

PENGARUH *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

Tengku Kusuma¹, Murwani Eko Astuti²

INTISARI

Latar Belakang: Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan teknologi keuangan telah membawa perubahan signifikan dalam cara generasi Z melakukan transaksi *e-money*, sebagai salah satu inovasi dalam bidang finansial, memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi tanpa perlu menggunakan uang tunai. Namun, kemudahan ini juga disertai dengan potensi peningkatan perilaku konsumtif di kalangan generasi Z.

Tujuan Penelitian: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif yang dimediasi kontrol diri pada Mahasiswa generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Metode Penelitian: Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan dimesnis waktu *cross sectional*. Sampel sebanyak 384 mahasiswa generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* melalui kuesioner pada *google form*. Metode analisis data penelitian ini yaitu SEM-PLS dengan *software* SmartPLS 3.0.

Hasil Penelitian: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-money* berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri generasi Z. Kemudian *e-money* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Sedangkan kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Kemudian kontrol diri tidak dapat memediasi pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif generasi Z.

Kesimpulan: Ditemukan bahwa penggunaan *e-money* mahasiswa generasi Z di Yogyakarta masuk ketagori tinggi, kemudian kontrol diri mahasiswa generasi Z di Yogyakarta . masuk ketagori tinggi, tetapi perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z di Yogyakarta berketagori rendah

Kata Kunci: E-money, Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri

¹Mahasiswa Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

²Dosen Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

THE INFLUENCE OF E-MONEY ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF GENERATION Z WITH SELF-CONTROL AS AN INTERVENING VARIABLE

Tengku Kusuma¹, Murwani Eko Astuti²

ABSTRACT

Background: This research is motivated by the development of financial technology which has brought significant changes in the way generation Z carries out e-money transactions, as one of the innovations in the financial sector, providing convenience and speed in transactions without the need to use cash. However, this convenience is also accompanied by the potential for increased consumer behavior among generation Z.

Objective: This research aims to determine the influence of e-money use on consumer behavior mediated by self-control among generation Z students in the Special Region of Yogyakarta.

Methods: This research uses a quantitative type of research with a cross-sectional time dimension. A sample of 384 Generation Z students in the Special Region of Yogyakarta was selected using a purposive sampling technique via a questionnaire on Google Form. The data analysis method for this research is SEM-PLS with SmartPLS 3.0 software.

Results: The results of this research show that: (1) the effect of e-money on self-control is positive and significant; (2) the influence of e-money use on consumer behavior is positive and significant; (3) the effect of self-control on consumer behavior is positive and not significant; (4) the influence of e-money on consumer behavior which is mediated by positive self-control is not significant.

Conclusion: It was found that the use of e-money for generation Z students in Yogyakarta was categorized as high, then the self-control of generation Z students in Yogyakarta was categorized as high, but the consumptive behavior of generation Z students in Yogyakarta was categorized as low.

Keywords: E-money, Consumptive Behavior, Self-Control

¹Mahasiswa Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

²Dosen Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta