

plagiasi

by Widya Cek

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

Submission date: 20-Aug-2025 11:00AM (UTC+0700)

Submission ID: 2732206192

File name: plagiasi_widya_fiks_yudisium_1.pdf (1.42M)

Word count: 9951

Character count: 63646

**¹ PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN *E-PAYMENT*, GAYA HIDUP,
DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
PENGUNA *E-WALLET* PADA GENERASI MILENIAL ² DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun oleh:

WIDYA OKTAVIANINGRUM
212304069

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

2025

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku konsumtif telah menjadi fenomena yang semakin mengkhawatirkan di Indonesia, khususnya di kalangan generasi milenial yang merupakan kelompok usia produktif dengan penghasilan relatif stabil atau tergolong cukup tinggi. Generasi ini, yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996 dan kini berusia 29-44 tahun, generasi ini memiliki karakteristik yang dinamis, cenderung mudah terpengaruh oleh tren sosial, serta adaptif terhadap teknologi. Hal ini menjadikan generasi milenial yang paling rentan terhadap perilaku konsumtif memengaruhi berbagai aspek kehidupan di tengah kemajuan digital (Rozaini & Sitohang, 2020).

Perilaku konsumtif yang ditunjukkan pada generasi milenial dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan kurangnya literasi keuangan (Ulum & Solekah, 2024). Kemudahan penggunaan *e-payment* ditandai dengan munculnya berbagai metode pembayaran, seperti E-Wallet, QRIS, Transfer Bank, PayPal, Kartu Kredit, Virtual Account, Kode QR, Paylater dan lain-lain. *E-payment* memfasilitasi bagi pengguna dengan memberikan kemudahan dalam bertransaksi (Nur et al., 2024). Selain itu, didukung dengan adanya *zero* administrasi dan kemunculan berbagai promo diskon sehingga

pengguna memiliki kecenderungan untuk melakukan transaksi secara rutin.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), penggunaan teknologi pembayaran digital mengalami lonjakan signifikan. Data Bank Indonesia mencatat bahwa nilai transaksi QRIS di DIY mencapai Rp12,2 triliun hingga September 2024, meningkat drastis 212% dari tahun sebelumnya yang hanya Rp3,9 triliun (Radar Jogja, 2024). Bahkan menurut Olavina selaku Director of Communications DANA Indonesia, D.I. Yogyakarta menjadi top transaksi di Indonesia peringkat ke dua nasional setelah Jawa Tengah dari 190 juta pengguna DANA (Muhamad Faisal, 2025)

Salah satu bentuk *e-payment* yang mendominasi adalah *e-wallet*, yang merupakan wujud dari inovasi teknologi finansial modern. *E-wallet* memberikan kemudahan transaksi berbasis internet serta akses yang luas, terutama bagi generasi milenial yang terbiasa dengan teknologi (Nawawi, 2020). Beberapa layanan *e-wallet* yang paling umum digunakan antara lain OVO, ShopeePay, Gopay, Dana, dan LinkAja LinkAja (Oktary & Wardhani, 2023). Keuntungan yang ditawarkan *e-wallet* sebagai alat transaksi digital, seperti beragam promosi, potongan harga, dan kemudahan akses, menarik minat pengguna untuk rutin bertransaksi (Oktary et al., 2023). Namun, ketika pola konsumsi lebih dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif dan dorongan emosional daripada kebutuhan yang rasional, penggunaan *e-wallet* dapat mendorong perilaku konsumtif.

Faktor lain yang diyakini memiliki pengaruh terbentuknya perilaku konsumtif yaitu gaya hidup. Menurut Oskar et al. (2022) gaya hidup

menunjukkan pola hidup sehari-hari seseorang, termasuk cara menghabiskan waktu, prioritas, dan perspektif terhadap lingkungan sekitar. Menurut Mengga et al. (2023) gaya hidup yang konsumtif dapat menyebabkan individu melakukan pembelian barang dan jasa secara lebih. Kemajuan teknologi seluler, *e-commerce* dan media sosial, telah memfasilitasi pembelian berlebih untuk kepuasan gaya hidup. Menurut Yola & Agus (2021) gaya hidup yang melampaui batas wajar menunjukkan indikasi perilaku konsumtif. Pernyataan tersebut sejalan penelitian oleh Funky et al. (2021) menunjukkan bahwa gaya hidup secara positif dan signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif.

Gaya hidup generasi milenial di D.I. Yogyakarta menurut General Manager Genie Indonesia menyatakan bahwa generasi milenial di D.I. Yogyakarta termasuk paling aktif untuk belanja *online*. Kota Yogyakarta menempati posisi kelima dan Kabupaten Sleman ketiga secara nasional (Dinisari, 2021). Menurut Wisataone et al. (2022) *marketspace* atau platform *online* berfungsi sebagai perantara antara penjual dari berbagai toko dengan pembeli, memberikan kontribusi terhadap kemudahan transaksi *online*. Perkembangan platform ini turut memengaruhi gaya hidup konsumtif generasi milenial, yang semakin sering berbelanja secara *online*. Data dari Lokadata menunjukkan bahwa generasi milenial Yogyakarta melakukan transaksi belanja *online* dengan tingkat tertinggi, terhitung 42% dari 113.000 milenial di Indonesia (Astuti & Faujiah, 2023).

Namun dapat diindikasikan tingginya perilaku konsumtif di D.I.

Yogyakarta tidak sejalan dengan tingkat pendapatan masyarakat. Berdasarkan laporan resmi, Pada tahun 2025 D.I. Yogyakarta memiliki kenaikan tingkat ⁸⁵ Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) sebesar 6,5% dari tahun 2024. Kota Yogyakarta memiliki UMK tertinggi sebesar Rp2.655.041,81 pada tahun 2025 dari Rp 2.492.998 pada tahun 2024, diikuti oleh Kabupaten Sleman, Bantul, Kulon Progo sedangkan Kabupaten Gunungkidul memiliki UMK terendah yaitu Rp2.330.263,67 pada 2025 dari Rp 2.188.041 pada tahun 2024 (Pemda DIY, 2024). Dalam konteks UMK di D.I. Yogyakarta tergolong lebih rendah dibanding provinsi lain di Pulau Jawa, penghasilan masyarakat seharusnya mendorong perilaku konsumtif yang lebih bijak dan terkontrol.

Di sinilah peran literasi keuangan menjadi penting menjadi penentu dalam membentuk perilaku konsumsi yang bijak. Literasi keuangan yang rendah mendorong individu untuk melakukan pengeluaran tanpa perencanaan atau prioritas yang jelas (¹¹ Oskar et al., 2022). literasi keuangan yang baik dapat membantu orang dalam menghindari tantangan keuangan, karena mereka sering menghadapi *trade-off*, yang mengharuskan melepaskan satu kepentingan untuk kepentingan lainnya (Sianipar et al., 2023).

Rendahnya literasi keuangan terbukti menjadi salah satu faktor yang ⁸³ mendorong perilaku konsumtif melalui keputusan keuangan yang beresiko. Sementara itu, sama yang terjadi pada generasi milenial di D.I. Yogyakarta menunjukkan bahwa tekanan ekonomi akibat konsumtif ini mendorong sebagian individu mencari solusi instan melalui pinjaman online Hidayat &

Pertiwi (2025). Di D.I. Yogyakarta pinjaman *online* banyak di antaranya bersifat ilegal dan tidak diawasi oleh otoritas jasa keuangan. Fakta tragis menunjukkan bahwa hingga Oktober 2024, terdapat 52 kasus bunuh diri di D.I. Yogyakarta yang berkaitan langsung dengan jeratan pinjaman online ilegal (Erwin Prima, 2024).

Selain pinjaman *online*, bentuk lain dari keputusan keuangan yang berisiko akibat rendahnya literasi keuangan adalah penggunaan layanan kredit digital seperti *PayLater*. Berdasarkan data dari Kredivo (2024) kelompok usia 26–35 tahun yang termasuk generasi milenial menjadi pengguna terbanyak layanan *PayLater* di Indonesia, dengan kontribusi mencapai 44,6% dari total transaksi pada tahun 2023. Di wilayah D.I. Yogyakarta, penggunaan *PayLater* juga menunjukkan tren yang signifikan, menjadikan D.I. Yogyakarta sebagai salah satu dari sepuluh provinsi dengan transaksi dan nilai penggunaan tertinggi secara nasional yaitu 1,1% dari jumlah transaksi. Hal ini mencerminkan tingginya minat yang tinggi generasi milenial di D.I. Yogyakarta terhadap layanan kredit digital. Karena terdapat gap antara literasi dan inklusi sehingga untuk meningkatkan literasi keuangan OJK D.I. Yogyakarta melaksanakan program Generasi Nasional Cerdas Keuangan (Gencarkan) 2024 dan akan dilaksanakan secara rutin (Arief Junianto, 2024).

⁶⁰ Kebaharuan pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Kebaharuan Penelitian

Kebaharuan Penelitian		
Aspek	Kebaharuan	Diferensiasi dari penelitian sebelumnya
Konteks	Meneliti perilaku konsumtif pengguna <i>e-wallet</i> di Daerah Istimewa Yogyakarta.	Fokus pada perilaku konsumtif milenial pengguna <i>e-wallet</i> di Malang Raya (Ulum & Solekah, 2024), Perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif ekonomi Islam di FEB Universitas Jambi (Nur et al., 2024), Perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh Generasi Z dalam lingkup mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di UIN Raden Intan Lampung, angkatan 2019 (Fungky et al., 2021).
Sampel	Generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta yang berusia 29-44 tahun.	Generasi milenial berusia 18-25 tahun di Malang Raya (Ulum & Solekah, 2024), Mahasiswa FEB Universitas Jambi (Nur et al., 2024), Mahasiswa angkatan 2019 Prodi Manajemen Bisnis Syariah di UIN Raden Intan Lampung (Fungky et al., 2021).
Hasil Penelitian	Menguji inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya tentang pengaruh kemudahan penggunaan <i>e-payment</i> , gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.	Ulum & Solekah (2024) menyatakan kemudahan <i>e-payment</i> , gaya hidup, dan literasi keuangan memberikan pengaruh positif dan signifikan. Nur et al. (2024) menunjukkan bahwa <i>e-payment</i> dan literasi keuangan syariah tidak memberikan pengaruh signifikan, namun gaya hidup secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif. Fungky et al. (2021) menemukan gaya hidup memiliki dampak positif dan signifikan, namun literasi keuangan berdampak negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Sumber : Peneliti, 2024

Penelitian ini dilakukan di D.I. Yogyakarta menggunakan sampel yang diambil dari generasi milenial berusia 29-44 tahun. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang dilakukan di wilayah dan populasi berbeda, seperti

generasi milenial usia 18–25 tahun di Malang Raya (Ulum & Solekah, 2024), mahasiswa FEB Universitas Jambi (Nur et al., 2024), serta mahasiswa Generasi Z pada mahasiswa Manajemen ¹¹⁸ **Bisnis Syariah di UIN Raden Intan Lampung** (Fungky et al., 2021), penelitian ini mengkaji **pengaruh kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif** dalam konteks sosial dan budaya D.I. Yogyakarta. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristiknya sebagai kota pelajar dan pusat kebudayaan, yang memungkinkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang berbeda dari wilayah lain.

Urgensi dari penelitian ini didasarkan pada kecenderungan perilaku konsumtif pada generasi milenial di D.I. Yogyakarta yang semakin mengkhawatirkan. Kemudahan penggunaan *e-payment* mendorong frekuensi konsumsi secara rutin. Bahkan, D.I. Yogyakarta tercatat sebagai wilayah dengan transaksi transaksi digital yang mengalami lonjakan dari tahun sebelumnya. Nilai transaksi QRIS di provinsi ini mencapai Rp12,2 triliun hingga September 2024, meningkat sebesar 212% dibandingkan tahun sebelumnya 3,9 triliun (Radar Jogja, 2024). D.I. Yogyakarta juga menjadi transaksi *e-wallet* DANA tertinggi kedua secara nasional. Selain itu, gaya hidup berbelanja *online* juga sangat dominan, dengan Yogyakarta dan Sleman menempati posisi kelima dan ketiga nasional. Selain itu, generasi milenial Yogyakarta melakukan transaksi tertinggi di *e-commerce* dihitung 42% dari 113.000 milenial di Indonesia. Di sisi lain, maraknya aktivitas konsumtif ini tidak sejalan dengan kondisi pendapatan masyarakat dimana

karena faktor rendahnya literasi keuangan membuat generasi milenial D.I. Yogyakarta lebih rentan terhadap pinjaman *online* dan tingginya nilai transaksi *PayLater* turut mendorong kecenderungan konsumtif generasi milenial di D.I. Yogyakarta, karena memungkinkan mereka membeli berbagai kebutuhan gaya hidup tanpa pembayaran langsung.

Metode analisis data untuk mengungkapkan keterkaitan antar variabel menggunakan *grand theory Antecedents-Behaviour-Consequence* (ABC) yang dikembangkan oleh Geller (2005). Dalam konteks penelitian ini, kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan berperan sebagai *antecedents* yang memicu terbentuknya *behaviour* berupa perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut selanjutnya menimbulkan *consequence* berupa dampak negatif yang terlihat dari tingginya kasus pinjaman *online* dan meningkatnya nilai transaksi penggunaan *PayLater* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Mengacu pada latar belakang yang sudah peneliti jelaskan, tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh kemudahan *e-payment*, gaya hidup dan literasi keuangan terhadap pengguna *e-wallet*, khususnya pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan demikian, peneliti memutuskan untuk melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan *E-Payment*, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Wallet* Generasi Milenial Daerah Istimewa Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada penjelasan yang terdapat dalam bagian latar belakang sebelumnya, ada berbagai permasalahan yang menjadi faktor perilaku konsumtif pada generasi milenial di D.I. Yogyakarta. Meskipun *e-payment* mempermudah dalam bertransaksi terutama pada pengguna *e-wallet*, namun ada kekhawatiran tentang efeknya terhadap gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, terutama membeli secara tidak rasional dan berlebihan. Hal ini menjadi penting untuk diteliti karena perilaku konsumtif dapat berdampak pada stabilitas keuangan individu, khususnya ditujukan bagi mereka yang masih memiliki keterbatasan dalam hal pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam mengelola keuangan. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah kemudahan penggunaan *e-payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh kemudahan penggunaan *e-payment* terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah

Istimewa Yogyakarta.

2. Untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a) Melalui kajian ini diharapkan berkontribusi pada pengetahuan ilmiah di bidang ekonomi, khususnya terkait dengan pengaruh kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Generasi Milenial: Tujuan dari kajian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman guna memperluas wawasan kepada generasi milenial mengenai kecenderungan perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-wallet*, sehingga diharapkan dapat mendorong pengambilan keputusan mengelola keuangan dengan lebih hati-hati dan bertanggung jawab. Dengan begitu generasi milenial dapat mengelola keuangan pribadi secara lebih optimal guna mencapai tujuan finansial jangka panjang.
- b) Bagi Pemerintah: Kajian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam merumuskan kebijakan yang relevan dan pengawasan terhadap

penggunaan layanan keuangan digital. Temuan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk menyusun program edukasi keuangan yang ditujukan bagi generasi milenial, serta sebagai dasar dalam mengantisipasi dampak negatif perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan akses teknologi finansial. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat mendukung upaya pemerintah dalam menciptakan masyarakat yang lebih bijak dalam mengelola keuangan yang bersifat konsumtif.

E. Ruang Lingkup

Penelitian ini berfokus pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan *e-wallet*. Ruang lingkup penelitian mencakup faktor kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet*. Penelitian yang dilakukan melalui survei terhadap responden yang menggunakan *e-wallet* dengan rentang usia 29-44 tahun.

F. Batasan Penelitian

1. Variabel-variabel yang diteliti meliputi:
 - a) Kemudahan Penggunaan *E-payment*
 - b) Gaya Hidup
 - c) Literasi Keuangan
2. Tempat penelitian yang dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Objek penelitian hanya berfokus pada generasi pengguna *e-wallet* pada individu yang berusia 29-44 tahun yang berdomisili di Daerah Istimewa

Yogyakarta.

4. Periode pengamatan penelitian dilakukan pada tahun 2025.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kategori penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Penelitian eksplanatori ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel independen (kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan) dan variabel dependen (perilaku konsumtif) yang berhubungan dengan penggunaan *e-wallet* di kalangan generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pendekatan kuantitatif ini adalah filsafat *positivisme* yang menjadi landasan, yang memungkinkannya penerapannya untuk mempelajari populasi atau sampel dengan tujuan menguji hipotesis (Sugiyono, 2020). Peneliti menggunakan skala Likert 1-5 untuk memfasilitasi pengumpulan data metodologis objektif dan analisis statistik dari variabel yang diteliti.

Penelitian ini menerapkan teknik dengan pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Ratna et.al. (2021), metode ini memungkinkan peneliti untuk secara subjektif memilih sampel yang selaras dengan tujuan penelitian. Menurut Ratna et.al. (2021), data kuantitatif adalah sekumpulan informasi yang diukur pada skala numberik. Hasil pengumpulan data dalam penelitian ini kemudian untuk dianalisis. Unit analisis berupa

individu, yakni pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilihan unit analisis ini didasarkan bahwa mereka merupakan subjek utama dari fenomena yang diteliti. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan *first-order* yang digunakan untuk menganalisis konstruk yang diamati untuk konstruk seperti kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, literasi keuangan dan perilaku konsumtif, dimana indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini disusun merujuk pada studi-studi sebelumnya dan secara langsung merepresentasikan setiap konstruk yang diteliti. Terdapat ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder untuk mengidentifikasi faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data primer diperoleh peneliti secara langsung melalui pengisian kuesioner oleh pengguna *e-wallet*, sedangkan data sekunder bersumber dari data yang telah ada, melalui studi literatur yang mencakup jurnal, buku, dan internet yang relevan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan target pada penelitian ini yaitu generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta yang merupakan pengguna aktif dompet digital (*e-wallet*) dengan tujuan untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi

26 milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Waktu Penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan				
		Maret	April	Mei	Juni	Juli
1.	Bab I					
2.	Bab II					
3.	Bab III					
4.	Seminar Proposal					
5.	Revisi Seminar Proposal					
6.	Penelitian					
7.	Bab IV & V					
39	Sidang Skripsi					

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti (2025)

Waktu penelitian yang dilakukan pada periode Maret-Juli 2025 dengan dimensi waktu *cross sectional*, yang mencakup rangkaian tahap berupa pengumpulan data, proses analisis data, hingga penyusunan laporan akhir hasil penelitian.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Sugiyono (2020) menyatakan bahwa variabel adalah salah satu ciri individu atau hasil suatu obyek yang mengandung sejumlah variabel spesifik yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti, sehingga memungkinkan analisis dan evaluasi dengan berbagai metode. Definisi variabel operasional yang diterapkan dalam pelaksanaan penelitian ini sebagaimana dipaparkan dalam tabel 1.3

111
Tabel 3. 2 Devinisi Variabel Operasional

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kemudahan Penggunaan E-Payment Kemudahan penggunaan e-payment memungkinkan seseorang yang menguasai teknologi yang menawarkan kemudahan transaksi dan secara efisien, sehingga memfasilitasi pengguna dalam melakukan sistem pembayaran digital (Ulum & Solekah, 2024)	Lebih mudah dan jelas saat menggunakan <i>e-payment</i> dalam bertransaksi	Likert 1-5
	Penerapan <i>e-payment</i> tidak memerlukan banyak tenaga	
	Kemudahan dalam penerapan <i>e-payment</i>	
	Merasa memiliki kemudahan dalam penerapan <i>e-payment</i> sesuai keinginan	
	<i>E-payment</i> mudah diakses dimana saja dan kapan saja	
Gaya hidup Gaya hidup adalah aktivitas, minat dan opini gaya hidup individu. perubahan terjadi dalam waktu singkat dan dapat menimbulkan efek atau konsekuensi tertentu. (Ulum & Solekah, 2024)	<i>E-wallet</i> merupakan metode pembayaran yang sering digunakan saat bertransaksi	Likert 1-5
	<i>E-wallet</i> memudahkan dalam bertransaksi	
	<i>E-wallet</i> memudahkan pembayaran	
	Bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> menjadi tren saat ini	
	<i>E-wallet</i> merupakan fitur pembayaran yang dapat dipercaya dan diandalkan saat bertransaksi	

	<i>E-wallet</i> banyak digunakan dan diperbincangkan di media sosial	
27 Literasi Keuangan Literasi keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memahami dan mengelola aspek keuangan secara efektif pada individu, guna memenuhi kebutuhan hidup dan meraih kondisi yang lebih baik di masa depan. (Ulum & Solekah, 2024)	<p>Pengetahuan keuangan penting untuk dipelajari dan dipahami agar dapat diaplikasikan dengan baik</p> <p>Selalu mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan pribadi</p> <p>Menyiapkan anggaran, berpikir sebelum melakukan pembelian dan membayar tagihan tepat waktu</p> <p>Membuat daftar perencanaan kebutuhan yang akan dibeli</p> <p>Menabung atau berinvestasi untuk masa depan</p> <p>Penting untuk mengetahui jenis-jenis asuransi</p>	Likert 1-5
108 Perilaku Konsumtif Perilaku konsumtif adalah mencakup keinginan individu untuk mengikuti tren, mudah terpengaruh oleh iklan, dan umumnya ditunjukkan melalui kebiasaan belanja yang berlebihan. (Ulum & Solekah, 2024)	<p>14 Membeli produk karena kemasannya menarik</p> <p>Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek yang berbeda)</p> <p>Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi</p> <p>Membeli produk dengan harga tinggi untuk meningkatkan rasa percaya diri</p> <p>Menggunakan produk karena unsur kesesuaian dengan model yang diidolakan</p>	Likert 1-5

8 D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat didefinisikan sekumpulan individu yang mempunyai ciri dan karakteristik yang sama, yang telah ditentukan peneliti sebelumnya guna keperluan penelitian dan analisis selanjutnya (Sugiyono, 2020). Berdasarkan pada pendapat tersebut, populasi dalam konteks penelitian ini mengacu pada pengguna ⁹ *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.

8 2. Sampel

Sampel merupakan segmen dari populasi yang dipilih berdasarkan karakteristik tertentu Sugiyono (2020) . Akan tetapi, ukuran sampel merupakan syarat untuk menentukan signifikansi sampel dalam melakukan suatu penelitian. Penelitian ini menerapkan metode *purposive sampling* sebagai strategi dalam proses pengambilan sampel yang mengacu pada pada teknik *non-probability sampling*. Metode ini merupakan cara menentukan sampel berdasarkan karakteristik khusus yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020) . Kriteria yang menjadi dasar dalam pemilihan sampel pada penelitian ini, meliputi:

- a) Berusia 29-44 tahun (generasi milenial yang sudah memasuki usia produktif dan memiliki pendapatan)
- b) Pengguna aktif *e-wallet*

c) Berdomisili di D.I. Yogyakarta

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode Hair et al. (2017) yang menyatakan bahwa ukuran sampel bergantung pada ukuran indikator, yaitu berkisar antara 5 hingga 10. Karena ukuran sampel tidak diketahui, maka peneliti menggunakan informasi tersebut menjadi acuan untuk menentukan ukuran sampel sesuai kebutuhan penelitian. Berikut ini adalah ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

$$\text{Sampel} = \text{jumlah indikator} \times 10$$

$$= 22 \times 10$$

$$= 220.$$

Berdasarkan pada hasil perhitungan tersebut didapatkan 220 sampel responden yang dapat mewakili generasi milenial di D.I. Yogyakarta.

107 E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2020), pengumpulan data adalah tujuan utama dari penelitian, strategi tahapan pengumpulan data merupakan aspek yang menentukan bagian terpenting dalam penelitian. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menerapkan metode sebagai pendekatan utama, dengan menerapkan teknik pengumpulan data pelaksanaan melalui kuesioner yang disebarkan secara *online* dan *offline* menggunakan platform *Google Form* sebagai instrumen pengumpulan data. Survei ini dilakukan untuk mengumpulkan data dari responden yang merupakan generasi milenial di

Daerah Istimewa Yogyakarta. Dua bagian kuesioner adalah sebagai berikut: bagian pertama menyangkut identitas responden, meliputi nama, ⁴⁰usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Sementara itu, bagian kedua berfokus pada variabel penelitian, yang mencakup ¹kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif. Data tersebut dalam kuesioner diukur melalui penilaian skala *likert* atau skala lima. Variabel yang diisi menjadi indikator variabel menggunakan skala *likert*. Selanjutnya, indikator ini ditetapkan sebagai ambang batas untuk memasukkan unsur item instrumen yang meliputi dari pernyataan maupun pertanyaan (Sugiyono, 2020). Ada lima ²²bagian dari skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 3 Tabel Keterangan dan Bobot Skala Likert

No	Skala Jawaban	Kode	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber : (Ratna et al., 2021)

F. Teknik Analisis Data ⁴¹

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan pendekatan berbasis *Partial Least Square* (PLS) dan

penelitian ini dioperasikan menggunakan software yang disebut *SmartPLS* Versi 4. Menurut Wardhana & Iba (2024) *SmartPLS (Partial Least Squares Structural Equation Modeling)* merupakan sebuah metode statistik yang digunakan oleh peneliti pada berbagai bidang, termasuk ilmu sosial dan manajemen. Analisis Jalur dengan menggunakan *SmartPLS* adalah teknik yang diterapkan untuk menganalisis dan memodelkan hubungan antar variabel di dalam suatu model konseptual. Peneliti dapat memastikan bahwa model yang digunakan memiliki kualitas yang baik karena metode ini juga dapat menentukan validitas dan reliabilitas suatu model prediksi.

1. Analisis Deskriptif

Penelitian yang menggunakan metode untuk mendeskripsikan suatu hasil penelitian disebut analisis deskriptif (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian secara deskriptif, data dapat disajikan dalam bentuk seperti tabel, grafik, serta diagram yang memungkinkan visualisasi objek penelitian. Analisis ini juga digunakan untuk mendeskripsikan responden dalam penelitian berdasarkan pada karakteristik tertentu, faktor-faktor ini termasuk jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, frekuensi penggunaan *e-wallet* dan pendapatan. Peneliti mengolah data yang ada dengan mengambil rata-rata.

2. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*Outer Model*) sebagai model yang diterapkan guna mengidentifikasi serta mengukur keterkaitan antara konstruk dengan

indikator variabel yang merepresentasikannya (Hair et al., 2017) . Secara umum, proses pengujian terhadap *outer model* meliputi beberapa yaitu:

a) Uji Validitas

Uji validitas suatu variabel untuk menentukan apakah variabel tersebut dapat dikategorikan sebagai variabel yang valid (Hair et al., 2017). Dalam pendekatan SEM-PLS, proses tahapan pengujian validitas terdiri dari dua tahap, yaitu:

1) Uji *Convergent Validity*

Dalam uji *convergent validity*, variabel atau konstruk konvergen menjelaskan varian suatu variabel dengan cara membandingkan varian keseluruhannya dengan variabel indikatornya. *Convergent validity* dapat diketahui menggunakan nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai *loading factor* dikatakan valid untuk memenuhi uji *convergent validity* jika nilai *loading factor* > 0,70.. Sementara itu, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* yang disarankan dalam penelitian ini adalah $AVE > 0,50$ (Hair et al., 2017).

2) Uji *Discriminanti Validity*

Menurut Hair et al. (2021) menyatakan bahwa validitas diskriminan bertujuan untuk mengevaluasi seberapa jauh ukuran suatu konstruk dapat dibedakan secara empiris menunjukkan keterkaitan dengan konstruk lain yang terdapat dalam model

struktural. Uji validitas ini dapat dilakukan melalui beberapa metode, salah satunya metode *cross loading* juga digunakan dengan membandingkan korelasi antara setiap indikator dan konstruk asalnya dengan korelasi terhadap konstruk lain dalam model. Setiap indikator idealnya memperoleh nilai *loading* lebih dari 0,70 terhadap konstruk yang diukur, agar dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas pengukuran yang memadai (Hair et al., 2017). Selain itu, digunakan pula metode *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) dalam pengujian validitas diskriminan. Suatu model dinyatakan memenuhi kriteria *discriminant validity* apabila seluruh nilai hubungan antar pasangan variabel memiliki nilai kurang dari 0,90. (Henseler et al., 2015)

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diterapkan sebagai upaya untuk mengetahui konsistensi beberapa indikator yang ditampilkan pada variabel laten. Hal ini dilakukan dengan menunjukkan keakuratan, konsistensi, dan reliabilitas instrumen dalam proses penentuan nilai suatu konstruk. Prosedur penentuan reliabilitas penelitian ini dilaksanakan dengan menghitung statistik *cronbach's alpha* dan *composite reliability* (Hair et al., 2021). Temuan pengukuran ini berasal dari *cronbach's alpha* dan *composite reliability*, sesuai dengan (Hair et al., 2021):

- 1) *Cronbach's alpha* harus $> 0,70$ untuk memfasilitasi penelitian konfirmatori. Meskipun demikian, untuk penelitian eksplanatori, nilai $> 0,60$ dianggap dapat diterima.
- 2) *Composite Reliability* harus $> 0,70$ untuk penelitian konfirmatori, sedangkan nilai antara $0,60$ dan $0,70$ dianggap sesuai untuk penelitian eksplanatori.

3. Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi terhadap *inner model* atau model struktural memiliki tujuan guna mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antar konstruk laten (Hair et al., 2017). Dalam penelitian struktural (*inner model*), terdapat beberapa indikator penilaian yang digunakan sebagai evaluasi, di antaranya adalah nilai *r-square* serta tingkat signifikansi. Terdapat beberapa kriteria penting yang harus diperhatikan dalam proses evaluasi, antara lain:

a) Model Fit

Model fit digunakan untuk mengetahui kecocokan suatu model dengan data empiris. Salah satu ukuran yang digunakan dalam model PLS adalah *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), yang merupakan rata-rata selisih antara nilai korelasi yang diamati dan diharapkan. Jika nilai SRMR $< 0,08$, maka model PLS dianggap memenuhi kriteria kebaikan model fit (cocok) (Hair et al., 2021).

b) *Adjusted R-Square*

⁶⁹ *Adjusted R-Square* merupakan alat yang lebih efektif dibandingkan *R-Square* sederhana dalam menilai kemampuan model untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen, terutama ketika model tersebut memiliki banyak variabel independen. Ghozali (2018) menyatakan bahwa penggunaan *Adjusted R-Square* memungkinkan peneliti untuk melakukan evaluasi model dengan lebih komprehensif dan meminimalkan bias yang dapat muncul akibat penambahan variabel independen yang tidak relevan. Nilai *r-square* diharapkan berkisar 0,75, ⁵⁰ 0,50, dan 0,25 menunjukkan bahwa model tersebut memiliki prediksi yang kuat, moderat, dan lemah (Hair et al., 2021).

c) Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk tujuan menilai tingkat signifikansi hubungan antar variabel berdasarkan nilai koefisien jalur ⁶⁸ (*path coefficient*) dan *p-values*. Nilai *path coefficient* yang semakin besar ⁸⁹ menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh besar terhadap variabel dependen dalam model penelitian yang diterapkan (Nur et al., 2024). Untuk menilai signifikansi hubungan antar variabel jika *p-value* < ⁵ 0,05 disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antar variabel. Sebaliknya, jika *p-value* > 0,05 berarti tidak ada hubungan yang signifikan antar variabel (Hair et al., 2017).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pengguna aktif *e-wallet* dari kalangan generasi milenial yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), dengan rentang usia antara 29 hingga 44 tahun. *E-wallet* atau dompet digital merupakan bentuk inovasi dalam sektor *financial technology* (fintech) yang dirancang untuk memudahkan akses terhadap layanan keuangan secara daring. Melalui perangkat, aplikasi, maupun platform berbasis elektronik, *e-wallet* memungkinkan pengguna untuk menyimpan saldo uang digital dan melakukan transaksi non-tunai (Utami & Suhari, 2024).

Beberapa jenis *e-wallet* yang paling sering digunakan oleh masyarakat meliputi OVO, ShopeePay, Gopay, Dana, dan LinkAja (Oktary & Wardhani, 2023). Generasi milenial dipilih sebagai fokus penelitian karena mereka berada dalam usia produktif dengan tingkat adaptabilitas tinggi terhadap perkembangan teknologi. Selain itu, kelompok ini cenderung memiliki penghasilan yang stabil dan menunjukkan kecenderungan konsumsi yang dipengaruhi oleh gaya hidup digital. Kemudahan akses terhadap layanan pembayaran elektronik, termasuk berbagai penawaran seperti diskon, cashback, serta transaksi bebas biaya administrasi, menjadikan *e-wallet* sebagai pilihan utama dalam aktivitas konsumsi non-tunai generasi milenial.

2. Karakteristik Responden

Responden penelitian adalah individu dari kalangan generasi milenial, baik pria maupun wanita, dengan rentang usia 29 hingga 44 tahun. Kelompok usia ini tergolong dalam fase produktif, di mana mayoritas telah memiliki penghasilan tetap dan aktif menggunakan *e-wallet* dalam aktivitas keuangannya sehari-hari. Jumlah total responden yang terlibat sebanyak 220 responden dapat dikelompokkan berdasarkan karakteristik sebagai berikut:

a) Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	94	42,7%
Perempuan	126	57,3%
Total	220	100%

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.1 mengenai karakteristik responden menurut jenis kelamin, tercatat bahwa terdapat 94 responden laki-laki atau setara dengan 42,7% dari total, tercatat bahwa responden perempuan berjumlah 126 orang atau setara dengan 57,3% dari total sampel. Dengan demikian, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini mencapai 220 orang. Dari komposisi tersebut, terlihat bahwa partisipan perempuan dari kalangan generasi milenial mendominasi penelitian ini. Dominasi ini terjadi karena 27 pada saat pendistribusian kuesioner, peneliti lebih banyak berhasil menjangkau responden perempuan yang termasuk dalam

kelompok generasi milenial.

b) Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan variasi umur yang tercakup pada penelitian ini. Usia generasi milenial dibagi menjadi dua kelompok, yaitu milenial junior (29-36) dan milenial senior (37-44).

