

Consumer Behavior Generasi Z: Aspek E-wallet dan Financial Literacy

Reni Hariyani^[1], Tio Prasetyo^[2]

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur ^{[1][2]}
Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan
Email : reni.hariyani@budiluhur.ac.id^[1], tio.prasetyo@budiluhur.ac.id^[2]

ABSTRAKSI

Era disrupsi telah membawa perubahan pada perilaku masyarakat dalam kegiatan ekonomi dan bisnis di Indonesia. Dampaknya terhadap gaya hidup masyarakat yang semakin diberikan kemudahan, kecepatan dan promosi dari sebuah produk. Generasi Z, yang tumbuh dengan teknologi canggih di ujung jari telah menciptakan *consumer behavior* (perilaku konsumen) *Fear Of Missing Out* (FOMO). Didukung oleh adanya *e-wallet* (dompet elektronik) yang membantu mempermudah segala transaksi ekonomi. Kondisi tersebut membutuhkan pemahaman konsep mengenai literasi pengaturan *finance* (literasi keuangan) yang baik agar generasi Z dapat mengontrol diri dalam membelanjakan uang milik pribadi. Tujuan riset adalah pengujian dilakukannya analisis dan memberikan sebuah pembuktian empiris mengenai pengaruh *e-wallet* dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumen generasi Z. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode yaitu penelitian bersifat kuantitatif dengan teknik *simple acak sampling* yang mempunyai jumlah responden generasi Z dengan total 400 orang. Penelitian ini memberikan hasil pembuktian bahwa dompet elektronik atau biasa disebut *electronic wallet* mempunyai pengaruh dampak secara tidak signifikan dengan variabel *consumer behavior* generasi Z. Sedangkan *financial literacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *consumer behavior* kaum generasi Z. Nilai inovasi yang terdapat dalam penelitian ini menggunakan proksi faktor internal (*financial literacy*) dan faktor eksternal (*e-wallet*) dalam meneliti variabel *consumer behavior*, menggunakan objek riset yaitu kaum generasi Z yang berstatus sebagai mahasiswa serta *consumer behavior* fokus pada kondisi FOMO generasi Z. Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan masing-masing satu variabel saja pada faktor internal dan faktor eksternal. Pemahaman yang baik mengenai *financial literacy* dimiliki oleh generasi Z sehingga *self control* dapat di kelola dengan baik dalam menginterpretasikan perilaku konsumsi secara pribadi. Rekomendasi untuk peneliti berikutnya dapat menggunakan faktor internal lain seperti minat beli dan faktor eksternal lain seperti faktor ekonomi keluarga.

Keyword: Perilaku Konsumen, Dompet Elektronik, Literasi Keuangan, Generasi Z

ABSTRACT

The era disruption has brought changes people behavior economic and business activities in Indonesia. The impact people lifestyles, which are increasingly provided with convenience, speed and product promotions, can be problem. Generation Z, who grew up with technology their fingertips, has created Fear Of Missing Out (FOMO) consumer behavior. Supported by electronic wallet helps make all transactions easier. This needs good financial literacy so that you can control yourself in spending money you have. The aim research to give analyze and provide empirical evidence the influence e-wallet and financial literacy on generation Z consumer behavior. The research method is quantitative research using simple random sampling techniques with 400 respondents generation Z. The results this research prove that e-wallet have insignificant influence on generation Z consumer behavior. Meanwhile, financial literacy has significant influence on generation Z consumer behavior. The novelty research that it uses proxies for internal factors (financial literacy) and external factors (e-wallet) in researching consumer behavior variables, using research objects on generation Z who are students, and Consumer behavior focuses on the FOMO condition of generation Z. The limitation of the research is that it only uses one variable each for internal factors and external factors. Generation Z has good understanding financial literacy so that self-control can be managed well interpreting personal consumption behavior. Recommendations for future researchers can use other internal factors such as buying interest and other external factors such as family economic factors.

Keyword: Consumer behavior, E-wallet, Financial literacy, Generation Z

1. PENDAHULUAN

Perkembangan *Financial Technology* (*Fintech*) di Indonesia semakin memudahkan dan menyederhanakan setiap transaksi ekonomi bagi masyarakat. Kehadiran berbagai macam jenis fitur *fintech* karena perkembangan teknologi menjadi

sebuah inovasi pada industri jasa keuangan, salah satunya yaitu penggunaan dompet digital. *E-wallet* dan atau yang biasa disebut dompet elektronik merupakan sebuah perangkat berbasis elektronik yang peran fungsinya setara dengan tempat penyimpanan uang elektronik, yang menjadi salah satu metode

