

**HUBUNGAN PENGGUNAAN *E-WALLET* TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI PADA MASYARAKAT DAERAH
REJANG LEBONG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)

Pada Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

TANTI PERMATA SARI

NIM : 22631071

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**

2026

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Rektor IAIN Curup

di-

Curup

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan pemeriksaa dan perbaikan pembimbing terhadap skripsi ini, maka kami berpendapat bahwa skripsi atas nama :

Nama : Tanti Permata Sari

NIM : 22631071

Falkutas : Syariah dan Ekonomi Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Hubungan Penggunaan *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi Pada Masyarakat Daerah Rejang Lebong

Sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Demikian permohonan ini kami ajukan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Curup, ,2026

Mengetahui

Pembimbing I



Dr. Oktafian Histori S, S.E. M.M

NIP. 197910172009011009

Pembimbing II



Dr. Hendrianto, M.A

NIP. 198706212023211022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : Tanti Permata Sari
NIM : 22631071
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Hubungan Penggunaan *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi Pada Masyarakat Daerah Rejang Lebong” belum pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar keserjaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis di ajukan atau di rujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar , peneliti bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini peneliti buat dengan sebenarnya , semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, 24, Juli 2026



Tanti Permata Sari

NIM.22631071



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan : Dr. AK Gani No; 01 PO 108 Tlp (0732) 21010 -21759 Fax 21010
Homepage <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: 509 /In.34/FS/PP.00.9/ /2026

Nama : Tanti Permata Sari
NIM : 22631071
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Hubungan Penggunaan E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Literasi keuangan Sebagai Variabel Moderasi Pada Masyarakat Daerah Rejang Lebong

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 8 Juli 2026
Pukul : 11.00 s/d 12.30 WIB
Tempat : Ruang I, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah

TIM PENGUJI

Ketua

Ridhokimuna Soderi, M.H
NIP. 199307202020121002

Sekretaris

Ibnu Akbar Maliki, S.H.M.H
NIP. 199902172025051004

Penguji I

Dr. M. Sholohin, S.E.I.M.S.I
NIP. 198402182019031005

Penguji II

Fitmawati M.E
NIP. 198903242025212008

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam**

Dr. Maburr Syah, S.Pd.I., S.IPI., M.H.I.
NIP. 198008182002121003

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda kita yakni Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta umat Islam yang istiqamah mengikuti ajaran beliau hingga akhir zaman.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai hambatan dan tantangan. Namun demikian, berkat adanya bantuan, arahan, bimbingan, serta kerja sama dari berbagai pihak, skripsi ini pada akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Curup.
2. Bapak Dr. Mabror Syah, S.Pd.I, S.IPI. M.H.I., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
3. Ibu Yuliarni Putri, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup dan Pembimbing Akademik yang telah memberikan nasihat, khususnya dalam proses akademik penulis.
4. Dr. Rahman Arifin., M.Eselaku pembimbing akademik yang selalu bersedia memberikan nasehatnya khususnya dalam proses akademik peneliti.
5. Bapak Dr. Oktavian Histori S., SE.,MM., selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan petunjuk, saran, serta arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Bapak Dr. Hendriyanto, M.E., selaku Pembimbing II yang telah membimbing, membantu, serta memberikan dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap dosen dan staf Program Studi Perbankan Syariah, khususnya karyawan IAIN Curup, yang telah membantu penulis selama menempuh pendidikan.

8. Responden yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.
9. Kedua orang tua, kakak dan adek, serta seluruh keluarga besar yang telah membantu dan memberi dukungan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan khususnya prodi Perbankan Syariah angkatan 2022 yang telah mendukung dan menyemangati.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Semoga skripsi ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, serta memberikan manfaat bagi kita semua. *Aamiin ya Rabbal 'Alamin.*

Curup, Juni 2026

Penulis

TANTI PERMATA SARI

NIM. 22631071

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya..."

-Q.S Al Baqarah: 286

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain"

(HR. Ahmad)

" Jangan menjatuhkan orang lain hanya karena untuk berdiri sendiri"

Tanti Permata Sari

PERSEMBAHAN

Kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, motivasi serta arahan kepada peneliti. Pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan rasa bangga dan bahagia peneliti ucapkan, skripsi ini peneliti persembahkan kepada :

1. Kepada Allah SWT, peneliti haturkan rasa syukur yang sebanyak-banyaknya karena atas izin dan karunianya skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
2. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tuaku ayahanda (Rudi Fitrianto) dan ibundaku tercinta (Meri Suzianti), ketika dunia menutup pintu untukku ada lengan kedua orang tuaku yang siap menerimaku, disaat orang lain menutup telinga atas derita yang aku alami ada kedua orang tua ku yang selalu siap mendengarkan segala keluhan kesahku, terimakasih selalu ada.
3. Kepada saudara/i ku atas doa dan support yang telah diberikan, atas telinga yang sedia mendengarkan segala keluhan kesah selama penelini menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada keluarga besar, sepupu, serta nenek peneliti ucapkan terimakasih atas nasehat serta dukungan yang diberikan kepada peneliti hingga saat ini.

ABSTRAK

Tanti Permata Sari 22631071 ” Hubungan Penggunaan *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi Pada Masyarakat Daerah Rejang Lebong “ Skripsi Program Studi Perbankan Syariah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif, hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, serta peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif pada masyarakat Kabupaten Rejang Lebong. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Rejang Lebong yang menggunakan e-wallet dalam kehidupan sehari-hari. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive* sampling dengan kriteria responden sebagai pengguna aktif e-wallet sebanyak 351 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara *online* dan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik dengan bantuan uji hipotesis, meliputi uji pengaruh langsung dan uji moderasi untuk mengetahui hubungan antar variabel dengan menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien sebesar 0,361 dengan T-statistic sebesar 6.169 dan P-values 0,000 ($<0,05$). Selain itu, literasi keuangan juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien sebesar 0,538 dengan T-statistic sebesar 9.970 dan P-values 0,000 ($<0,05$). Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak mampu memoderasi hubungan antara penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif dengan memiliki nilai koefisien sebesar 0.020 dengan T-statistic sebesar 0.880 dengan P-values sebesar 0.379. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya literasi keuangan tidak memperkuat maupun memperlemah pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci: *e-wallet, literasi keuangan, perilaku konsumtif*

ABSTRACT

Tanti Permata Sari (22631071), "*The Relationship Between E-Wallet Usage and Consumerist Behavior with Financial Literacy as a Moderating Variable Among the Community of Rejang Lebong Regency*" – Undergraduate Thesis, Sharia Banking Study Program.

This study aims to analyze the relationship between e-wallet usage and consumerist behavior, the relationship between financial literacy and consumerist behavior, and the role of financial literacy as a moderating variable in the relationship between e-wallet usage and consumerist behavior among the community of Rejang Lebong Regency. This study employs a quantitative approach with an associative research design. The population consists of residents of Rejang Lebong Regency who use e-wallets in their daily lives. Purposive sampling was used to select 351 respondents who are active e-wallet users. Data were collected via questionnaires and analyzed using statistical techniques—specifically direct effect tests and moderation tests—to examine the relationships between variables using SEM-PLS. The results indicate that e-wallet usage has a positive and significant influence on consumerist behavior (coefficient: 0.361; T-statistic: 6.169; P-value: $0.000 < 0.05$). Furthermore, financial literacy significantly influences consumerist behavior (coefficient: 0.538; T-statistic: 9.970; P-value: $0.000 < 0.05$). However, the results show that financial literacy does not moderate the relationship between e-wallet usage and consumerist behavior (coefficient: 0.020; T-statistic: 0.880; P-value: 0.379). This indicates that the level of financial literacy neither strengthens nor enhances the influence of e-wallet usage on consumerist behavior.

Keywords: e-wallet, financial literacy, consumerist behavior

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

.....

i

LEMBAR PERSETUJUAN

.....

ii

PERNYATAAN KEASLIAN

.....

iii

KATA PENGANTAR

.....

vi

MOTO

.....

vi

PERSEMBAHAN

.....

vii

ABSTRAK

.....

viii

DAFTAR ISI

.....

x

DAFTAR TABEL

.....

xii

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN
.....

1

A. Latar Belakang

.....
1

B. Identifikasi Masalah

.....
8

C. Batasan Masalah

.....
9

D. Rumusan Masalah

.....
9

E. Tujuan Penelitian

.....
10

F. Manfaat Penelitian

.....
10

G. Kajian Terdahulu

.....
11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
.....

19

A. Landasan Teori

.....	
19	
1. Penggunaan e-wallet	
.....	
19	
2. Perilaku Konsumtif	
.....	
27	
3. Literasi keuangan	
.....	
33	

B. Kerangka Pemikiran

.....	
39	

C. Hipotesis Penelitian

.....	
39	

BAB III METODE PENELITIAN

.....	
43	

A. Jenis Penelitian

.....	
43	

B. Populasi dan Sampel

.....	
44	

C. Jenis Data

.....	
46	

D. Teknik Pengumpulan Data

.....

47

E. Teknik Analisis Data

.....

49

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

.....

52

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

.....

52

B. Temuan Hasil Penelitian

.....

53

1. Profil Responden

.....

53

2. Hasil Outer Model

.....

59

3. Hasil Inner Model

.....

63

4. Hasil Uji Hipotesis

.....

65

C. Pembahasan

.....

68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

.....

77

A. Kesimpulan

.....

77

B. Saran

.....

78

Daftar Pustaka

Lampiran-Lampiran

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Skala Linkert

.....
48

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

.....
53

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pendidikan

.....
53

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia

.....
54

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

.....
55

Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

.....
56

Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Status Perkawinan

.....
57

Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pendapatan

.....
58

Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Aplikasi E-wallet yang digunakan

.....
58

Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Pemakaian E-wallet Dalam Satu minggu

.....
59

Tabel 4.10 Convergen Validity

.....
61

Tabel 4.111 Fornell Leaker Criterion

.....
62

Tabel 4.12 Uji Reability

.....
62

Tabel 4.13 Nilai R-Square

.....
63

Tabel 4.14 Hasi Bootstrapping

.....
63

Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis

.....
65

Tabel 4.16 Hasil IPMA

.....
66

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

.....
39

Gambar 4.1 Hasil Uji Outer Model

.....
60

Gambar 4.2 Hasil Model Pengukuran Hipotesis

.....
65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi memicu perubahan pesat di era digital yang semakin memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Perkembangan atau teknologi keuangan telah membawa perubahan signifikan dalam transaksi dan pembayaran global. Hal ini juga termasuk dalam sistem pembayaran yang banyak mengalami perubahan. Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah menimbulkan berbagai dampak dalam kehidupan masyarakat. Salah satunya ialah berubah secara karakteristik pola belanja masyarakat yang awalnya menggunakan pembayaran secara langsung dengan mendatangi toko tempat barang dijual menjadi penjual secara online.¹ Berdasarkan data, Bank Indonesia mendorong transformasi pembayaran tunai ke non-tunai untuk menciptakan ekosistem keuangann digital yang aman dan inklusif. Bank Indonesia mengeluarkan inovasi digital seperti QRIS (*Quick Reponse Code Indonesian Stndard*) dan BI-FAST untuk mempermudah dan mempercepat transaksi.²

Salah satu inovasi yang kini menjadi trend di kalangan masyarakat khususnya generasi muda adalah menggunakan dompet digital atau elektronik wallet (*e-wallet*). Saat ini dalam bertransaksi tidak hanya menggunakan pembayaran tunai saja tetapi pembayaran non tunai berbasis aplikasi atau yang

¹ Gita Putri Maulidya dan Nur Afifah, “Perbankan Dalam Era Baru Digital: Menuju Bank 4 . 0,” *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*, 2021, 278–88.

² website: www.bi.go.id diakses tanggal 4 Maret 2026

biasa disebut dengan *e-wallet* atau dompet digital sudah bisa digunakan. *E-wallet* merupakan jenis akun prabayar yang dilindungi kata sandi yang diakses oleh pengguna setiap kali mereka melakukan transaksi online, salah satu aplikasi berbasis teknologi yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan berbagai transaksi uang secara elektronik mulai dari pembayaran barang dan jasa transfer uang, hingga pembelian pulsa dan tiket, hanya perlu menggunakan Smartphone.³

Pada era modern seperti saat ini perkembangan teknologi sangat mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan manusia seperti cara melakukan pembayaran. Kemunculan dompet digital seperti Dana, *shopee*, *Gopay*, *OVO*, *Linkaja*, menjadi bagian dari transformasi ini. Kemudahan ini berpotensi meningkatkan frekuensi pembelian dan mendorong perilaku impulsif. Fitur seperti *cashback*, diskon, promo terbatas, dan notifikasi penawaran khusus dapat menciptakan dorongan untuk membeli tanpa perencanaan matang. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak hanya memengaruhi cara membayar, tetapi juga memengaruhi cara masyarakat mengambil keputusan konsumsi. Kemunculan dan kemudahan penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pembayaran tidak menutup kemungkinan akan berdampak pada perilaku konsumsi seseorang. Yang di mana hal ini sejalan dengan kemudahan penggunaan *e-wallet* menjadi faktor yang memiliki pengaruh terhadap sikap perilaku konsumsi.⁴

³ Ahnaf Faiz Pratama dan Didit Purnomo, "Fenomena Penggunaan Sistem Pembayaran *E-wallet* Pada Generasi Milenial Dan Generasi Z," *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 5, no. 2 (2023): 450–55, <https://doi.org/10.36985/ekuilnومي.v5i2.734>.

⁴ Mutiarini Mubyl, Abdullah Abidin, and Nurfadhilah Maghfirah Ramadhani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-wallet* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Makassar)," *Nobel Management Review* 2, no. 4 (2021): 670–76, <https://doi.org/10.37476/nmar.v2i4.2963>.

Fenomena ini juga terlihat diberbagai daerah, termasuk daerah Rejang Lebong. Meskipun penggunaan *e-wallet* belum sepenuhnya merata, masyarakat dan pelaku usaha mulai menunjukkan ketertarikan pada penggunaan sistem pembayaran digital. Berdasarkan observasi awal, sebagai pelaku usaha masih menggunakan metode transaksi tradisional atau secara tunai, namun mulai beralih pada penggunaan pembayaran digital seperti QRIS yang dianggap lebih praktis, efisiensi serta tanpa perlu menyediakan uang kembalian.

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu atau kelompok masyarakat untuk melakukan pembelian barang dan jasa secara berlebihan, tidak semata-mata berdasarkan kebutuhan, tetapi lebih karena keinginan, dorongan emosional, gaya hidup, atau pengaruh lingkungan sosial. Dalam masyarakat modern, perilaku ini semakin terlihat seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi. Masyarakat tidak lagi membeli karena fungsi utama suatu barang, melainkan karena tren, simbol status, diskon, atau kepuasan sesaat. Perilaku konsumtif biasanya ditandai dengan pembelian impulsif, kurangnya perencanaan keuangan, serta rendahnya pertimbangan terhadap dampak jangka panjang dari pengeluaran tersebut. Penggunaan *e-wallet* menjadi salah satu faktor konsumtif masyarakat karena kemudahan yang ditawarkan, cukup dengan sekali klik atau menggunakan kode. Kondisi ini sering menyebabkan individu menjadi kurang sadar terhadap jumlah pengeluaran yang sebenarnya telah dilakukan.⁵

⁵ Nurman Setiawan Fadjat Lidya Virginia Priscilia, "Pengaruh Penggunaan Dompet Elektronik (*E-wallet*) ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya)," *Journal Of Development Economic And Social Studies* 3, no. 1 (2024): 189–99.

Dalam pandangan Islam, perilaku konsumtif yang berlebihan termasuk dalam perbuatan yang tidak dibenarkan, Allah SWT berfirman dalam QS Al-Isra ayat 26-27

وَأْتِ دَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

"Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros."(QS. Al-Isra' 17: Ayat 26)

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

"Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya."(QS. Al-Isra' 17: Ayat 27)⁶

Ayat ini memberikan peringatan agar setiap muslim menggunakan harta secara bijak dan tidak berlebih-lebihan dalam pengeluaran. Larangan ini juga berhubungan dengan prinsip maqosid syariah yang bertujuan untuk menjaga kemaslahatan umat, khususnya dalam aspek *Hifz Al-Mal* (memelihara harta), penggunaan harta hendaknya membawa *kemaslahatan* dan bukan *kemudharatan*.

Dalam kontek masyarakat Rejang Lebong, perkembangan penggunaan *e-wallet* mengalami peningkatan seiring dengan akses internet yang semakin luas yang dimana masyarakat mulai terbiasa untuk melakukan. Pertumbuhan teknologi keuangan di wilayah Rejang Lebong terus meningkat.⁷

Bedasarkan penelitian dari Yulia rahmah Wati, dkk (2025) menunjukkan bahwa literasai keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z, penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi

⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019), Q.S. Al-Isra' [17]: 26–27.

⁷ Atang Kamure, "Efektivitas Penggunaan Quick Response Code Indonesian Stdanard (Qris) Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Umkm Rejang Lebong" (2025).

keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z.⁸ Penelitian dari Diana Puspita Sari dkk, menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif sebesar 64,4%, dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t (parsial) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 7,995 > 1,987 dan nilai signifikansi yang dihasilkan 0,000 lebih kecil dari 0,05.⁹ Penelitian dari putri Kesuma Wardani (2025) menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, hasil uji regresi linier sederhana yang dilakukan secara simulatif, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,021, yang berarti penggunaan e-wallet memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.¹⁰

Pengguna *e-wallet* tidak semua menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini menunjukkan adanya faktor lain yang memengaruhi hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif. Salah satu faktor penting yang dapat berperan adalah literasi keuangan. Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk menelaah, mengatur, dan membuat keputusan yang baik dalam mengelola uang. Literasi keuangan sangat penting untuk mengatur uang saku, menabung, dan merencanakan kebutuhan masa depan. Rendahnya tingkat literasi keuangan pada masyarakat dapat menyebabkan pengeluaran

⁸ Yulia Rahmawati et al., “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Finansial (Fintech) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z,” *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 3 (2025): 705–13, <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jaem.v2i3.5794>.

⁹ Diana, Puspita. Sari, A. Pangiuk, and N. Fufita, “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Jambi Ambok Pangiuk Nurlia Fufita,” *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah (JUPIEKES)* 2, no. 1 (2024): 64–79.

¹⁰ Wardani Kesuma Putri, Nasution Padli Irwan, and Sundari Suci, “Pengaruh E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kalangan Mahasiswa,” *Jurnal Ilmiah Research Student* 2, no. 2 (2025): 500–507, <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jirs.v2i2.5651>.

implusif terutama dengan kemudahan transaksi digital yang ada. Oleh karena itu, literasi keuangan berperan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif.¹¹

Penelitian Reni Hariyani dan Tio Prasetyo (2024) menunjukan bahwa *e-wallet* memberikan pengaruh yang tidak signifikan pada perilaku konsumen generasi Z. Sedangkan literasi keuangan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen generasi Z. Hal ini selaras bahwa generasi Z ini menggunakan *e-wallet* untuk belanja sesuai kebutuhan dan tidak tergoda dengan promosi *e-wallet* sehingga tidak memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Pemahaman yang baik mengenai literasi keuangan dimiliki oleh generasi Z sehingga dapat mengontrol diri dengan baik dalam berperilaku mengelola keuangan pribadi.¹² Penelitian dari I G. N. Oka Ariwangsa dan Gde Bagus Surya Jayanatha (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan (pemahaman tentang uang) dan penggunaan *e-wallet* (dompet digital) secara signifikan meningkatkan perilaku konsumtif (kebiasaan belanja berlebihan) pada mahasiswa FEB di Kota Denpasar.¹³

Meskipun penelitian telah dilakukan mengenai perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-wallet* serta peran literasi keuangan belum ada penelitian yang meneliti tentang hubungan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif

¹¹ Hera Estre Mulyani Nenden Susilowati, Nur Hasanah Febriana, Imelda Wiguna, Giofani Putri Utami, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan *E-wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi* 11, no. September (2025): 105–14, <https://doi.org/10.33197/jabe.vol11.iss2.2025.3371>.

¹² Reni Hariyani and Tio Prasetyo, "Consumer Behavior Generasi Z : Aspek *E-wallet* Dan Financial Literacy," *Jurnal Administrasi Bisnis* 4, no. November (2024): 34–41.

¹³ Gde Bagus Surya Jayanatha Ariwangsa, I G. N. Oka, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Kota Denpasar," *Jurnal Wawasan Manajemen* 2, no. 3 (2024):306–12.

masyarakat Rejang Lebong dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Sebagian besar penelitian hanya membahas tentang perilaku konsumtif mahasiswa tentang penggunaan *e-wallet* serta penggunaan variabel literasi keuangan secara umum. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian yaitu bagaimana hubungan penggunaan *e-wallet* pada masyarakat Rejang Lebong dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini penting karena dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana teknologi keuangan memengaruhi perilaku ekonomi masyarakat di tingkat daerah. Berdasarkan pembahasan diatas, dapat dipahami bahwa penggunaan *e-wallet* memiliki potensi untuk memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat, namun pengaruh tersebut tidak berdiri sendiri literasi keuangan diduga memainkan peran penting sebagai variabel moderasi yang menentukan kuat atau lemahnya hubungan tersebut. Oleh karena itu, penelitian mengenai hubungan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Rejang Lebong dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi menjadi relevan untuk dikaji secara lebih mendalam.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini yaitu, perkembangan penggunaan *e-wallet* yang semakin meningkat dimasyarakat Rejang Lebong belum sepenuhnya diiringi dengan pemahaman mengenai dampaknya terhadap pola konsumsi masyarakat, serta kemudahan transaksi yang ditawarkan dapat berpotensi mendorong terjadinya perilaku konsumtif. Tingkat literasi keuangan

dimasyarakat yang beragama dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif namun peran moderasi ini belum dikaji secara spesifik pada masyarakat Rejang Lebong. Oleh karena itu, permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Rejang Lebong serta sejauh mana literasi keuangan berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada masyarakat Kabupaten Rejang Lebong yang memenuhi kriteria tertentu sebagai pengguna aktif *e-wallet*. Secara spesifik, subjek penelitian difokuskan pada kelompok responden berikut: Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup angkatan tahun 2022 sampai 2024, petani yang tergabung dalam organisasi Persatuan Petani Sayur Muda Selupuh Rejang, anggota aktif dari Komunitas Vespa Curup, pelaku wirausaha di bidang usaha konter yang menggunakan *e-wallet* dalam transaksi atau operasional usahanya. Perbedaan latar belakang kelompok dan profesi responden tersebut tidak dianalisis secara komparatif atau khusus dalam penelitian ini, melainkan hanya digunakan sebagai karakteristik responden untuk menggambarkan perilaku konsumtif masyarakat Rejang Lebong secara umum.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah

1. Apakah terdapat hubungan antara penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Rejang Lebong?
2. Apakah terdapat hubungan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Rejang Lebong?
3. Apakah peran literasi keuangan memoderasikan hubungan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif pada daerah Rejang Lebong?

E. Tujuan Penelitian

Dalam suatu penelitian tentu mempunyai tujuan tertentu yaitu menemukan serta menguji kebenaran suatu pengetahuan. Maka, itu tujuan dari penelitian ini yaitu

1. Untuk mengetahui hubungan antara penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Rejang Lebong
2. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Rejang Lebong
3. Untuk mengetahui apakah peran literasi keuangan memoderasikan hubungan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat daerah Rejang Lebong

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi kontribusi dalam memberikan gambaran mengenai hubungan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Rejang Lebong setelah dimoderasi oleh literasi keuangan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Masyarakat Rejang Lebong

Penelitian ini juga memberikan manfaat dalam membantu masyarakat Rejang Lebong memahami bahwa kemudahan teknologi finansial harus diimbangi dengan pengendalian diri dan perencanaan keuangan yang matang. Dengan demikian, penggunaan *e-wallet* tidak hanya memberikan kemudahan transaksi, tetapi juga tetap menjaga stabilitas keuangan rumah tangga.

b. Manfaat Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah daerah, khususnya instansi yang berkaitan dengan bidang ekonomi dan keuangan, dalam memahami dampak perkembangan teknologi finansial terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan kebijakan yang mendukung penggunaan sistem pembayaran digital secara sehat dan bertanggung jawab di masyarakat Rejang Lebong.

G. Review Kajian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan untuk menjadi sumber yang relevan dengan topik yang diangkat dalam penelitian ini.

1. Sri Rahma Wulandari, dkk (2025) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z di Wilayah Jakarta Barat”¹⁴

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di wilayah Jakarta Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa aktif berusia 18–27 tahun dari berbagai perguruan tinggi di Jakarta Barat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah literasi keuangan dan gaya hidup, sedangkan variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan langsung, yang dimana literasi keuangan dengan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, untuk pengaruh masing-masing variabel, literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, sebaliknya gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

¹⁴ Sri Rahma Wulandari, Darma Wijaya, and Fadli Ilyas, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z Di Wilayah Jakarta Barat,” *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika* 3, no. c (2025): 127–34, <https://doi.org/https://doi.org/10.70052/jeba.v3i2.1031>.