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik Usia (tahun)	Frekuensi	Presentase
29-36 tahun	124	56,4%
37-44 tahun	96	43,6%
Total	220	100%

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti (2025)

Mengacu pada Tabel 4.2, karakteristik responden dengan mengacu pada persentase penyebaran data responden dianalisis berdasarkan variasi setiap individu yang berpartisipasi dalam penelitian ini memiliki variasi usia tertentu yang tercatat selama tahap pengumpulan data berlangsung. Pada tabel tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil penelitian dari 220 responden dengan usia 29–36 tahun yang tergolong sebagai milenial junior berjumlah 124 orang atau sebesar (56,4%) dari total responden. Sementara itu, responden dengan usia 37–44 tahun yang termasuk dalam kategori milenial senior tercatat sebanyak 96 responden atau (43,6%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok milenial 28 junior, yang secara umum berada dalam fase kehidupan produktif dan aktif dalam menggunakan teknologi digital yaitu e-wallet.

c) Berdasarkan Pekerjaan

Uraian mengenai status pekerjaan responden disajikan untuk memperlihatkan latar belakang profesi yang dimiliki oleh masing-masing individu. Kategori pekerjaan responden yang digunakan meliputi dari pegawai swasta, pegawai negeri, wirausaha, karyawan, wiraswasta, dan lainnya.

¹⁸
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai Swasta	45	20,5%
Pegawai Negeri	9	4,1%
Wirausaha	58	26,4%
Karyawan	39	17,7%
Wiraswasta	22	10%
Lainnya	47	21,3%
Total	220	100%

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan mereka yang pernah menggunakan e-wallet di Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan status pekerjaannya terdiri dari, berasal dari pegawai swasta sebanyak 45 responden (20,5%), pegawai negeri yang berjumlah 9 responden (4,1%), wirausaha yang berjumlah 58 responden (26,4%), karyawan berjumlah 39 responden (17,7%), wiraswasta sebanyak 22 responden (10%) dan sebanyak 47 responden, atau sekitar (21,3%), tercatat berasal dari kelompok pekerjaan lain diluar pekerjaan utama. Sementara itu, jika dilihat dari keseluruhan data status pekerjaan, mayoritas responden berasal

dari kalangan wirausaha, yaitu sebanyak 58 orang atau setara dengan 26,4%. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku wirausaha menjadi kelompok paling dominan dalam partisipasi penelitian ini.

d) Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden ditinjau berdasarkan jenjang pendidikan terakhir yang telah diselesaikan, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai latar belakang pendidikan masing-masing individu yang terlibat dalam penelitian ini. Kategori pendidikan yang digunakan dalam penelitian ini mencakup berbagai tingkatan, mulai dari SMP/ sederajat, SMA/ sederajat, Diploma, Sarjana, hingga jenjang pendidikan pascasarjana seperti Magister dan Doktor.

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMP/Sederajat	11	5%
SMA/Sederajat	101	45,9%
Diploma	36	16,4%
Sarjana	67	30,5%
Magister	5	2,3%
Doktor	0	0
Total	220	100%

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa mereka yang pernah menggunakan *e-wallet* di Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan tingkat pendidikan terakhirnya terdiri dari, terdapat (5%) atau sebanyak 11

30 responden yang merupakan lulusan SMP/ sederajat, sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan lulusan SMA/ sederajat, dengan jumlah mencapai 101 orang atau sekitar 45,9% dari total responden. Selain itu, terdapat 36 responden (16,4%) yang merupakan lulusan Diploma, 67 responden (30,5%) yang menyelesaikan pendidikan hingga jenjang Sarjana, serta 5 responden atau sekitar (2,3%) yang merupakan telah menempuh pendidikan Magister. Dari data yang diperoleh bahwa terlihat mayoritas berasal dari kelompok lulusan SMA/ sederajat. Jumlah total keseluruhan responden adalah 220 orang.

e) Berdasarkan Domisili

Deskripsi responden berdasarkan domisili memberikan informasi mengenai tempat tinggal para responden. Domisili responden dalam penelitian ini dikategorikan ke dalam lima wilayah yang termasuk dalam Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu: Kota Yogyakarta, Kabupaten Bantul, Kabupaten Sleman, Kabupaten Gunung Kidul, dan Kabupaten Kulon Progo.

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Frekuensi	Persentase
Yogyakarta	67	30,5%
Bantul	58	26,4%
Sleman	43	19,5%
Gunung Kidul	29	13,2%
Kulon Progo	23	10,5%
Total	220	100%

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti (2025)

Tabel 4.5 di atas menyajikan distribusi responden berdasarkan domisili tempat tinggal. Berdasarkan informasi data tersebut menunjukkan seluruh responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 220 orang merupakan pengguna aktif e-wallet, yang tersebar di berbagai wilayah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang meliputi, 67 responden (30,5%) berdomisili di Yogyakarta, 58 (26,45%) responden berdomisili di Bantul, 43 responden (19,55%) responden berdomisili di Sleman, 29 responden (13,25%) berdomisili di Gunung Kidul, 23 (10,5%) responden berdomisili di Kulon Progo.

f) Berdasarkan Pendapatan

Deskripsi responden berdasarkan karakteristik pengelompokan pendapatan ini sangat diperlukan untuk menganalisa seberapa jauh tingkat pendapatan dalam memengaruhi perilaku konsumtif dalam penggunaan e-wallet.

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase
< Rp 1.500.000	16	7,3%
Rp 1.500.000 - Rp 3.000.000	85	38,6%
Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	71	32,3%
> Rp 5.000.000	48	21,8%
Total	220	100%

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti (2025)

Mengacu pada data yang disajikan dalam Tabel 4.6, dari total 220

responden dalam penelitian ini, terdapat 16 responden atau (7,3%) memiliki 32 pendapatan bulanan di bawah Rp 1.500.000. Sementara itu, yang paling dominan yaitu 85 responden atau (38,6%) berada dalam rentang penghasilan Rp 1.500.000 - Rp 3.000.000 sebanyak 71 responden (32,3%) diketahui memiliki pendapatan bulanan dalam kisaran Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000, lebih lanjut, sebanyak 48 responden (21,8%) tercatat berpenghasilan lebih dari Rp 5.000.000 setiap bulan. Berdasarkan distribusi tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yaitu berasal dari kategori dengan penghasilan bulanan antara Rp 1.500.000 hingga Rp 3.000.000.

g) Berdasarkan *E-Wallet* yang digunakan

Deskripsi penggunaan e-wallet yang digunakan oleh responden menggambarkan preferensi responden ketika menggunakan aplikasi dompet digital yang memiliki frekuensi penggunaan tinggi dalam konteks kehidupan sehari-hari.

Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan E-Wallet yang Digunakan

<i>E-Wallet</i>	Frekuensi	Persentase
OVO	30	13,6%
Shopeepay	59	26,8%
Gopay	44	20%
Dana	73	34,1%
Link Aja	12	5,5%
Total	220	100%

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan data pada Tabel 4.7, terlihat bahwa dari total 220 responden, mayoritas menggunakan aplikasi Dana sebanyak 73 responden atau sebesar 34,1%. Posisi kedua ditempati oleh ShopeePay, yang digunakan oleh 59 responden (26,8%), disusul oleh GoPay sebanyak 44 responden (20%), dan OVO sebanyak 30 responden (13,6%). Sementara itu, e-wallet LinkAja menempati posisi terakhir dengan jumlah pengguna paling sedikit, yaitu hanya 12 responden (5,5%). Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa Dana merupakan e-wallet yang paling banyak digunakan oleh generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.

h) Berdasarkan Banyaknya Pemakaian dalam Sebulan

Deskripsi frekuensi penggunaan *e-wallet* dalam sebulan bertujuan untuk mengetahui seberapa sering responden memanfaatkan dompet digital dalam aktivitas keuangannya.

Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian dalam Sebulan

Frekuensi Pemakaian dalam Sebulan	Frekuensi	Persentase
1-5 Kali	13	5,9%
6-10 Kali	27	12,3%
11-15 Kali	71	32,3%
> 15 Kali	109	49,5%
Total	220	100%

¹⁰ Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan data pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa dari total 220

responden, sebanyak 13 responden (5,9%) menggunakan *e-wallet* sebanyak 1–5 kali dalam sebulan. Kemudian, 27 responden (12,3%) menggunakan *e-wallet* sebanyak 6–10 kali. Selanjutnya, 71 responden (32,3%) menggunakan *e-wallet* sebanyak 11–15 kali, dan mayoritas responden, yaitu 109 orang (49,5%), menggunakan *e-wallet* lebih dari 15 kali dalam sebulan. Artinya sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif *e-wallet* dengan frekuensi pemakaian lebih dari 15 kali dalam sebulan.

3. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Semua variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan pendekatan *first order* sebagai dasar dalam analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Tabel berikut menyajikan statistik deskriptif dari masing-masing indikator pertanyaan, yang meliputi nilai minimum, maksimum, nilai rata-rata (*mean*), serta simpangan baku (*standard deviation*), guna memberikan gambaran umum mengenai persebaran data pada setiap item pernyataan.

Tabel 4. 9 Deskripsi Statistik

No	Item Pernyataan	N	Min	Max	Mean	Standard Deviation
Kemudahan Penggunaan E-Payment						
X1.1	Saya lebih mudah dan jelas saat menggunakan <i>e-payment</i> dalam bertransaksi	220	1	5	4,02	0,868
X1.2	Menurut saya penerapan	220	1	5	4,34	0,726

	<i>e-payment</i> tidak memerlukan banyak tenaga					
X1.3	Menurut saya kemudahan dalam penerapan <i>e-payment</i>	220	1	5	4,13	0,744
X1.4	Saya merasa memiliki kemudahan dalam penerapan <i>e-payment</i> sesuai keinginan	220	1	5	4,10	0,824
X1.5	Menurut saya <i>e-payment</i> mudah diakses dimana saja dan kapan saja	220	1	5	4,15	0,920
Rata-rata					4,15	
Gaya Hidup						
X2.1	<i>E-wallet</i> merupakan metode pembayaran yang sering saya gunakan saat bertransaksi	220	1	5	3,90	1,046
X2.2	<i>E-wallet</i> memudahkan saya dalam bertransaksi	220	1	5	4,12	0,880
X2.3	Menurut saya <i>e-wallet</i> memudahkan pembayaran	220	1	5	4,27	0,831
X2.4	Menurut saya bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> menjadi tren saat ini	220	1	5	4,09	0,876
X2.5	Menurut saya <i>e-wallet</i> merupakan fitur pembayaran yang dapat dipercaya dan diandalkan saat bertransaksi	220	1	5	3,95	0,925
X2.6	Menurut saya <i>e-wallet</i> banyak digunakan dan diperbincangkan di media sosial	220	1	5	4,00	0,919
Rata-rata					4,06	
Literasi Keuangan						
X3.1	Menurut saya pengetahuan keuangan penting untuk dipelajari dan dipahami agar dapat diaplikasikan dengan baik	220	1	5	3,83	1,158
X3.2	Saya selalu mencatat	220	1	5	3,48	1,222

	pemasukan dan pengeluaran keuangan pribadi					
X3.3	Saya menyiapkan anggaran, berpikir sebelum melakukan pembelian dan membayar tagihan tepat waktu	220	1	5	3,69	1,161
X3.4	Saya membuat daftar perencanaan kebutuhan yang akan dibeli	220	1	5	3,58	1,212
X3.5	Saya menabung atau berinvestasi untuk masa depan	220	1	5	3,69	1,233
X3.6	Menurut saya penting untuk mengetahui jenis-jenis asuransi	220	1	5	3,63	1,165
Rata-rata					3,65	
Perilaku Konsumtif						
Y1.1	Saya membeli produk karena kemasannya menarik	220	1	5	3,66	1,079
Y1.2	Saya mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek yang berbeda)	220	1	5	3,78	0,941
Y1.3	Saya membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi	220	1	5	3,61	1,123

Y1.4	Saya membeli produk dengan harga tinggi untuk meningkatkan rasa percaya diri	220	1	5	3,74	1,164
Y1.5	Saya menggunakan produk karena unsur kesesuaian dengan model yang diidolakan	220	1	5	3,71	1,058
Rata-rata					3,70	

20

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti (2025)

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa rata-rata (*mean*) merupakan nilai yang diperoleh dari hasil pembagian antara total keseluruhan skor dengan jumlah responden atau sampel yang digunakan. Sementara itu, standar deviasi atau simpangan baku menggambarkan sejauh mana penyebaran data terhadap nilai rata-rata, yang dihitung dari akar kuadrat varian. Dengan kata lain, standar deviasi memberikan gambaran mengenai seberapa jauh data dalam satu sampel menyimpang atau mendekati nilai rata-ratanya (Sekaran dan Bougie, 2016).

51

Pada variabel kemudahan penggunaan *e-payment*, indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah X1.2 ($mean = 4,34$), yakni “Menurut saya penerapan *e-payment* tidak memerlukan banyak tenaga.” Hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan langsung manfaat efisiensi dari penggunaan *e-payment*. Sebaliknya, indikator dengan nilai terendah adalah X1.1 ($mean = 4,02$), terkait kemudahan dan kejelasan penggunaan, yang kemungkinan dipengaruhi oleh perbedaan tampilan dan alur aplikasi. Rentang standar

deviasi pada variabel kemudahan penggunaan *e-payment* menunjukkan persebaran yang homogen, karena berdasarkan data menunjukkan bahwa *standard deviation* lebih kecil dari nilai *mean*.

Pada variabel gaya hidup, nilai rata-rata tertinggi terdapat pada X2.3 (mean = 4,27), yaitu “*E-wallet* memudahkan pembayaran,” yang mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan menjadi aspek paling menonjol. Sementara nilai terendah berada pada X2.1 (mean = 3,90), yang menyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* belum menjadi kebiasaan utama semua responden. Hal ini mencerminkan bahwa meskipun *e-wallet* dianggap praktis, tingkat penggunaannya masih dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti aksesibilitas atau preferensi pribadi. Rentang *standard deviation* pada variabel gaya hidup menunjukkan persebaran yang homogen, karena berdasarkan data menunjukkan bahwa *standard deviation* lebih kecil dari nilai *mean*.

Variabel literasi keuangan menunjukkan nilai tertinggi pada indikator X3.1 (mean = 3,83), yaitu pentingnya memahami pengetahuan keuangan, yang mencerminkan tingginya kesadaran responden. Sementara itu, indikator X3.2 (mean = 3,48) tentang pencatatan keuangan pribadi menjadi yang terendah, mengindikasikan bahwa praktik pencatatan belum dilakukan secara konsisten. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pemahaman dan penerapan literasi keuangan. Rentang *standard deviation* pada variabel literasi keuangan menunjukkan persebaran yang homogen, karena berdasarkan data

menunjukkan bahwa *standard deviation* lebih kecil dari nilai *mean*. Sehingga memenuhi distribusi yang stabil, yang sangat penting dalam menguji model kuantitatif.

Pada variabel perilaku konsumtif, indikator tertinggi adalah Y1.2 (mean = 3,78) terkait kecenderungan mencoba berbagai produk sejenis, mencerminkan perilaku eksploratif dalam konsumsi. Sementara indikator Y1.3 (mean = 3,61) tentang pembelian demi penampilan dan gengsi menjadi yang terendah, menunjukkan bahwa dorongan konsumsi berbasis status sosial tidak terlalu dominan. Dapat disimpulkan bahwa rentang *standard deviation* pada variabel perilaku konsumtif menunjukkan persebaran yang homogen, karena berdasarkan data menunjukkan bahwa *standard deviation* lebih kecil dari nilai mean. Sehingga memenuhi distribusi yang stabil, yang sangat penting dalam menguji model kuantitatif.

B. Analisis Data

Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian ini telah dilakukan, dan hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Hasil Uji *Outer Model*

a) Hasil dari Uji *Convergent Validity*

Dalam uji *convergent validity*, variabel atau konstruk konvergen menjelaskan varian suatu variabel dengan cara membandingkan varian keseluruhannya dengan variabel indikatornya. *Outer Loading* dikatakan valid untuk memenuhi uji *convergent validity* jika nilai *loading factor* >

0,70. Sementara itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk menentukan uji *convergent validity* adalah $AVE > 0,50$ (Hair et al., 2017).

Tabel 4. 10 Uji Convergent Validity Nilai Loading Factor

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

Variabel	Item	Loading Factor	Keterangan
Kemudahan Penggunaan E-Payment	X1.1	0,784	Valid
	X1.2	0,743	Valid
	X1.3	0,766	Valid
	X1.4	0,815	Valid
	X1.5	0,727	Valid
Gaya Hidup	X2.1	0,803	Valid
	X2.2	0,775	Valid
	X2.3	0,768	Valid
	X2.4	0,715	Valid
	X2.5	0,734	Valid
	X2.6	0,790	Valid
Literasi Keuangan	X3.1	0,801	Valid
	X3.2	0,875	Valid
	X3.3	0,884	Valid
	X3.4	0,883	Valid
	X3.5	0,798	Valid
	X3.6	0,856	Valid
Perilaku Konsumtif	Y1.1	0,728	Valid
	Y1.2	0,768	Valid
	Y1.3	0,786	Valid
	Y1.4	0,780	Valid
	Y1.5	0,739	Valid

31

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SmartPLS 4, sebagaimana disajikan pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa bahwa *outer model* telah menunjukkan validitas konvergen yang memadai. Hal ini terlihat dari nilai *loading factor* > 0,70 untuk seluruh indikator, sehingga mengindikasikan bahwa konstruk dan variabel yang telah diukur memenuhi standar validitas yang di syaratkan.

Tabel 4. 11 Uji Convergent Validity
Nilai Loading Factor & AVE

Variabel	Item	Loading Factor	AVE	Keterangan
Kemudahan Penggunaan E-Payment	X1.1	0,784	0,589	Valid
	X1.2	0,743		Valid
	X1.3	0,766		Valid
	X1.4	0,815		Valid
	X1.5	0,727		Valid
Gaya Hidup	X2.1	0,803	0,585	Valid
	X2.2	0,775		Valid
	X2.3	0,768		Valid
	X2.4	0,715		Valid
	X2.5	0,734		Valid
	X2.6	0,790		Valid
Literasi Keuangan	X3.1	0,801	0,723	Valid
	X3.2	0,875		Valid
	X3.3	0,884		Valid
	X3.4	0,883		Valid
	X3.5	0,798		Valid
	X3.6	0,856		Valid
Perilaku Konsumtif	Y1.1	0,728	0,578	Valid
	Y1.2	0,768		Valid
	Y1.3	0,786		Valid
	Y1.4	0,780		Valid
	Y1.5	0,739		Valid

S Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil analisis yang terdapat pada tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa validitas konvergen terpenuhi, karena seluruh indikator menunjukkan ⁹⁸ *loading factor* > 0,70. Selanjutnya berdasarkan nilai

Average Variance Extracted (AVE) pada variabel Kemudahan penggunaan *e-payment* adalah $0,589 > 0,50$, variabel gaya hidup adalah $0,585 > 0,50$, variabel literasi keuangan $0,723 > 0,50$, dan variabel perilaku konsumtif $0,578 > 0,50$. Maka dapat disimpulkan bahwa data layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

b) Hasil Uji *Discriminant Validity*

Menurut Hair et al. (2021) menyatakan bahwa validitas diskriminan bertujuan untuk mengevaluasi seberapa jauh ukuran suatu konstruk berbeda secara signifikan dari konstruk lainnya. Pengujian validitas diskriminasi dapat digunakan menggunakan metode *cross loading*. Setiap indikator idealnya memperoleh nilai *loading* lebih dari 0,70 terhadap konstruk yang diukur, agar dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas pengukuran yang memadai (Hair et al., 2017).

² Tabel 4. 12 *Cross Loading*

Item	Kemudahan Penggunaan E-Payment	Gaya Hidup	Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif
X1.1	0,784	0,395	0,237	0,319
X1.2	0,743	0,195	0,219	0,273
X1.3	0,766	0,369	0,252	0,254
X1.4	0,815	0,401	0,208	0,310
X1.5	0,727	0,458	0,269	0,291
X2.1	0,461	0,803	0,360	0,360
X2.2	0,318	0,775	0,224	0,269
X2.3	0,430	0,768	0,176	0,362
X2.4	0,288	0,715	0,187	0,280
X2.5	0,347	0,734	0,129	0,394
X2.6	0,306	0,790	0,354	0,294
X3.1	0,302	0,303	0,801	0,065
X3.2	0,252	0,174	0,875	0,157
X3.3	0,336	0,330	0,884	0,181
X3.4	0,197	0,176	0,883	0,130
X3.5	0,196	0,214	0,798	0,138
X3.6	0,295	0,394	0,856	0,137
Y1.1	0,300	0,335	0,027	0,728
Y1.2	0,278	0,376	0,217	0,768
Y1.3	0,223	0,226	0,146	0,786
Y1.4	0,344	0,342	0,075	0,780
Y1.5	0,271	0,342	0,180	0,739

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Hasil analisis pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai *cross loading* setiap indikator lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi terhadap konstruk lain, sehingga konstruk yang digunakan memenuhi syarat validitas diskriminan

Tabel 4. 13 HTMT

<i>Discriminant Validity</i>	<i>Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)</i>
Kemudahan <i>E-Payment</i> – Gaya Hidup	0,552
Kemudahan <i>E-Payment</i> – Literasi Keuangan	0,355
Kemudahan <i>E-Payment</i> – Perilaku Konsumtif	0,450
Gaya Hidup – Literasi Keuangan	0,353
Gaya Hidup – Perilaku Konsumtif	0,497
Literasi Keuangan – Perilaku Konsumtif	0,188

²⁰ Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Merujuk pada tabel 4.13 seluruh nilai HTMT antar pasangan variabel tersebut menunjukkan posisi di bawah ambang batas maksimum yang telah ditentukan 0,90. Dengan merujuk pada hasil pengujian seluruh konstruk model telah menunjukkan telah terbukti memenuhi syarat validitas diskriminan berdasarkan analisis HTMT.