pembayaran (Indarso, 2024). Perusahaan *fintech* di Indonesia banyak sekali yang memberikan *supply* bentuk jenis layanan pembayaran dalam bentuk metode secara *via online* dengan menggunakan kecanggihan *e-wallet*, seperti aplikasi *GoPay*, aplikasi elektronik *Ovo*, aplikasi *Dana*, aplikasi elektronik *ShopeePay*, aplikasi *LinkAja*, dll (Anjani, 2022). Hasil dari data survei bertajuk tema *E-Commerce* in Indonesian mengenai laporan *Consumer Behavior* tahun 2023 menunjukkan yaitu jenis pembayaran menggunakan transaksi *e-wallet* terpilih sebagai metode mayoritas yang diminati oleh konsumen dalam melakukan pembayaran belanja *online*, yakni mencapai 84,3% responden (Muhamad, 2023). Survei tersebut dilakukan dalam menganalisa tren *consumer behavior* yang dilakukan oleh aplikasi pemberi pinjaman secara digital yaitu kredivo bersama Pusat Katadata, angka tersebut meningkat pesat dibandingkan pada tahun 2022. Semua fakta dan fenomena tersebut menjadikan masyarakat harus 'melek keuangan'. Salah satunya yaitu generasi Z ditandai dengan ciri yaitu generasi yang lahir pada tahun 1997 sampai dengan tahun 2012 (Rosariana, 2021). Generasi yang dilahirkan pada era pemanfaatan kecanggihan teknologi secara modern digital, tidak dapat dipungkiri menjadi sistem bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan yang dilakukan sehari-hari. Kaum generasi Z, yaitu generasi yang berkembang dan selalu *update* tumbuh dengan perubahan teknologi di genggam tangan kaum Z. Mereka dapat mempunyai hak akses yang tidak dapat tertandingi terhadap berbagai jenis bentuk platform digital. Tetapi, kemudahan tersebut disertai dengan sebuah *challenge* baru dalam dilakukannya pengaturan keuangan secara intensif. Oleh karena itu kaum generasi Z sangat *urgent* untuk diberikan pembekalan mengenai *financial literacy* untuk lebih bijak dan efisien mengelola uang yang dimiliki. *Consumer behavior* dalam memahami *financial literacy* mencakup seluruh kemampuan individu untuk melakukan *planning* mengenai segala pokok kebutuhan dari masa depan, serta memberikan respons dari masalah terkait *finance*, dan mempunyai sebuah prinsip pedoman keuangan dalam menentukan sebuah keputusan yang benar, bijak, dan dapat melakukan suatu penghematan belanja dengan memiliki sejumlah tabungan (Amaroh, 2023). Terkait dengan kemampuan diri dalam mengelola keuangan untuk dapat mewujudkan kehidupan yang sejahtera. Literasi keuangan sangat diperlukan untuk dapat mengontrol dan mengatur arus pemasukan dan pengeluaran keuangan pribadi para generasi Z dengan lebih bijak dan sehat. Tidak tergoa dengan promo, diskon, kemudahan akses, proses yang cepat dan lain sebagainya efek dari penggunaan *e-wallet* yang tidak bisa dikendalikan.

Consumer behavior (perilaku konsumen) ditentukan oleh *self control* individu setiap orang. Karena

indikator pengendalian diri yaitu mampu berperilaku sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan sehari-hari (Hermawan, 2023). Hal ini tercermin dari gaya hidup yang bijak dan sehat dalam berperilaku. Generasi Z memiliki gaya hidup *Fear Of Missing Out* (FOMO) (OJK, 2024). Generasi ini memiliki keinginan kuat untuk mengetahui dan mengikuti mengenai sesuatu kegiatan yang dapat dikerjakan oleh orang lain via tampilan media dunia sosial yang tidak terlihat kasat mata langsung. Kondisi ini bisa berdampak pada keinginan untuk dapat membeli barang atau keinginan yang bersifat tidak primer, karena hanya ikut-ikutan dengan teman sebaya supaya tetap dianggap eksis (Ida, 2020). FOMO menjadi sebuah sikap yang ditunjukkan dengan perasaan cemas disertai rasa ketakutan agar tetap eksis atau berhubungan dengan orang lain melalui suatu kegiatan yang dilakukan dalam medsos dunia yang tidak terlihat secara langsung atau nyata. Tujuannya supaya tidak tertinggal hal-hal yang menjadi tren atau menarik dan selalu *up to date* dari tingkah laku dan berperilaku (Wahyuni, 2022).

FOMO merupakan kondisi situasi yang dapat memicu sebuah *feeling* merasakan kehilangan, berpikir merasa jauh dari lingkungan pertemanan, rasa stres kalau tidak mengetahui kejadian yang dianggap penting oleh orang atau grup lain. FOMO tersebut sudah menjadi gaya hidup di era mordenisasi dikarenakan saat ini generasi Z memasuki termin informasi yang luas dan berkembangnya teknologi. Masalah ini diikuti dengan semakin canggih dan praktisnya alat pembayaran elektronik melalui *e-wallet*. Sehingga transaksi jual beli dalam kehidupan sehari-hari semakin mempermudah generasi Z untuk dapat belanja membeli barang atau produk berdasarkan FOMO bukan karena kebutuhan. Kondisi perilaku ini harus dibekali dengan memberikan edukasi keuangan generasi Z dalam membelanjakan uangnya melalui *financial literacy*.