2. Tiara Argianti Cayadewi, dkk (2025) dengan judul ” Studi Literatur: Pengaruh Penggunaan *E-wallet* Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Gen Z”¹⁵

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-wallet* dan literasi keuangan mahasiswa generasi Z melalui pendekatan kualitatif literatur. Data diperoleh dari analisis 100 jurnal Nasional dan Internasional yang diterbitkan antara tahun 2020-2025.

Penelitian diatas menunjukan hasil bahwa, penggunaan *e-wallet* dikalangan mahasiswa menunjukan bahwa *e-wallet* memfasilitasi transaksi dan memberikan efisiensi serta memiliki potensi untuk meningkatkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif terjadi karena transaksi melalui *e-wallet* sering kali “tidak terasa” menguras uang secara fisik, yang mana hal ini berujung pada sulitnya mengontrol pengeluaran. Fenomena ini menunjukan bagaimana literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku yang lebih bijak dan sehat di era digital ini. Individu yang kuat dengan literasi keuangan biasany mampu untuk mengontrol dan membuat keputusan ekonomi yang lebih rasional.

3. Harum Neisella (2026) dengan judul “Analisis Penggunaan *E-wallet* Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang”¹⁶

¹⁵ Angga Pratama Tiara Argianti Cayadewi, Suryana, “Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan,” *Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship* 2, no. 2 (2025): 81–87.

¹⁶ Harum Neisella, “Analisis Penggunaan *E-wallet* Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang,” *Jurnal Ikraith-Ekonomika* 9, no. 2 (2026): 435–40, <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2>.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penggunaan *e-wallet* dan dampaknya pada perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang, yang dimana sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa yang aktif menggunakan *e-wallet*. Penelitian ini juga untuk menganalisis penggunaan dan imbasnya terhadap akhlak konsumtif mahasiswa, yang dimana dapat member kontribusi teoritis bagi mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi secara bijak di era digital.

Metode penelitian yang digunakan ialah metode kualitatif deskriptif melalui wawancara dan tinjauan pustaka dari berbagai penelitian. Subjek penelitian ini menggunakan metode sampling purposive atau hanya pada mahasiswa yang hanya menggunakan *e-wallet* dalam kegiatan sehari-hari. Sedangkan, data primer yang dikumpulkan melalui interview. Kemudian, data yang telah dikumpulkan akan diolah menggunakan metode analisis tematik.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa *e-wallet* dapat memberikan kemudahan, efisiensi, dan kecepatan dari segi transaksi, tetapi juga dapat memicu tingkat konsumtif pada mahasiswa terutama melalui pembelian impulsif terhadap promo.

4. Wia Lalyta dan Rina Susanti (2025) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan *E-wallet* Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta)”¹⁷

¹⁷ Susanti Rina and Wia Lalyta, “Pengaruh Literasi Keuangan , Penggunaan *E-wallet* Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta),” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 1 (2025): 254–64, <https://doi.org/https://doi.org/10.62017/jemb>.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan *e-wallet* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. . Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 95 mahasiswa generasi Z dengan menggunakan metode *proportionale stratified random sampling*.

Berdasarkan hasil analisis penelitian, literasi keuangan, penggunaan *e-wallet* serta gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z,

5. Salsabila dan Heru Sulistyو (2026) dengan judul “ Peningkatan Perilaku Konsumtif Melalui *Financial Literacy* pada Generasi Z di Semarang”¹⁸

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode verifikatif diterapkan dalam penelitian ini. Populasi penelitian terdiri atas Generasi Z di Kota Semarang yang telah memiliki penghasilan serta menggunakan layanan FinTech secara aktif. Sebanyak 265 responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring, dan data dianalisis menggunakan *Partial Least Squares– Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) untuk menilai efek langsung dan efek moderasi antar variabel. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi efek literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Semarang, dengan teknologi

¹⁸ Heru Sulistyو Salsabila, “Peningkatan Perilaku Konsumtif Melalui Literacy Pada Generasi Z Di Semarang,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan* 1, no. 1 (2026): 1–7.

keuangan (FinTech) dijadikan sebagai variabel moderasi. Analisis terhadap 265 responden Generasi Z di Kota Semarang, diketahui bahwa perilaku konsumtif diefeki secara negatif oleh literasi keuangan dan secara positif oleh teknologi keuangan (FinTech), di mana kemudahan transaksi dan promosi pada FinTech mendorong pembelian impulsif. *FinTech* juga terbukti memoderasi hubungan keduanya, membantu pengelolaan keuangan bagi individu dengan literasi tinggi namun meningkatkan konsumtifitas pada yang berliterasi rendah.

6. Trinh Quang Long, dkk (2023) dengan judul “*Financial literacy, behavioral traits, and ePayment adoption and usage in Japan*”¹⁹

Studi ini meneliti bagaimana literasi keuangan dan ciri perilaku memengaruhi adopsi layanan pembayaran elektronik (ePayment) di Jepang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 25.000 individu

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan penggunaan *e-wallet* atau pembayaran digital yang dipengaruhi oleh karakteristik perilaku individu seperti sikap terhadap risiko dan kecenderungan mengikuti trend . Jika dihubungkan dengan judul maka peneliti ini mendukung bahwa literasi keuangan mempengaruhi penggunaan *e-wallet* yang dimana perilaku konsumtif individu dapat memperkuat dan memperlemah hal tersebut. Literasi

¹⁹ Trinh Quang Long, Peter J Morgan, and Naoyuki Yoshino, “*Financial Literacy , Behavioral Traits , and EPayment Adoption and Usage in Japan,*” *Financial Innovation* 9 (2023), <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00504-3>.

keuangan berpotensi menjadi variabel moderasi karena melihat hubungan antara penggunaan *e-wallet* dengan perilaku konsumtif

7. Ishaan Singh Sarna (2021) dengan judul “*Impact Of Digital Wallets On Consumer Behavior In India*”²⁰

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumen di India, khususnya dalam transisi menuju ekonomi tanpa uang tunai. Penelitian ini berfokus pada peningkatan pada penggunaan dompet digital dalam mempengaruhi kebiasaan berbelanja serta persepsi konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner online sebanyak 50 dari Delhi, Mumbai dan Ganganagar, responden dari rentang usia 18-65 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dompet digital memberikan dampak secara umum positif terhadap perilaku konsumen. Faktor utamanya adalah kemudahan dan kecepatan transaksi.

Berdasarkan tujuh penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-wallet* dan tingkat literasi keuangan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku konsumtif, khususnya pada generasi Z dan kelompok usia produktif. Penelitian oleh Sri Rahma Wulandari menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan tidak selalu berpengaruh secara langsung. Sementara itu, studi literatur oleh Tiara Argianti Cayadewi

²⁰ Ishaan Singh Sarna, “Impact of Digital Wallets on Consumer Behavior in India,” *International Journal of Advanced Research* 9, no. 09 (2021): 220–36, <https://doi.org/10.21474/ijar01/13397>.

menegaskan bahwa penggunaan *e-wallet* memiliki dampak ganda: mempermudah transaksi sekaligus berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif akibat promo digital seperti *cashback* dan *flash sale*, terutama ketika literasi keuangan rendah.

Penelitian Harum Neisella dan Ishaan Singh Sarna juga memperlihatkan bahwa kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan transaksi digital mendorong peningkatan pembelian impulsif. Di sisi lain, penelitian Salsabila dan Heru Sulistyو membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan teknologi keuangan (*FinTech*) berpengaruh positif, serta berperan sebagai variabel moderasi. Artinya, individu dengan literasi tinggi cenderung mampu mengendalikan konsumsi meskipun menggunakan teknologi digital.

Penelitian internasional oleh Trinh Quang Long dkk dalam jurnal *Financial Innovation* juga memperkuat bahwa literasi keuangan meningkatkan adopsi dan intensitas penggunaan e-payment, namun efeknya dipengaruhi oleh karakteristik perilaku.

