

## ADOPTSI SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL (E-WALLET) DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GEN-Z

Linda Amelia Tiara Dewi<sup>1</sup>, Muhammad Harpis<sup>2</sup>, Nala Rati<sup>3</sup>  
Neza Adhani Ayunda<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Akademi Manajemen Informatika & Komputer Universal  
Email: lindaameliatiaradewi@gmail.com

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi finansial mendorong peningkatan penggunaan sistem pembayaran digital, khususnya e-wallet, di kalangan Generasi Z yang dikenal adaptif terhadap inovasi teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat adopsi e-wallet serta pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif Gen-Z. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei terhadap responden Generasi Z berusia 17–25 tahun. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang mengukur variabel kemudahan penggunaan, promosi, gaya hidup digital, intensitas penggunaan e-wallet, dan perilaku konsumtif. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk melihat hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan transaksi, cashback, diskon, serta integrasi e-wallet dengan berbagai platform digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan frekuensi penggunaan. Intensitas penggunaan e-wallet terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen-Z, terutama pada pembelian impulsif dan pengeluaran non-prioritas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa adopsi e-wallet tidak hanya mengubah metode pembayaran, tetapi juga membentuk pola konsumsi yang lebih instan dan kurang terkontrol. Temuan ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi penyedia layanan keuangan digital, pendidik, dan pembuat kebijakan dalam meningkatkan literasi keuangan digital pada generasi muda.

**Kata kunci:** e-wallet, pembayaran digital, Generasi Z, perilaku konsumtif, fintech

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (fintech) telah membawa perubahan signifikan pada sistem pembayaran di Indonesia dan dunia. Sistem pembayaran digital, khususnya e-wallet, telah menjadi salah satu fitur penting dalam ekosistem ekonomi digital karena kemudahan, kecepatan, dan efisiensinya. Fenomena ini semakin diperkuat dengan penetrasi internet dan penggunaan smartphone yang tinggi di kalangan Generasi Z-kelompok demografis yang lahir pada akhir 1990-an hingga awal 2010-an dan dikenal sebagai digital natives. Gen-Z memiliki kecenderungan kuat untuk mengadopsi inovasi digital, termasuk e-wallet seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay, yang mempermudah berbagai jenis transaksi pembayaran. Penelitian sebelumnya melaporkan bahwa adopsi e-wallet berkaitan dengan faktor persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, serta pengaruh sosial terhadap niat penggunaan pada Gen-Z.

Gen-Z semakin terbiasa melakukan pembayaran non tunai karena dinilai lebih cepat, aman, dan efisien. Kemudahan ini mendorong generasi muda untuk lebih aktif dalam aktivitas ekonomi digital dan memperkuat literasi keuangan mereka. Tren ini menunjukkan bahwa Gen-Z tidak hanya menjadi pengguna aktif teknologi finansial,

tetapi juga menjadi pendorong utama transformasi menuju masyarakat cashless yang lebih menyeluruh dan serbaguna. Generasi dikenal sebagai Generasi Z yang sangat bergantung pada teknologi dalam menjalani aktivitas sehari-hari, termasuk dalam melakukan transaksi keuangan. Mereka cenderung mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam memilih layanan digital seperti E-wallet sebagai alat pembayaran utama.

Menurut Leasa, S.H., Rumtutuly, H.H., Nur Azda, N. (2025) "Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan E-Wallet: Dampaknya terhadap Spending Behavior Generasi Z di Kota Ambon", menyimpulkan bahwa semakin mudah layanan e-wallet digunakan, maka semakin tinggi pula intensi penggunaannya, yang pada akhirnya berdampak terhadap peningkatan pola pengeluaran Generasi Z. Di sisi lain, sederet studi menunjukkan bahwa penggunaan E-wallet dapat memengaruhi pola konsumsi, menyebabkan perilaku konsumtif karena kemudahan transaksi dan insentif berupa diskon, cashback, atau promosi yang memicu pembelian impulsif. Perubahan ini berdampak pada keputusan pengeluaran, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung kurang memiliki kontrol finansial yang kuat.