Financial literacy dinyatakan sebagai suatu level tingkat *knowledge* dan *skill*, sehingga menumbuhkan *confidence*, yang secara tidak langsung memberikan *effect* dampak *attitude* dan *behaviour*. Hal ini dilakukan dalam memberikan sebuah level tingkatan dari kualitas atau mutu untuk mengambil sebuah keputusan ekonomi dan kelola uang kas dalam menuju kemakmuran *financial* (Gina, 2018). Dengan demikian kaum generasi Z dapat semakin mengetahui dan dilakukan pemilahan berdasarkan kategori sebuah *needs* dan sebuah *wants* dari diri secara pribadi. Sehingga *consumer behavior* kaum generasi Z dapat dikontrol dengan mempunyai *financial literacy* yang semakin baik menuju masa depan cerah yang lebih sejahtera membahagiakan. Melalui sikap serta keterampilan dalam *manage* keuangan untuk mengelola bidang sektor keuangan sehari-hari menjadi lebih mudah terwujudnya kesejahteraan kemakmuran keuangan. *Financial literacy* secara individu memengaruhi

bagaimana teknik metode cara seorang pribadi mengelola dan mengatur *consumer behavior* (Parulian, 2021).

Penelitian sebelumnya menghasilkan temuan yaitu ada tiga alasan latar belakang yang mendasari penggunaan aplikasi *electronic wallet* efektif dalam sebuah proses menentukan keputusan transaksi pembelian yang dilakukan kaum milenial dan kaum generasi Z, hal ini ditandai adanya berbagai penawaran diskon promo barang dan tampilan fitur menarik, memberikan rasa kenyamanan, dan berbagai kemudahan penggunaan aplikasi *e-wallet* (Sriyono, 2023). Selanjutnya hasil penelitian mengenai *consumer behavior* dan penggunaan *e-wallet* yaitu menunjukkan bahwa *consumer behavior* secara perlahan-lahan mulai melakukan perpindahan yaitu beralih dari jenis instrumen pembayaran yang dilakukan melalui metode secara tradisional menjadi sistem aplikasi untuk dilakukan membayar secara digital dan teknik cara membayar dengan aplikasi canggih *electronic wallet* yang telah menjadi terkenal serta populer serta lebih mungkin dapat diterima menjadi sebuah metode sebagai bentuk alat pembayaran baru yang ada di negara maju serta wilayah negara berkembang (Aulia, 2023). Kemudian untuk hasil penelitian sebelumnya mengenai *e-wallet*, *financial literacy* dan *consumer behavior* yaitu menunjukkan bahwa variabel penggunaan *e-wallet* mempunyai dampak *effect* yang positif dan tanda signifikan terhadap variabel *behavior* dalam pembelian yang impulsif dan faktor *financial* dalam konsep *literacy* memiliki sebuah pengaruh negatif dan tanda signifikan berpengaruh terhadap perilaku dalam pembelian yang impulsif (Aulia, 2020).

Fenomena FOMO dengan belanja *online* yang diikuti promo sangat mudah diberikan oleh fitur tampilan aplikasi *e-wallet* membuat kaum generasi Z tergoda untuk dapat bertransaksi mengenai pembelian sangat mudah dengan metode *online* dapat melalui *handphone* dan juga tidak disadari dapat menumbuhkan sebuah *behavior* dalam sebuah pembelian impulsif pada kaum generasi Z (Aulia, 2023). Keberadaan aplikasi bernama dompet digital menjadi membuat mudah kaum generasi Z dalam melakukan proses belanja dengan uang yang disebabkan secara fisik wujud bentuk uangnya tidak terlihat. Hal ini membuat perasaan tidak mengeluarkan uang dalam jumlah tertentu ketika berbelanja. Sehingga hal itu sangat diperlukan literasi keuangan berupa kemampuan dalam mengelola keuangan bagi generasi Z sehingga terwujud perilaku keuangan yang sehat dan bijak. Fokus rumusan permasalahan dalam riset yang diteliti yaitu mengenai 1) Apakah *e-wallet* mempunyai dampak pengaruh signifikan terhadap *consumer behavior* generasi Z?; 2) Apakah *financial literacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *consumer behavior* generasi Z?.

Pendekatan dalam riset ini yang dilakukan oleh penulis dalam strategi memecahkan masalah dalam riset yang dikaji yaitu 1) Memilih penggunaan proksi faktor psikologis yaitu self control untuk variabel *consumer behavior*; 2) Menggunakan proksi akses kemudahan, akses kecepatan dan promosi untuk variabel *e-wallet*; 3) Proksi yang digunakan mengenai dasar ilmu *finance* secara pribadi, *knowledge* mengenai saving, serta hal pengelolaan uang dalam pengaturan yang lebih bijak. Nilai baru dari riset yang penulis lakukan yaitu 1) menggunakan proksi faktor internal (*financial literacy*) dan faktor eksternal (*e-wallet*) dalam meneliti variabel *consumer behavior*; 2) menggunakan objek penelitian pada generasi Z yang berstatus sebagai mahasiswa; 3) *Consumer behavior* fokus pada kondisi FOMO generasi Z.

