

Pengaruh Literasi Keuangan, *Online Shopping*, dan Penggunaan *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif

Dwi Pandita Ratu^{1*}, Anggun Permata Husda², Gita Desyana³

^{1,2,3} Universitas Tanjungpura, Indonesia

*E-mail: b1031231016@student.untan.ac.id

Information Article

History Article

Submission: 10-06-2026

Revision: 30-06-2026

Published: 12-07-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v4i1.519

ABSTRAK

Transaksi digital, promo *cashback*, diskon, serta berbagai fitur pembayaran elektronik membuat aktivitas belanja menjadi lebih praktis dan cepat sehingga dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada generasi muda. Generasi Z sebagai digital natives cenderung lebih terbiasa menggunakan teknologi dan transaksi digital sehingga lebih rentan melakukan pembelian impulsif apabila tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Perkembangan teknologi digital dan kemudahan transaksi elektronik berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, online shopping, dan penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Pontianak. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang menggunakan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik Slovin dengan purposive sampling, dengan kriteria Generasi Z berusia 17–27 tahun, berdomisili di Kota Pontianak, menggunakan e-wallet, dan pernah bertransaksi melalui aplikasi online shopping. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan e-wallet tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan online shopping berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Pontianak.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, *Online Shopping*, *E-Wallet*, Perilaku Konsumtif, Generasi Z

ABSTRACT

Digital transactions, cashback promos, discounts, and various electronic payment features make shopping activities more practical and faster, thus increasing consumer behavior among the younger generation. Generation Z, as digital natives, tends to be more accustomed to using technology and digital transactions, making them more susceptible to impulsive purchases if not balanced with good financial management skills. The development of digital technology and the ease of electronic transactions have the potential to increase Generation Z's consumer behavior. This study aims to determine the influence of financial literacy, online shopping, and e-wallet use on Generation Z's consumer behavior in Pontianak City. The study used a quantitative method with an associative approach using a survey method. The research sample consisted of 100 respondents selected using the Slovin technique with purposive sampling, with the criteria of Generation Z aged 17–27 years, domiciled in Pontianak City, using e-wallets, and having made transactions through online shopping

Acknowledgment

applications. The results showed that financial literacy and e-wallet use did not significantly influence consumer behavior, while online shopping had a positive and significant effect on Generation Z's consumer behavior in Pontianak City.

Key word: *Financial Literacy, Online Shopping, E-Wallet, Consumptive Behavior, Generation Z*

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital menyebabkan Generasi Z semakin dekat dengan penggunaan internet, media sosial, *online shopping*, dan sistem pembayaran digital seperti *e-wallet* dalam kehidupan sehari-hari. Kemudahan transaksi digital, promo *cashback*, diskon, serta berbagai fitur pembayaran elektronik membuat aktivitas belanja menjadi lebih praktis dan cepat sehingga dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada generasi muda Khrishananto & Adriansyah, (2021); (Rumbik et al., 2024). Generasi Z sebagai *digital natives* cenderung lebih terbiasa menggunakan teknologi dan transaksi digital sehingga lebih rentan melakukan pembelian impulsif apabila tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik (Monica, 2025). Selain itu, penggunaan *e-wallet* diketahui memberikan kemudahan transaksi, namun juga dapat memicu pengeluaran yang tidak terkendali akibat kemudahan akses pembayaran digital (Aulia et al., 2023; Kemala et al., 2025)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat, sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Teori ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara keyakinan individu dan perilaku yang dilakukan dalam pengambilan keputusan (Ajzen, 1991). Dalam konteks penelitian ini, perilaku konsumtif Generasi Z dapat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi digital, lingkungan sosial, serta kemampuan individu dalam mengontrol perilaku keuangannya. Penelitian Fadhilah, (2023) juga menggunakan *Theory of Planned Behavior* untuk menjelaskan pengaruh penggunaan aplikasi belanja *online*, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan secara bijak sehingga mampu membedakan kebutuhan dan keinginan dalam kegiatan konsumsi. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan keuangan sehingga dapat mengurangi perilaku konsumtif (Oktaviani et al., 2023). Di sisi yang lain, perkembangan teknologi digital mendorong meningkatnya penggunaan *online shopping* yang memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi. Berbagai promo, *cashback*, dan diskon yang tersedia pada aplikasi belanja *online* dapat meningkatkan kecenderungan Generasi Z untuk melakukan pembelian secara berlebihan (Azizah & Aswad, 2022; Fadhilah, 2023). Selain itu, penggu-