⁸⁶ 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diterapkan sebagai upaya untuk mengetahui konsistensi, keakuratan, dan realibilitas beberapa indikator yang ditampilkan pada variabel laten. Temuan pengukuran ini berasal dari ²⁸ *cronbach's alpha* dan *composite reliability*, sesuai dengan (Hair et al., 2021):

- 1) *Cronbach's alpha* > 0,60 dianggap dapat diterima.
- ⁶³ 2) *Composite Reliability* nilai antara 0,60 dan 0,70 dianggap dapat diterima.

Tabel 4. 14 *Construct Reliability*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Kemudahan Penggunaan <i>E-Payment</i> (X1)	0,825	0,877	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,859	0,894	Reliabel
Literasi Keuangan (X3)	0,925	0,940	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,819	0,873	Reliabel

³³
Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.14 menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan *E-Payment* (X1) memperoleh ¹² *Cronbach's Alpha* sebesar 0,825 dan *Composite Reliability* 0,877. Variabel Gaya Hidup (X2) mencatat ¹² *Cronbach's Alpha* sebesar 0,859 dan *Composite Reliability* 0,894. Variabel Literasi Keuangan (X3) memiliki nilai tertinggi, yaitu ¹² *Cronbach's Alpha* sebesar 0,925 dan *Composite Reliability* 0,940. Variabel Perilaku Konsumtif (Y) juga dinyatakan ⁷³ reliabel, dengan *Cronbach's Alpha* 0,819 dan *Composite Reliability* 0,873. Dengan demikian, seluruh variabel telah memenuhi kriteria ⁸¹ reliabilitas dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3. Hasil Uji *Inner Model*

Dalam penelitian struktural (*inner model*), terdapat beberapa indikator penilaian yang digunakan sebagai evaluasi, di antaranya adalah nilai *r-square*, uji hipotesis, dan model fit

a) Hasil Nilai *R-Square*

Nilai R Square berfungsi sebagai ukuran statistik melalui pendekatan analisis regresi dapat diketahui tingkat kekuatan hubungan kontribusi variabel independen dan variabel dependen. Nilai *r-square* diharapkan berkisar 0,75, 0,50, dan 0,25 menunjukkan bahwa model tersebut memiliki prediksi yang kuat, moderat, dan lemah (Hair et al., 2021)

Tabel 4. 15 R-Square

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0,228	0,217	Lemah

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.15 nilai *Adjusted R-Square* pada variabel Perilaku Konsumtif sebesar 0,217. Dengan demikian menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variabilitas perilaku konsumtif berada pada kategori lemah. Artinya, kombinasi variabel independen dalam penelitian ini, yaitu Kemudahan Penggunaan *E-Payment* (X1), Gaya Hidup (X2), dan Literasi Keuangan (X3) hanya mampu menjelaskan sekitar 21,7% perubahan yang terjadi pada variabel Perilaku Konsumtif (Y). Sementara itu, sisanya sebesar 78,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang berada di luar model penelitian ini.

Meskipun nilai *Adjusted R-Square* tergolong rendah, hal ini masih dapat diterima dalam konteks penelitian sosial, terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Hal ini disebabkan oleh sifat perilaku manusia

yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal yang sulit diidentifikasi secara keseluruhan dalam satu model penelitian. Dengan demikian, hasil ini tetap memberikan kontribusi yang bermakna, khususnya dalam mengidentifikasi sebagian faktor yang turut ⁴⁰ berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

b) Hasil Uji Model Fit

Tujuan uji model fit untuk mengukur seberapa baik model yang dirancang dapat merepresentasikan pola hubungan yang tercermin dalam data aktual penelitian. (Hair et al., 2021).

4. 16 Model Fit

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0,077	0,077
d_ ULS	1.491	1.491
d_ G	0,500	0,500
Chi-square	590.118	590.118
NFI	0,785	0,785

⁵ Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa ⁴⁴ nilai SRMR untuk *Saturated Model* dan *Estimated Model* sama-sama sebesar 0,077. Nilai ini berada di bawah ambang batas 0,08, ⁵ sehingga dapat disimpulkan bahwa model struktural dalam penelitian ini memenuhi kriteria kecocokan model fit.

C. Hasil Uji Pengaruh Langsung

Pengujian pengaruh langsung dilakukan untuk tujuan menilai tingkat signifikansi hubungan antar variabel berdasarkan *path coefficient*. Nilai *path coefficient* yang semakin besar menunjukkan variabel independen berdampak pada variabel dependen dalam model penelitian yang diterapkan (Nur et al., 2024). Untuk menilai signifikansi hubungan antar variabel jika $p\text{-value} < 0,05$ (Hair et al., 2017).

Tabel 4. 17 Uji Pengaruh Langsung

Hipotesis	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	P Value
Kemudahan Penggunaan <i>E-Payment</i> → Perilaku Konsumtif	0,222	0,336	0,071	0,003
Gaya Hidup → Perilaku Konsumtif	0,331	0,226	0,075	0,000
Literasi Keuangan → Perilaku Konsumtif	-0,002	0,016	0,066	0,975

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.17 merupakan hasil *path coefficients* yang menunjukkan bahwa:

- Variabel kemudahan penggunaan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,222 dan nilai *p-value* $0,003 < 0,05$.
- Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,331 dan nilai *p-value* 0,000

< 0,05.

3. Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan nilai *path coefficient* sebesar -0,002 dan nilai *p-value* 0,975 > 0,05.

D. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan untuk tujuan menilai tingkat signifikansi oleh variabel kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup dan literasi keuangan berdasarkan nilai jalur pengaruh langsung (*path coefficient*). Untuk menilai signifikansi hubungan antar variabel jika *p-value* < 0,05 disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antar variabel (Hair et al., 2017).

Tabel 4. 18 Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample	P-Value	Keterangan
Kemudahan Penggunaan <i>E-Payment</i> terhadap Perilaku Konsumtif (H1)	0,222	0,003	Diterima
Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif (H2)	0,331	0,000	Diterima
Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (H3)	-0,002	0,975	Ditolak

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa hasil analisis hipotesis adalah sebagai berikut:

- I. Kemudahan penggunaan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan

- ⁴ terhadap perilaku konsumtif (H1), dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,222 dan nilai *p-value* $0,003 < 0,05$. ¹⁰⁹ Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa H1 diterima karena memiliki nilai *path coefficient* yang menguntungkan, dan nilai *p value* dibawah 0,05.
- ³² 2. Gaya hidup menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (H2), dengan nilai *path coefficient* sebesar sebesar 0,331 dan nilai *p-value* $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa H2 juga dinyatakan diterima karena hasil analisis menunjukkan nilai *path coefficient* yang menguntungkan, dan nilai *p value* dibawah ¹⁰⁰ 0,05.
3. Sementara itu, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (H3), dengan nilai *path coefficient* sebesar -0,002 dan nilai *p-value* $0,975 > 0,05$. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa H3 dinyatakan ditolak karena hasil analisis menunjukkan nilai *p value* lebih besar dari 0,05. ¹⁰

E. Pembahasan

Bagian pembahasan ini menguraikan hasil-hasil temuan dalam prosesnya, tiga hipotesis telah dirumuskan dan diuji menggunakan pendekatan ²⁵ *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Penjelasan lebih rinci mengenai hasil dari pengujian tersebut akan dipaparkan pada bagian berikutnya.

¹²¹ 1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan *E-Payment* terhadap Perilaku Konsumtif

¹ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan e-

payment (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini dibuktikan bahwa nilai *p-value* 0,003. Selain itu, dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,222 mengindikasikan hubungan positif antar kedua variabel tersebut. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini dapat diterima.

Temuan ini memperkuat teori yang dikemukakan oleh Ulum dan Solekah (2024), yang menyatakan bahwa kemudahan dalam penggunaan *e-payment* memberikan efisiensi transaksi bagi individu yang melek teknologi, sehingga mendukung kemudahan akses dan pelaksanaan pembayaran secara digital. Berdasarkan dengan hasil analisis yang telah dilakukan, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan *e-payment* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Haikal & Barus (2025) yang menyatakan bahwa *e-payment* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Penelitian lain oleh Ulum & Solekah (2024) juga menyatakan bahwa *e-payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Dukungan juga datang dari penelitian yang dilakukan oleh Novia et al. (2022) yang menyatakan bahwa *e-payment* secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Y di *e-commerce*.

Adapun variabel manifest paling dominan yang mencerminkan posisi

sebagai komponen *antecedent* dalam kerangka *grand theory Antecedents–Behaviour–Consequence* (ABC) pada variabel kemudahan penggunaan *e-payment* adalah pernyataan “Saya merasa memiliki kemudahan dalam penerapan *e-payment* sesuai keinginan”, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,815. Dalam teori ABC, *antecedent* merupakan faktor pemicu yang mendorong terbentuknya perilaku tertentu. Indikator ini menunjukkan persepsi pengguna terhadap kontrol personal dalam proses transaksi, yang merupakan aspek penting dari persepsi kemudahan penggunaan teknologi keuangan digital. Semakin tinggi kecakapan individu dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital (*digital savvy*), sehingga setiap kemudahan yang ditawarkan sistem pembayaran digital akan cepat untuk diadopsi dan diintegrasikan ke dalam gaya hidup sehari-hari. Kondisi ini, sesuai kerangka teori, dapat memicu terbentuknya *behaviour* berupa perilaku konsumtif, yang selanjutnya berpotensi menghasilkan *consequence* berupa peningkatan penggunaan layanan kredit digital seperti *PayLater* dan pinjaman *online*.

Dengan demikian, kemudahan penggunaan *e-payment* tidak hanya menjadi sarana transaksi yang cepat dan praktis, melainkan juga berperan dalam mendorong kecenderungan perilaku konsumtif pada generasi milenial. Implikasi dari temuan ini adalah perlunya perhatian terhadap edukasi dan penguatan pemahaman digital agar penggunaan *e-payment* tidak menimbulkan konsekuensi negatif berupa konsumsi berlebihan yang tidak terkontrol.

2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini di buktikan bahwa nilai *p-value* 0,000. Selain itu, dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,331 mengindikasikan hubungan positif antar kedua variabel tersebut. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini dapat diterima.

Semakin intensif gaya hidup yang dijalani oleh generasi milenial, maka semakin terlihat besar pula kecenderungan mereka untuk menunjukkan perilaku konsumtif, terutama dalam konteks penggunaan *e-wallet* sebagai media transaksi yang kini telah menjadi bagian dari era gaya hidup digital. Temuan ini memperkuat teori yang dikemukakan oleh Ginting et al. (2024), yang menyatakan bahwa gaya hidup merupakan pola individu dalam menggunakan waktu dan mengelola pengeluaran, yang tercermin melalui aktivitas sehari-hari, minat terhadap lingkungan, serta pandangan terhadap diri sendiri dan lingkungan di sekitarnya. Berdasarkan dengan hasil analisis yang telah dilakukan, hipotesis kedua yang dikemukakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hasil ini selaras dengan temuan yang dikemukakan oleh Fatchu Ukhriyawati et al. (2024) menegaskan bahwa gaya hidup berdampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian secara online melalui platform Shopee. Penelitian lain yang dilakukan oleh

Sardiyo & Martini (2022)¹¹ yang menunjukkan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam belanja online. Dukungan juga datang dari Funky et al. (2021)⁵¹ yang menunjukkan gaya hidup memiliki dampak positif pada perilaku konsumtif pada generasi Z.