Berikut adalah hipotesis yang diuji pada riset ini yaitu:

1. *E-wallet* mempunyai dampak pengaruh yang signifikan terhadap *consumer behavior* generasi Z.
2. *Financial literacy* mempunyai dampak pengaruh signifikan terhadap *consumer behavior* generasi Z
3. *E-wallet* dan *financial literacy* mempunyai dampak pengaruh yang signifikan terhadap *consumer behavior* kaum generasi Z

Tujuan dari riset yang penulis lakukan yaitu untuk menganalisis dan dapat memberikan sebuah bukti yang empiris mengenai pengaruh *e-wallet* dan *financial literacy* terhadap *consumer behavior* generasi Z.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai *consumer behavior* ini dilakukan oleh penulis memakai metode berbasis kuantitatif. Sumber yang digunakan sebagai data riset yaitu data bersumber primer. Teknik dalam pengumpulan data riset yang digunakan pada penelitian dengan cara distribusi pernyataan kuesioner dengan metode *online* melalui bentuk *link aplikasi google form*. Populasi yang digunakan dalam riset yaitu generasi Z yang berstatus mahasiswa. Penelitian yang diproses dengan memakai teknik sampel *simple* acak *sampling*. Yaitu sebuah cara teknik dengan sampel yang diambil dari sejumlah anggota populasi secara acak dengan tidak fokus memperhatikan level tingkatan yang terdapat dalam komunitas populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Jumlah yang digunakan sebagai sampel dalam riset berjumlah 400 orang. Didapatkan dari pemilihan secara acak generasi Z yang memiliki status mahasiswa pada beberapa perguruan tinggi swasta di Jakarta.

Operasionalisasi penggunaan variabel dalam riset ini terdiri dari sembilan belas butir instrumen dari pernyataan berasal dari indikator variabel-variabel yang menjadi tema riset ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk variabel *e-wallet* (X1) adalah yaitu fitur aplikasi digital sebagai alat transaksi pembayaran. Indikator yang digunakan yaitu akses kemudahan, akses kecepatan dan promosi yang diberikan oleh *e-wallet* (Sriyono, 2023) (Sriyono, 2023).
2. Untuk variabel *financial literacy* (X2) yaitu kemampuan pengetahuan individu mengenai pengelolaan keuangan. Dengan memperhatikan indikator yaitu memiliki pengetahuan *basic* mengenai keuangan pribadi, selanjutnya memiliki *knowledge* mengenai cara menabung dan melakukan investasi, serta mempunyai *knowledge* mengenai pengelolaan uang dan setara kas (Hariyani, 2024).
3. Untuk variabel *consumer behavior* generasi Z (Y) yaitu perilaku konsumen khususnya generasi Z dalam membelanjakan uang sehari-hari pada kondisi FOMO. Dengan menggunakan indikator faktor psikologis yaitu self control meliputi kontrol diri dan percaya diri (Hermawan, 2023).

Model penelitian yang digunakan dalam memberikan penjelasan hubungan antar variabel yang diteliti dan dipakai dalam riset ini dapat di tuliskan dalam formula rumus persamaan garis regresi berganda berikut:

$$CB = a + \beta_1EW + \beta_2FL + \varepsilon$$

Keterangan:

- CB : *Consumer behavior*
- α : Angka Konstanta
- β (1,2) : Angka Koefisien regresi
- EW : *Electronic Wallet*
- FL : *Financial literacy*
- ε : Tingkat *Error*

Analisis data dalam uji riset yang dilakukan ini menggunakan teknik skala interval dalam bentuk *checklist* menggunakan tingkat skala *likert* untuk kategori 5 poin yaitu angka 5 dengan lambang simbol SS yang artinya Sangat Setuju, angka 4 dengan lambang simbol S yang artinya Setuju, untuk angka 3 dengan lambang simbol N yang artinya Netral, dilanjutkan dengan angka 2 untuk lambang simbol TS yang artinya Tidak Setuju, dan angka 1 dengan lambang simbol STS yang artinya Sangat Tidak Setuju. Tahap analisis selanjutnya yaitu diolah menjadi data dalam bentuk deskriptif untuk dilakukan tabulasi memakai microsoft excel. Kemudian butir dalam pernyataan kuisisioner diolah menggunakan SPSS versi 22 dengan tingkat alpha yaitu 5%. Pengolahan selanjutnya setelah dilakukan transformasi data dilakukan pengujian kevalidan, kereliabelan, pengujian tahap regresi linier yang berganda, pengujian koefisien determinasi spss, serta pengujian parsial atau sebagian dan pengujian simultan atau keseluruhan.

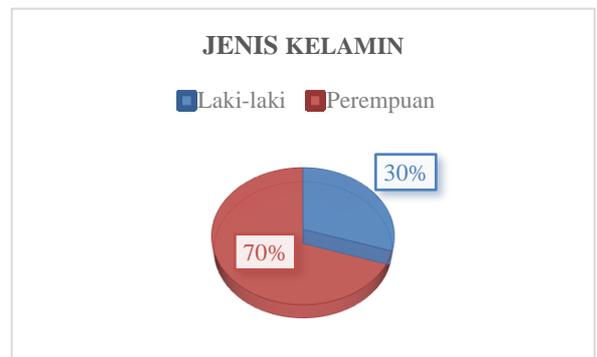
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil riset yang telah dilakukan ini dengan melibatkan 400 orang dengan karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, memiliki simpanan tabungan atau tidak, Jenis *e-wallet* yang dimiliki, jenis barang yang dibeli belanja *online* serta hasil pengolahan dan analisa data riset secara parsial dan simultan.