Berdasarkan fenomena di atas, penelitian ini merumuskan beberapa masalah utama:

- a. Faktor apa saja yang mendorong adopsi sistem pembayaran digital (E-wallet) di kalangan Gen-Z ?
- b. Bagaimana pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif generasi tersebut ?

Analisis kritis dalam konteks era digital, E-wallet merupakan inovasi yang sangat relevan dan bermanfaat. Namun, penggunaannya di kalangan mahasiswa perlu dikaji secara kritis. Gen-Z sebagai generasi muda yang sedang membentuk kebiasaan dan karakter finansial, seharusnya tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga memiliki kesadaran literasi keuangan yang baik. E-wallet memang menawarkan kemudahan, tetapi juga membuka peluang terjadinya konsumsi berlebihan. Promo yang dirancang untuk menarik perhatian pengguna sering kali memicu keputusan pembelian yang tidak masuk akal. Dari sudut pandang kritis, E-wallet bukanlah penyebab utama perilaku boros, melainkan alat yang mempercepat proses konsumsi. Akar masalahnya terletak pada kurangnya edukasi finansial dan kontrol diri.

Menurut Aulia, D.S., & Purwanti, P. (2025) "Implikasi Penggunaan E-Wallet Dan Gaya Hidup Hedonisme Dalam Perilaku Konsumtif Generasi Z" menyimpulkan bahwa variabel dependen atau disebut dengan variabel Y, penggunaan e-wallet (X1) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal itu dibuktikan terhadap nilai p-value  $>0,05$  yang berarti dapat dinyatakan bahwa penggunaan e-wallet tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hedonisme memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan untuk memberikan pemahaman tentang manajemen keuangan digital kepada generasi mudanya. Selain itu, Gen-Z juga perlu membangun kebiasaan mencatat pengeluaran, menetapkan anggaran bulanan, dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Dengan pendekatan yang bijak, E-wallet dapat menjadi alat yang mendukung efisiensi dan kemandirian finansial, bukan sebaliknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi tingkat adopsi E-wallet di kalangan Gen-Z dan menganalisis pengaruh penggunaan E-wallet terhadap perilaku konsumtif Gen-Z. Penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis. Secara teoritis, memperkaya kajian perilaku konsumen dan

adopsi teknologi dalam konteks fintech. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi penyedia layanan E-wallet, pembuat kebijakan, dan pendidik dalam merancang strategi literasi keuangan digital untuk Gen-Z agar penggunaan e-wallet tidak berdampak negatif terhadap perilaku konsumtif.

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam konteks ini, penelitian difokuskan pada pengamatan perilaku konsumsi Generasi Z sebagai dampak dari adopsi teknologi dompet digital. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi partisipatif yaitu penulis sebagai salah satu Gen-Z yang melakukan transaksi digital khususnya pada penggunaan QRIS dan e-wallet dalam aktivitas ekonomi harian. Dalam tahap ini, peneliti (penulis sebagai Gen-Z) merangkum hasil wawancara dan observasi dengan hanya mengambil data yang relevan dengan pola konsumsi Gen-Z. Data yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian dibuang, kemudian data yang tersisa dikelompokkan berdasarkan tema seperti faktor pendorong penggunaan dan dampak pemborosan.

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berusia antara 17–25 tahun dan telah menggunakan e-wallet minimal selama 3 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria responden yang aktif melakukan transaksi digital menggunakan e-wallet seperti DANA, OVO, GoPay, atau ShopeePay. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin/pendekatan Hair et al. (minimal 5–10 kali jumlah indikator), sehingga diperoleh jumlah responden yang representatif untuk analisis statistik.

Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner online, serta data sekunder berupa literatur ilmiah, buku, dan jurnal yang relevan dengan topik penelitian. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert 1–5 (sangat tidak setuju hingga sangat setuju). Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel penelitian:

- a. Adopsi E-Wallet: persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, promosi, dan pengaruh sosial
- b. Perilaku Konsumtif: pembelian impulsif, frekuensi belanja non-prioritas, dan kecenderungan pengeluaran berlebihan

Sebelum analisis utama, dilakukan Uji Instrumen Penelitian, yaitu:

- a. Uji Validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*
- b. Uji Reliabilitas menggunakan *koefisien Cronbach's Alpha* ( $>0,70$  dinyatakan reliabel)

### Teknik Analisis Data

- a. Analisis data dilakukan secara bertahap:
- b. Analisis Deskriptif untuk menggambarkan profil responden dan kecenderungan jawaban
- c. Uji Asumsi Klasik (*normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas*)
- d. Analisis Regresi Linier Berganda untuk menguji pengaruh variabel adopsi e-wallet terhadap perilaku konsumtif
- e. Uji t untuk melihat pengaruh parsial
- f. Uji F untuk melihat pengaruh simultan
- g. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Adopsi E-Wallet (X)	Tingkat penerimaan dan penggunaan sistem pembayaran digital oleh Gen-Z	Kemudahan, manfaat, promosi, pengaruh sosial
Perilaku Konsumtif (Y)	Kecenderungan melakukan pembelian berlebihan dan impulsif	Pembelian impulsif, pengeluaran non-prioritas, frekuensi belanja

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan secara daring dengan responden yang tersebar di berbagai wilayah di kota medan, Provinsi Sumatera Utara. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama  $\pm 2$  bulan, meliputi penyusunan instrumen, pengumpulan data, dan pengolahan data.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 150 responden Generasi Z berusia 17–25 tahun yang aktif menggunakan e-wallet. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, mayoritas responden menggunakan e-wallet lebih dari 5 kali dalam seminggu, terutama untuk transaksi makanan, transportasi online, belanja daring, dan hiburan digital. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item kuesioner memiliki nilai korelasi  $> 0,30$  sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,89 untuk variabel adopsi E-wallet dan 0,86 untuk variabel perilaku konsumtif, yang berarti instrumen reliabel.

Analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan berikut:

$$Y = 5,214 + 0,432X_1 + 0,318X_2 + 0,287X_3 + 0,255X_4$$

Keterangan:

$X_1$  = Persepsi Kemudahan

$X_2$  = Persepsi Manfaat

$X_3$  = Promosi (diskon/cashback)

$X_4$  = Pengaruh Sosial

Y = Perilaku Konsumtif

Hasil uji t menunjukkan seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ( $p < 0,05$ ). Variabel yang paling dominan adalah persepsi kemudahan penggunaan. Uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ), yang berarti variabel adopsi e-wallet secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,64 menunjukkan bahwa 64% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel adopsi E-wallet, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat adopsi E-wallet, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif pada Gen-Z. Temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat meningkatkan intensitas penggunaan teknologi. Kemudahan transaksi tanpa uang tunai membuat proses pembelian terasa lebih cepat dan praktis, sehingga mengurangi pertimbangan rasional sebelum berbelanja. Menurut Wardani, P.K., Nasution, I.P., Sundari, S. (2025) "Pengaruh E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kalangan Mahasiswa" menyimpulkan bahwa penggunaan E-wallet seperti

DANA dan ShopeePay berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z.

Selain itu, faktor promosi seperti cashback dan diskon terbukti signifikan mendorong pembelian impulsif. Hal ini didukung oleh teori perilaku konsumen yang menyebutkan bahwa stimulus pemasaran dapat memicu pembelian tidak terencana, terutama pada kelompok usia muda yang masih dalam tahap pembentukan kontrol finansial. Pengaruh sosial juga berperan penting, sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), di mana norma subjektif dari teman sebaya dan tren digital mendorong penggunaan e-wallet. Gen-Z cenderung mengikuti gaya hidup digital yang serba instan, sehingga penggunaan e-wallet menjadi bagian dari identitas sosial mereka. Menurut Lisnayanti, N.W.S., & Sukma, P. (2025) "Dampak Penggunaan E-Wallet Terhadap Efisiensi Pengelolaan Keuangan Dengan Dimoderasi Oleh Digital Native Pada Gen-Z" menyimpulkan bahwa penggunaan e-wallet memberikan pengaruh positif terhadap efisiensi pengelolaan keuangan pada Generasi Z. Gen-Z, yang dikenal sebagai digital native, memiliki kecakapan dalam memanfaatkan teknologi digital secara adaptif dan produktif.

