variabel dependen. Dengan kata lain, uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa kuat penggunaan *E-wallet* dan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, semakin besar atau mendekati 1 nilai R^2 , maka semakin besar pula kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.488 ^a	.238	.223	3.52358

Sumber: Data di olah dari SPSS

Berdasarkan hasil pada tabel 9, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,238 yang berarti bahwa variabel penggunaan *E-wallet* dan gaya hidup memberikan kontribusi sebesar 23,8% terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, sisanya sebesar 76,2% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *E-wallet* dan gaya hidup berpengaruh, kedunaynya bukan satu-satunya faktor dominan dalam membentuk kecenderungan konsumtif responden Gen-Z di Kota Jambi. Kedua variabel tetap memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik, namun kontribusinya masih tergolong sedang dalam menjelaskan keseluruhan variasi perilaku konsumtif.

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (T)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji T bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh *E-wallet* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z secara parsial.

- 1) Apabila nilai signifikansi (α) < 0,05 atau nilai t-hitung > t-tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Apabila nilai signifikansi (α) > 0,05 atau nilai t-hitung < t-tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 10. Hasil Uji Parsial (T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.626	6.827		1.117	.267
<i>E-wallet</i>	.788	.176	.403	4.485	.000
Gaya Hidup	.763	.195	.352	3.912	.000

Sumber: Data di olah dari SPSS

Dari tabel hasil perhitungan diatas diperoleh nilai t-tabel yaitu:

$$\begin{aligned}
 t\text{-tabel} &= df (n-k-1) \\
 &= df (100 - 2 - 1 = 97) \\
 &= 1,984
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel distribusi t dengan df = 97 pada $\alpha = 0,05$, diperoleh t-tabel 1,984.

1) *E-wallet* terhadap perilaku konsumtif

Uji t terhadap *E-wallet* memperlihatkan bahwa t-hitung sebesar 4,485 lebih besar dibandingkan t-tabel (1,984), dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel *E-wallet* memiliki peengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2) Gaya hidup terhadap perilaku konsumtif

Uji t terhadap *E-wallet* memperlihatkan bahwa t-hitung sebesar 3,912 lebih besar dibandingkan t-tabel (1,984), dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 di terima, yang artinya variabel gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

b. Uji Simultan (F)

Uji simultan (F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk melihat pengaruh *E-wallet* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Gen-Z secara simultan. Berdasarkan tabel hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	376.685	2	188.343	15.170	.000 ^b
Residual	1204.315	97	12.416		
Total	1581.000	99			

Sumber: Data di olah dari SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan, maka di dapatkan hasil f-tabel yaitu:

$$\begin{aligned}
 F\text{-tabel} &= f (k-1 ; n - k) \\
 &= f (3-1 ; 100 - 3)
 \end{aligned}$$

$$= f(2; 97)$$

$$= 3,09$$

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh bahwa nilai F hitung 15,170 dan nilai signifikansinya adalah 0,000. Karena nilai signifikansinya 0,000 dan lebih kecil dari 0,05, serta nilai F-hitung (15,170) lebih besar dari F-tabel (3,09), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima yang artinya *E-wallet* dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Gen-Z.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *E-wallet* (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,485 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang berarti *E-wallet* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa gaya hidup (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kota Jambi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 3,912 yang lebih besar dari t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, H_2 diterima, sehingga semakin konsumtif gaya hidup yang dijalani, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif seseorang.
3. Secara simultan, variabel *E-wallet* dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung sebesar 15,170 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,08. Dengan demikian, H_3 diterima dan dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Karina, M., Dkk, (2021), *Gen Z Insights: Perspective On Education* (H.Wijayati, Ed). Unisri Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 15*, (Jakarta: Erlangga, 2016).
- Sjeddie R. Watung, *Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*, (Jambi:Cvbintang Semesta Media, 2023).
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, And Being* (12th Ed.). Pearson.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- Suyanto, S.E., S.Pd.I., M.M.,M.Ak., M.Ak., Ak., Ca., (2023), *Dompot Digital Di Indonesia*", (Serang:Cv.Aa. Rizky).

Jurnal

- Ajzen, I. (2020). "The Theory Of Planned Behavior: Frequently Asked Questions", *Human Behavior And Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
<https://doi.org/10.1002/Hbe2.195>.
- Catur Dian Rahayu Et Al., "Perilaku Konsumtif Sebagai Dampak Online Shop Di Kalangan

- Mahasiswa Sosiologi 2019 Universitas Negeri Malang,” *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial* 1, No. 5 (June 15, 2021): 542–46.
- I. Rachmawati, Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9, No. 1, 2021, Hlm. 50.
- Jhoni Hendra Sitepu, Hazmanan Khair, Dan Fajar Pasaribu, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Edc (Electronic Data Capture) Yokke Yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian,” *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (Jesya)*, Vol. 5, No. 1, 2022.
- Kusuma, P., & Nurbaiti. (2023), “ Minat Menggunakan E-Wallet Dana Dikalangan Mahasiswa Di Kota Medan”, *Jurnal Ekonomi &Ekonomi Syariah (Jesya)*, Vol.6, No.1
- Mariana, Yulinda, & Sari. “Peran Self-Control Sebagai Mediasi Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z”. *Psyche 165 Journal*, Vol. 2, No. 2.(2025).
- Masmida Khairat, Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi, *Jurnal Al-Qalb Jilid 10 No.2*, (2021).
- Monica Wolff, Willem J. F. A. Tumbuan, Dan Debry Ch. A. Lintong, “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna,” *Jurnal Emba*, Vol. 10, No. 1, Januari 2021.
- Nooriah Mujahidah, “Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makassar)”, *Jurnal Universitas Negeri Makasar*. (2020).
- Nurhayati, D., & Zulkarnain, R, “Adaptasi Teknologi Digital Oleh Masyarakat Kota Jambi Dalam Aktivitas Ekonomi”. *Jurnal Komunikasi Dan Perkembangan Masyarakat*, (2021). 7(2).
- Nurul Fatimah “Pengaruh Penggunaan E-Wallet, Promosi Cashback, Dangaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z”, *Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya*, (8 Januari 202).
- R. Pratiwi, Pengaruh Gaya Hidup Dan Kemudahan Transaksi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z, *Jurnal Ekonomi Digital*, Vol. 5, No. 2, 2022
- Rizkiyah, K, Dkk. “Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Pengguna Platfrom Digital Payment Ovo)”, *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.16, No.1, (Juli 2021).
- Tiara Ledy Afista, Dkk., “Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-Wallet Dana,” *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 8, No. 1, 2024.
- Wardani, Nasution, & Sundari. “Pengaruh E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kalangan Mahasiswa”. *Jurnal Ilmiah Research Student*, Vol. 6, No. 1. (2025).
- Website/Internet**
- Anbiya Mina Scuderia, Penggunaan Layanan E-Wallet Terpilih Di Indonesia (Tahun 2024), Sumber Idn Research Institute, Diakses Melalui Goodstats, ([Https://Www.Goodstats.Id](https://Www.Goodstats.Id)).
- Badan Pusat Statistik (Bps) Kota Jambi, Jumlah Penduduk Kota Jambi Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2020. Di Akses Dari: [Https://Jambikota.Bps.Go.Id/Id/Statistics-Tabel/2/Njkjmg==/Jumlah-Penduduk-Kota-Jambi-Menurut-Kelompok-Umur-Dan-Jenis-Kelamin](https://Jambikota.Bps.Go.Id/Id/Statistics-Tabel/2/Njkjmg==/Jumlah-Penduduk-Kota-Jambi-Menurut-Kelompok-Umur-Dan-Jenis-Kelamin)