Uraian hasil mengenai karakteristik gambaran responden dalam riset ini yaitu dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Karakteristik Basis Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin dalam deskripsi gambaran responden terdiri dari laki-laki dan jenis kelamin perempuan. Untuk tahapan data yang dikumpulkan menghasilkan pengolahan yang diperoleh yaitu bahwa responden jenis kelamin laki-laki memiliki total 120 orang (30%) sedangkan untuk responden jenis kelamin perempuan sebanyak 280 orang (70%). Hasil dari karakteristik didominasi kebanyakan yaitu responden dalam riset ini didominasi oleh jenis kelamin perempuan memiliki total 380 responden berdasarkan dari total keseluruhan yang menjadi sampel pengisi kuisisioner dalam riset. Berikut tampilan dalam bentuk diagram



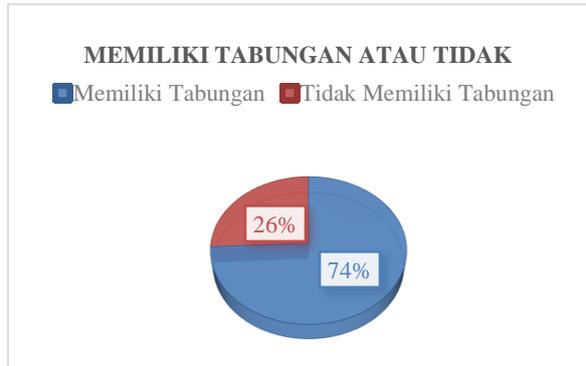
yaitu sebagai berikut:

Gambar 1. Data Jenis Kelamin
Sumber: Data yang telah diolah, 2024

b. Karakteristik Memiliki Tabungan atau Tidak

Karakteristik selanjutnya mengenai gambaran umum responden yaitu mengenai apakah mempunyai simpanan tabungan dan atau tidak memiliki. Hasil dari gambaran ini yaitu diperoleh data bahwa responden yang memiliki tabungan berupa celengan atau simpanan di bank berjumlah 297 orang (74%) sedangkan yang tidak memiliki tabungan atau simpanan berjumlah 103 orang (26%). Mayoritas dalam riset ini yaitu responden mempunyai simpanan atau tabungan berjumlah 297 orang dari jumlah

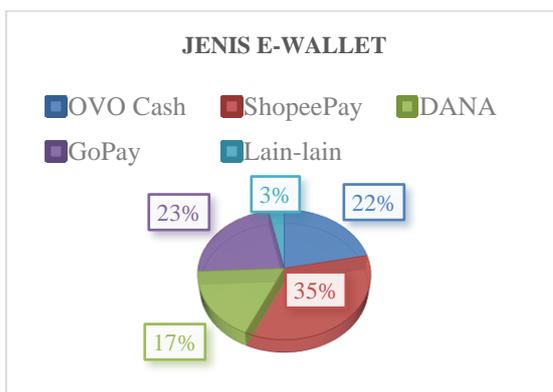
keseluruhan responden. Berikut tampilan dalam bentuk diagram yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. Data Memiliki Tabungan atau Tidak
Sumber: Data yang telah diolah, 2024

c. Karakteristik Berdasarkan Jenis *E-wallet* yang Dimiliki

Penelitian karakteristik selanjutnya yaitu mengenai pengelompokan menjadi 5 klasifikasi terdiri dari OVO Cash, DANA, ShopeePay, GoPay dan lain-lain. Selanjutnya pengumpulan data menunjukkan hasil yang telah didapatkan mengenai responden yang memiliki *e-wallet* OVO Cash berjumlah 87 orang (22%), *e-wallet* DANA berjumlah 70 orang (18%), *e-wallet* ShopeePay berjumlah 140 orang (35%), *e-wallet* GoPay berjumlah 90 orang (22%) serta untuk lain-lain (m-banking, flip, linkaja) sebesar 13 orang (3%). Mayoritas dari responden riset ini didominasi oleh pengisi responden yang memiliki *e-wallet* shopeepay berjumlah 140 orang dari jumlah keseluruhan responden. Berikut tampilan dalam bentuk diagram yaitu sebagai berikut:

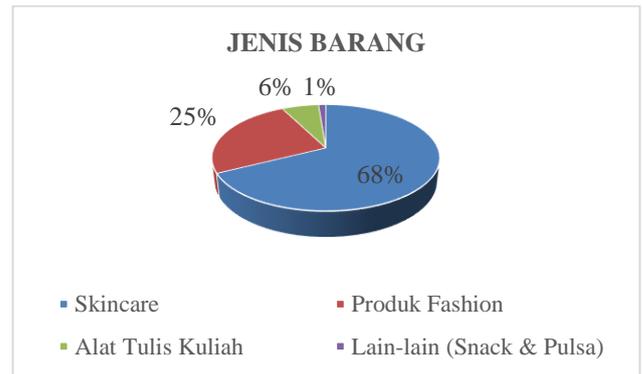


Gambar 3. Jenis E-wallet
Sumber: Data yang telah diolah, 2024

d. Karakteristik Berdasarkan Jenis Barang yang dibeli Belanja *Online*

Penelitian ini memiliki karakteristik kategori yang berdasarkan empat klasifikasi terdiri dari *skincare*, *fashion* (sepatu, tas, baju), perlengkapan alat tulis untuk kuliah dan lain-lain. Pengumpulan dan pengolahan data memberikan hasil diperoleh bahwa

untuk belanja *skincare* memiliki jumlah 270 orang (68%), belanja *fashion* berjumlah 100 orang (25%), belanja perlengkapan alat tulis kuliah berjumlah 25 orang (6%), belanja lain-lain (*snack* dan pulsa) berjumlah 5 orang (1%). Mayoritas responden dalam penelitian ini berbelanja jenis *skincare* secara *online* berjumlah 270 orang dari jumlah keseluruhan responden. Berikut tampilan dalam bentuk diagram yaitu sebagai berikut:



