

# The Effect Of Digital Wallets And E-Money On The Consumption Spending Patterns Of Generation Z In Bengkulu City

## Pengaruh Digital Wallet Dan E-Money Terhadap Pola Pengeluaran Konsumsi Generasi Z Di Kota Bengkulu

Desta Andriani Kusuma Wardani <sup>1)</sup>; Ahmad Soleh <sup>2)</sup>; Yun Fitriano <sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [destaandriani@gmail.com](mailto:destaandriani@univdehasen.ac.id)

### ARTICLE HISTORY

Received [30 Oktober 2025]

Revised [02 Desember 2025]

Accepted [04 Desember 2025]

### KEYWORDS

Digital Wallet, E-Money, Consumption Spending Pattern, Generation Z.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh Digital Wallet dan E-Money terhadap pola pengeluaran konsumsi Generasi Z di Kota Bengkulu. Studi ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan verifikatif dengan 70 responden yang dipilih melalui teknik sampling purposif. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS versi 22 melalui beberapa uji, termasuk validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil menunjukkan bahwa Digital Wallet dan E-Money memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pola pengeluaran konsumsi. Variabel Digital Wallet memiliki nilai t sebesar 3.749 dengan nilai signifikansi 0.000, sedangkan variabel E-Money memiliki nilai t sebesar 2.735 dengan nilai signifikansi 0.008. Secara bersamaan (Simultan), kedua variabel tersebut secara signifikan mempengaruhi pola pengeluaran konsumsi dengan nilai F sebesar 54,281 dan nilai signifikansi 0,000. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,618, menunjukkan bahwa Digital Wallet dan E-Money menjelaskan 61,8% variasi dalam pola pengeluaran konsumsi, sementara 38,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

### ABSTRACT

This research aims to determine the effect of Digital Wallets and E-Money on the consumption spending patterns of Generation Z in Bengkulu City. This study uses a quantitative descriptive and verificative method with 70 respondents selected through a purposive sampling technique. Data were collected using questionnaires and analyzed using SPSS version 22 through several tests, including validity, reliability, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination ( $R^2$ ). The results show that Digital Wallet and E-Money have a positive and significant effect on consumption spending patterns. The Digital Wallet variable has a t-value of 3.749 with a significance value of 0.000, while the E-Money variable has a t-value of 2.735 with a significance value of 0.008. Simultaneously, both variables significantly influence consumption spending patterns with an F-value of 54.281 and a significance value of 0.000. The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.618, indicating that Digital Wallet and E-Money explain 61.8% of the variation in consumption spending patterns, while the remaining 38.2% is influenced by other factors.

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah memudahkan transaksi non- tunai melalui berbagai platform dompet digital dan uang elektronik, seperti OVO, DANA, GOPAY, dan ShopeePay. Banyak aspek kehidupan telah berubah karena kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk sistem pembayaran. Digital Wallet dan e-money adalah salah satu inovasi yang berkembang pesat yang memungkinkan transaksi non-tunai yang mudah dan praktis. Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012, dikenal sangat akrab dengan teknologi dan menggunakan digital wallet dan e-money untuk transaksi sehari-hari (Ramadhani et al., 2025). Kemudahan penggunaan dan proses pembayaran yang cepat membuat penggunaan dompet digital semakin mudah setiap hari dan mendorong perilaku konsumen, terutama di kalangan generasi Z.

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir pada rentang tahun 1997-2012 yang sangat akrab dengan teknologi digital. Mereka tumbuh dan berkembang di era internet, perangkat pintar serta media sosial, yang menghasilkan tingkat adopsi teknologi yang tinggi, termasuk penggunaan layanan pembayaran digital. Kemudahan penggunaan serta berbagai fitur yang ditawarkan digital wallet dan e-money mendorong generasi Z untuk beralih dari transaksi tunai ke non-tunai dalam aktivitas sehari-hari.

Penggunaan digital wallet dan e-money memberikan kemudahan bertransaksi dan sering kali diikuti dengan berbagai program promosi seperti cashback dan diskon, yang dapat mempengaruhi pola pengeluaran konsumsi generasi Z. Penelitian oleh (Ramadhani et al., 2025) menunjukkan bahwa digital wallet dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada mahasiswa generasi Z karena kemudahan bertransaksi dan promosi yang ditawarkan. Hal ini menyebabkan belanja menjadi lebih impulsif dan

meningkatkan kemungkinan pengeluaran yang tidak direncanakan. Karena generasi Z, khususnya di Kota Bengkulu, yang merupakan salah satu kota berkembang yang memiliki potensi ekonomi digital yang terus meningkat.

Disisi lain, e-money juga memiliki berbagai karakteristik yang dapat mempengaruhi pola konsumsi seseorang. Menurut (Nainggolan, 2022) menyatakan bahwa penggunaan e-money dapat mengurangi hambatan psikologis dalam berbelanja karena pengguna secara tidak langsung melihat uang fisik yang dikeluarkan, sehingga kecenderungan konsumtif menjadi lebih tinggi. Gagasan ini di perkuat oleh (Dewi et al, 2021) yang menyatakan bahwa e-money secara signifikan meningkatkan perilaku konsumtif, terutama ketika dikombinasikan dengan promosi digital.

Kota Bengkulu sebagai salah satu kota yang terus berkembang juga mengalami peningkatan penggunaan pembayaran digital, khususnya di kalangan generasi muda. Generasi Z, yang terutama menggunakan smartphone dan memiliki akses internet, menjadi kelompok utama pengguna layanan pembayaran digital seperti digital wallet dan e-money. Namun, peningkatan kemudahan transaksi ini juga dapat menyebabkan masalah pengelolaan keuangan apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik.

Dengan mempertimbangkan kondisi ini penting untuk mengetahui seberapa besar pengaruh digital wallet dan e-money terhadap pola pengeluaran konsumsi generasi Z di Kota Bengkulu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana pola pengeluaran konsumsi generasi Z di Kota Bengkulu dipengaruhi oleh penggunaan digital wallet dan e-money. Dengan memahami hubungan ini, diharapkan dapat mengetahui lebih banyak tentang cara generasi Z menggunakan digitalisasi pembayaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran tentang perilaku konsumsi Generasi Z sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga keuangan dalam membuat kebijakan dan strategi pengembangan ekonomi digital yang lebih cerdas.

## LANDASAN TEORI

### Digital Wallet

Layanan elektronik yang dikenal sebagai “dompet digital” atau “e-wallet” adalah aplikasi yang memungkinkan pembayaran digital melalui segala media elektronik, termasuk server, dan dapat digunakan dengan smartphone. Menurut (Suyanto, 2023), Digital wallet atau e-wallet merupakan teknologi yang memfasilitasi seseorang dalam penyimpanan, pengelolaan, serta penggunaan dana secara digital lewat smartphone, tablet maupun komputer. Berdasarkan definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa digital wallet menawarkan banyak manfaat dan telah menjadi bagian integral dari kehidupan digital modern, sehingga memperluas kemungkinan dalam cara individu mengelola dan menggunakan dana mereka. salah satu contoh digital wallet bank yang populer di Indonesia adalah GoPay dari Bank Central Asia (BCA).

Digital wallet memiliki fungsi hampir sama seperti dompet fisik pada umumnya. Digital wallet pertama kalinya diakui sebagai sebuah metode untuk menyimpan uang dalam bentuk elektronik, namun kemudian menjadi populer karena cocok untuk menyediakan cara yang nyaman bagi pengguna internet untuk menyimpan dan menggunakan informasi berbelanja secara online. Selain itu, penyedia-penyedia jasa digital wallet seperti OVO, DANA, GoPay dan lain sebagainya seringkali menawarkan berbagai macam promo menarik seperti cashback, voucher discount dan sebagainya yang menjadikan digital wallet menjadi pilihan yang tepat untuk membayar transaksi (Wulandari & Prabowo, 2023).

### Manfaat Digital Wallet

Manfaat dari digital wallet menurut (Latief, 2023) yaitu:

1. Kemudahan dan kepraktisan bagi setiap penggunanya dalam mengelola keuangan dan bertransaksi, oleh karena itu tidak perlu lagi membawa uang tunai secara fisik atau kartu bank yang banyak, cukup hanya menggunakan aplikasi yang ada di smartphone. Dengan sekali klik, pengguna dapat melakukan pembayaran dengan cepat dan mudah.
2. Kemudahan dalam mengelola keuangan yang keluar maupun masuk. Digital wallet memberikan fitur history untuk setiap transaksi yang keluar maupun masuk, dengan begitu pengguna dapat melihat apakah antara pengeluaran dan pemasukan yang di peroleh mendapatkan hasil yang balance, untung atau rugi. Dengan adanya fitur history transaksi, pengguna dapat mempertimbangkan pengeluaran yang akan digunakan untuk kehidupan sehari-hari. Pengguna juga bisa mengatur limit yang bisa dia keluarkan dalam sebulan, sehingga pengguna bisa lebih bijak dalam menggunakan uang.
3. Proteksi lapisan keamanan tambahan untuk melindungi informasi keuangan pengguna. Dengan begitu tak perlu lagi khawatir tentang kebocoran data diri mereka.

4. Banyak menawarkan berbagai promo maupun cashback belanja. Setiap kali pengguna melakukan transaksi atau pembayaran tertentu, mereka dapat memperoleh poin reward atau mendapatkan diskon potongan harga. Hal ini dapat membuat pengguna senang menggunakan digital wallet karena dianggap lebih hemat dan menguntungkan.

#### **Kekurangan Digital Wallet (E-Wallet)**

Menurut (Lestari et al., 2023) selain keunggulan dan kecanggihan yang dimiliki, digital wallet juga memiliki beberapa kekurangan yaitu :

1. Layanan terbatas

Merchant rekanan masih terbatas dan belum merata khususnya di Indonesia. Sehingga masih memerlukan uang tunai untuk melakukan pembayaran di toko yang belum terdaftar sebagai rekanan e-wallet.

2. Ada biaya transaksi

Beberapa e-wallet masih memberikan beban biaya administrasi pada setiap kegiatan transaksinya. Jumlah nominal biaya transaksi ini berbeda-beda pada setiap e-wallet.

#### **E-Money**

Menurut (Wicaksono, 2021) e-money adalah alat pembayaran yang digunakan untuk menyimpan uang secara elektronik dan dapat digunakan untuk melakukan transfer dana atau transaksi pembayaran. Tetapi sebelum itu, sejumlah uang disetorkan secara langsung atau melalui penarikan pada rekening bank.

Sebagaimana dijelaskan dalam peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 e-money ialah instrumen pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan dalam media server atau chip, kemudian dikelola oleh penerbit namun bukan merupakan simpanan seperti yang dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Menurut Bank for International Settlements (BIS, 1996), e-money adalah produk yang disimpan dalam nilai atau kartu prepaid yang menyimpan sejumlah nilai uang (monetary value) secara elektronik dalam suatu peralatan elektronik. Nilai elektronik dapat diperoleh dengan menyetorkan sejumlah uang tunai atau menggunakan rekening banknya untuk kemudian disimpan dalam perangkat elektroniknya. Peralatan ini memungkinkan pemiliknya untuk melakukan pembayaran atau menerima pembayaran; nilainya dapat berkurang saat digunakan untuk melakukan pembayaran atau bertambah saat menerima pembayaran. definisi e-money lebih berfokus pada suatu jenis prepaid card yang hanya dapat digunakan untuk keperluan tertentu, seperti kartu telepon di Indonesia (Amalina, 2024).

#### **Manfaat E-Money**

Menurut (Lestari et al., 2023), beberapa manfaat atau kelebihan e-money dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, antara lain:

1. Lebih cepat dan praktis dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi bernilai kecil, dikarenakan nasabah tak perlu menyediakan sejumlah uang untuk transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu, kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi tidak terjadi apabila menggunakan e-money.
2. Waktu yang diperlukan untuk bertransaksi lebih singkat dan cepat jika dibandingkan transaksi dengan kartu debit atau uang tunai, karena tidak memerlukan otorisasi on-line, tanda tangan maupun PIN. Selain itu, dengan transaksi offline, maka biaya yang digunakan dapat dikurangi.
3. Electronic value dapat diisi ulang ke dalam kartu e-money melalui berbagai sarana yang disediakan oleh issuer.

#### **Jenis-jenis E-Money**

Menurut Bank Indonesia dan OJK, jenis-jenis e-money umumnya dibagi menjadi dua, yaitu

1. Berbasis chip (card-based) yang menyimpan dana pada kartu fisik dan dapat digunakan tanpa internet. Untuk melakukan transaksi, kartu ini harus ditempelkan atau dimasukkan ke dalam mesin pembaca (reader) khusus yang dapat mengakses data di dalam chip.
2. Berbasis server (server-based) yang menyimpan dana secara digital di server dan memerlukan koneksi internet, seringkali dalam bentuk aplikasi (e-wallet).

#### **Pola Pengeluaran Konsumsi**

Perilaku konsumtif sering dipengaruhi oleh dorongan emosional, gaya hidup hedonistik, dan tekanan sosial. Konsumsi bukan lagi menjadi aktivitas pemenuhan kebutuhan, tetapi menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas, status sosial, dan bahkan kebahagiaan. Fenomena perilaku konsumtif

pada mahasiswa sering dikaitkan dengan gaya hidup modern, adanya pengaruh media sosial, serta kemudahan dalam mengakses layanan digital. Dalam konteks e-wallet, fitur-fitur seperti "promo terbatas waktu, flash sale, dan notifikasi pembelian dapat memicu keputusan pembelian impulsif, yang merupakan salah satu bentuk perilaku konsumtif (Putri & Susanti, 2022).

Ada dua kategori perilaku konsumen: rasional dan irasional. Konsumen rasional membeli barang atau jasa berdasarkan hal-hal umum seperti tingkat kebutuhan mendesak kebutuhan utama atau primer serta daya guna suatu barang, sementara perilaku konsumen irasional cenderung melakukan pembelian berdasarkan iming-iming diskon atau promosi dan berfokus pada keinginan mereka semata-mata tanpa mempertimbangkan aspek kebutuhan atau keinginan (Wibowo 2025).

Faktor internal dan eksternal adalah dua faktor yang dapat memengaruhi perilaku pelanggan. Faktor internal terdiri dari tiga puluh tiga keputusan pembelian yang dibuat oleh pelanggan, termasuk motivasi, persepsi, sikap, dan integritas. Persepsi dan perspektif pembeli tentang barang yang akan mereka beli sangat penting dalam keputusan mereka untuk membeli. Persepsi ini akan memberikan motivasi kepada pembeli untuk membeli barang yang mereka inginkan. Konsumen dapat memiliki berbagai alasan untuk membeli barang; ini dapat berasal dari kebutuhan sosial, harga diri, atau gaya hidup. Selain itu, ada faktor eksternal yang dapat memengaruhi perilaku konsumen, seperti lingkungan, budaya, dan teknik pemasaran suatu produk. Konsumen rasional akan mengikuti adat budaya lingkungan saat mereka memutuskan untuk membeli sesuatu, sedangkan konsumen irasional terkadang melakukan pembelian karena faktor eksternal lainnya, seperti pemasaran suatu produk. Ini adalah jenis pemasaran yang memotivasi pelanggan untuk membeli barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan (Šoštar et al., 2023).

### Generasi Z

Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang sangat akrab dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Mereka tumbuh di tengah kemajuan internet, smartphone, dan media sosial. Hal ini menjadikan Gen Z sangat responsif terhadap perubahan digital, termasuk dalam hal kebiasaan konsumsi dan pengelolaan keuangan (Wardani, et. al 2025). Generasi Z, dikenal sebagai digital natives karena mereka sangat terbiasa dengan teknologi digital seperti e-money dan digital wallet. Faktor psikologis seperti gengsi, tren, dan impulsivitas serta faktor sosial seperti pengaruh teman dan media sosial memengaruhi pola pengeluaran konsumsi pada penggunaan keuangan mereka (Pratama & Sari, 2021).

Karakteristik ini menjadikan Gen Z sebagai pengguna aktif layanan e-wallet dan e-money, yang kemudian berdampak pada pola konsumsi mereka. Mereka lebih mudah terpengaruh oleh iklan digital, promosi berbasis algoritma, dan peer pressure melalui media sosial, yang pada akhirnya memperkuat kecenderungan konsumtif.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2022) menyatakan Metode Kuantitatif merujuk pada pendekatan penelitian yang didasari pada filsafat positivisme. Metode ini dipakai guna menyelidiki populasi atau sampel khusus beserta pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, kemudian menganalisis data dengan kuantitatif atau statistik. Maksud dari pendekatan ini yaitu untuk menggambarkan dan melakukan uji hipotesis yang sudah dinyatakan.

Jenis penelitian kuantitatif ini menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk mendekati karakteristik penggunaan digital wallet dan e-money serta pola pengeluaran konsumsi generasi Z di Kota Bengkulu. Sementara itu, pendekatan verifikatif digunakan untuk menilai secara statistik bagaimana penggunaan digital wallet dan e-money berdampak pada pola pengeluaran konsumsi generasi Z

### Metode Pengambilan Sampel dan Teknik Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh generasi Z yang berdomisili di Kota Bengkulu, dalam penelitian ini data yang diambil sebanyak 70 sample. Penentuan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Hair karena ukuran populasi yang belum pasti diketahui dengan pasti. Menurut (Hair et al., 2020) jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 14 \times 5 \\ &= 70 \end{aligned}$$

Sehingga jumlah sampel minimum sebesar 70 Generasi Z.

Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria ; responden merupakan generasi Z (usia 17-28 tahun), berdomisili di Kota Bengkulu, pernah menggunakan digital wallet dan e-money.

Data dikumpulkan melalui kuesioner (angket) yang disebarikan secara langsung kepada responden. Skala pengukuran menggunakan *Skala Likert* dengan lima tingkat penelitian.

**Definisi Operasional Variabel**

Digital Wallet (X1) diukur melalui indikator: ketersediaan dan kepopuleran, fitur dan fungsi, keamanan, kompatibilitas dan integrasi, biaya dan tarif, dukungan pelanggan, serta reputasi dan kepercayaan. E-Money (X2) diukur melalui indikator: manfaat dan keuntungan, kemudahan penggunaan, serta kepercayaan. Pola Pengeluaran Konsumsi (Y) diukur melalui indikator: total pengeluaran konsumsi, komposisi pengeluaran, tingkat pemborosan, dan tingkat kesadaran konsumen.

**Teknik Analisis Data**

Data dianalisis menggunakan SPSS versi 22, melalui beberapa tahapan yaitu:

1. Uji Validitas untuk mengukur ketepatan instrumen,
2. Uji Reliabilitas untuk mengukur konsistensi instrumen,
3. Analisis Regresi Linier Berganda untuk mengetahui pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y,
4. Uji t untuk mengetahui pengaruh parsial,
5. Uji F untuk mengetahui pengaruh simultan,
6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dianalisis menggunakan beberapa uji, termasuk validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh digital wallet (X1) dan e-money (X2) terhadap pola pengeluaran konsumsi (Y).

**Uji validitas didalam penlitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini;**

**Tabel 1. Uji Validitas Indikator Penelitian**

No	Item Pernyataan	R-tabel	R-hitung	Keterangan
Digital Wallet (X1)				
1	X1.1	0,235	0,721	Valid
2	X1.2	0,235	0,743	Valid
3	X1.3	0,235	0,725	Valid
4	X1.4	0,235	0,740	Valid
5	X1.5	0,235	0,590	Valid
6	X1.6	0,235	0,721	Valid
7	X1.7	0,235	0,744	Valid
8	X1.8X	0,235	0,776	Valid
9	X1.9	0,235	0,755	Valid
10	X1.10	0,235	0,824	Valid
11	X1.11	0,235	0,795	Valid
12	X1.12	0,235	0,761	Valid
13	X1.13	0,235	0,822	Valid
14	X1.14	0,235	0,724	Valid
E-Money (X2)				
15	X2.1	0,235	0,589	Valid

16	X2.2	0,235	0,782	Valid
17	X2.3	0,235	0,736	Valid
18	X2.4	0,235	0,764	Valid
19	X2.5	0,235	0,741	Valid
20	X2.6	0,235	0,828	Valid
Pola Perilaku Konsumsi (Y)				
21	Y.1	0,235	0,794	Valid
22	Y.2	0,235	0,764	Valid
23	Y.3	0,235	0,622	Valid
24	Y.4	0,235	0,776	Valid
25	Y.5	0,235	0,752	Valid
26	Y.6	0,235	0,687	Valid
27	Y.7	0,235	0,645	Valid
28	Y.8	0,235	0,607	Valid

Sumber Output SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa dari 28 indikator penelitian ini seluruh indikator memiliki tingkat validitas yang sesuai dengan kriteria yang diajukan pada penelitian ini, yaitu semua indikator memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Maka seluruh item indikator yang digunakan dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat penelitian.

Hasil uji validitas didalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini;

**Tabel 2. Uji Reabilitas Indikator Penelitian**

No	Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
1	Digital Wallet	0,937	Reliabel
2	E-Money	0,837	Reliabel
3	Pola Perilaku Konsumsi	0,825	Reliabel

Sumber Output SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil analisis data sebagaimana ditunjukkan pada tabel 2 bahwa seluruh koefisien *Alpha Cronbach* variabel penelitian lebih besar dari nilai 0,70 yang berarti seluruh instrumen penelitian adalah reliabel.

**Analisis regresi linier berganda didalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini;**

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = pola pengeluaran konsumsi
- a = konstanta
- $b_1, b_2$  = koefisien regresi masing-masing variabel bebas
- $X_1$  = digital wallet
- $X_2$  = e-money
- e = error (tingkat kesalahan)

**Tabel 3. Analisis Regresi Linier Berganda Indikator Penelitian**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.498	2.905		.860	.393
	X1	.293	.078	.478	3.749	.000
	X2	.488	.178	.349	2.735	.008

a. Dependent Variable: Y  
Sumber Output SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 22 pada tabel 3, maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,498 + 0,293X_1 + 0,488X_2 + 2.905$$

Berikut penjelasan mengenai regresi tersebut:

- Konstanta (2,498) : jika tidak ada penggunaan digital wallet dan e-money, maka pola perilaku konsumsi tetap sebesar 2,498.
- Koefisien  $X_1$  : pengaruh digital wallet ( $X_1$ ) terhadap pola perilaku konsumsi (Y), nilai koefisien regresi variabel  $X_1$  adalah sebesar 0,293, dengan asumsi apabila  $X_1$  mengalami peningkatan 1 satuan, maka variabel Y juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,293
- Koefisien  $X_2$  : pengaruh e-money ( $X_2$ ) terhadap pola perilaku konsumsi (Y), nilai koefisien regresi variabel  $X_2$  adalah sebesar 0,488, dengan asumsi apabila  $X_2$  mengalami peningkatan 1 satuan, maka variabel Y juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,488
- Baik variabel digital wallet ( $X_1$ ) maupun variabel e-money ( $X_2$ ), keduanya berpengaruh positif

**Uji T ( Parsial) didalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini;**

**Tabel 4. Uji T ( Parsial) Indikator Penelitian**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.498	2.905		.860	.393
	X1	.293	.078	.478	3.749	.000
	X2	.488	.178	.349	2.735	.008

a. Dependent Variable: Y  
Sumber Output SPSS Versi 2

Dari perhitungan tabel 11 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Variabel digital wallet ( $X_1$ ), hasil pengujian untuk variabel  $X_1$  menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial, digital wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola pengeluaran konsumsi generasi Z di Kota Bengkulu.
- Variabel e-money ( $X_2$ ), hasil uji untuk variabel  $X_2$  menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,008 < 0,05$ . Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial, e-money berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola pengeluaran konsumsi generasi Z di Kota Bengkulu.

**Uji F ( Simultan) didalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini;**

**Tabel 5. Uji F ( Simultan) Indikator Penelitian**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	948.232	2	474.116	54.281	.000 <sup>b</sup>
	Residual	585.211	67	8.734		
	Total	1533.443	69			

a. Dependent Variable: Y  
b. Predictors: (Constant), X2, X1  
Sumber Output SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai signifikansi lebih kecil dari  $0,05$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Artinya secara simultan, digital wallet dan e-money memiliki pengaruh simultan yang signifikan antara keduanya terhadap pola perilaku konsumsi generasi Z di Kota Bengkulu.

**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) didalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini;**  
**Tabel 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Indikator Penelitian**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 <sup>a</sup>	.618	.607	2.95542

a. Predictors: (Constant), X<sub>2</sub>, X<sub>1</sub>

b. Dependent Variable: Y

Sumber Output SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel 5 untuk koefisien determinasi menggunakan model R square. Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS 22 dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari R square yaitu sebesar 0,618. Hal ini menunjukkan bahwa digital wallet ( $X_1$ ) dan e-money ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap pola pengeluaran konsumsi (Y) sebesar 61,8% sedangkan sisanya 38,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

- Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 22 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 2,498 + 0,293X_1 + 0,488X_2 + 2.905$   
Setiap kenaikan satu satuan variabel digital wallet akan meningkatkan pola pengeluaran konsumsi sebesar 0,293, dan setiap kenaikan satu satuan variabel e-money akan meningkatkan pola pengeluaran konsumsi sebesar 0,488. Hal ini menandakan bahwa kedua variabel independen memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi generasi Z di Kota Bengkulu.
- Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,618 berarti bahwa 61,8% variasi perubahan pada pola pengeluaran konsumsi generasi Z di Kota Bengkulu dapat dijelaskan oleh variabel digital wallet ( $X_1$ ) dan e-money ( $X_2$ ). Sedangkan 38,2% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.
- Berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa variabel digital wallet ( $X_1$ ) memiliki nilai t-hitung sebesar 3,749 dengan tingkat signifikansi 0,000, variabel e-money ( $X_2$ ) memiliki nilai t-hitung sebesar 2,735 dengan nilai signifikansi 0,008, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel digital wallet dan e-money secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola pengeluaran konsumsi generasi Z di Kota Bengkulu.
- Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai F-hitung sebesar 54,281, sedangkan nilai F-tabel sebesar 3,98 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel digital wallet dan e-money secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola pengeluaran konsumsi generasi Z di Kota Bengkulu.

### Saran

- Bagi Generasi Z diharapkan agar lebih bijak dalam menggunakan *digital wallet* dan *e-money*. Kemudahan transaksi digital sebaiknya dimanfaatkan untuk kebutuhan yang produktif dan penting, bukan sekadar untuk mengikuti tren konsumtif. Pengelolaan keuangan pribadi yang baik dapat mencegah pengeluaran berlebihan akibat promo atau diskon.
- Bagi penyedia layanan digital wallet dan e-money diharapkan tidak hanya berfokus pada peningkatan pengguna melalui promosi, tetapi juga turut berperan dalam memberikan edukasi literasi keuangan kepada masyarakat. Penambahan fitur laporan keuangan pribadi dan pengingat batas pengeluaran dapat membantu pengguna mengontrol keuangannya.
- Bagi pemerintah dan lembaga keuangan diharapkan memperkuat program literasi keuangan digital di kalangan masyarakat, terutama generasi muda, agar mereka mampu mengelola pengeluaran dengan lebih bijak di tengah kemajuan teknologi pembayaran non-tunai.
- Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain seperti gaya hidup, literasi keuangan, atau kontrol diri sebagai variabel intervening.

Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasilnya lebih representatif dan dapat dibandingkan antara satu daerah dengan daerah lainnya. Dengan demikian, hasil penelitian berikutnya dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh teknologi keuangan digital terhadap perilaku konsumsi masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2018). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik (Electronic Money)*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bogueva, D. (Ed.). (2024). *Consumer perceptions and food*. Springer Singapore.
- Dewi, Luh Gede Kusuma, Nyoman Trisna Herawati, and I Made Pradana Adiputra. 2021. "Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5 (1): 1–19.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2020). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage.
- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, & Rolph E. Anderson. (2020). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). New Jersey: Pearson.
- Hendrayana, I Gede; Suprayitno, Degdo; Judijanto, Loso; Kosadi, Ferry; Kusumastuti, Sri Yani; & Sepriano. (2024). *E-Money: Panduan Lengkap Penggunaan dan Manfaat E-Money dalam Era Digital*. Jakarta: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Latief, F. (2023). Pengaruh promosi digital terhadap loyalitas pengguna aplikasi keuangan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 112–130.
- Lestari, Muji, Ahmad Soleh, and Suswati Nasution. 2023. "Pengaruh E-Wallet Dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Bengkulu." *Jurnal EMAK (Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan)* 4 (1): 85–94.
- Nainggolan, F. (2022). *Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif*. Jurnal Ekonomi Digital, 4(1).
- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul)*. Jurnal Manajemen, 9(2).
- Nugraha, Jefri Putri, Alfiah, Dian, Sinulingga, Gairah, Rojiati, Umi, Saloom, Gazi, Rosmawati, Fathihani, Rene Johannes, & Kristia, M.B.A. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: NEM Publishing.
- Pratama, A., & Sari, D. (2021). *Pengaruh Dompot Digital terhadap Pola Konsumsi Generasi Z*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 9(2), 115–124.
- Putri, Lestari, & Susanti, Ayu. (2022). *Fitur E-Wallet dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Jurnal Ilmu Ekonomi, 14(2).
- Ramadhani, Annisa Putri, Pratama, Muhammad Rizki, & Nurhaliza, Siti. (2025). *Pengaruh Digital Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z*. Jurnal Ekonomi Modern, 5(1), 45–56.
- Šoštar, Marko; Čosić, Ivana; & Škrinjar, Ivana. (2023). *Assessment of influencing factors on consumer behavior: ranking cultural, social, personal and psychological drivers*. Sustainability, 15(13), 10341.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto. (2023). *Mengenal Dompot Digital di Indonesia*. CV. AA Rizky, Serang - Banten. ISBN 978-623-405-249-7.

- Wibowo, Nadia Nungki. (2025). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z*. Jurnal Perilaku Konsumen, 11(1).
- Wicaksono, A. (2021). *E-Money sebagai Instrumen Pembayaran Digital di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wulandari, Fika, & Prabowo, Bagus. (2023). *Pengaruh Promo E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 7(2).