Adapun variabel *manifest* paling dominan yang mencerminkan gaya hidup yang memperoleh nilai *loading factor* 0,803 adalah pernyataan “*E-wallet* merupakan metode pembayaran yang sering saya gunakan saat bertransaksi” hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* telah terinternalisasi sebagai bagian dari kebiasaan konsumsi dan pola hidup generasi milenial. Indikator ini juga memperkuat pemahaman bahwa pilihan metode pembayaran tidak lagi didasarkan semata-mata pada aspek fungsional, melainkan juga mencerminkan preferensi gaya hidup digital yang modern dan fleksibel.

Terlihat bahwa gaya hidup berperan sebagai faktor signifikan dalam mendorong perilaku konsumtif di kalangan generasi milenial. Di tengah lingkungan digital yang menawarkan akses cepat dan kemudahan teknologi, penting bagi individu untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan aktual dan dorongan konsumsi yang dipicu oleh tren gaya hidup.

3. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif⁴⁶

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan (X3) tidak terdapat hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumen (Y). Hal ini di

buktikan bahwa nilai *p-value* 0,975. Selain itu, dengan nilai *path coefficient* sebesar -0,002. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Temuan ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara realitas empiris di lapangan dan hasil analisis statistik. Di tengah tingginya angka penggunaan pinjaman online dan layanan *PayLater* yang secara indikatif berkaitan dengan rendahnya literasi keuangan generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta, hasil penelitian justru mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang memengaruhi kecenderungan konsumsi masyarakat, di luar aspek literasi keuangan itu sendiri.

Melalui Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memberikan gambaran terkini tentang kondisi literasi dan inklusi keuangan di Indonesia, tingkat literasi keuangan di Daerah Istimewa Yogyakarta tercatat sebesar 54,55 persen, mengungguli rata-rata nasional yang tercatat sebesar 49,68 persen. Meskipun demikian, tingkat inklusi keuangan di wilayah ini justru sedikit lebih rendah, yaitu sebesar 82,08 persen, dibandingkan dengan angka nasional yang mencapai 85,10 persen. Ketimpangan ini mencerminkan adanya gap antara literasi dan inklusi, artinya, tidak semua individu yang memahami konsep dan manfaat layanan keuangan turut serta secara aktif dalam penggunaannya, seperti menyimpan dana di lembaga perbankan, membeli produk asuransi, berinvestasi, atau

memanfaatkan layanan kredit yang tersedia.

Lebih lanjut, karakteristik responden dalam penelitian ini juga memberi kontribusi terhadap temuan tersebut. Data menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden (50,9%) berada pada jenjang pendidikan D3 ke bawah. Kondisi ini menjadi salah satu faktor yang menjelaskan rendahnya skor literasi keuangan, yang rata-rata hanya mencapai 3,65, tergolong dalam kategori sedang atau ragu-ragu. Hal ini menandakan bahwa keterbatasan tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pemahaman konsep dasar pengelolaan keuangan, seperti pencatatan keuangan pribadi, penyusunan anggaran, pentingnya asuransi, serta kebiasaan menabung.

Namun demikian, hasil penelitian ini sama dengan temuan Hambali et al. (2022) yang juga menyatakan bahwa Literasi keuangan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif di kalangan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh rendahnya pemahaman masyarakat terhadap konsep pengelolaan keuangan, yang mendorong kebiasaan konsumtif dan gaya hidup boros. Akibatnya, banyak individu lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, bahkan sampai rela berutang demi memenuhi gaya hidup tersebut. Penelitian lain yang dilakukan oleh Mengga et al. (2023) yang menyebutkan bahwa literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan secara bijak, termasuk merencanakan pengeluaran, memahami pentingnya literasi keuangan, serta

membandingkan harga sebelum membeli suatu barang atau layanan. Penelitian Ginting ³⁷ et al. (2024) juga menyatakan bahwa literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada siswa.

Adapun variabel *manifest* yang paling dominan dalam merepresentasikan literasi keuangan yang memperoleh nilai *loading factor* 0,884 adalah pernyataan “Saya menyiapkan anggaran dan ³berpikir sebelum melakukan pembelian dan membayar tagihan tepat waktu” Hal ini menandakan bahwa sikap responden dalam penelitian ini tercermin secara nyata melalui kebiasaan mereka dalam mengelola keuangan pribadi. Hal ini terlihat dari kecenderungan responden untuk terlebih dahulu menyusun anggaran, mempertimbangkan keputusan sebelum melakukan pembelian, serta menunjukkan kedisiplinan dalam memenuhi kewajiban finansial seperti membayar tagihan tepat waktu.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACIMAD YANI
YOGYAKARTA

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap 220 responden yang tergolong dalam kelompok usia milenial dan dianalisis menggunakan metode PLS-SEM (*Partial Least Squares Structural Equation Modeling*). Dengan menganalisis data menunjukkan beberapa temuan penting yaitu:

1. Kemudahan Penggunaan *E-Payment* terhadap Perilaku Konsumtif

Kemudahan penggunaan *e-payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu layanan *e-payment* digunakan, maka semakin besar pula kecenderungan generasi milenial untuk melakukan konsumsi. Kemudahan dalam mengakses aplikasi, kecepatan dalam bertransaksi, serta kenyamanan yang ditawarkan, menjadikan *e-payment* sebagai pemicu kuat dalam mendorong perilaku konsumtif. Temuan ini memperkuat teori sebelumnya yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan teknologi keuangan dapat menjadi pengaruh perilaku konsumsi.

2. Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Gaya hidup digital yang modern dan adaptif terhadap perkembangan teknologi membuat generasi milenial cenderung mengintegrasikan *e-wallet* sebagai bagian dari aktivitas kesehariannya. *E-wallet* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, melainkan sebagai bagian dari gaya hidup praktis dan efisien yang sesuai dengan karakter mereka yang adaptif terhadap teknologi dan tren sosial.

3. Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini berarti bahwa tingkat pemahaman keuangan, baik tinggi maupun rendah, tidak secara langsung memengaruhi kecenderungan konsumtif pada kelompok responden dalam penelitian ini. Meskipun demikian, *mean* pada deskripsi statistik literasi keuangan responden berada pada angka 3,65 yang berada pada kategori sedang atau ragu-ragu mengindikasikan perlunya penguatan pemahaman keuangan agar generasi milenial mampu mengambil keputusan finansial yang lebih bijak di tengah kemudahan akses layanan keuangan digital.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah :

1. Bagi Generasi Milenial

Generasi milenial merupakan kelompok yang paling rentan dalam berperilaku konsumtif karena berada pada usia produktif dimana sudah bekerja, dan memiliki kebutuhan keluarga. Berdasarkan analisis deskriptif, indikator dengan nilai mean terendah dari keempat variabel mengindikasikan adanya kecenderungan perilaku konsumtif berisiko di kalangan Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Rendahnya nilai *mean* variabel Kemudahan Penggunaan *E-Payment*, pada indikator X1.1 dengan *mean* 4,02, serta pada variabel Gaya Hidup dengan indikator X2.1 dengan *mean* 3,90 menggambarkan adanya kecenderungan penggunaan *e-payment* khususnya *e-wallet*, secara intensif. Sementara itu, pada variabel Literasi Keuangan pada indikator X3.2 dengan *mean* 3,48 dan pada variabel Perilaku Konsumtif pada indikator Y1.3 dengan *mean* 3,61 menunjukkan bahwa sebagian responden belum memiliki kebiasaan pengelolaan keuangan yang baik dan masih terdorong melakukan pembelian demi penampilan serta gengsi.

Oleh karena itu, generasi milenial disarankan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang literasi keuangan untuk mengurangi risiko kesalahan dalam mengelola keuangan, mengembangkan kebiasaan yang baik dalam mengelola keuangan, seperti mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan pribadi, menghindari pembelian produk yang tidak perlu untuk

menjaga penampilan dan gengsi, dan yang terakhir dapat menggunakan *e-payment* terutama *e-wallet* secara bijak serta membatasi penggunaan fitur-fitur digital seperti *PayLater* dan lebih bijak lagi dalam melakukan pinjaman *online* ilegal yang dapat memperburuk kondisi keuangan.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah perlu lebih responsif terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya generasi milenial, yang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif. Meskipun data penelitian ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan baik rendah maupun tinggi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan di Daerah Istimewa Yogyakarta, temuan ini justru menegaskan pentingnya strategi intervensi yang lebih tepat sasaran. Berdasarkan hasil analisis, indikator literasi keuangan dengan *mean* terendah terdapat pada X3.2, yaitu pernyataan "Saya selalu mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan pribadi" dengan nilai *mean* 3,48. Hal ini mengindikasikan lemahnya kebiasaan pencatatan keuangan di kalangan responden.

Oleh karena itu, pemerintah bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perlu merancang inovasi program literasi keuangan yang berfokus pada penguatan keterampilan pencatatan keuangan pribadi. Program tersebut dapat dikembangkan melalui metode interaktif, seperti pelatihan berbasis simulasi pengelolaan anggaran, penggunaan buku catatan keuangan sederhana, maupun integrasi fitur pencatatan keuangan dalam aplikasi keuangan yang mudah

diakses masyarakat. Pendekatan ini diharapkan mampu menumbuhkan kebiasaan pengelolaan keuangan yang terstruktur, meningkatkan kesadaran perencanaan keuangan, serta membantu masyarakat khususnya generasi milenial menjaga keseimbangan finansial di tengah tren konsumsi yang terus berkembang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

¹⁰² Keterbatasan dalam melakukan penelitian ini antara lain dalam jumlah variabel yang dianalisis serta ruang lingkup responden yang terbatas pada generasi milenial di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan nilai ⁹² *Adjusted R-Square* pada variabel Perilaku Konsumtif sebesar 0,217. Sementara itu, sisanya sebesar 78,3%. Dalam penelitian yang akan datang, diharapkan ⁶ dapat memperluas cakupan penelitian dengan memasukkan variabel lain yang dinilai memiliki relevansi tinggi terhadap perilaku konsumtif dalam konteks era digital saat ini.

Beberapa variabel yang dapat dijadikan pertimbangan di antaranya adalah variabel *self-control*, mengingat kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan konsumsi sangat berperan dalam menentukan pola belanja, terutama dalam situasi yang menuntut keputusan cepat seperti penggunaan *e-wallet*. Variabel *materialisme* juga menjadi variabel penting karena kecenderungan untuk memaknai kebahagiaan dan identitas diri melalui kepemilikan barang sering kali mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu, pengaruh variabel media sosial perlu diperhatikan,

sebab paparan terhadap konten konsumtif, iklan digital, dan gaya hidup yang ditampilkan oleh figur publik atau influencer dapat membentuk persepsi konsumsi dan meningkatkan kecenderungan konsumtif.

Studi lanjutan juga disarankan untuk memperluas segmentasi usia, agar tidak hanya berfokus pada generasi milenial, melainkan juga mencakup generasi Z atau X untuk melihat perbandingan antar kelompok usia. Di samping itu, cakupan geografis yang lebih luas di luar D.I. Yogyakarta perlu dipertimbangkan agar hasil penelitian lebih representatif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi terhadap populasi konsumen di Indonesia.