Gambar 4. Jenis Barang
Sumber: Data yang telah diolah, 2024

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dari instrumen data

a. Pengujian Data Instrumen Mengenai Validitas

Uji dalam riset ini bermanfaat digunakan untuk menentukan tingkat valid atau tidaknya dari butir pernyataan yang terdapat dalam kuisioner. Pedoman suatu model dapat dinyatakan lolos uji valid jika nilai signifikan berada dibawah angka 0,05 (sebesar 5%). Dengan indikator kriteria pengujiannya yaitu apabila simbol r hitung $>$ r table maka uji instrumen atau item-item dalam pernyataan memiliki kolerasi yang signifikan terhadap nilai skor total (dapat dinyatakan valid). Dengan jumlah keseluruhan data dalam riset ini yaitu diketahui $n = 400$, kemudian didapatkan $df = 400-2-1$ maka diperoleh r tabel= 0,101. Sehingga hasil dari pengujian validitas untuk setiap masing-masing pengujian variabel dalam riset ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pengujian Validitas Variabel *E-wallet* (X1)

Butir Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
Instrumen No 1	0.739	0.101	Valid
Instrumen No 2	0.659	0.101	Valid
Instrumen No 3	0.738	0.101	Valid
Instrumen No 4	0.755	0.101	Valid
Instrumen No 5	0.213	0.101	Valid
Instrumen No 6	0.592	0.101	Valid

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Berdasar hasil pengujian pada tabel 1 dengan cara membandingkan angka pada kolom nilai r hitung dengan angka pada kolom nilai r tabel. Memberikan

hasil pengujian yang diperoleh yaitu semua butir pernyataan pada kuisioner variabel *e-wallet* adalah dinyatakan valid karena semua angka pada item r hitung > dari angka r tabel.

Tabel 2. Pengujian Validitas Variabel *Financial literacy* (X2)

Butir Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
Instrumen No 1	0.504	0.101	Valid
Instrumen No 2	0.423	0.101	Valid
Instrumen No 3	0.579	0.101	Valid
Instrumen No 4	0.229	0.101	Valid
Instrumen No 5	0.514	0.101	Valid
Instrumen No 6	0.597	0.101	Valid
Instrumen No 7	0.689	0.101	Valid
Instrumen No 8	0.612	0.101	Valid
Instrumen No 9	0.541	0.101	Valid

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Merujuk pada hasil tabel 2 dengan cara membandingkan angka pada nilai r hitung dengan angka pada nilai r tabel. Dengan demikian hasil yang didapatkan adalah semua butir pernyataan *financial literacy* dinyatakan valid karena semua item angka nilai r hitung > dari angka nilai r tabel.

Tabel 3. Pengujian Validitas Variabel *Consumer behavior* Generasi Z (Y)

Butir Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
Instrumen No 1	0.570	0.101	Valid
Instrumen No 2	0.664	0.101	Valid
Instrumen No 3	0.717	0.101	Valid
Instrumen No 4	0.627	0.101	Valid

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan angka yang ditunjukkan pada tabel 3 di atas dengan membandingkan angka nilai r hitung dengan angka nilai r tabel. Memberikan sebuah angka hasil yang diperoleh yaitu semua pernyataan *consumer behavior* generasi Z dinyatakan valid karena semua total item angka nilai r hitung > dari angka nilai r tabel.

- c. Pengujian Data Instrumen Mengenai Reliabilitas
 Pengujian instrumen untuk mengukur reliabilitas instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha diatas angka 0,60. Apabila nilai angka Cronbach's Alpha pada suatu instrument berada pada standar di bawah nilai tersebut maka dinyatakan instrument tersebut tidak reliabel. Hasil pengujian instrumen mengenai reliabilitas ini dapat disajikan pada tabel di bawah ini yaitu berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Maksimal	Keterangan
<i>E-wallet</i> (X1)	0,808	0,60	Reliabel
<i>Financial literacy</i> (X2)	0,810	0,60	Reliabel

<i>Consumer behavior</i>	0,821	0,60	Reliabel
--------------------------	-------	------	----------

Generasi Z (Y)

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Merujuk pada angka yang ditunjukkan di tabel 4 yaitu bahwa setiap variabel independen serta variabel dependen dalam riset ini dihasilkan reliabel dengan acuan karena memiliki angka nilai dalam Cronbach's Alpha menunjukkan > 0,60 yang artinya dapat dikatakan bahwa hasil untuk pengujian reliabilitas bisa dilakukan penerimaan karena mempunyai nilai yang baik.