Temuan ini juga konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa sistem pembayaran digital meningkatkan frekuensi belanja dan menurunkan sensitivitas terhadap pengeluaran karena transaksi bersifat non-tunai sehingga terasa "tidak nyata". Dengan demikian, adopsi e-wallet bukan hanya perubahan teknologi pembayaran, tetapi juga berkontribusi terhadap pembentukan pola konsumsi yang lebih impulsif dan konsumtif. Menurut Nirmalasari, S., & Basri, J. (2025) "Pengaruh Penggunaan E-Wallet Terhadap Pola Konsumsi Generasi Z Di Indonesia", menyimpulkan bahwa dimana perkembangan teknologi dalam bertransaksi terutama penggunaan E-wallet hampir sebagian besar memengaruhi sikap yang konsumtif di kalangan generasi muda.

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) yang ditawarkan oleh fitur QRIS dan integrasi pembayaran membuat teknologi ini diterima tanpa hambatan. Namun, kemudahan ini menjadi "pisau bermata dua" karena kecepatan transaksi digital seringkali melampaui pertimbangan rasional dalam berbelanja. Ketika transaksi dilakukan secara nontunai, beban emosional saat mengeluarkan uang berkurang drastis dibandingkan saat menyerahkan uang fisik. Ini juga diperkuat menurut hasil penelitian terdahulu oleh Haryani, T., dkk (2026) "Penggunaan E-Wallet Bagi Generasi Z: Peran Perceived Ease Of Use dan *Social Influence*" menyimpulkan bahwa *perceived ease of use* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* yang berarti semakin mudah E-wallet digunakan, semakin positif sikap pengguna terhadap layanan tersebut.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-wallet di kalangan Generasi Z merupakan manifestasi dari adopsi teknologi finansial yang sangat tinggi. Dompot digital telah menjadi solusi praktis yang menawarkan efisiensi, kecepatan, dan keamanan dalam transaksi ekonomi harian. Faktor pendorong utama penggunaan teknologi ini meliputi kemudahan akses (seperti fitur QRIS), integrasi layanan digital, serta adanya insentif ekonomi berupa promo, cashback, dan gratis ongkir yang sangat menarik bagi karakteristik mahasiswa.

Adopsi sistem pembayaran digital (e-wallet) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Faktor-faktor seperti persepsi

kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, promosi (diskon dan *cashback*), serta pengaruh sosial terbukti mendorong meningkatnya intensitas penggunaan e-wallet. Semakin sering Gen-Z menggunakan e-wallet, semakin tinggi kecenderungan mereka melakukan pembelian *impulsif*, pengeluaran non-prioritas, dan belanja berlebihan. Ini juga seperti hasil penelitian dari Safitri, A.G., Adeati, D., Azzahro, A., Ihsani, R.H.A. (2022) “Pengaruh E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang”, yang menyimpulkan bahwa E-wallet yang mempengaruhi sikap konsumtif dari mahasiswa, ini disebabkan karena hampir semua menggunakan E-wallet dalam bertransaksi, dan dari hal ini menimbulkan beberapa dampak dan faktor yang mempengaruhi penggunaan E-wallet terhadap perilaku berupa sikap konsumtif mahasiswa. Kemudahan transaksi tanpa uang tunai membuat proses pembelian terasa lebih cepat dan minim hambatan psikologis, sehingga menurunkan kontrol dalam pengambilan keputusan finansial.

Promosi yang agresif dari penyedia layanan E-wallet juga memperkuat dorongan konsumsi, terutama pada produk yang sebenarnya bukan kebutuhan utama. Dengan demikian, adopsi E-wallet tidak hanya mengubah metode pembayaran, tetapi juga berkontribusi terhadap perubahan pola konsumsi Gen-Z menjadi lebih instan dan konsumtif. Sebagai penutup, teknologi dompet digital bukanlah penyebab utama perilaku boros, melainkan akselerator yang mempercepat proses konsumsi. Akar permasalahannya terletak pada rendahnya kontrol diri dan literasi keuangan digital. Oleh karena itu, penting bagi Gen-Z untuk membangun kebiasaan manajemen keuangan yang lebih bijak, seperti melakukan pencatatan pengeluaran secara mandiri dan menetapkan prioritas antara kebutuhan dan keinginan, agar kemajuan teknologi finansial ini dapat menjadi alat pendukung kemandirian finansial, bukan sumber pemborosan.

Berdasarkan temuan penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

- a. **Bagi Generasi Z;** Perlu meningkatkan literasi keuangan digital agar lebih bijak dalam menggunakan E-wallet, terutama dalam mengontrol pembelian impulsif dan mengatur prioritas pengeluaran.
- b. **Bagi Penyedia Layanan E-Wallet;** Disarankan untuk tidak hanya berfokus pada promosi konsumtif, tetapi juga menghadirkan fitur pengelolaan keuangan seperti pembatasan pengeluaran (*spending limit*) dan laporan keuangan bulanan untuk membantu pengguna mengontrol belanja.
- c. **Bagi Pendidik dan Pemerintah;** Perlu memperkuat edukasi literasi keuangan digital di kalangan generasi muda agar mereka mampu memanfaatkan teknologi finansial secara produktif dan tidak terjebak dalam perilaku konsumtif berlebihan.
- d. **Bagi Peneliti Selanjutnya;** Penelitian berikutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, kontrol diri, gaya hidup, atau pengaruh media sosial. Selain itu, metode penelitian kualitatif atau *mixed methods* dapat digunakan untuk menggali lebih dalam aspek psikologis di balik perilaku konsumtif pengguna E-wallet.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aulia, D.S., & Purwanti, P. (2025). Implikasi Penggunaan E-Wallet Dan Gaya Hidup Hedonisme Dalam Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*. 3(1). 9-17 DOI: <https://doi.org/10.59422/lmp.v3i01.790>
- [2] Haryani, T., Fitriati, A., Fakhruddin, I., Winarni, D,. (2026). Penggunaan E-Wallet Bagi Generasi Z: Peran Perceived Ease Of Usedan Social Influence.

- JAFM: Journal of Accounting and Finance Management. 6(6) DOI: <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i6>
- [3] Leasa, S.H., Rumtutuly, H.H., Nur Azda, N. (2025) Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan E-Wallet: Dampaknya terhadap Spending Behavior Generasi Z di Kota Ambon. 3(4), 5798-5805. DOI: <https://doi.org/10.61104/alz.v3i4.2177>
- [4] Lisnayanti, N.W.S., & Sukma, P. (2025). Dampak Penggunaan E-Wallet Terhadap Efisiensi Pengelolaan Keuangan Dengan Dimoderasi Oleh Digital Native Pada Gen-Z. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana. 14(3). 317-329. DOI <https://doi.org/10.24843/EEB.2025.v14.i03.p03>
- [5] Nirmalasari, S., & Basri, J. (2025). Pengaruh Penggunaan E-Wallet Terhadap Pola Konsumsi Generasi Z Di Indonesia. Jaman : Jurnal Mahasiswa Manajemen. 2(1). 50-61. Doi: <https://doi.org/10.61912/jaman.v2i1.288>
- [6] Safitri, A.G., Adeati, D., Azzahro, A., Ihsani, R.H.A. (2022). Pengaruh E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Jurnal Potensial. 1(1). 45-54
- [7] Wardani, P.K., Nasution, I.P., Sundari, S. (2025). Pengaruh E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kalangan Mahasiswa. Jurnal Ilmiah Research Student Vol.2, No.2. 500-507. DOI: <https://doi.org/10.61722/jirs.v2i2.5651>