Jika dikaitkan dengan judul penelitian “*Hubungan Penggunaan E-wallet terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Rejang Lebong dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi*”, maka dapat dilihat bahwa sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada mahasiswa atau generasi Z di wilayah perkotaan. Penelitian-penelitian tersebut juga lebih banyak menguji pengaruh langsung (langsung X ke Y), sementara kajian mengenai

peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi pada masyarakat umum, khususnya di daerah seperti Rejang Lebong, masih sangat terbatas.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan karena menguji hubungan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat umum di tingkat daerah serta menempatkan literasi keuangan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Penggunaan *E-wallet* (Dompot Digital)

E-wallet atau dompet digital merupakan layanan elektronik yang digunakan untuk menyimpan data instrumen pembayaran serta dana guna melakukan transaksi. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016, e-wallet adalah layanan elektronik yang dapat menyimpan alat pembayaran seperti kartu atau uang elektronik yang digunakan untuk berbagai transaksi. Kehadiran e-wallet menjadi solusi pembayaran non-tunai yang praktis, aman, dan efisien, serta mendukung transformasi digital dalam sistem keuangan..²¹ Penggunaan e-wallet di Indonesia semakin berkembang seiring dengan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menggunakan transaksi non-tunai. Teknologi ini memungkinkan masyarakat melakukan berbagai transaksi seperti pembayaran belanja, transfer dana, pembelian pulsa, dan pembayaran tagihan secara cepat melalui perangkat digital.²²

Dalam menjelaskan penggunaan e-wallet, *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat (*perceived usefulness*) menjadi faktor utama dalam penerimaan teknologi. Semakin mudah dan

²¹Suyanto, *Mengenal Dompot Digital Di Indonesia*, 2023.

²² Putri Nadhilah, Ridwan Indra Jatikusumo, dan Erwin Permana, “JEMMA (*Jurnal of Economic , Management , dan Accounting*) Efektifitas Penggunaan *E-wallet* Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian” 4, no. September (2021): 128–38.

bermanfaat suatu teknologi, maka semakin tinggi tingkat penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari.²³

Di Indonesia, beberapa e-wallet yang populer antara lain DANA, OVO, GoPay, LinkAja, dan ShopeePay.²⁴ Keunggulan utama e-wallet terletak pada kemudahan dan kecepatan transaksi, seperti penggunaan QRIS, serta berbagai fitur menarik seperti cashback, diskon, dan reward. Selain itu, e-wallet juga dilengkapi dengan sistem keamanan seperti PIN, OTP, dan verifikasi biometrik, serta diawasi oleh Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).²⁵

Selain diatur dalam regulasi keuangan, penggunaan uang elektronik juga mendapatkan landasan hukum dari perspektif syariah melalui Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia yaitu melalui Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017. Fatwa tersebut menjelaskan bahwa uang elektronik diperbolehkan digunakan selama memenuhi prinsip-prinsip syariah yang dimana tidak mengandung unsur riba, gharar (ketidakjelasan), maysir (spekulasi), serta digunakan untuk transaksi halal.²⁶

Secara teoritis, penggunaan e-wallet dapat mempengaruhi perilaku konsumtif individu. Dalam *Consumer Behavior Theory*, kemudahan transaksi

²³ Thalitha Aprilla et al., “Analisis Penggunaan ‘Ovo’ Melalui Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (Tam)” (2020).

²⁴Fanny Jitmau, Pitter Leiwakabessy, and Ayu Fitri, “Peran Dompot Digital Dalam Mempermudah Proses Transaksi Di Kalangan Mahasiswa Saint Paul Kota Sorong,” *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam Volume 7*, no. 1 (2025): 34–51, <https://doi.org/https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v7i1.3602> syarikah.

²⁵ Diah Fitri Harseno, “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-wallet Di Indonesia,” *Jurnal*, 2021.

²⁶ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah* (Jakarta: DSN-MUI, 2017).

dapat meningkatkan frekuensi pembelian karena menurunkan pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan.²⁷ Hal ini diperkuat oleh *Mental Accounting Theory* yang menyatakan bahwa individu cenderung memperlakukan uang digital berbeda dengan uang tunai sehingga lebih mudah dibelanjakan.²⁸ Selain itu, *Impulse Buying Theory* menjelaskan bahwa adanya promo seperti diskon dan cashback dapat mendorong pembelian yang tidak direncanakan. Dengan demikian, kemudahan penggunaan e-wallet berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif individu.²⁹

Dalam *e-wallet* yang akan diteliti hanya aplikasi dana, ovo, link aja, gopay, dan shoppepay. DANA merupakan dompet digital yang dikembangkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe yang didukung oleh Emtek Group dan Ant Financial. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur seperti transfer saldo antar pengguna dan antar bank, pembelian pulsa atau paket data, pembayaran tagihan, serta top-up saldo. DANA telah terdaftar dan diawasi oleh Bank Indonesia serta Kementerian Komunikasi dan Digital.³⁰

OVO adalah dompet digital yang dikembangkan oleh PT Visionet Internasional di bawah naungan Grup Lippo. OVO digunakan untuk berbagai transaksi pembayaran dan bekerja sama dengan berbagai mitra seperti Grab,

²⁷ Leon G. Schiffman dan Joseph L. Wisenblit, *Consumer Behavior*, 12th ed. (Boston: Pearson, 2019).

²⁸ Richard H. Thaler, "Mental Accounting and Consumer Choice," *Marketing Science* 4, no. 3 (1985): 199–214.

²⁹ Solomon M. R., *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, 12th ed. (Harlow: Pearson, 2018).

³⁰ Fitratul Aini et al., "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA Menggunakan Metode TAM Dan EUCS," *Jurnal Sistem Cerdas* 6, no. 1 (2023): 65–76, <https://doi.org/10.37396/jsc.v6i1.288>.

Tokopedia, dan Alfamart, serta mendukung transaksi berbasis QR Code yang dapat diakses oleh pelaku UMKM.³¹

ShopeePay merupakan layanan dompet digital dari Shopee yang digunakan untuk transaksi baik di dalam maupun di luar aplikasi Shopee. Layanan ini menawarkan berbagai promo seperti diskon, cashback, dan gratis ongkir yang menarik minat pengguna dalam bertransaksi.³²

GoPay adalah layanan uang elektronik yang terintegrasi dalam aplikasi Gojek, yang didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010. GoPay digunakan sebagai alat pembayaran non-tunai untuk berbagai layanan Gojek serta transaksi lainnya.³³

LinkAja merupakan layanan keuangan digital yang dikembangkan oleh PT Fintek Karya Nusantara (Finarya). Selain layanan umum, LinkAja juga menyediakan layanan berbasis syariah seperti pembayaran zakat, infak, dan sedekah. Selain itu, i.saku merupakan layanan uang elektronik yang diterbitkan oleh PT Inti Dunia Sukses (Indomaret Group) yang memudahkan transaksi di merchant tertentu serta menyediakan layanan pembayaran tagihan dan tarik tunai..³⁴

Menurut teori TAM (Technology Acceptance Model) Freed Davis 1989 *e-wallet* memiliki 4 indikator yaitu, *Perceived Ease Of Use* (Persepsi kemudahan

³¹ Abdul Yusuf, "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Ovo," *Jurnal Manajemen* 11, no. 1 (2021): 54–63.

³² Gilda Pramesti et al., "Pengaruh Penggunaan *E-wallet* ShopeePay Dan Promosi *Cashback* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Bangun Rekaprima* 9, no. 1 (2024): 35–42, <https://doi.org/10.32497/bangunrekaprima.v9i1.4425>.

³³ M Balya Haidari and Kartika Gianina Tileng, "Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh Pada Penggunaan Go-Pay," *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi (JUISI) Universitas Ciputra* 04, no. 01 (2018): 10–15.

³⁴ website: www.i-saku.com diakses tanggal 4 Maret 2026

penggunaan), *Perceived Usefulness* (Persepsi kebermanfaatan), *Attitude Toward Using* (Sikap Penggunaan), *Actual Usage* (Penggunaan nyata) .³⁵

Mengembangkan dari teori TAM, menurut penelitian dari Anastasya Tiara Az – Zahra *e-wallet* memiliki 5 indikator, yaitu:³⁶

a. Kecepatan transaksi

Kecepatan transaksi merupakan indikator untuk mengukur efisiensi operasional *e-wallet*, karena semakin cepat proses transaksi maka semakin tinggi efisiensi yang dirasakan pengguna. Proses pembayaran digital mampu memangkas waktu dalam bertransaksi yang dimana meningkatkan kepuasan pengguna.

b. Keamanan aplikasi

Keamanan transaksi adalah aspek yang sangat krusial karena berkaitan dengan kepercayaan pengguna terhadap sistem digital. Tingginya tingkat kejahatan siber yang dimana dapat mencuri data, keamanan transaksi menjadi indikator utama dalam *e-wallet*. Tingkat keamanan yang terdapat pada *e-wallet* yaitu melalui sistem enkripsi, autentikasi ganda, dan perlindungan privasi. Sistem perlindungan yang digunakan oleh *e-wallet* untuk menjaga data pengguna dan mencegah penyalahgunaan akun atau transaksi. Keamanan dalam *e-wallet* yaitu Penggunaan PIN / password, verifikasi OTP (*One Time Password*), biometrik (sidik jari / *face recognition*)

³⁵ Thalitha Aprilla, hal 28-31

³⁶ Anastasya Tiara Az-zahra, “Evaluasi Efisiensi Operasional *E-wallet* Dalam Mendukung Transaksi Digital Di Sektor Umkm Kota Palopo” (Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, 2025).

c. Kemudahan penggunaan

Kemudahan *e-wallet* merupakan faktor dominan yang mendorong adopsi penggunaan *e-wallet* karena aplikasi yang mudah dipahami dan tidak memerlukan keterampilan teknis yang rumit. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan semakin meningkatkan penggunaan *e-wallet*.

d. Tingkat adopsi dan kepuasan penggunaan

Kepuasan penggunaan menggambarkan sejauh mana pengguna merasa puas terhadap manfaat *e-wallet* dan berkomitmen untuk terus menggunakannya. Kepuasan yang tinggi terhadap keamanan, kecepatan, dan kemudahan mendorong pengguna untuk tetap menggunakan *e-wallet*.

e. Tawaran promo atau *cashback* yang ditawarkan

Selain kemudahan, kecepatan, dan keamanan, biasanya *e-wallet* menawarkan berbagai diskon yang menarik berupa potongan harga hingga voucher cuma-cuma jika pengguna melakukan transaksi di *e-wallet* tersebut. Tawaran promosi mendorong pengguna untuk menggunakan *e-wallet* secara berulang-ulang,

Menurut penelitian dari Anisa Febriyanti *e-wallet* memiliki 4 indikator.³⁷

³⁷ Anisa Febriyanti, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan *E-wallet* Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Z (Di SMA Negeri 2 Tegineneng)" (Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2024), http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/10375/1/SKRIPSI_Anisa_Febriyanti_-_2003021010_-_PBS.pdf.

a. Fleksibilitas

Fleksibilitas dalam dompet digital mengacu pada kemampuan suatu teknologi yang dapat digunakan dalam berbagai kondisi, waktu dan kebutuhan pengguna. Fleksibilitas dalam *e-wallet* mencerminkan tentang kemudahan pengguna dalam melakukan berbagai jenis transaksi serta kapan saja dan dimana saja. Tingginya tingkat fleksibilitas akan mendorong penggunaan *e-wallet* untuk lebih intensif dalam aktivitas sehari-hari.

b. Reward

Banyak *e-wallet* yang menawarkan program *reward* kepada pengguna mereka. Setiap kali pengguna melakukan pembayaran dan transaksi tertentu melalui aplikasi *e-wallet*, yang mana mereka dapat menerima *point reward* atau pendapatan potongan harga atau *cashback*. Ini dapat menambah minat serta memberikan insentif tambahan bagi pengguna untuk menggunakan aplikasi dalam transaksi keuangan mereka dan dapat membantu mengurangi pengeluaran secara keseluruhan.

c. Kenyamanan

Kenyamanan merupakan keadaan dimana pengguna merasa senang saat menggunakan dan merasakan hasil dari teknologi dalam aktivitasnya. Kenyamanan meliputi kepuasan, waktu yang digunakan,

biaya yang dikeluarkan serta proses usaha untuk memunculkan keputusan memakai suatu jasa atau keputusan pembelian sesuatu.

d. *Budgeting dan Goal Setting*

Budgeting dan goal settingan merupakan proses perencanaan dana serta penetapan tujuan keuangan yang dilakukan dengan mengalokasikan pendapatan kedalam berbagai kebutuhan dan pengeluaran dalam waktu tertentu agar mengelola keuangan secara lebih terarah, sehingga dapat meningkatkan kedisiplinan dan kesadaran finansial.

e. Kemudahan memantau transaksi

Kemudahan memantau transaksi adalah kemampuan suatu sistem pembayaran digital agar pengguna dapat melihat daftar transaksi, mengetahui waktu dan tanggal transaksi secara jelas, melihat jumlah uang masuk dan keluar, serta dapat mengakses riwayat transaksi kapan saja dan dimanapun. Penelitian terdahulu yang membahas tentang *Electronic Payment Threats And Security: A Systematic Literature Review* menunjukkan bahwa aspek keamanan, transparansi, serta deteksi aktivitas mencurigakan merupakan faktor yang sangat penting dalam sistem penggunaan *e-wallet*.³⁸

Dari penelitian diatas mengindikasikan bahwa pemantauan riwayat transaksi memiliki peran pening dalam mendukung penggunaan

³⁸ Amelia Citra Dewi, Erik Iman Heri Ujianto, and Rianto Rianto, “*Electronic Payment Threats and Security: A Systematic Literature Review*,” *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika (JANAPATI)* 13, no. 2 (2024): 301–15, <https://doi.org/10.23887/janapati.v13i2.76635>.

e-wallet untuk meminimalisir resiko penyalahgunaan transaksi. Oleh karena itu, penambahan indikator kemudahan memantau transaksi menjadi relevan sebagai pengembangan dari penelitian sebelumnya.

1. **Perilaku Konsumtif**

Dalam perspektif Alquran, perilaku mencakup tindakan, sikap, dan respon seseorang terhadap stimulus baik dari dalam maupun luar. Perilaku yang baik merupakan wujud dari keimanan dan ketakwaan kepada Allah, sedangkan perilaku buruk merupakan akibat dari mengabaikan terhadap ajaran agama dan tuntutan Al-Quran. Al-Quran menekankan pentingnya perilaku yang baik dan menjauhi perilaku yang buruk. Perilaku yang baik adalah cerminan dari ketakwaan seseorang kepada Allah yaitu kesadaran akan kehadiran Allah dan menjalani perintahnya.³⁹

Menurut ajaran Islam, perilaku konsumtif dianggap sebagai perilaku yang bertentangan dengan prinsip hidup hemat dan sederhana. Prinsip yang dianjurkan dalam Islam adalah *Qana'ah* (merasa cukup), sederhana, berkah dan manfaat. Dalam Islam, pengelolaan keuangan harus dilakukan secara bijak dan sesuai dengan prinsip syariah seperti menghindari riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi). Islam mengajarkan umatnya untuk mengontrol keinginan dan tidak terjebak dalam gaya hidup yang hanya mengejar kesenangan duniawi. Islam menekankan pentingnya menjaga

³⁹Waryainah Waryainah, "Analisis Perilaku Kerja Prestatif Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Qaf: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir* 4, no. 1 (2022): 94–112, <https://doi.org/10.59579/qaf.v4i1.3527>.

keseimbangan kebutuhan dan keinginan serta memperhatikan keberkahan dan kemaslahatan dalam setiap tindakan konsumtif.⁴⁰

Dalam Al-Qur'an surah Al-Furqon ayat 67, berbunyi

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.”

Perilaku konsumtif merupakan tindakan yang rasional dimana perilaku masyarakat dalam membeli barang tanpa melakukan pertimbangan serta lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Keadaan ini sering dijumpai dikalangan masyarakat umum tentunya juga dapat terjadi dikalangan mahasiswa. Mahasiswa selalu identik dengan sikap ingin top up date untuk memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder, serta mahasiswa yang mudah dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.⁴¹

Perilaku konsumtif menurut Menurut Kotler dan Keller mendefinikan bahwa perilaku konsumtif diartikan sebagai suatu tindakan individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, menggunakan produk atau jasa secara tidak tuntas agaimana Perilaku ini cenderung membeli barang secara impulsif, mengikuti tren serta memenuhi kepuasan diri tanpa mempertimbangkan manfaat dan kegunaan. Menurut Kotler dan Keller,

⁴⁰ Rahmania Ramadhani Dzikrulloh, M. Yunus, Konsumsi dalam lensa Islam: Antara kebutuhan dan keinginan “*jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*” (2019)

⁴¹ Mulyati Sri, “Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI),” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)* 8 (2023).

perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, pribadi, dan budaya yang membentuk keputusan pembelian individu.⁴²

Menurut Sumartono perilaku konsumtif terdiri dari 6 indikator.⁴³

a. Membeli karena iming-iming hadiah

Perilaku konsumtif konsumen yang dimana membeli barang atau jasa bukan karena kebutuhan melainkan karena adanya hadiah yang ditawarkan oleh penjual. Pada penelitian Belva Rizki Mufidah, dkk menunjukkan bahwa promosi seperti pemberian hadiah, *cashback* mendorong perilaku konsumtif karena pembelian tidak lagi berdasarkan kebutuhan.⁴⁴

b. Membeli karena kemasan menarik

Perilaku yang terjadi ketika ingin membeli suatu produk karena desain atau tampilan luar yang menarik. Akibatnya, keputusan membeli bukan lagi didasari oleh fungsi atau kebutuhan, melainkan pada tampilan luar produk. Pada penelitian Rifa'atul Mahmudah, dkk tampilan produk dan desain kemasan produk yang unik, warna mencolok terbukti mempengaruhi keputusan pembelian impulsif, karena daya tarik kemasan dan *display* produk.⁴⁵

⁴² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, edisi ke-15 (Harlow: Pearson Education Limited, 2016), hlm. 166.

⁴³ nining Triningsih Nurjanah, Siti, Saparudin Mukhtar, Elsi Ulfatmi, "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta," *Jurnal Parameter* 31, No. 2 (2019): 124–33, <https://doi.org/10.21009/Parameter.312.05>.

⁴⁴ Belva Rizki Mufidah et al., "Analisis Promo *E-wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember," *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 9, no. 2 (2023): 78–87, <https://doi.org/10.35313/jrbi.v9i2.4715>.

⁴⁵ Rifa'atul Mahmudah, Rahmat Ferdiansyah, and Fitriana Fitriana, "Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Perilaku Belanja Impulsif Wanita Di Toko Gaudi Makassar," *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 4 (2024): 284–95, <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i4.3250>.

c. Membeli karena menjadi penampilan dan gangsi

Individu membeli produk untuk menunjang penampilan diri serta meningkatkan rasa percaya diri dihadapan orang lain, produk yang dibeli biasanya berkaitan dengan gaya hidup. Dalam hal ini, konsumsi menjadi alat untuk membangun citra diri, bukan untuk kebutuhan. Menurut penelitian dari Rahadyan Tajuddien, Alvin Praditya, media sosial menjadi faktor pendorong konsumsi berbasis gaya hidup dan citra diri dalam memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial, bukan lagi karena kebutuhan.⁴⁶

d. Membeli atas dasar harga yang mahal

Indikator ini menunjukkan bahwa konsumen tertarik membeli barang atau jasa karena harganya yang tinggi serta dianggap mencerminkan kualitas. Menurut penelitian dari Moh. Zaki Kurniawan harga tinggi sering diasosiasikan dengan kualitas yang lebih baik, sehingga memicu perilaku konsumtif karena persepsi nilai yang melekat pada harga.

e. Membeli karena menjaga simbol status

Individu membeli untuk mempertahankan status sosial seperti membeli produk dengan merek terkenal yang dianggap memiliki kedudukan sosial apabila menggunakan barang tersebut. Menurut penelitian dari Moh. Zaki Kurniawan tekanan sosial serta karena tidak ingin ketinggalan tren individu membeli produk yang tidak dibutuhkan

⁴⁶ Rahadyan Tajuddien and Alvin Praditya, "Pengaruh Sosial Media Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Online Marketplace," *Jurnal Arastirma* 2, no. 2 (2022): 180, <https://doi.org/10.32493/arastirma.v2i2.23169>.

karena membeli produk tertentu dianggap memiliki kedudukan sosial yang tinggi.⁴⁷

f. Membeli karena konformitas terhadap model yang mengiklankan

Perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh tokoh yang mengiklankan seperti selebritis, atau publik figur lainnya. Konsumen cenderung meniru gaya selebritis, atau publik figur karena dianggap menarik atau menjadi panutan dalam membeli sesuatu. Menurut penelitian Siti Adyanur Kholishoh, Ferdinan Ardani Putra bahwa promosi dikemas melalui iklan dan endorsement untuk mempengaruhi keputusan konsumen hingga cenderung meniru gaya hidup tokoh idola mereka, sehingga keputusan membeli dipengaruhi oleh faktor sosial bukan kebutuhan.⁴⁸

Menurut penelitian dari Berty Novaria Berlin dan Sri Sudarsi perilaku konsumtif memiliki 4 indikator, yaitu⁴⁹

a. Kepuasan sesaat

Kepuasan sesaat adalah kondisi ketika individu merasa senang dan bahagia saat melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kebutuhan jangka panjang. Kepuasan sesaat adalah penggunaan pembayaran digital yang mendorong perilaku konsumtif seperti pembelian yang dipengaruhi oleh gaya hidup modern.

⁴⁷ Moh. Zaki Kurniawan, "Peran Literasi Keuangan, Harga, Dan Promosi Penjualan Pada Perilaku Konsumtif Generasi Z," *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 8, no. 1 (2023): 151–62, <https://doi.org/10.30737/ekonika.v8i1.3636>.

⁴⁸ Siti Adyanur Kholishoh and Ferdinan Ardani Putra, "Pengaruh Promosi *Cashback* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif," *Medio Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, No. 1 (2024): 37–48, <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/pressrelease/2020/indonesian/pesatnya-perubahan-perilaku->.

⁴⁹ Berty Novaria Berlin and Sri Sudarsi, "Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital Dan Gaya Hidup," *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 21, no. 1 (2026): 1–13.

b. Frekuensi belanja

Frekuensi belanja yang mengacu pada seberapa sering seseorang melakukan transaksi atau pembelian dalam periode atau waktu tertentu. Semakin tinggi frekuensi belanja, maka semakin besar kecenderungan individu memiliki perilaku konsumtif.

c. Kemudahan transaksi

Kemudahan transaksi non-tunai (seperti QRIS dan *e-wallet*) menjadi faktor utama meningkatnya penggunaan dan konsumsi.

d. Ketergantungan

Ketergantungan pada perilaku konsumtif adalah ketika perubahan gaya hidup membuat masyarakat semakin mengandalkan pembayaran digital pada aktivitas sehari-hari yang mana hal ini menunjukkan adanya ketergantungan pada sistem digital.

2. Literasi Keuangan

Literasi keuangan menurut OJK adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. OJK menekankan bahwa literasi keuangan berkaitan

langsung dengan kesejahteraan masyarakat dan stabilitas sistem keuangan. Berdasarkan data OJK, tingkat literasi di Indonesia pada tahun 2025 sebesar 66,46%. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat tentang pengelolaan keuangan semakin membaik.⁵⁰

Menurut Emmanuel Kojo Oseifuah, literasi keuangan merupakan kemampuan individu yang tidak hanya terbatas pada pengetahuan mengenai konsep-konsep keuangan tetapi mencakup sikap dan perilaku dalam mengelola keuangan secara efektif. Indikator dalam literasi keuangan meliputi pengetahuan, sikap dan perilaku⁵¹. Dalam perkembangan teknologi finansial (fintech), literasi keuangan menjadi semakin penting. Kemudahan transaksi melalui *e-wallet*, mobile banking, dan pinjaman online dapat mendorong perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan pemahaman keuangan yang baik. Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami konsep dan risiko keuangan serta memiliki keterampilan, motivasi, dan kepercayaan diri dalam menerapkan pengetahuan tersebut untuk membuat keputusan keuangan yang efektif guna meningkatkan kesejahteraan finansial individu maupun masyarakat.