Pengujian Tahapan Regresi Linier Berganda

Tahapan pengujian ini dilakukan dalam riset dalam mengetahui apakah adanya pengaruh atau dampak yaitu variabel *e-wallet* (X1), *financial literacy* (X2), terhadap *consumer behavior* generasi Z (Y).

Tabel 5. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

Mode	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	165.416	20.243
<i>E_wallet</i>	.069	.038
<i>Financial_Literacy</i>	.137	.030

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan hasil pada tabel 5 dengan merujuk pada angka yang dihasilkan dapat dinyatakan persamaan garis regresi yaitu terdiri dari :

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \epsilon$$

$$Y = 165.416 + 0.069X_1 + 0.137X_2 + \epsilon$$

- Nilai konstanta a sebesar 165.416, angka tersebut merupakan sebuah nilai angka tetap atau konstan yang memiliki arti jika variabel *e-wallet* dan variabel X2 yaitu *financial literacy* nilainya 0 maka variabel *consumer behavior* generasi Z (Y) bernilai 165.416.
- Angka pada nilai koefisien garis persamaan regresi untuk variabel *e-wallet* bernilai arah positif adalah sebesar 0.069. Interpretasi dalam angka ini bermakna yaitu jika terjadi penambahan pada angka bernilai sebesar satu satuan pada variabel *e-wallet*, maka angka pada nilai variabel *consumer behavior* kaum generasi Z akan mengalami peningkatan sebesar 0.069 satuan dengan anggapan atau asumsi bahwa variabel independen lainnya nilainya tetap.
- Angka pada nilai sebuah koefisien regresi adalah variabel *financial literacy* memiliki nilai positif yaitu sebesar 0.137. Dalam angka tersebut memeberikan arti bahwa setiap dilakukan penambahan angka nilai sebesar satu satuan pada variabel *financial literacy*, maka angka nilai pada variabel *consumer behavior* generasi Z akan mengalami peningkatan sebesar 0.137 satuan dengan anggapan atau asumsi variabel independen yang

ada pada riset ini mempunyai nilainya tetap.

Pengujian Nilai R Square

R Square atau disebut koefisien determinasi bermanfaat digunakan dalam menghitung dan sebagai pengukuran seberapa jauh dari kemampuan sebuah model regresi dalam menerapkan ragam variasi Variabel dependen dalam riset yaitu *consumer behavior* generasi Z. Didapatkan untuk hasil angka R square pada tabel 6 yaitu sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Nilai R Square

Model	R	Nilai R Square	Angka Adjusted R Square
1	.303	.092	.087

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Merujuk pada tabel 6 diperoleh nilai R Square sebesar 0,092 atau 9,2%. Artinya adalah *consumer behavior* generasi Z dipengaruhi oleh *e-wallet* dan *financial literacy* sebesar 9,2%. Sedangkan mayoritas sisanya yaitu 90,8% (100%-9,2%) dapat dipengaruhi karena faktor lain seperti yaitu variabel loyalitas pelanggan, minat beli dan faktor sosial dan sebagainya.

Pengujian Parsial Untuk Variabel Riset

Uji sebagian atau parsial dari variabel independen digunakan untuk memberikan penjelasan apakah variabel yang bersifat dependen yang dilakukan pengujian memakai test secara signifikansi parsial atau dikenal sebagai uji t (secara masing-masing).

Tabel 7. Hasil Pengujian Parsial

	Bentuk Model	Nilai Sig.
1	(Constant)	.000
	<i>E_wallet</i>	.075
	<i>Financial_Literacy</i>	.000

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

- a. *E-wallet* tidak memiliki dampak pengaruh yang signifikan pada variabel *consumer behavior* generasi Z karena angka nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau dengan kata lain dinyatakan bahwa $0,075 > 0,05$.

Interpretasi ini disebabkan karena penggunaan *e-wallet* oleh generasi Z digunakan untuk memenuhi kebutuhan primer yang benar-benar diperlukan. Sehingga *consumer behavior* yang mengarah pada FOMO tidak terjadi pada generasi Z dalam hasil riset ini. Oleh karena itu *e-wallet* tidak berpengaruh signifikan terhadap *consumer behavior* generasi Z. Perilaku konsumen pada generasi Z masih dalam batas wajar dan normal

ketika membelanjakan uang yang mereka miliki. Akses kemudahan, akses kecepatan serta promosi yang ditawarkan oleh *e-wallet* tidak membuat generasi Z menjadi tergoda untuk memiliki gaya hidup yang FOMO atau ikut-ikutan dengan tren. Oleh karena itu *e-wallet* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *consumer behavior* kaum generasi Z.

- b. *Financial literacy* memiliki dampak pengaruh yang signifikan pada variabel *consumer behavior* generasi Z karena angka pada nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$.