PERPUSTAKAAN
JENDERAL ACHMAD YANI
UNIVERSITAS
YOGYAKARTA

plagiasi

ORIGINALITY REPORT

24% SIMILARITY INDEX	21% INTERNET SOURCES	14% PUBLICATIONS	9% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	3%
2	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II Student Paper	1%
3	repository.unja.ac.id Internet Source	1%
4	Yusuf Aulia Rakhman, Tri Kartika Pertiwi. "Literasi Keuangan, Penggunaan E-Money, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2023 Publication	1%
5	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
6	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1%
7	Submitted to Universitas Sains Alquran Student Paper	<1%
8	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1%
9	www.adscientificindex.com Internet Source	<1%
10	core.ac.uk Internet Source	<1%

11	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
12	eprints.uad.ac.id Internet Source	<1 %
13	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
14	unikastpaulus.ac.id Internet Source	<1 %
15	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
16	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
17	Fahrudin Fahrudin, Moh. Nurhedi, Arief Rahman Afandy, Moh. Sholihin. "Pengaruh Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Publication	<1 %
18	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
19	Submitted to Universitas Riau Student Paper	<1 %
20	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	<1 %
21	library.moestopo.ac.id Internet Source	<1 %
22	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
23	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1 %

24	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
25	eprints.untirta.ac.id Internet Source	<1 %
26	www.scribd.com Internet Source	<1 %
27	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1 %
28	media.neliti.com Internet Source	<1 %
29	Adella Dwi Rahayu, Eka Hendi Andriansyah. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Financial Technology (Fintech) Terhadap Kesejahteraan Keuangan Pada Gen Z Mahasiswa Di Kota Surabaya Melalui Perilaku Ekonomi Sebagai Variabel Intervening", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Publication	<1 %
30	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
31	bajangjournal.com Internet Source	<1 %
32	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
33	Submitted to esap Student Paper	<1 %
34	Syifa Salsabilla, Crescentiano Agung Wicaksono. "The Influence of Financial Literacy, Hedonic Lifestyle, and Self-Control	<1 %

on Consumer Behavior in Gen-Z", Efektor, 2025

Publication

35	repository.unj.ac.id Internet Source	<1 %
36	Hega Dwi Dian Dola, Afnita Afnita. "Analisis Campur Kode ke Luar (Outer Code Mixing) pada Lagu "Everybody Knew" Ciptaan Citra Scholastika", AHKAM, 2025 Publication	<1 %
37	etd.umy.ac.id Internet Source	<1 %
38	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
39	repository.stei.ac.id Internet Source	<1 %
40	Dilasari Dilasari, Sri Mulyati, Asep Kurniawan. "PENGARUH FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE, LOCUS OF CONTROL DAN DEMOGRAFI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL DI KOTA SUBANG", JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society), 2021 Publication	<1 %
41	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
42	docplayer.info Internet Source	<1 %
43	jurnal.upnyk.ac.id Internet Source	<1 %
44	Cindyasari Puspagita, Hendar Hendar. "Proses Peningkatan Intention to Co-create	<1 %

Value Objek Wisata Pilgrims Walisongo di Jawa Tengah", eCo-Buss, 2025

Publication

45 Deviana Deviana, Helma Malini, Anggraini Syahputri. "Peran Financial Self-Efficacy dalam Hubungan antara Pendapatan, Literasi Keuangan, dan Perilaku Keuangan Mahasiswa di Indonesia", eCo-Buss, 2025

Publication

46 Submitted to Universitas Jenderal Soedirman <1 %

Student Paper

47 Submitted to Universitas Negeri Medan <1 %

Student Paper

48 journal.nurscienceinstitute.id <1 %

Internet Source

49 pdfs.semanticscholar.org <1 %

Internet Source

50 Submitted to Bellevue Public School <1 %

Student Paper

51 Muhammad Jalu Bagas Putra, Khotim Fadhli. "Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren An-Najah Denanyar Jombang", JoEMS (Journal of Education and Management Studies), 2025

Publication

52 repository.unusia.ac.id <1 %

Internet Source

53 Submitted to Universitas Jambi <1 %

Student Paper

54 www.rctiplus.com <1 %

Internet Source

55	Gillian Mongi, Joula J. Rogahang, Olivia F.C Walangitan. "Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumen Pengguna OVO di Kota Manado", Productivity, 2025 Publication	<1 %
56	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %
57	repository.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
58	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
59	otodriver.com Internet Source	<1 %
60	repository.ump.ac.id Internet Source	<1 %
61	Adhi Prakosa, Ahsan Sumantika. Jurnal Manajemen, 2020 Publication	<1 %
62	Submitted to lain Palopo Student Paper	<1 %
63	Submitted to Universiti Selangor Student Paper	<1 %
64	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
65	jurnal.iuqibogor.ac.id Internet Source	<1 %
66	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
67	123dok.com Internet Source	<1 %

68 Nur Tsalitsna Imamah, Arista Pratama, Asif Faroqi. "Evaluasi Faktor-Faktor Penerimaan Aplikasi SeaBank Menggunakan Model UTAUT2", JURNAL FASILKOM, 2024
Publication <1 %

69 www.statistikian.com
Internet Source <1 %

70 Intan Ainun Majid, Alshaf Pebrianggara, Lilik Indayani. "Pengaruh Social Media Marketing, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wizzmie", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024
Publication <1 %

71 Puji Nurhayati. "Analisis Pengaruh E-Marketing terhadap Competitive Advantage Melalui Kinerja Marketing", Owner, 2020
Publication <1 %

72 ejournal.umpwr.ac.id
Internet Source <1 %

73 ejournal.winayamukti.ac.id
Internet Source <1 %

74 etheses.uingusdur.ac.id
Internet Source <1 %

75 garuda.kemdikbud.go.id
Internet Source <1 %

76 repository.uinjkt.ac.id
Internet Source <1 %

77 Submitted to Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta
Student Paper <1 %

e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id

78	Internet Source	<1 %
79	ejournal.polbeng.ac.id Internet Source	<1 %
80	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
81	eprints.upj.ac.id Internet Source	<1 %
82	id.123dok.com Internet Source	<1 %
83	issuu.com Internet Source	<1 %
84	journal.itltrisakti.ac.id Internet Source	<1 %
85	radikari.id Internet Source	<1 %
86	repository.its.ac.id Internet Source	<1 %
87	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
88	repository.uksw.edu Internet Source	<1 %
89	repository.unifa.ac.id Internet Source	<1 %
90	www.sentrakalibrasiindustri.com Internet Source	<1 %
91	Baiq Hawarikatun, Candra Eka Puspitasari. "THE KNOWLEDGE LEVEL OF EDUCATION STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF MATARAM	<1 %

REGARDING ANEMIA", Jurnal Kesehatan
Tambusai, 2024

Publication

92 Intan Syafira Nur Fauzi, Ari Sulistyowati.
"Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan
Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif
Pada Player Call Of Duty: Mobile", Jurnal
Kajian Ilmiah, 2022

Publication

93 Muhammad Ragil Kurniawan. "Permainan
tradisional Yogyakarta sebagai sumber
belajar alternatif berbasis kearifan lokal bagi
pembelajaran di sekolah dasar", Premiere
Educandum : Jurnal Pendidikan Dasar dan
Pembelajaran, 2018

Publication

94 Vania Katherine Hermawan, Eristia Lidia
Paramita. "Trust dan Perceived Usefulness
dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi
Konsumen Dalam Menggunakan E-wallet",
Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen,
2020

Publication

95 docobook.com

Internet Source

96 eprints.ums.ac.id

Internet Source

97 eprints.undip.ac.id

Internet Source

98 fekbis.repository.unbin.ac.id

Internet Source

99 herlinassitorus.wordpress.com

Internet Source

100	jonedu.org Internet Source	<1 %
101	journal2.um.ac.id Internet Source	<1 %
102	jurnal.risetilmiah.ac.id Internet Source	<1 %
103	jurnal.ut.ac.id Internet Source	<1 %
104	kesmas.unja.ac.id Internet Source	<1 %
105	malahayati.ac.id Internet Source	<1 %
106	ojs.polmed.ac.id Internet Source	<1 %
107	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
108	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
109	repository.stiepbn.ac.id Internet Source	<1 %
110	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
111	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
112	repositorybaru.stieykpn.ac.id Internet Source	<1 %
113	seremonia.id Internet Source	<1 %

114 Evi Rosalina Widyayanti, Insiatiningsih
Insiatiningsih. "Pengaruh Digitalisasi
Terhadap Adopsi Teknologi UMKM Dalam
Menggunakan Alat Pembayaran QRIS (Quick
Response Code Indonesia Standard)", JURNAL
EKOBIS DEWANTARA, 2024

Publication

<1 %

115 Indira Rachmawati, Nurdila Ayu Apriyanti,
Ardio Sagita. "Pengaruh E-Service Quality
Terhadap E-Customer Loyalty Dengan E-
Customer Satisfaction Sebagai Variabel
Mediating Pada Pengguna Aplikasi Mobile
Banking Livin' By Mandiri", Journal of
Economic, Bussines and Accounting
(COSTING), 2024

Publication

<1 %

116 Nurul Inaya, Andi Ika Fahrika, Jumriani
Jumriani. "Pengaruh Actualize Digital Payment
System dan Self Control Terhadap Perilaku
Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Monzer
Kahf", eCo-Buss, 2025

Publication

<1 %

117 Rico Ramanda. "Pengaruh Literasi Keuangan
dan Spending Self-Control Terhadap Gaya
Hidup Generasi Z di Daerah Khusus Jakarta",
LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren, 2024

Publication

<1 %

118 Andrea Nur Hidayah, Farahiyah Sartika.
"Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap
Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif
Belanja Online Melalui Locus of Control
sebagai Variabel Mediasi", Al-Kharaj: Jurnal
Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2024

Publication

<1 %

119 Ayuk Nurul Khafidhoh, Edi Susilo. "PENGARUH TREN FASHION, GAYA HIDUP, LITERASI SYARIAH, TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI UNISNU JEPARA", Jurnal Al-Kharaj: Studi Ekonomi Syariah, Muamalah, dan Hukum Ekonomi, 2025

Publication

120 INDRAHAEMI UMAR GAZALI, ABDUL RAHMAN MUS, Andi Nirwana Nur. "PENGARUH EFEKTIVITAS PENGELOLAAN PEMBERIAN INSENTIF PAJAK PEMBEBASAN DENDA ATAS TUNGGAKAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR TERHADAP KEPATUHANWAJIB PAJAK PADA KANTOR BADAN PENDAPATAN DAERAH SULAWESI SELATAN SEBELUM DAN SESUDAH PEMBERIAN INSENTIF PAJAK", Journal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi STIE Wira Bhakti Makassar Internasional, 2020

Publication

121 Maharani Dwi Astuti, Sunita Dasman. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Lifestyle Sebagai Variabel Moderasi", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2024

Publication

122 Nicky Armayfa Asrun, Ade Gunawan. "Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai Media Intervening", Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan, 2024

Publication

123

Yoga Zain Zakaria, Wida Purwidiанти, Suyoto
Suyoto, Ika Yustina Rahmawati. "PENGARUH
FINANCIAL KNOWLEDGE, FINANCIAL
BEHAVIOR, FINANCIAL ATTITUDE, DAN
FINANCIAL SKILLS TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF GEN Z (PADA MAHASISWA DI
PURWOKERTO)", Journal of Economic,
Bussines and Accounting (COSTING), 2024

Publication

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA