

**THE INFLUENCE OF E-WALLET USAGE AND LIFESTYLE ON MUSLIM
CONSUMPTION BEHAVIOUR WITH SELF-CONTROL AS A MODERATING
VARIABLE**

**PENGARUH PENGGUNAAN E-WALLET DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI MUSLIM DENGAN SELF CONTROL SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

Wewis Gilang Sari¹, Asyari²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi^{1,2}
wewisgilangsari@gmail.com¹, asyari@gmail.com²

ABSTRACT

The aim of the research is to analyze the influence of e-wallets and lifestyle on consumption behavior, and estimate that self-control moderates the relationship between e-wallets and lifestyle on generation Z consumption behavior in the city of Bukittinggi. The research method uses quantitative methods with Correlation Research. The research was conducted in Bukittinggi City. The research data used is primary sourced from data collection using a Likert scale instrument distributed via Google Form. The population is 20,009 with a sample size of 200 Millennial Z generation people who live in Bukittinggi City. The sampling technique uses purposive sampling. The data analysis used in this research was the Warp Partial Least Square program with the help of Warppls 6.0 software. The research results show that E-Wallets have a positive and significant influence on consumption behavior with a β value of 0.89 and a P-value of 0.01, which is small from 0.05, indicated by an R² value of 0.80, which means that the contribution of e-wallets to consumption behavior is 80%. Lifestyle has a positive and significant influence on consumption behavior with a β value of 0.90 and a P-value of 0.01, small from 0.05, indicated by an R² value of 0.81, which means the contribution of lifestyle influence on consumption behavior is 81%. Self Control Moderates the Influence of E-Wallets on Consumption Behavior with a moderation effect coefficient of 0.14 and a P-Value value of 0.02, smaller than 0.05 with a moderation effect contribution indicated by an R² value of 0.80 (80%). And Self Control also Moderates the Influence of Lifestyle on Consumption Behavior with a moderation effect coefficient of 0.16 and a P-Value value of 0.01, smaller than 0.05 with a moderation effect contribution shown by an R² value of 0.81 (81%).

Keywords: E-Wallet, Lifestyle, Self Control and Consumption Behavior

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh *e-wallet* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi, dan mengestimasi *self control* memoderasi hubungan antara *e-wallet* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi generasi Z dikota Bukittinggi. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan *Correlation Research*. Penelitian dilakukan di Kota Bukittinggi. Data penelitian yang digunakan adalah primer bersumber dari pengumpulan data dengan instrumen skala likert yang disebar melalui *google form*. Populasi sebesar 20.009 dengan jumlah sampel sebesar 200 orang generasi Milenial Z yang berdomisili di Kota Bukittinggi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah program *Warp Partial Least Square* dengan bantuan *software Warppls 6.0*. Hasil penelitian menunjukkan *E-Wallet* Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Perilaku Konsumsi dengan nilai dengan nilai β sebesar 0.89 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 ditunjuk oleh nilai R² sebesar 0.80 yang artinya kontribusi pengaruh *e-wallet* terhadap perilaku konsumsi sebesar 80%. Gaya Hidup Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Perilaku Konsumsi dengan nilai β sebesar 0.90 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 ditunjuk oleh nilai R² sebesar 0.81 yang artinya kontribusi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi sebesar 81%. *Self Control* Memoderasi Pengaruh *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumsi dengan koefisien *moderation effect* 0.14 dan nilai P-Value sebesar 0.02 kecil dari 0.05 dengan kontribusi *moderation effect* yang ditunjukkan oleh nilai R² sebesar 0.80 (80%). Dan *Self Control* juga Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi dengan koefisien *moderation effect* 0.16 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 dengan kontribusi *moderation effect* yang ditunjukkan oleh nilai R² sebesar 0.81 (81%).

Kata Kunci: E-Wallet, Gaya Hidup, Self Control Dan Perilaku Konsumsi

PENDAHULUAN

e-wallet sebagai alat transaksi non tunai tanpa menggunakan media kartu dan kegiatan transaksinya tidak secara langsung melalui pihak ketiga. Adapun keuntungan yang didapatkan dari penggunaan *e-wallet* yaitu dapat menggantikan uang *cash* apabila memenuhi syarat (1) harus mampu memfasilitasi transaksi tanpa membawa banyak uang tunai; (2) *e-wallet* harus mampu mempercepat pembayaran yang mana pengguna tidak perlu melakukan penghitungan; (3) *e-wallet* harus mampu mengurangi resiko serta meningkatkan keamanan dari pencuri; (4) menjaga kerahasiaan pengguna. *e-wallet* juga memberikan kemudahan dan rasa aman dalam kegiatan transaksi, memberikan fleksibilitas bagi pemegang akun sehingga tidak perlu lagi pergi ke ATM dalam melakukan pembayaran, mampu meminimalisir dan menghindari bahaya jika terjadi pencurian maupun kehilangan kartu.(Punwatkar dan Verghese 2018).

Layanan yang saat ini banyak digemari generasi Z adalah Gopay, OVO, Dana, *Shopeepay* dan Link Aja. Keberadaan *e-wallet* ini selain memudahkan transaksi pembayaran juga bisa memfasilitasi berbagai macam transaksi seperti layanan pesan antar makanan, isi ulang pulsa, belanja *online*, tagihan listrik dan tagihan lainnya, transportasi umum atau *online*, tiket bioskop, tiket wisata, pesawat dan kereta api, dan masih banyak lagi. Dengan metode ini, konsumen membuat proses pembayaran menjadi lebih aman dan cepat karena tidak perlu melakukan hal tersebut mengantri karena dengan mengandalkan *smartphone* untuk bertransaksi bisa dilakukan dimana saja. (Putu, Noviana, dan Darma 2020) pada penelitian yang dilakukan oleh Nerry Kristina dan Ibnu Hariss(Kristina dan Harris 2020) menyatakan bahwa

Generasi Z merupakan generasi muda yang aktif dalam mengikuti tren terkini, terutama dalam melakukan pembayaran secara *online*. Dan penelitian yang dilakukan oleh Risca Fitri Ayuni(Ayuni 2019) juga mengatakan bahwa Generasi Z merujuk pada generasi yang sangat akrab dengan aplikasi dan aktif berinteraksi dengan internet sepanjang hari. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syifa Pramudita Faddila, dkk(Faddila, Khalida, dan Fauji 2022) juga menyatakan bahwa Generasi Z merupakan Generasi yang dekat dengan teknologi. Muh Fachruddin dan Tris Bata Biru Saputri(Muh. Fachruddin 2023) menyatakan bahwa Generasi Z telah terbiasa dengan informasi yang mudah diakses melalui internet dan memiliki kemampuan yang lebih dalam menggunakan teknologi informasi salah satunya dalam menggunakan transaksi pembayaran digital.

Perubahan zaman saat ini sedikit banyak nya mempengaruhi gaya hidup seseorang. Gaya hidup mencakup arti yang luas lebih dari sekedar hanya kelas sosial. Gaya hidup dapat mempengaruhi seseorang dalam menentukan pilhan konsumsi. Gaya hidup menggambarkan pola konsumsi seseorang dalam menggunakan waktu dan uang. Gaya hidup dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu pengaruh dari dalam diri individu dan berasal dari luar individu. Seseorang yang hidup dengan finansial yang lebih dari cukup atau pendapatan ekonomi menengah ke atas, juga hidup di lingkungan yang berisi orang dengan finansial yang cukup, biasanya memiliki gaya hidup yang lebih tinggi daripada orang yang memiliki pendapatan ekonomi menengah kebawah. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzan Bahamarianto Fajirin, Rachma Indrarini (2021)(Bahamarianto, Indrarini, dan Indrarini 2021) dan Aurellia Dara

Ninggar, dkk (2022) (Ninggar dan Anggraini 2022), menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif secara simultan maupun persial terhadap perilaku konsumsi islami pada penggunaan *E-Wallet*. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Anggi Puspita Dewi, Ainur Rochmaniah (2023)(Dewi dan Rochmaniah 2023) menyatakan bahwa Penggunaan *E-Wallet* tidak berpengaruh secara simultan terhadap sikap dan gaya hidup.

Generasi Z merupakan generasi yang mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Hal ini memungkinkan pengguna transaksi pembayaran nontunai dilakukan oleh Generasi Z. Pada kalangan Generasi Z akhir-akhir ini *e-wallet* menjadi bagian dari gaya hidup yang mana dengan adanya kemudahan yang ada pada *e-wallet* Generasi Z memiliki kecenderungan konsumsi yang tinggi. Dimana saat ini belanja tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan melainkan mencari kepuasan dan memenuhi keinginan. Semakin mudahnya transaksi jual beli saat ini membuat mahasiswa rentan terhadap perilaku konsumtif. Perilaku impulsif adalah tindakan yang muncul tiba-tiba tanpa pertimbangan yang matang dalam pengambilan keputusan.(Rahmawati dan Andhaniwati 2024)

Self control merupakan salah satu faktor internal konsumerisme dimana seseorang memiliki pengendalian diri yang rendah dan tidak mampu menahan atau mengontrol dirinya sendiri akibat pengaruh lingkungan. *Self control* adalah kemampuan untuk menahan keinginan dan dorongan sesaat yang bertentangan dengan norma atau aturan yang ada. *Self control* adalah kemampuan menggunakan pikiran untuk mengendalikan emosi negatif yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi. Seseorang dengan

pengendalian diri mampu untuk sementara waktu memisahkan antara kebutuhan dan keinginan sehingga diminimalisir agar tidak terjerumus pada hal-hal yang *negatif*.Muhifizar dkk, Pengantar Manajemen (Teori Dan Konsep) (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), 191.

Beberapa penelitian tersebut menunjukkan hasil yang tidak konsisten sehingga menimbulkan ketidakkonsistenan dalam temuan penelitian dan menjadikannya sebuah penelitian yang menarik. Jadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dimensi dari masing-masing variabel sama, tetapi memiliki tolak ukur yang berbeda dan objek penelitian yang berbeda.

Kajian Pustaka

Perilaku Konsumsi

Perilaku Konsumsi merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Konsumsi adalah salah satu kegiatan ekonomi. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah suatu kegiatan mengurangi nilai suatu barang atau jasa. Tujuan manusia melakukan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga manusia dapat terus melangsungkan hidupnya.(Handoko 2001:10) Perilaku konsumsi seseorang dapat dilihat bagaimana gaya hidup yang dijalani, gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya termasuk perilaku membeli.(Astuti et al. 2022). Menurut (Kotler dan Keller 2008)Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial dan pribadi.

E-Wallet

Electronic Wallet adalah sebuah perangkat elektronik, layanan jasa, dan bahkan program perangkat lunak (aplikasi) yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi secara online dengan pengguna lainnya untuk membeli barang dan jasa. (Schneider Gary P 2011:13). *E-Wallet* atau yang sering disebut dengan *Mobile Wallet* adalah layanan pembayaran yang dioperasikan dibawah regulasi keuangan dan dilakukan melalui perangkat *mobile*. *E-wallet* dikatakan sebagai jenis terbaru dari *mcommerce* yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi, belanja *online*, pemesanan dan untuk berbagi layanan yang tersedia. (Kuganathan dan Wikramanayake 2020). Menurut (Ayuni 2019) indikator e-wallet diantaranya yaitu: *Effect Of Service Features, Advertising, Benefit Perceptions, Perceived Usefulness, Consumer Attitude, Security, risk, and discount*.

Gaya Hidup

gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. (Kotler dan Keller 2012:192) Sedangkan menurut Setiadi gaya hidup adalah secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga sekitarnya (pendapat). (J. Setiadi 2008:148). Menurut (Astuti et al. 2022) indikator gaya hidup diantaranya yaitu: *activities*

(kegiatan), *Interest* (minat) dan *Opinion* (opini).

Self Control

Pengendalian diri (*self control*) adalah kemampuan untuk menahan keinginan dan dorongan sesaat yang bertentangan dengan norma atau aturan yang ada. Pengendalian diri adalah kemampuan menggunakan pikiran untuk mengendalikan emosi negatif yang berkaitan dengan suatu masalah. Seseorang yang mengendalikan dirinya mampu untuk sesaat memisahkan kebutuhan dan keinginan sedemikian rupa sehingga diminimalkan agar tidak terjerumus pada hal-hal yang negatif. Proses pemantauan diri dilakukan dengan mengamati, mempelajari laporan dan melakukan inspeksi, sehingga pekerjaan sesuai dengan persyaratan mutu, rencana dan peraturan hasil. Muhfizar Dkk, Pengantar Manajemen (Teori Dan Konsep) (Bandung: Cv. Media Sains Indonesia, 2021), 192. Menurut (M. Nur Ghufroon & Rini Risnawita. S 2010) indikator self control diantaranya yaitu: *behavior control, cognitive control* dan *decisional control*.

Berdasarkan landasan teori dan perumusan masalah dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : *E-Wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi.
- H2: Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi.
- H3: *Self Control* memoderasi pengaruh *E-wallet* terhadap perilaku konsumsi.
- H4: *Self Control* memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan *Correlation Research*. Penelitian dilakukan di Kota Bukittinggi. Penelitian ini menganalisis pengaruh *e-wallet* (X1) dan gaya

hidup(X2) terhadap perilaku konsumsi(Y) dan self control(Z) sebagai variabel moderasi. Data penelitian yang digunakan adalah primer bersumber dari pengumpulan data dengan instrumen skala likert yang disebar melalui *google form*. Populasi pada penelitian ini sebesar 20.009 dengan jumlah sampel sebesar 200 orang generasi Milenial Z yang berdomisili di Kota Bukittinggi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah program *Warp Partial Least Square* dengan bantuan *software Warppls 6.0*.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket (kuesioner) dalam bentuk *google form* yang akan disebar pada responden yang memenuhi kriteria dalam memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. Kisi-kisi kuesioner bisa dilihat sebagai berikut:

Kisi-Kisi Instrumen

No	Variabel	Indikator	No. Item	Ref
1	Perilaku konsumsi	Faktor Budaya Faktor Sosial Faktor Pribadi	1-6	Philip Kotler dan Kevin Kane Keller (2008)
2	E-Wallet	Effect Of Service Features Advertising Benefit Perceptions Perceived Usefulness Consumer Attitude Security Risk Discount	7-22	Risca Kurnia Sari, Satria Putra Utama, Anisa Zairina (2021)
3	Gaya hidup	Activies (Kegiatan) Interest (Minat) Opinion (Opini)	23-28	Ujang Suwarman (2004)
4	Self Control	Behavior control Cognitive control	29-34	Muhfizar, dkk (2021) dan Luh Gede

<i>decisional control</i>	Kusuma Dewi, Nyoman Trisna Herawati, I Made Pradana Adiputra (2017)
---------------------------	--

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Kriteria Evaluasi Model Pengukuran Konstruk Reflektif

Kriteria Pengukuran	Parameter	Batasan Nilai
<i>Indicator Reliability</i>	<i>Loading Factor</i>	0.70 Untuk <i>Confirmatory Research</i> , Namun 0.4-0.7 Masih Dapat Dipertimbangkan Untuk <i>Exploratory Research</i> .
<i>Internal Consistency Reliability</i>	<i>Composite Reliability Cronbach Alpha</i>	0.7 Untuk Syarat <i>Composite Reliability</i> Dan <i>Cronbach Alpha</i> Pada <i>Confirmatory Research</i> . Namun 0.6-0.7 Masih Dapat Diterima Untuk <i>Exploratory Research</i> .
<i>Convergent Validity</i>	<i>Everage Variance Extracted (Ave)</i>	Lebih Besar Dari 0.5 Untuk <i>Confirmatory</i> Dan <i>Exploratory Research</i> .
<i>Discriminant Validity</i>	<i>Square Root Of Ave Correlation Between Constructs</i>	<i>Square Root Of Ave > Correlation Between Constructs</i> .

Sumber: Fornell & Larcker (1981), Hair et al. (2013)

Kriteria Evaluasi Model Pengukuran

Variabel laten	Composite reliability	Cronbach's alpha	AVE
E-Wallet	0.981	0.979	0.764
Gaya Hidup	0.949	0.935	0.756
Perilaku Konsumsi	0.952	0.939	0.768
Self Control	0.963	0.954	0.814

Sumber: Hasil Olahan Data Primer Dengan WarpPLS 6.0 (2024)

Berdasarkan tabel menunjukkan gambar *Composite reliability* pada variabel adalah *e-wallet* (X₁) sebesar 0.981. variabel gaya hidup (X₂) Sebesar 0.949. pada variabel perilaku konsumsi (Y) sebesar 0.952 dan variabel *self control* (Z) sebesar 0.963. yang artinya dari keseluruhan variabel memiliki nilai *Composite reliability* lebih besar dari 0.7 yang artinya telah memenuhi telah

memenuhi syarat dalam evaluasi model pengukuran.

Nilai *Cronbach's alpha* pada variabel adalah *e-wallet* (X_1) sebesar 0.979. variabel gaya hidup (X_2) Sebesar 0.935. pada variabel perilaku konsumsi (Y) sebesar 0.939 dan variabel *self control* (Z) sebesar 0.954. yang artinya dari keseluruhan variabel memiliki nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0.6-0.7 yang artinya sudah dinyatakan layak dan untuk tidak melakukan pertimbangan.

Nilai *average variance extracted* (AVE) pada variabel adalah *e-wallet* (X_1) sebesar 0.764. variabel gaya hidup (X_2) Sebesar 0.756. pada variabel perilaku konsumsi (Y) sebesar 0.768 dan variabel *self control* (Z) sebesar 0.841. yang artinya nilai *average variance extracted* (AVE) lebih besar dari 0.5 Sehingga Dapat Dinyatakan Memenuhi Kriteria Evaluasi Model Dan Dapat Dilanjutkan Ke Tahap Berikutnya.

Tabel 2. Loading Factor Untuk Variabel *E-Wallet*, Gaya Hidup, *Self Control* Dan Perilaku Konsumsi Sebelum Dire Spesifikas

<i>E-Wallet</i>		Gaya Hidup		Perilaku Konsumsi		<i>Self Control</i>	
Indikator	LF	Indikator	LF	Indikator	LF	Indikator	LF
EW1	0.854	GH1	0.819	PK1	0.909	SC1	0.874
EW2	0.825	GH2	0.866	PK2	0.901	SC2	0.884
EW3	0.832	GH3	0.898	PK3	0.866	SC3	0.873
EW4	0.859	GH4	0.873	PK4	0.806	SC4	0.886
EW5	0.797	GH5	0.861	PK5	0.875	SC5	0.940
EW6	0.881	GH6	0.898	PK6	0.895	SC6	0.952
EW7	0.892						
EW8	0.878						
EW9	0.877						
EW10	0.870						
EW11	0.872						
EW12	0.898						
EW13	0.896						
EW14	0.919						
EW15	0.918						
EW16	0.908						

Sumber: Hasil Olahan Data Primer Dengan WarpPLS 6.0 (2024)

Berdasarkan tabel 2 dari 34 item pertanyaan yang diberikan kepada responden terdapat pada variabel *E-Wallet* (X_1), Gaya Hidup (X_2), Perilaku konsumsi (Y) dan *Self Control* (Z) memiliki nilai *Loading Factor* yang terletak antara 0.4-7 hasil ini masih dapat dipertimbangkan yang artinya item pertanyaan ini sudah memenuhi nilai *Loading Factor* sehingga dapat

dipertahankan untuk diuji selanjutnya bagaimana hasil nilai *Loading Factor* yang sudah dire spesifikasi di dalam tabel 3 dibawah.

Tabel 3. Loading Factor Untuk Variabel *E-Wallet*, Gaya Hidup, *Self Control* Dan Perilaku Konsumsi Sesudah Dire Spesifikasi

<i>E-Wallet</i>		Gaya Hidup		Perilaku Konsumsi		<i>Self Control</i>	
Indikator	LF	Indikator	LF	Indikator	LF	Indikator	LF
EW1	0.854	GH1	0.819	PK1	0.909	SC1	0.874
EW2	0.825	GH2	0.866	PK2	0.901	SC2	0.884
EW3	0.832	GH3	0.898	PK3	0.866	SC3	0.873
EW4	0.859	GH4	0.873	PK4	0.806	SC4	0.886
EW5	0.797	GH5	0.861	PK5	0.875	SC5	0.940
EW6	0.881	GH6	0.898	PK6	0.895	SC6	0.952
EW7	0.892						
EW8	0.878						
EW9	0.877						
EW10	0.870						
EW11	0.872						
EW12	0.898						
EW13	0.896						
EW14	0.919						
EW15	0.918						
EW16	0.908						

Sumber: Hasil Olahan Data Primer Dengan WarpPLS 6.0 (2024)

Berdasarkan tabel 3 hasil perbaikan indikator pada tabel diatas variabel *E-Wallet* (X_1), Gaya Hidup (X_2), Perilaku konsumsi (Y) dan *Self Control* (Z) telah memenuhi kriteria nilai *Loading Factor* yaitu dengan nilai 0.60 sampai 0.70. dapat disimpulkan bahwa nilai *Loading Factor* sudah terpenuhi sehingga dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Tabel 4. Discriminant validity

Variabel Latent	<i>E-Wallet</i>	Gaya Hidup	Perilaku Konsumsi	<i>Self Control</i>
<i>E-Wallet</i>	(0.874)			
Gaya Hidup	0.879	(0.870)		
Perilaku Konsumsi	0.847	0.866	(0.876)	
<i>Self Control</i>	0.893	0.908	0.880	(0.902)

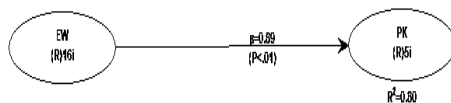
Sumber: Hasil Olahan Data Primer Dengan WarpPLS 6.0 (2024)

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukan bahwa *discriminant validity* setiap variabel telah memenuhi syarat, dibuktikan dengan akar kuadrat AVE lebih besar dari pada koefisien korelasi antar konstruk pada masing-masing kolom. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing indikator dari variabel dapat mengukur variabel tersebut secara

tepat dari pada dengan variabel lain. yaitu variabel *E-Wallet* (X_1) dapat dengan tepat mengukur variabel *E-Wallet* dengan akar kuadrat *E-Wallet* (X_1) ke *E-Wallet* (X_1) sebesar 0.874 . begitu juga dengan Gaya Hidup (X_2) dengan nilai akar kuadrat Gaya Hidup (X_2) sebesar 0.870 lebih besar dari akar kuadrat variabel laten lainnya. untuk variabel pemoderasi *Self Control* (Z) nilai akar kuadrat sebesar 0.902 yang asrtnya lebih besar dari akar kuadrat AVE sebelumnya. terakhir Perilaku konsumsi (Y) nilai akar kuadrat sebesar 0.876 juga lebih besar dari nilai AVE sebelumnya.

Analisis model struktural

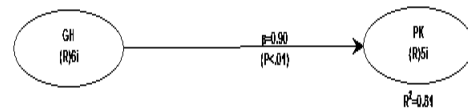
Dalam pengujian model struktural dilakukan pendekatan stepwise. Penelitian ini melakukan stepwise dengan menerapkan dua tahapan, pertama menguji apakah variabel *E-Wallet* (X_1), dan Gaya Hidup (X_2) berpengaruh secara langsung terhadap Perilaku konsumsi (Y). kedua, melakukan estimasi OLS dengan memasukkan variabel peran self control (Z) sebagai variabel moderasi.



Gambar 1. Direct Effect *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumsi

Sumber: Hasil Olahan Data Primer
Dengan WarpPLS 6.0 (2024)

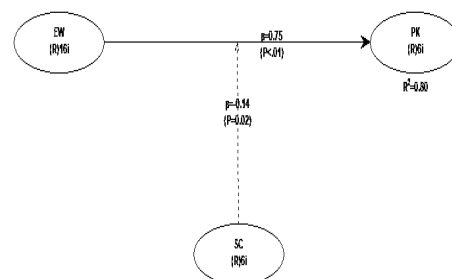
Dari gambar 1 diatas menunjukkan bahwa pengaruh langsung *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi dengan nilai β sebesar 0.89 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 ditunjuk oleh nilai R^2 sebesar 0.80 yang artinya kontribusi pengaruh *e-wallet* terhadap perilaku konsumsi sebesar 80%.



Gambar 2. Direct Effect Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi

Sumber: Hasil Olahan Data Primer
Dengan WarpPLS 6.0 (2024)

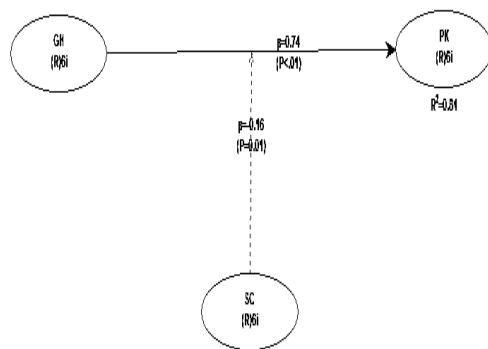
Dari gambar 2 diatas menunjukkan bahwa pengaruh langsung Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi dengan nilai β sebesar 0.90 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 ditunjuk oleh nilai R^2 sebesar 0.81 yang artinya kontribusi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi sebesar 81%.



Gambar 3. Self control Memoderasi Pengaruh *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumsi

Sumber: Hasil Olahan Data Primer
Dengan WarpPLS 6.0 (2024)

Dari gambar 3 diatas dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien *e-wallet* ke perilaku konsumsi dengan nilai estimasi adalah 0.75 dan P-Value sebesar 0.1 kecil dari 0.5. dan koefisien moderation effect 0.14 dan nilai P-Value sebesar 0.02 kecil dari 0.05 yang artinya *self control* memoderasi pengaruh *e-wallet* terhadap perilaku konsumsi dengan kontribusi moderation effect yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0.80 (80%).



Gambar 4. control Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi

Sumber: Hasil Olahan Data Primer Dengan WarpPLS 6.0 (2024)

Dari gambar 4 diatas dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien Gaya Hidup ke perilaku konsumsi dengan nilai estimasi adalah 0.74 dan P-Value sebesar 0.1 kecil dari 0.5. dan koefisien moderation effect 0.16 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 yang artinya Self Control memoderasi pengaruh Gaya Hidup terhadap perilaku konsumsi dengan kontribusi moderation effect yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0.81 (81%).

Tabel 5. Output PLS Pengaruh Langsung E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumsi

Kriteria	Rule Of Thumb	Pengaruh Langsung
Average Path Coefficients (APV)	Nilai P-Value <0.05	0.895, P< 0.001
Average R- Squared (ARS)	Nilai P < 0.05	0.800, P< 0.001
Average adjusted R- Squared (AARS)	Nilai P < 0.05	0.799, P< 0.001
Average Block VIF (AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	not available
Average Full Collinearity VIF (AFVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	3.630, acceptable If <= 5, ideally <= 3.3
Tenenhaus Gof (Gof)	Nilai small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36	0.782, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
Sympson's Paradox Ratio (SPR)	Nilai > 0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable If >= 0.7, ideally=1
R-Squared Contribution Ratio (RSCR)	Nilai >= 0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable If>= 0.9, ideally= 1
Statistical Suppression Ratio (SSR)	Diterima jika nilai > 0.7	1.000, acceptable If>= 0.7
Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)	Diterima jika nilai > 0.7	1.000, acceptable If>= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer Dengan WarpPLS 6.0 (2024)

Tabel 6. Output PLS Pengaruh Langsung Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi

Kriteria	Rule Of Thumb	Pengaruh Langsung
Average Path Coefficients (APV)	Nilai P-Value <0.05	0.900, P< 0.001
Average R- Squared (ARS)	Nilai P < 0.05	0.810, P< 0.001
Average adjusted R- Squared (AARS)	Nilai P < 0.05	0.809, P< 0.001
Average Block VIF (AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	not available
Average Full Collinearity VIF (AFVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	4059, acceptable If <= 5, ideally <= 3.3
Tenenhaus Gof (Gof)	Nilai small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36	0.785, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
Sympson's Paradox Ratio (SPR)	Nilai > 0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable If >= 0.7, ideally=1
R-Squared Contribution Ratio (RSCR)	Nilai >= 0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable If>= 0.9, ideally= 1
Statistical Suppression Ratio (SSR)	Diterima jika nilai > 0.7	1.000, acceptable If>= 0.7
Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)	Diterima jika nilai > 0.7	1.000, acceptable If>= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer Dengan WarpPLS 6.0 (2024)

Tabel 7. Output PLS Untuk Model Moderasi: Self Control Memoderasi Pengaruh E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumsi

Kriteria	Rule Of Thumb	Pengaruh Langsung
Average Path Coefficients (APV)	Nilai P-Value <0.05	0.448, P< 0.001
Average R- Squared (ARS)	Nilai P < 0.05	0.796, P< 0.001
Average adjusted R- Squared (AARS)	Nilai P < 0.05	0.794, P< 0.001
Average Block VIF (AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	18.510, acceptable If <= 5, ideally <= 3.3
Average Full Collinearity VIF (AFVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	6.770, acceptable If <= 5, ideally <= 3.3
Tenenhaus Gof (Gof)	Nilai small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36	0.812, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
Sympson's Paradox Ratio (SPR)	Nilai > 0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable If >= 0.7, ideally=1
R-Squared Contribution Ratio (RSCR)	Nilai >= 0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable If>= 0.9, ideally= 1
Statistical Suppression Ratio (SSR)	Diterima jika nilai > 0.7	1.000, acceptable If>= 0.7
Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)	Diterima jika nilai > 0.7	1.000, acceptable If>= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer Dengan WarpPLS 6.0 (2024)

Tabel 8. Output PLS Untuk Model Moderasi: Self Control Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi

Kriteria	Rule Of Thumb	Pengaruh Langsung
Average Path Coefficients (APV)	Nilai P-Value <0.05	0.451, P< 0.001
Average R- Squared (ARS)	Nilai P < 0.05	0.808, P< 0.001
Average adjusted R- Squared (AARS)	Nilai P < 0.05	0.806, P< 0.001
Average Block VIF (AVIF)	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	15.445, acceptable If <= 5, ideally <= 3.3

Average Full Collinearity	Nilai <5 dan idealnya <=3.3	7.060, acceptable If <= 5, ideally <= 3.3
VIF (AFVIF)		
Tenenhau's Gof (Gof)	Nilai small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36	0.816, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
Sympton's Paradox Ratio (SPR)	Nilai > 0.7 dan idealnya 1	1.000, acceptable If >= 0.7, ideally=1
R-Squared Contribution Ratio (RSCR)	Nilai >= 0.9 dan idealnya 1	1.000, acceptable If >= 0.9, ideally= 1
Statistical Suppression Ratio (SSR)	Diterima jika nilai > 0.7	1.000, acceptable If >= 0.7
Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)	Diterima jika nilai > 0.7	1.000, acceptable If >= 0.7

Sumber: Hasil Olahan Data Primer Dengan WarpPLS 6.0 (2024)

Pembahasan

E-Wallet memiliki nilai β sebesar 0.89 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 maka dapat dinyatakan bahwa *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi dengan ditunjuk oleh nilai R^2 sebesar 0.80 yang artinya kontribusi pengaruh *e-wallet* terhadap perilaku konsumsi sebesar 80%. Sejalan dengan pernyataan yang dinyatakan oleh Laila Ramadani(Ramadani 2016) Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Basri Bado,dkk(Bado et al. 2024) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.

kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan sehingga semakin tinggi penggunaan *e-wallet* maka semakin tinggi pula pengeluaran konsumsi pada generasi Z. dengan adanya sistem pembayaran menggunakan *e-wallet* lebih mudah untuk bertransaksi serta dapat mengatur pola hidup menjadi efisien.(Anwar, Nalurita, dan Hamrullah 2022) Efisien dan kemudahan yang ditawarkan dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* membuat seseorang lebih muda mengeluarkan uangnya untuk kegiatan konsumsi. sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulidysneni Nurvita Sukma dan Clarashita Canggih(Sukma dan Canggih 2021) bahwa *e-money*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi yang menunjukkan bahwa semakin tinggi *electronic money* maka terjadi pula peningkatan pada perilaku konsumsi. pada penelitian yang dilakukan oleh Miftahul Rizqa Khairi dan Eddy Gunawan(Rizqa Khairi dan Gunawan 2019)terdapat pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumsi. dan sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Angelina Mustamu(Mustamu, Rotinsulu, dan Maramis 2021) *electronic money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. Penelitian yang dilakukan oleh oleh Rofiqoh Daliyah dan Finisica Dwijayati Patrikha(Daliyah dan Patrikha 2020) dan Novitasari Farhan, dkk(Farhan, Dinar, dan Supatminingsih 2022) juga menyatakan bahwa penggunaan *E-money* berpengaruh positif secara simultan dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi.

Gaya Hidup memiliki nilai nilai β sebesar 0.90 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 maka dapat dinyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi dengan ditunjuk oleh nilai R^2 sebesar 0.81 yang artinya kontribusi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi sebesar 81%. Berdasarkan hasil dari temuan yang diungkapkan oleh Fauzan Bahamariato Dan Rachma Indriani(Bahamariato et al. 2021) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan simultan maupun persial terhadap perilaku konsumsi, gaya hidup pada seorang konsumen yang semakin baik akan menyebabkan perilaku konsumsi konsumen tersebut menjadi lebih baik, dan sebaliknya jika gaya hidupnya buruk maka akan mempengaruhi perilaku konsumsinya menjadi buruk. Sejalan dengan penelitian yang diungkapkan

oleh Bahrul Ulum(Ulum 2023), yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi. penelitian yang dilakukan oleh Aurellia Dara Ninggar, Ika Khusnia Anggraini(Ninggar dan Anggraini 2022) juga menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. dan penelitian yang dilakukan oleh Hartiyani Sadu Budanti, dkk (Budanti, Indriayu, dan Sabandi 2017) terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi secara positif dan signifikan. Dan penelitian yng dilakukan oleh Maulidysneni Nurvita Sukm dan Clarashinta Canggih(Sukma dan Canggih 2021) bahwa gaya hiup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.

Self Control memiliki nilai β sebesar 0.14 dan nilai P-Value sebesar 0.02 kecil dari 0.05 maka dapat dinyatakan bahwa *Self Control* Memoderasi Pengaruh *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumsi dengan nilai R^2 sebesar 0.80 yang artinya kontribusi *moderation effect* sebesar (80%). *Self-control* terbukti dapat memoderasi pengaruh *e-wallet* terhadap perilaku konsumsi. Individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung lebih bijak dalam menggunakan *e-wallet* dan tidak mudah tergoda oleh promo atau kemudahan transaksi. Mereka lebih mampu mengendalikan pengeluaran dan tidak terjebak dalam perilaku konsumtif. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri yang rendah lebih rentan terhadap pengaruh negatif *e-wallet* dan berisiko mengalami pengeluaran berlebihan dan perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Luh Gede Kusuma Dewi, Dkk(Dewi, Herawati, dan Adiputra 2021) menyatakan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan Pertama, penggunaan *e-money* berpengaruh langsung secara signifikan

terhadap perilaku konsumtif. Kedua, dengan adanya kontrol diri, mahasiswa sebagai pengguna *e-money* juga dapat terhindar dari sikap konsumtif. Ketiga, kontrol diri mampu memediasi antara *e-money* dengan perilaku konsumtif dengan demikian jika mahasiswa memiliki kontrol diri yang tinggi, maka penggunaan *e-money* dapat menekan atau mengurangi perilaku konsumtif. Dan penelitian yang dilakukan oleh Devy Rahmawati dan Erry Andhaniwati(Rahmawati dan Andhaniwati 2024) menyata bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif serta *self-control* mampu memoderasi (memperlemah).

Self Control memiliki nilai β sebesar 0.16 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 maka dapat dinyatakan bahwa *Self Control* Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi dengan nilai R^2 sebesar 0.81 yang artinya kontribusi *moderation effect* sebesar (81%). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nabil Al Arif(Arif dan Imsar 2024) yang menyatakan bahwa Hasil bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi. Selain itu, pengendalian diri memengaruhi perilaku konsumtif, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengendalian diri dapat memengaruhi konsumen dalam memilih barang untuk dikonsumsi. Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Marcellino Dwi Rahmanda Agasi Dan Dewi Nita Aryani(Agasi dan Dwi Nita Aryani 2024) juga menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konumtif.dan gaya hidup yang

dimoderasi oleh kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bermaksud untuk mrengetahui Pengaruh *E-Wallet* Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Dengan *Self Control* Sebagai Variabel Moderasi. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar variabel independen (X1) antara lain: *Effect Of Service Features, Advertising, Benefit Perceptions, Perceived Usefulness, Consumer Attitude, Security, Risk* Dan *Discount* mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan nilai dengan nilai β sebesar 0.89 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 ditunjuk oleh nilai R^2 sebesar 0.80 yang artinya kontribusi pengaruh *e-wallet* terhadap perilaku konsumsi sebesar 80%. Dan pada variabel independen (X2) antara lain: *Activies* (Kegiatan) *Interest* (Minat) dan *Opinion* (Opini) mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan nilai β sebesar 0.90 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 ditunjuk oleh nilai R^2 sebesar 0.81 yang artinya kontribusi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi sebesar 81%. Pada Variabel moderasi sama halnnya dengan variabel (X1) terhadap (Y). Dimana *Self Control* mampu memoderasi *Effect Of Service Features, Advertising, Benefit Perceptions, Perceived Usefulness, Consumer Attitude, Security, Risk* Dan *Discount* terhadap Perilaku Konsumsi. dengan koefisien *moderation effect* 0.14 dan nilai P-Value sebesar 0.02 kecil dari 0.05 dengan kontribusi *moderation effect* yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0.80 (80%). Kemudian pada Variabel moderasi sama halnnya dengan variabel (X2) terhadap (Y). Dimana *Self Control*

mampu memoderasi *Activies* (Kegiatan) *Interest* (Minat) dan *Opinion* (Opini) Dan *Discount* terhadap Perilaku Konsumsi dengan koefisien *moderation effect* 0.16 dan nilai P-Value sebesar 0.01 kecil dari 0.05 dengan kontribusi *moderation effect* yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0.81 (81%).

DAFTAR PUSTAKA

- Agasi, Marcellino Dwi Rahmanda, dan Dwi Nita Aryani. 2024. "The Effect Of Financial Literacy, Lifestyle, E-Money On Consumptive Behavior Of Millennial Generation With Self-Control As Moderation." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7(3):5586–5564.
- Anwar, Anas Iswanto, Shiva Sari Nalurita, dan Hamrullah. 2022. "Pengaruh Penggunaan E-wallet Terhadap Konsumsi." *Jurnal Ekonomika Dan Dinamika Sosial* 01(02):28–50.
- Arif, nabil al, dan Imsar. 2024. "Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan Pengguna Electronic Money dengan Pengendalian Diri sebagai Moderasi." *Journal of Islmaic Education Management* 4(1):1–24. doi: 10.47476/manageria.v4i1.2293.
- Astuti, Ratna Fitri, Vitria Puri Rahayu, Mustangin, Ritma Ratri Candra Dewi, dan Rosyidah Rahmaniah. 2022. "Analisis perilaku konsumsi melalui gaya hidup pada usia remaja." *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial* 6(2):232–41. doi: 10.22219/satwika.v6i2.22313.
- Ayuni, Risca Fitri. 2019. "the Online Shopping Habits and E-Loyalty of

- Gen Z As Natives in the Digital Era.” *Journal of Indonesian Economy and Business* 34(2):168. doi: 10.22146/jieb.39848.
- Bado, Basri, Tito Koes Herdianto, Diah Retno, Dwi Hastuti, dan Muh Jamil. 2024. “Pengaruh Kenyamanan dan Manfaat E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumen di Kota Makassar.” *Jurnal Kolaboratif Sains* 7(5):1768–76. doi: 10.56338/jks.v7i5.5367.
- Bahamarianto, Fauzan, Indrarini, dan Rachma Indrarini. 2021. “Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Islami pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif di Surabaya).” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4(2):156–67. doi: 10.26740/jekobi.v4n2.p156-167.
- Budanti, Hartiyani Sadu, Mintasih Indriayu, dan Muhammad Sabandi. 2017. “Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi.” *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 01(2):1–7.
- Daliyah, Rofiqoh, dan Finisica D. Patrikha. 2020. “Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 8(3):946–52.
- Dewi, Anggi Puspita, dan Ainur Rochmaniah. 2023. “The Effect of Using E-Wallet on Attitudes and Lifestyle.” *Indonesian Journal of Cultural and Community Development* 14(1):6–12. doi: 10.1016/s1000-9361(22)00296-5.
- Dewi, Luh Gede Kusuma, Nyoman Trisna Herawati, dan 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. doi: 10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669.
- Dkk, Muhfizar. 2021. *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)*. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- dkk, Muhifizar. 2021. *Pengantar Manajemen (Teori Dan Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Faddila, Syifa Pramudita, Laras Ratu Khalida, dan Robby Fauji. 2022. “E-Service Quality and E-Trust Models in Increasing Generation Z e-Customer Satisfaction in E-Wallet Transactions with ShopeePay Application.” *Jurnal Mantik* 6(1):210–15.
- Farhan, Novitasari, Muhammad Dinar, dan Tuti Supatminingsih. 2022. “Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.” *Journal of Social Science and Character Education* 1(1):16–22.
- Handoko, basu swastha dan T. Hani. 2001. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- J.Setiadi, Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen*. diedit oleh P. Kencana. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kristina, Nerry, dan Ibnu Harris. 2020. “The Technology Acceptance Model of Mobile Payment Usage

- on Generation Z.” *Binus Business Review* 11(3):149–56. doi: 10.21512/bbr.v11i3.6394.
- Kuganathan dan Wikramanayake. 2020. “Identifikasi Faktor Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Menggunakan Metodee TM dan UTAUT2.” *Indonesia Journal on Software Engineering* 6(1):27.
- M. Nur Ghufroon & Rini Risnawita. S. 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruz media.
- Muh. Fachruddin. 2023. “Analisis Preferensi Penggunaan E-Payment Pada Konsumen Generasi Z di Kabupaten Fakfak.” *Jurnal Informasi, Sains dan Teknologi* 6(02):93–103. doi: 10.55606/isaintek.v6i02.161.
- Mustamu, A., T. .. Rotinsulu, dan Maulana Th. B. Maramis. 2021. “Pengaruh Less Cash Society Terhadap Tingkat Konsumsi Universitas Sam Ratulangi Manado).” *Jurnal EMBA* 9(1):386–96.
- Ninggar, Aurellia Dara, dan Ika Khusnia Anggraini. 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):131–41. doi: 10.34152/emba.v1i2.498.
- Punwatkar, Sushil, dan Manoj Verghese. 2018. “Adaptation of e-Wallet Payment: An Empirical Study on Consumers’ Adoption Behavior in Central India.” *International Journal of Advanced in Management, Technology and Engineering Sciences* 8(3):1147–56.
- Putu, I., Teddy Noviana, dan Gede Sri Darma. 2020. “Exploring Digital Marketing Strategies during the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment.” *Jurnal Mantik* 4(3):2257–62.
- Rahmawati, Devy, dan Erry Andhaniwati. 2024. “Peran Self-Control Dalam Memoderasi Hubungan Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Pengguna E-Wallet.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6(3):2750–63. doi: 10.47467/alkharaj.v6i3.4681.
- Ramadani, Laila. 2016. “Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa.” *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Studi Pembangunan* 8(1):1–8. doi: 10.17977/um002v8i12016p001.
- Rizqa Khairi, Miftahul, dan Eddy Gunawan. 2019. “Analisis Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (Apmk) Dan E-Money Terhadap Konsumsi Masyarakat Di Banda Aceh.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 1(1):19–36.
- Schneider Gary P. 2011. *Electronic Commerce 9th ed*. Buston: Course Technology.
- Sukma, Maulidysneni Nurvita, dan Clarashinta Canggih. 2021. “Pengaruh Electronic Money , Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Islam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7(01):209–15.
- Ulum, Bahrul. 2023. “Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Ekonomi, dan Modernitas terhadap Rasionalitas Konsumsi Mahasiswa.” *Islamika* 5(1):149–64. doi: 10.36088/islamika.v5i1.2473.