Interpretasi hasil penelitian yaitu menjelaskan bahwa kemampuan dalam mengelola keuangan memengaruhi perilaku generasi Z dalam membelanjakan uangnya. Semakin baik *financial literacy* yang dimiliki oleh generasi Z maka semakin baik *self control* yang dimiliki. Karena semakin paham bagaimana mengatur uang yang dimiliki untuk dibelanjakan. Kondisi ini didukung dengan karakteristik responden yaitu para mahasiswa, yang secara tidak langsung sudah dapat berpikir dengan matang dan percaya diri dalam pengelolaan keuangan serta minimal pernah mendapatkan pembelajaran mengenai ilmu keuangan secara *online* atau *offline*. Sehingga *financial literacy* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *consumer behavior* kaum generasi Z. Dengan demikian kondisi ini tidak dapat dihindari bahwa literasi keuangan yang maksimal dimiliki oleh kaum generasi Z maka akan terbentuk pola perilaku individu yang dapat mengatur keuangan dengan bijak dan sehat. Sehingga kesejahteraan keuangan dapat terwujud di masa depan.

Pengujian Simultan Untuk Variabel Riset

Simultan atau secara keseluruhan dilakukan dalam dilakukan pengujian mengenai variabel independen yang memiliki dampak pengaruh terhadap sebuah variabel dependen yaitu secara keseluruhan atau bersamaan dalam riset ini.

Tabel 8. Hasil Pengujian F Simultan

	Bentuk Model	Nilai Sig.
1	Regression	.000 ^b
	Residual	
	Total	

Sumber : Olah Data SPSS, 2024

Merujuk pada tabel 8 didapatkan bahwa angka pada nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$, artinya variabel *e-wallet* dan variabel *financial literacy* secara simultan mempunyai dampak pengaruh yang positif dan juga signifikan pada variabel *consumer behavior* kaum generasi Z.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan teknologi keuangan memberikan dampak pada pelayanan transaksi non tunai yang praktis, cepat, dan memberikan banyak promosi, salah satunya *e-wallet*. Kondisi ini sejalan dengan *life style* kaum masyarakat yang selalu mengikuti tren pada tampilan dalam media sosial. Khususnya kalangan generasi Z saat ini menjadi sebuah *life style* yaitu FOMO. *Consumer behavior* generasi Z menjadi fokus perhatian karena begitu lekat dan dekatnya mereka dengan *smartphone* dan *gadget* untuk mengakses berbagai informasi. Diperlukan *financial literacy* untuk dapat membekali dalam mengelola keuangan pribadi generasi Z agar tidak terjadi pembelian yang bersifat sekunder atau tersier. Penelitian ini memberikan kontribusi hasil yaitu pembuktian bahwa *e-wallet* memberikan *effect* pengaruh yang tidak signifikan pada variabel *consumer behavior* generasi Z. Sedangkan *financial literacy* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *consumer behavior* generasi Z. Hal ini selaras bahwa generasi Z pada riset ini menggunakan *e-wallet* untuk belanja sesuai kebutuhan dan tidak tergoda dengan promosi *e-wallet* sehingga tidak memberikan pengaruh terhadap *consumer behavior*. Dan pemahaman yang baik mengenai *financial literacy* dimiliki oleh generasi Z sehingga *self control* dapat di *manage* dengan baik dalam berperilaku mengelola keuangan pribadi. SKeterbatasan penelitian ini hanya menggunakan masing-masing satu variabel saja pada faktor internal dan faktor eksternal. Rekomendasi untuk peneliti berikutnya dapat menggunakan faktor internal lain seperti minat beli dan faktor eksternal lain seperti faktor ekonomi keluarga.

REFERENSI

- Amaroh. (2023). Financial Attitude, Trust, and ROSCAs' Member Commitment: Social Relations as Mediating Factor. *GLOBAL BUSINESS & FINANCE REVIEW*, 28(3), 35–49. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.35>
- Anjani. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet. *Sahmiyya*, 1(1), 124–134.
- Aulia. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompnet Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311–324.
- Aulia. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(3).
- Gina, S. (2018). Analisis Literasi Keuangan Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Angkatan 2014-2017. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan (JDEP)*, 1(2).
- Hariyani. (2024). Pengaruh Financial Technology, Locus of Control, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 22(1), 16–22.
- Hermawan. (2023). Literature Review Perilaku Konsumen: Loyalitas Pelanggan, Pembelian Ulang dan Minat Beli. *JGIA (Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi)*, 1(1).
- Ida. (2020). Financial Literacy, Money Attitude, Dan Financial Management Behavior Generasi Milenial. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 406–413.
- Indarso. (2024). Literature Review: Analisis Faktor Pengaruh Kepuasan Pengguna E-Wallet Generasi Milenial dan Z. *BIT (Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur)*, 21(1), 22–29.
- Muhamad, N. (2023). *E-Wallet, Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Belanja Online*. Kata Data Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/>
- OJK. (2024). *Membekali Generasi Z Dengan Digital Financial Literacy (DFL)*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>
- Parulian. (2021). Peran Penyerapan Literasi Keuangan Terhadap Kesejahteraan Keuangan Generasi Milenial pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(2).
- Rosariana, B. (2021). *Generasi "Milenial" Dan Generasi "Kolonial."* Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>
- Sriyono. (2023). Efektivitas Penggunaan Fintech (E-Wallet) Terhadap Keputusan Pembelian Dikalangan Generasi Milenial. *JEMMA (Jurnal of Economic, Management, and Accounting)*, 6(2), 153–161.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Wahyuni. (2022). Fear Of Missing Out (FOMO) Sebagai Gaya Hidup di Era Modernisasi. *Proceeding Conference On Psychology And Behavioral Sciences*, 68–72.