

Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-wallet DANA

Tiara Ledy Afista¹, Aysyah Lulu Fuadina², Rizki Aldi³, Fitri Ayu Nofirda⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Riau

e-mail : 210304081@student.umri.ac.id¹, 210304094@student.umri.ac.id²,
210304091@student.umri.ac.id³, fitriayunofirda@umri.ac.id⁴

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis perilaku konsumtif gen Z terhadap digital *e-wallet* DANA. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan terhadap perilaku individu dalam melakukan kegiatan konsumsi. Transaksi pembayaran yang sebelumnya dilakukan secara tunai kini dapat dilakukan secara digital dengan memanfaatkan *e-wallet*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah analisis data sekunder serta menggunakan analisis studi kepustakaan. Langkah ini melibatkan pencarian dan pembacaan jurnal-jurnal sebagai upaya untuk mendapatkan dasar teori yang relevan dengan inti permasalahan yang diteliti. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif, yaitu mengambil simpulan dari pernyataan atau fakta-fakta khusus menjadi persoalan yang spesifik dan dibuat simpulan umum sesuai dengan teori-teori yang tersedia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga alasan mendasar yang mendukung perilaku konsumtif gen Z saat, yaitu pelayanan dan fitur yang menarik, kenyamanan, dan kemudahan penggunaan *e-wallet* itu sendiri.

Kata kunci: Perilaku konsumtif, Generasi Z, *E-wallet*, DANA

Abstract

The purpose of this study was to determine and analyze the consumptive behavior of gen Z towards the digital *e-wallet* DANA. The development of digital technology has brought changes to individual behavior in carrying out consumption activities. Payment transactions that were previously done in cash can now be done digitally by utilizing *e-wallets*. The data collection method used is secondary data analysis and uses literature study analysis. This step involves searching and reading journals as an effort to obtain a theoretical basis that is relevant to the core issues under study. The data analysis technique used is descriptive analysis technique, namely drawing conclusions from specific statements or facts into specific issues and making general conclusions in accordance with the available theories. The results of this study indicate that there are three fundamental reasons that support the consumptive behavior of gen Z when, namely attractive services and features, convenience, and ease of use of the *e-wallet* itself.

Keywords: Consumptive behavior, Generation Z, *E-wallet*, DANA

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya teknologi, cara hidup masyarakat di seluruh dunia, termasuk Indonesia, juga mulai berubah baik dari segi ekonomi, budaya, pendidikan, dan hubungan sosial. Kemajuan teknologi akan menggantikan uang tunai sebagai metode pembayaran langsung dalam sistem pembayaran saat ini. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan terhadap perilaku individu dalam melakukan kegiatan konsumsi. Transaksi pembayaran yang sebelumnya dilakukan secara tunai kini dapat dilakukan secara digital dengan memanfaatkan *e-wallet*. Dengan adanya pembayaran melalui *e-wallet* telah

menciptakan persaingan transaksi digital dengan munculnya berbagai *e-wallet* seperti DANA, OVO, Gopay, Link, Flip, dan masih banyak lagi (Annisa Retno Utami, 2022).

Berdasarkan laporan East Ventures (EV) yang bertajuk: *Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation*, *e-wallet* menjadi metode transaksi yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 81% pada tahun 2022. Diikuti oleh virtual account yang menyumbang 60%. Selain itu, ada juga metode transfer bank dan tunai/COD (cash on delivery) dengan persentase masing-masing hingga 55%. Selanjutnya metode pembayaran QR/QRIS (*Indonesian Standard Quick Response Code*) memiliki pangsa masing-masing sebesar 32% dan 31% pada tahun 2022.

E-wallet semakin berkembang seiring dengan perkembangan *e-commerce* dan *marketplace* di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Konsumen sekarang dapat melakukan pembayaran untuk produk atau jasa yang ingin dibeli kapan saja dan di mana saja menggunakan *smartphone* mereka, dengan hanya menambahkan saldo ke dompet elektronik. Setiap *platform e-commerce* menyediakan metode pengisian saldo, seperti ShopeePay dan Gopay. Selain itu, bank-bank juga telah meluncurkan *platform* dompet elektronik mereka sendiri dan menjalin kerja sama dengan beberapa *e-commerce* untuk memungkinkan transaksi pembayaran tanpa biaya tambahan. Contohnya adalah DANA, yang bermitra dengan Bank BCA dan Mandiri untuk pembayaran TIX ID tiket bioskop (Ningrum, 2022).

PT. Espay Debit Indonesia Koe, adalah salah satu perusahaan penyelenggara dompet digital, yang bermerek DANA. DANA adalah *platform* dompet digital yang menawarkan platform terbuka dan dapat digunakan oleh berbagai aplikasi, toko online maupun konvensional. DANA menyediakan layanan pembayaran online, non-tunai dalam satu *platform* di Indonesia, mulai dari transaksi transportasi, pengiriman uang, belanja online, transaksi dengan *merchant* yang menjadi mitra, menabung, serta untuk membayar tagihan bulanan. Sumber uang pada aplikasi bisa juga berasal darimana saja, baik itu rekening bank, kartu kredit atau saldo dana (Pralytha et al., 2023).



Gambar 1. E-wallet Yang Paling Sering Dipakai Di Indonesia
Sumber: Populix 2022

Hasil survei yang dilakukan oleh Populix (2022) menunjukkan Gopay menduduki posisi pertama dengan persentase sebesar 88% yang disusul oleh DANA diposisi kedua sebagai

e-wallet yang paling sering dipakai oleh masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 83% dan yang ketiga ada Ovo dengan 79% penggunaannya. Kini, seiring berjalannya waktu, *e-wallet* memberikan banyak layanan yang memudahkan konsumen. Seiring dengan fitur-fiturnya yang mudah dipahami, *e-wallet* terus memberikan kemudahan kepada konsumen seperti diskon dan fitur menarik lainnya (Nadia Miranda Effendi Putri & Budi Sudaryanto, 2022).

Dalam penelitian (Fadillah et al., 2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku seseorang dalam membeli sesuatu yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Tindakan konsumtif tidak lepas dari fitur-fitur yang ada pada aplikasi *e-commerce* dalam bentuk pembayaran elektronik dan dompet elektronik. Fitur tersebut membantu gen Z sebagai konsumen dapat menyelesaikan pembayaran dan pembelian dengan sangat mudah. Perilaku konsumtif dapat menimbulkan banyak kerugian, seperti: pengeluaran uang melebihi batas, keinginan belanja yang sulit dikendalikan, kecemburuan sosial ketika melihat barang dan gaya hidup orang lain, mengurangi semangat menabung bahkan cenderung tidak dapat menabung untuk kebutuhan masa depan, kekurangan. Dana darurat, dan sangat sulit membedakan antara keinginan dan kebutuhan (Hartsetyo et al., 2023).

Gen Z merupakan generasi yang sangat cepat memahami kecanggihan teknologi yang berkembang saat ini. Seperti menggunakan media sosial, belanja di situs online, investasi online, dan lain sebagainya. Selain itu, generasi Z juga memiliki pendapatan yang stabil dan sangat berpengaruh dalam aktivitas bisnis online. Pelajar yang mewakili kelompok gen Z kini tertarik berbelanja atau meneliti produk secara online, sehingga menyebabkan peningkatan pengguna *e-wallet* (Azzahra & Supriyadi, 2022). Gaya hidup generasi Z saat ini telah dipengaruhi oleh lingkungan di mana mereka lebih banyak menggunakan layanan *e-wallet*, sehingga memaksa mereka untuk mengikuti tren transaksi pembayaran tersebut (Ninggar & Anggraini, 2022). Penyebab lainnya dapat disebabkan oleh gaya hidup mereka yang senang menghabiskan atau bersifat konsumtif dalam membelanjakan uang yang berada di *e-wallet*.

Dampak dari perilaku konsumtif gen Z terhadap penggunaan *e-wallet* terutama DANA masih menjadi perdebatan di kalangan akademisi dan praktisi bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perilaku konsumtif gen Z terhadap digital *e-wallet* DANA.

TINJAUAN PUSTAKA

E-Wallet

Menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, *Electronic Wallet* atau Dompet Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik yang dapat menampung dana untuk pembayaran. Menurut (Nadhilah et al., 2021) melalui penggunaan *e-wallet*, semua transaksi pelanggan menjadi mudah, cepat, efisien dan semua biaya dapat dikurangi melalui penerapan teknologi di berbagai bidang.

Beberapa keuntungan menggunakan Dompet Digital (*e-wallet*) yang diperoleh konsumen antara lain: super praktis dan efisien, lebih aman, transaksi bisa dilakukan dimana saja tanpa tunai, Top Up saldo bisa dilakukan dimana saja dan banyak promo dan diskon seperti pulsa ataupun kartu-kartu.

Kemudahan

Kemudahan penggunaan merupakan keyakinan seseorang yang mengetahui bahwa ketika menggunakan teknologi dapat digunakan dengan cepat dan dipahami. Perilaku yang ditunjukkan kepada penggunaan *Technology Acceptance Model* dirumuskan oleh Davis (1989) sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan (Silaen & Prabawani, 2019). Kemudahan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan transaksi ataupun pembelian.

Kemudahan dalam melakukan transaksi dapat bermanfaat bagi semua orang, termasuk generasi Z yang sering disebut *digital native* karena merupakan generasi yang tumbuh dengan komunikasi digital (Taqwa & Mukhlis, 2022). Berdasarkan penelitian (Kusuma, 2020) promo-promo yang gencar dilakukan oleh para provider dompet elektronik di Indonesia pun sukses membuat generasi Z selalu terdoda untuk bertransaksi secara online. Kemudahan dalam transaksi pembayaran merupakan hal yang paling diminati oleh generasi Z yang mempunyai kesibukan tinggi.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang tidak didasari oleh pemikiran dan pertimbangan rasional. Namun lebih pada unsur materialistis, keinginan yang tidak terkendali untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan, serta sesuatu yang dianggap paling mahal sebagai pemenuhan hasrat kesenangan belaka. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan menggunakan produk yang tidak didasari oleh rasionalitas, melainkan karena keinginan yang bersifat sementara (Wahyuni et al., 2019).

Dampak dari perilaku konsumtif mungkin tidak kita rasakan dalam jangka pendek. Namun konsumtif adalah sifat atau kebiasaan yang bisa menjadi kebiasaan yang akan mengakibatkan ketidakstabilan ekonomi seseorang.

Generasi Z

Gazali (dalam Kristyowati, 2021) menjelaskan bahwa para pakar Amerika mengelompokkan generasi Z adalah yang lahir pada 1996- 2010. Yang diidentifikasi memiliki karakter menghargai keragaman, menghendaki perubahan sosial, suka berbagi dan berorientasi pada target. Mahasiswa masa kini tergolong sebagai generasi Z. Karakteristik generasi Z juga ditandai dengan ketergantungan mereka terhadap teknologi dan gadget. Generasi Z juga cenderung melakukan segala sesuatunya melalui dunia maya dan menggunakan teknologi yang ada.

METODE

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah analisis data sekunder. Analisis data sekunder merujuk pada proses analisis terhadap informasi yang sudah ada tanpa memerlukan kegiatan wawancara, survei, observasi, atau teknik pengumpulan data khusus lainnya. Data sekunder diperoleh dari aplikasi penyedia jasa *e-wallet*, yakni DANA. Berdasarkan penelitian ini, analisis dan pembahasan diperoleh melalui pengumpulan data dari studi kepustakaan. Langkah ini melibatkan pencarian dan pembacaan jurnal-jurnal sebagai upaya untuk mendapatkan dasar teori yang relevan dengan inti permasalahan yang diteliti. Dalam studi kepustakaan ini, peneliti melakukan pembacaan, pencarian, dan kajian terhadap jurnal-jurnal serta situs web khusus untuk menggali landasan teori terkait dengan masalah pokok yang akan diteliti (Sriyono et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dompet digital atau *e-wallet* adalah suatu layanan elektronik yang berperan sebagai aplikasi yang memfasilitasi pembayaran digital melalui berbagai media elektronik yang terhubung dengan server. Selain itu, layanan ini dapat diakses dan digunakan dengan menggunakan *smartphone* (Anrepa, 2021). Menurut (Effendy, 2020) dompet elektronik atau *e-wallet* merupakan suatu bentuk akun pembayaran elektronik di mana pengguna dapat menyimpan dana untuk transaksi di waktu yang akan datang. *E-wallet* ini dilindungi dengan menggunakan kata sandi. Dengan menggunakan *e-wallet*, seseorang dapat melakukan pembayaran untuk berbagai keperluan seperti membeli makanan, pembelian online, atau pembelian tiket pesawat. Penelitian yang dilakukan oleh (Badri, 2020) mengidentifikasi bahwa di Pekanbaru, generasi Z secara aktif menggunakan *smartphone* dan familiar dalam menggunakan aplikasi dompet digital, yang berfungsi sebagai aplikasi untuk menyimpan *e-money*.

Berdasarkan hasil penelitian faktor utama yang memicu perilaku konsumtif generasi Z saat ini adalah karena munculnya teknologi dan kemudahan dalam bertransaksi non tunai. Hal tersebut didukung oleh temuan (Azzahra & Supriyadi, 2022) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* DANA. Artinya semakin mudah aplikasi yang ditawarkan, maka keputusan penggunaan juga akan meningkat. DANA secara konsisten menyediakan kenyamanan dan efisiensi dalam setiap transaksi, menjadikannya pilihan menarik bagi penggunanya. Seperti aplikasi yang mudah digunakan oleh pengguna baru, proses pendaftaran yang jelas dan simpel, serta transformasinya menjadi sistem pembayaran yang mudah diakses di berbagai tempat. Hal ini mempermudah pengguna dalam menggunakan aplikasi DANA, serta mendorong responden untuk menggunakan *e-wallet* DANA.

Pada saat memanfaatkan *e-wallet*, generasi Z tidak hanya mengalami kemudahan saat berbelanja, tetapi juga kenyamanan dalam melakukan pembayaran, yang dapat dilakukan kapan saja selama pengguna terhubung ke internet. Penggunaan *e-wallet* dalam keputusan pembelian generasi Z mencerminkan salah satu aspek kenyamanan yang diperoleh atas hadirnya *e-wallet* di kehidupan mereka (Sriyono et al., 2023). Hal ini sejalan dengan penelitian (Abrilia & Sudarwanto, 2020) dimana kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat dalam penggunaan aplikasi DANA di Surabaya. Hasil temuan (Rodiah & Melati, 2020) juga menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap minat dalam menggunakan *e-wallet* pada generasi Z di Kota Jawa Timur. Responden pada kedua penelitian ini merupakan generasi Z yang menunjukkan minat yang besar dalam menggunakan *e-wallet*, Kemudahan tentunya telah menjadi aspek penting dalam pemilihan *e-wallet* untuk keperluan transaksi sehari-hari. Namun hal ini justru bertolak belakang dengan penelitian (Kartika & Pamikatsih, 2023) dimana kemudahan data tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pada aplikasi DANA di Provinsi Jawa Timur.



Gambar 2. Tampilan beranda pada aplikasi DANA

DANA memiliki sejumlah keunggulan, seperti harga pulsa dan internet yang relatif lebih terjangkau, kemampuan untuk membayar berbagai tagihan (listrik, air PDAM, BPJS, Telkom, dsb.), kemudahan melakukan top-up di minimarket terdekat, beragam fitur transaksi dalam satu aplikasi, transfer antar bank gratis tanpa biaya admin, minim gangguan saat bertransaksi, serta sertifikasi ISO 27001 dan PCIDSS pada aplikasinya. Selain itu, DANA juga dilengkapi dengan teknologi "DANA Protection" dan menerapkan prinsip kebijakan nol-pemakaian data yang terkait dengan *Personal Identifiable Information* (PII) (Kurnia et al., 2023).

Aplikasi *e-wallet* DANA telah menyediakan fitur-fitur yang lengkap dan praktis untuk diakses sehingga memudahkan penggunanya dalam bertransaksi. Pemanfaatan fitur layanan *e-wallet* DANA dalam melakukan transaksi dapat menghasilkan respons positif dari generasi Z yang dapat mendorong perilaku konsumtif tanpa pemikiran yang mendalam. Hal ini didukung oleh temuan (Kurnia et al., 2023) yang menunjukkan bahwa diskon dan fitur layanan *e-wallet* DANA secara signifikan mempengaruhi perilaku *impulsive buying* generasi Z di Banda Aceh.

SIMPULAN

Perkembangan teknologi telah memberikan dampak signifikan terhadap gaya hidup masyarakat, termasuk di Indonesia. Perubahan tersebut mencakup berbagai aspek, salah satunya adalah pergeseran dari penggunaan uang tunai ke metode pembayaran digital dalam sistem pembayaran saat ini. Teknologi digital, khususnya *e-wallet*, telah menjadi alternatif utama dalam melakukan transaksi pembayaran. Ini mencerminkan perubahan perilaku konsumen, di mana sebelumnya transaksi dilakukan secara tunai, kini beralih ke pembayaran digital melalui platform *e-wallet* seperti DANA, OVO, Gopay, Link, Flip, dan lainnya.

Penggunaan dompet digital atau *e-wallet* memiliki peran yang signifikan bagi generasi Z pada masa sekarang. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa aplikasi *Fintech* ini sangat diminati oleh generasi Z karena kemudahan penggunaannya. Selain mengikuti tren terkini, *e-wallet* DANA juga memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti menawarkan promo, menjalin kerja sama dengan berbagai merchant produk, memberikan kenyamanan penggunaan, dan menyediakan fitur aplikasi yang mempermudah pengguna. Ide utamanya adalah bahwa semua yang diminati oleh generasi z dapat diakses melalui satu aplikasi *e-wallet*.

Aplikasi *e-wallet* DANA telah menawarkan berbagai kemudahan seperti promosi dan fiturnya yang mudah dipahami hal tersebut memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat dalam penggunaan aplikasi DANA. Dengan berbagai kemudahan dan fitur yang ditawarkan, *E-wallet* DANA dapat digunakan oleh gen Z untuk berbagai transaksi. Meski menawarkan kenyamanan, generasi Z perlu menjaga kendali penggunaan *e-wallet* DANA agar tidak berlebihan dan lebih memikirkan efek jangka panjangnya, seperti mengembangkan kebiasaan hemat saat menggunakan *e-wallet*. Dengan demikian, generasi Z tidak akan terjerumus dalam gaya hidup yang berlebihan dan menjadi lebih cerdas dalam memanfaatkan aplikasi *Fintech* seperti *e-wallet* DANA.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET PADA APLIKASI DANA DI SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012.
- Annisa Retno Utami. (2022). Persepsi Penggunaan E-wallet OVO pada Generasi Z di Masa Pandemi Covid-19. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(3), 409–415. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i3.828>
- Anrepa, S. J. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN E-WALLET TERHADAP MINAT MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA. *Skripsi*, 1–141. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/29896>
- Azzahra, S., & Supriyadi, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Sebagai Sistem Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa Di Jakarta). *Prosiding SNAM PNJ*.
- Badri, M. (2020). Adopsi Inovasi Aplikasi Dompet Digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 120. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1335>
- Effendy, F. (2020). PENGARUH PERCEIVED OF BENEFIT TERHADAP NIAT UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN DOMPET DIGITAL DI KALANGAN MILENIAL. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 15(2), 44–54. <https://doi.org/10.35969/interkom.v15i2.87>
- Fadillah, A. N., Saenan, D., & Muchtasib, A. B. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Dalam Berbelanja Online Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Account*, 7(1), 1233–1243. <https://doi.org/10.32722/acc.v7i1.2834>
- Hartsetyo, A. P., Kurnianingtyas, I., Wahyuni, N. N., & Barbie, V. (2023). Pengaruh E-lifestyle Sebagai Bentuk Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Jurnal Mahasiswa Indonesia*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.11111/jmi.xxxxxx>
- Kartika, M. A. C., & Pamikatsih, T. R. (2023). Pengaruh Kemudahan Data, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Customer Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Pada Aplikasi

- Dana. *Journal of Management and Social Sciences (JMSS)*, 1(3), 37–53.
<https://doi.org/10.59031/jmss.v1i3.155>
- Kristyowati, Y. (2021). Generasi “Z” Dan Strategi Melayaninya. *Ambassador: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 2(1), 2. stt-indonesia.ac.id > journal > index
- Kurnia, A., Rahmani, S., & Muharman, N. (2023). PENGARUH DISKON DAN FITUR LAYANAN APLIKASI E-WALLET DANA TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING PADA GENERASI Z (GEN Z) DI KOTA BANDA ACEH. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*, 8(4).
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160.
<https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Kusuma, V. T. (2020). Pengaruh Dompot Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Mahasiswa Di Universitas Raharja. *Jl-Tech*, 16(2), 50–54. u
- Nadhilah, P., Jatikusumo, R. I., & Permana, E. (2021). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 128.
<https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>
- Nadia Miranda Effendi Putri, & Budi Sudaryanto. (2022). ANALISIS PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN DAYA TARIK IKLAN PADA APLIKASI E-WALLET TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF KONSUMEN GENERASI Z (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Vol 11, No(2021), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Ninggar, A. D., & Anggraini, I. K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Dalam Konsumsi E-Wallet Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Aktif Program Sarjana Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(2), 131–141.
<https://doi.org/10.34152/emba.v1i2.498>
- Ningrum, W. S. (2022). Perilaku Berbelanja Online Menggunakan E- Wallet Saat Pandemi Sampai Sekarang. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 148–153.
<https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.14263>
- Pralytha, S. Y., Sidanti, H., & Setiawan, H. (2023). PENGARUH GAYA HIDUP, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN KEAMANAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET DANA (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun). *SIMBA: SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI* 5, September 2023.
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80.
<https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). PERSEPSI MANFAAT SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO E-WALLET OVO. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–9.
- Sriyono, S., Afandi, M. S., Wulandari, A. P., & Agusti, R. (2023). Efektifitas Penggunaan Fintech (E-Wallet) Terhadap Keputusan Pembelian Dikalangan Generasi Milenial. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 6(2), 153.
<https://doi.org/10.35914/jemma.v6i2.2054>
- Taqwa, Y. S. S., & Mukhlis, I. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(07), 831.
<https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i07.p08>
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE PADA IBU RUMAH TANGGA DI KECAMATAN LUBUK BEGALUNG KOTA PADANG. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.