naan *e-wallet* sebagai alat pembayaran digital juga semakin berkembang karena dinilai praktis dan mempermudah transaksi non-tunai. Kemudahan tersebut berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif karena proses pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien (Aulia et al., 2023). Namun, penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda mengenai pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian yang menguji pengaruh literasi keuangan, *online shopping*, dan penggunaan *e-wallet* secara simultan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Pontianak masih terbatas (Kemala et al., 2025; Nurfarida et al., 2023).

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang atau jasa secara berlebihan dan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan utama (Monica, 2025). Tingginya penggunaan *online shopping* diketahui dapat meningkatkan perilaku konsumtif karena individu lebih mudah melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kebutuhan utama (Fadhilah, 2023). Penelitian Juliahtati et al., (2026) menunjukkan bahwa gaya hidup, teman sebaya, dan penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Selain itu, penelitian Aulia et al., (2023) menjelaskan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif, sedangkan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku impulsif.

Perkembangan transaksi digital menjadikan literasi keuangan sebagai faktor penting dalam membantu individu mengelola keuangan secara bijak. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengendalikan pengeluaran dan membedakan kebutuhan dengan keinginan sehingga dapat mengurangi perilaku konsumtif (Oktaviani et al., 2023). Namun, kemudahan penggunaan *e-wallet* dapat meningkatkan perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik (Aulia et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu Generasi Z di Kota Pontianak yang menggunakan *e-wallet* dan aplikasi *online shopping*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu: 1) berdomisili di Kota Pontianak, 2) berusia 17–27 tahun, 3) menggunakan *e-wallet*, dan 4) pernah melakukan transaksi melalui aplikasi *online shopping*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengolahan data dilakukan menggunakan *IBM SPSS Statistics*.

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu literasi keuangan (X1), *online shopping* (X2), dan penggunaan *e-wallet* (X3), sedangkan variabel dependen yaitu perilaku konsumtif (Y). Indikator variabel literasi keuangan terdiri dari *financial knowledge*, *financial behavior*, dan *financial attitude* yang mengacu pada OECD (2018) dan dikembangkan dari penelitian Julianda (2024). Variabel *online*

shopping diukur melalui indikator kualitas informasi, kemudahan, harga, dan kualitas produk yang mengacu pada penelitian Nurdianti (2023). Variabel penggunaan *e-wallet* diukur menggunakan indikator persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan promosi yang mengacu pada Oktary dan Wardhani (2023) serta dikembangkan dari penelitian Julianda (2024). Sementara itu, variabel perilaku konsumtif diukur melalui indikator membeli produk karena iming-iming hadiah, kemasan menarik, menjaga penampilan diri dan gengsi, pertimbangan harga, serta menjaga simbol status yang mengacu pada Guntur Firmansyah dan Ari Susanti (2023). Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur dan sumber pendukung lainnya. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Literasi Keuangan	LK01	0,1966	0,597	Valid
	LK02	0,1966	0,609	Valid
	LK03	0,1966	0,520	Valid
	LK04	0,1966	0,425	Valid
	LK05	0,1966	0,464	Valid
	LK06	0,1966	0,607	Valid
	LK07	0,1966	0,499	Valid
	LK08	0,1966	0,624	Valid
	LK09	0,1966	0,534	Valid
Online shopping	OS01	0,1966	0,597	Valid
	OS02	0,1966	0,609	Valid
	OS03	0,1966	0,520	Valid
	OS04	0,1966	0,425	Valid
	OS05	0,1966	0,464	Valid
	OS06	0,1966	0,607	Valid
	OS07	0,1966	0,499	Valid
	OS08	0,1966	0,624	Valid
	OS09	0,1966	0,534	Valid
	OS10	0,1966	0,664	Valid
	OS11	0,1966	0,659	Valid
	OS12	0,1966	0,573	Valid
	OS13	0,1966	0,429	Valid
	OS14	0,1966	0,542	Valid
	OS15	0,1966	0,424	Valid
E-wallet	EW01	0,1966	0,436	Valid

Variabel	Item Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Perilaku Konsumtif	EW02	0,1966	0,501	Valid
	EW03	0,1966	0,333	Valid
	EW04	0,1966	0,316	Valid
	EW05	0,1966	0,485	Valid
	EW06	0,1966	0,466	Valid
	EW07	0,1966	0,536	Valid
	EW08	0,1966	0,505	Valid
	EW09	0,1966	0,316	Valid
	EW10	0,1966	0,621	Valid
	EW11	0,1966	0,483	Valid
	PK01	0,1966	0,606	Valid
	PK02	0,1966	0,639	Valid
	PK03	0,1966	0,709	Valid
	PK04	0,1966	0,525	Valid
	PK05	0,1966	0,739	Valid
	PK06	0,1966	0,318	Valid
	PK07	0,1966	0,706	Valid
	PK08	0,1966	0,344	Valid
	PK09	0,1966	0,745	Valid
	PK10	0,1966	0,708	Valid
	PK11	0,1966	0,762	Valid

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel literasi keuangan, *online shopping*, penggunaan *e-wallet*, dan perilaku konsumtif memperoleh nilai *r* hitung yang lebih besar dibandingkan *r* tabel sebesar 0,1966. Oleh karena itu, semua item pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian tanpa perlu dilakukan penghapusan maupun perbaikan item. Setelah seluruh item dinyatakan valid, pengujian selanjutnya dilanjutkan dengan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat konsistensi dan keandalan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan	0,774	Reliabel
<i>Online shopping</i>	0,884	Reliabel
Penggunaan <i>E-wallet</i>	0,787	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,896	Reliabel

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh variabel penelitian memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* >0,60. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengumpulan data. Setelah seluruh variabel dinyatakan reliabel, pengujian selanjutnya dilanjutkan dengan uji normalitas untuk mengetahui apakah

data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	100
Test Statistic	,089
Asymp Sig. (2-tailed)	,052
c. Lilliefors Significance Correction	

Sumber: data diolah (2026)

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data residual dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S). Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sedangkan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,052. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual pada penelitian ini berdistribusi normal. Setelah uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal, pengujian selanjutnya dilanjutkan dengan uji multikolinieritas untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Multikolinieritas

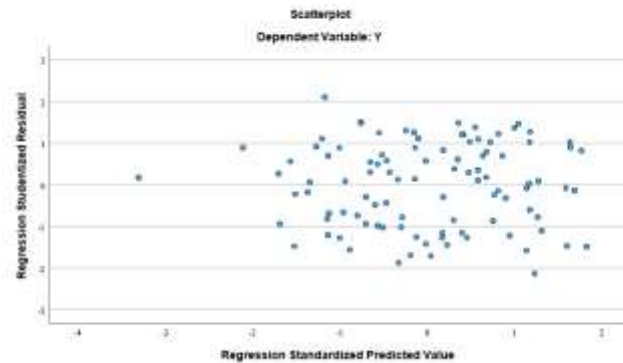
Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Collinearity Statistics		
Model	Tolerance	VIF
	(Constant)	
LK	,859	1,164
OS	,516	1,937
EW	,470	3,127

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diketahui bahwa variabel literasi keuangan (LK) memiliki nilai tolerance sebesar $0,859 > 0,10$, variabel *online shopping* (OS) sebesar $0,516 > 0,10$, dan variabel LK sebesar $1,164 < 10$, variabel OS sebesar $1,937 < 10$, dan variabel EW sebesar $3,127 < 10$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinieritas. Setelah dilakukan uji multikolinieritas dan diketahui bahwa model regresi penelitian tidak mengalami gejala multikolinieritas, pengujian selanjutnya dilanjutkan dengan uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan hasil scatterplot di atas, terlihat bahwa penyebaran titik terjadi secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Setelah uji multikolinieritas terpenuhi, maka pengujian selanjutnya dilanjutkan dengan uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual ke pengamatan lainnya.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
1	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,364	9,468		,038	,969
LK	-,200	,212	-,091	-,943	,348
OS	,418	,156	,333	2,683	,009
EW	,400	,238	,218	1,678	,097

Sumber: data diolah (2026)

$$PK = 0,364 - 0,200 (LK) + 0,418 (OS) + 0,400 (EW)$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel di atas, diperoleh bahwa nilai konstanta sebesar 0,364 berarti apabila variabel literasi keuangan, *online shopping*, dan penggunaan *e-wallet* tidak mengalami perubahan, maka nilai perilaku konsumtif berada pada angka 0,364. Koefisien regresi variabel literasi keuangan (LK) sebesar -0,200 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan literasi keuangan akan menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,200 dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi variabel *online shopping* (OS) sebesar 0,418 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan *online shopping* akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,418 dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien regresi variabel penggunaan *e-wallet* (EW) sebesar 0,400 menunjukkan

bahwa setiap kenaikan satu satuan penggunaan *e-wallet* akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,400 dengan asumsi variabel lain tetap. Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda, pengujian berikutnya dilakukan melalui uji t untuk melihat pengaruh setiap variabel independen terhadap perilaku konsumtif secara individual.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 6. Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
1	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,364	9,468		,038	,969
LK	-,200	,212	-,091	-,943	,348
OS	,418	,156	,333	2,683	,009
EW	,400	,238	,218	1,678	,097

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan tabel hasil uji parsial (Uji t) diperoleh nilai koefisien regresi literasi keuangan (LK) sebesar -0,200 dengan nilai t hitung sebesar -0,943 dan tingkat signifikansi sebesar $0,348 > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, hipotesis pertama dinyatakan ditolak.

Berdasarkan tabel hasil uji parsial (Uji t) diperoleh koefisien regresi *online shopping* (OS) sebesar 0,418 dengan nilai t hitung sebesar 2,683 dan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *online shopping* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, hipotesis kedua dinyatakan diterima.

Berdasarkan tabel hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai koefisien regresi penggunaan *e-wallet* (EW) sebesar 0,400 dengan nilai t hitung sebesar 1,678 dan tingkat signifikansi sebesar $0,097 > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dinyatakan ditolak.

Setelah dilakukan uji parsial (Uji t), pengujian selanjutnya dilanjutkan dengan uji simultan (Uji F) untuk mengetahui apakah variabel literasi keuangan, *online shopping*, dan penggunaan *e-wallet* secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Uji F (Simultan)

Tabel 7. Uji F (Simultan)

Model	df	F	sig
1 Regression	3	10,013	<,001b
Residual	96		
Total	99		

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 10,013 dengan tingkat signifikansi $< 0,001 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (LK), *online shopping* (OS), dan penggunaan *E-wallet* (EW) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif (PK). Setelah dilakukan uji simultan (Uji F), pengujian selanjutnya dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1.	,488 ^a	,238	,215	8,14269

Sumber: data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel di atas diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,215. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (LK), *online shopping* (OS), dan penggunaan *e-wallet* (EW) mampu menjelaskan pengaruh terhadap perilaku konsumtif (PK) sebesar 21,5%. Sementara itu, sebesar 78,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,200 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,348 > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki arah hubungan negatif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Pontianak. Arah hubungan negatif mengindikasikan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan seseorang, maka kecenderungan perilaku konsumtif akan menurun. Akan tetapi, pengaruh tersebut belum cukup kuat secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai pengelolaan keuangan belum sepenuhnya mampu mengendalikan perilaku konsumsi Generasi Z. Responden tetap berpotensi melakukan pembelian secara berlebihan meskipun memiliki pengetahuan terkait pengelolaan keuangan. Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), literasi keuangan berkaitan dengan *perceived behavioral control*, yaitu kemampuan individu dalam mengontrol tindakan yang dilakukan. Dalam penelitian ini, kemampuan kontrol perilaku tersebut belum mampu menekan perilaku konsumtif secara signifikan. Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh pengaruh tren, promosi digital, gaya hidup, dan lingkungan sosial yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan konsumsi Generasi Z.

Online Shopping Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *online shopping* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,418 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *online shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Pontianak. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *online shopping*, maka perilaku konsumtif juga akan meningkat. Kemudahan dalam mengakses aplikasi belanja online, banyaknya promo dan diskon, fitur gratis ongkir, serta tampilan produk yang menarik mendorong individu untuk melakukan pembelian secara terus-menerus tanpa mempertimbangkan kebutuhan utama. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, *online shopping* berkaitan dengan attitude toward behavior dan *subjective norm*. Sikap positif terhadap kemudahan dan kenyamanan belanja online membuat individu merasa bahwa aktivitas tersebut merupakan hal yang praktis dan menyenangkan. Selain itu, pengaruh lingkungan sosial, media sosial, dan tren di kalangan teman sebaya turut membentuk norma subjektif yang mendorong Generasi Z untuk mengikuti kebiasaan belanja online.

E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,400 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,097 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* memiliki arah hubungan positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Pontianak. Arah hubungan positif menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan *e-wallet*, maka kecenderungan perilaku konsumtif juga meningkat. Namun, pengaruh tersebut belum cukup kuat secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan *e-wallet* hanya berfungsi sebagai alat pembayaran digital dan bukan faktor utama yang menentukan perilaku konsumtif seseorang. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, penggunaan *e-wallet* dapat dikaitkan dengan *perceived behavioral control* karena memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi. Kemudahan tersebut memungkinkan individu lebih mudah melakukan pembelian. Akan tetapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan transaksi melalui *e-wallet* belum menjadi faktor dominan yang memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z.

Literasi Keuangan, Online Shopping, Dan Penggunaan E-Wallet Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, *online shopping*, dan penggunaan *e-wallet* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Pontianak dengan nilai signifikansi sebesar $< 0,001 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif Generasi Z dipengaruhi oleh kombinasi berbagai faktor, baik dari sisi kemampuan pengelolaan keuangan, kebiasaan berbelanja online, maupun penggunaan teknologi pem-

bayaran digital. Dalam konteks *Theory of Planned Behavior*, perilaku konsumtif terbentuk melalui interaksi antara sikap individu terhadap perilaku, pengaruh lingkungan sosial, serta kemampuan individu dalam mengontrol perilaku konsumsi.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *online shopping* menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi perilaku konsumtif karena memiliki pengaruh positif dan signifikan. Sementara itu, variabel literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet* tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Pontianak.

SIMPULAN

Sebagaimana hasil penelitian yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Pontianak. Sementara itu, *online shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi aktivitas belanja *online* maka perilaku konsumtif juga cenderung meningkat. Penggunaan *e-wallet* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, secara simultan variabel literasi keuangan, *online shopping*, dan penggunaan *e-wallet* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Pontianak. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan perilaku konsumtif sebesar 21,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner*, 7(3), 2010–2020. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601>
- Azizah, M., & Aswad, M. (2022). Pengaruh Belanja Online Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial di Blitar.
- Fadhilah, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 141. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>
- Juliahtati, S., Liesnawati, P. A., Fitriana, A., & Alifa, W. D. (2026). Pengaruh Gaya Hidup, Teman Sebaya, dan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Swadaya Gunung Jati.
- Kemala, S., Hilmi, N., Permata, D., & Indriani, J. D. (2025). Pengaruh Penggunaan E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bukittinggi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(6), 5804–5816. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i6.5483>

- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 323. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i2.5973>
- Maulidya, & Nasution, W. A. . (2026). Eksplorasi Literasi Keuangan dan Praktik Pencatatan dalam Pengelolaan UMKM Konveksi Rumahan Berbasis Keluarga. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 1656–1667. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.506>
- Monica, D. S. (2025). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN PENGETAHUAN FINTECH TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI MODERASI (STUDI KASUS PENGGUNA E WALLET GENERASI Z). 10(3).
- Nurfarida, S. M. R., Nersiwad, N., & Armin, R. (2023). The Influence Of Financial Literacy, Locus Of Control And E-Money On Consumptive Behavior Of Generation Z In Mojokerto District. *International Journal of Management and Business Economics*, 1(3), 211–221. <https://doi.org/10.58540/ijmebe.v1i3.397>
- Nurika, D. (2025). Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(4), 234–250. <https://doi.org/10.62421/jibema.v2i4.125>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Perwirianto, H. W., & Trisnarningsih, S. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pada Masa Resesi Ekonomi . *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 591–601. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.249>
- Putri, A. P. ., & Fitriani, D. . (2026). Peran Self-Control dalam Memoderasi Literasi Laporan Keuangan dan Bias Behavioral terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 360–374. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.210>
- Rina'Asih, D., & Purwaningsih, E. . (2026). Dampak Faktor Ekonomi dan Faktor Psikologi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi di Indonesia Dengan Mediasi Literasi Keuangan . *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 705–726. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.272>
- Rumbik, F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi. 12(2).
- Siagian, R., & Sipahutar, R. P. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup Hedonisme, dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Medan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 1383–1389. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.424>.