Literasi keuangan telah menjadi sebuah kecakapan hidup yang harus dimiliki oleh setiap individu dalam menjalani kehidupan jangka panjang, untuk itu literasi keuangan sendiri terdiri dari beberapa kemampuan dan pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat

⁵⁰ Website <https://ojk.go.id> diakses pada 05 Maret 2025

⁵¹ Nur Wahyuni, "Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Mikro Syariah," *Jasie-Journal of Aswaja and Islamic Economics* 1, no. 1 (2022): 20–27, <https://doi.org/10.31942/jse.v1i1.6794>.

mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya, karena literasi keuangan sangat erat kaitannya dengan pengelolaan keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka akan semakin baik pula pengelolaan keuangan orang tersebut, Untuk itu, perlu adanya peningkatan literasi keuangan pada diri seseorang.⁵²

Dalam perspektif Islam, literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk mengelola keuangan berdasarkan prinsip Islam seperti menghindari riba, *gharar* (ketidakjelasan), *maysir* (spekulasi) yang pada dasarnya telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya mengenai penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif. Nilai-nilai pengelolaan keuangan dalam Islam juga dijelaskan pada Qur'an Surah Al-Isra Ayat 26-27 yang dimana menjelaskan tentang larangan sikap boros dalam menggunakan harta, selain itu Qur'an Surah Al-Furqon Ayat 67 menjelaskan bahwa seorang muslim hendaknya berbelanja hartanya tidak berlebihan serta tidak pula bersikap kikir. Perspektif syariah melalui Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia yaitu melalui Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017. Fatwa tersebut menjelaskan bahwa uang elektronik diperbolehkan digunakan selama memenuhi prinsip-prinsip syariah yang dimana tidak mengandung unsur riba, *gharar* (ketidakjelasan), *maysir* (spekulasi), serta digunakan untuk transaksi halal. Oleh karena itu, pada bagian literasi keuangan syariah ini ayat tersebut

⁵² Monica Oktaviani, Merisa Oktaria, dan Rinto Alexdanro, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa" 9, no. 2 (2023): 136–45.

hanya digunakan sebagai penegasan bahwa Islam telah memberikan pedoman dalam pengelolaan keuangan yang bijak.

Menurut penelitian dari Oktafian Histori literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan digital payment, karena individu yang memiliki pengetahuan dan pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu menilai manfaat dan risiko dari layanan tersebut sehingga lebih percaya diri dalam menggunakannya. Di sisi lain, penggunaan digital payment juga dianggap sebagai perilaku keuangan yang berisiko, sehingga tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat membantu individu dalam mengambil keputusan yang lebih bijak.⁵³ Indikator literasi keuangan menurut Yessi Nesner.⁵⁴

a. *Financial Knowledge* (pengetahuan)

Pemahaman individu terhadap konsep-konsep dasar keuangan seperti pengelolaan keuangan, tabungan, investasi, serta resiko keuangan. Individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik akan mampu untuk mengelola pendapatan serta mampu membedakan kebutuhan dan keinginan.

b. *Financial attitude* (sikap)

Sikap ini mencerminkan bagaimana seseorang memandang pentingnya perencanaan kelola keuangan serta kontrol terhadap pengeluaran.

c. *Financial behavior* (Perilaku)

⁵³ Oktafian Histori S., "Financial Literacy, Social Influence and the Use of Digital Payments: A Literature Review," *Proceeding of The International Conference on Economics and Business* 1, no. 2 (2022): 206–20, <https://doi.org/10.55606/iceb.v1i2.124>.

⁵⁴ Azwar Nesner, Yessi, Ulfiah Novita, Irdyanti, "Analisis Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Riau," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 255–68.

Tindakan nyata seseorang dalam mengelola keuangannya sehari-hari seperti membuat anggaran, menabung, serta mengontrol pengeluaran keuangan. Perilaku keuangan merupakan hasil dari pemahaman dan sikap yang dimiliki.

d. *Financial Skill* (Keterampilan Keuangan)

Kemampuan individu dalam mengelola keuangan, seperti menyusun anggaran, mengatur pengeluaran serta merencanakan keuangan. Berbeda dengan pengetahuan, dalam hal ini menekankan pada implementasi nyata dalam kehidupan sehari-hari.

b. *Financial Confidence* (Keyakinan/Kepercayaan Keuangan)

Financial Confidence adalah tingkat kepercayaan diri individu dalam mengambil keputusan keuangan serta untuk melihat kemampuan diri dalam mengelola uang, memilih produk keuangan serta menghasilkan resiko finansial. Namun, jika tidak diimbangi dengan pengetahuan kepercayaan diri bisa menyebabkan kesalahan dalam mengambil keputusan keuangan

Indikator literasi keuangan menurut Leni Yuliyanti dan Badriah Muntashopi.⁵⁵

a. Perencanaan Keuangan

Perencanaan keuangan adalah proses dalam mengelola pendapatan, pengeluaran serta aset untuk mencapai tujuan jangka panjang ataupun jangka pendek. Perencanaan mencakup penyusunan anggaran,

⁵⁵ Badria Muntasofi Yuliyanti, Leni, "Literasi Keuangan Digital Dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Sebagai Pendorong Keputusan Investasi," *Pendidikan Akuntansi Indonesia* 21, no. 1 (2023): 19–40, <https://journal.uny.ac.id/index.php/jpakun/article/view/57747/19824>.

pengelolaan arus kas, penentuan prioritas kebutuhan, investasi serta dana pensiun. Perencanaan keuangan menjadi indikator penting karena untuk mencerminkan kemampuan individu dalam berfikir jangka panjang dan mengambil keputusan secara rasional.

b. Kesadaran Menabung

Kesadaran menabung adalah tingkat pemahaman individu terhadap pentingnya menyisihkan sebagian pendapat untuk kebutuhan masa depan.

c. Mengelola Utang

Mengelola utang adalah kemampuan individu dalam mengatur, menggunakan, dan mengendalikan kewajiban finansial agar tidak menimbulkan masalah keuangan. Indikator ini mencakup pemahaman tentang jenis utang, bunga, jangka waktu pembayaran, serta risiko yang mungkin timbul. Pengelolaan utang yang buruk dapat menyebabkan masalah serius seperti beban finansial yang tinggi, gagal bayar, hingga stres ekonomi.

Indikator literasi keuangan menurut penelitian dari Reza Widhar Pahlevi Dan Lazuardi Nashrullah.⁵⁶

a. Kesadaran Keuangan

Kesadaran keuangan adalah suatu kondisi seseorang yang mulai sadar akan pemahaman keuangan mulai dari pengelolaan keuangan

⁵⁶ Reza Widhar Pahlevi and Lazuardi Nashrullah, "Pendidikan Keuangan Keluarga, Kesadaran Keuangan Dan Tingkat Personal Finance," *AFRE (Accounting and Financial Review)* 3, no. 2 (2021): 172–79, <https://doi.org/10.26905/afr.v3i2.5840>.

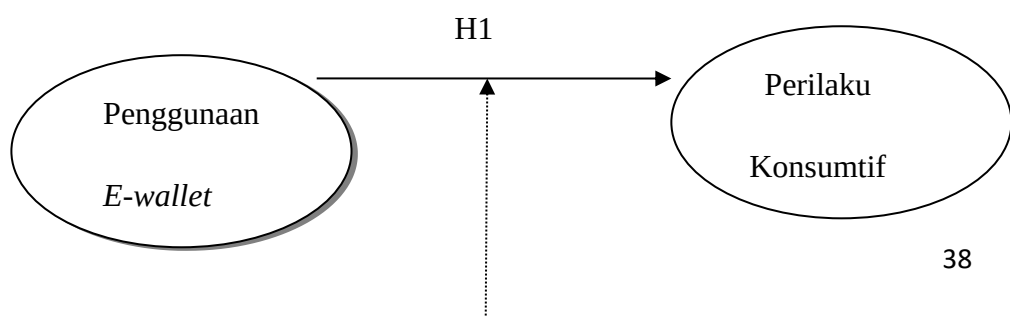
secara nyata serta dapat meningkatkan kesadaran individu dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih baik untuk masa depan.

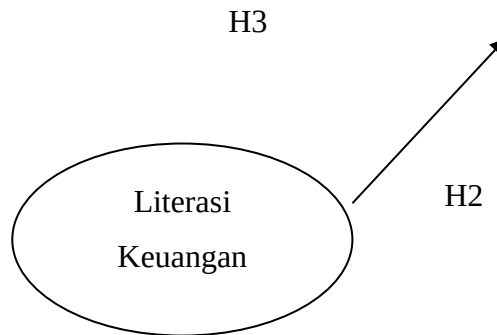
b. Perencanaan Keuangan

Perencanaan keuangan adalah bentuk seseorang dalam pengelolaan keuangan untuk mencapai tujuan pribadi. Perencanaan keuangan dipandang dapat menyeimbangkan gaya hidup dengan perilaku produktif seperti menabung dan berinvestasi agar kebutuhan dapat terwujud serta lebih siap dalam merencanakan masa depan finansial yang lebih stabil

2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah alur yang hubungan antara variabel untuk menunjukkan tujuan penelitian. Alur kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut.





Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dapat diketahui bahwa penggunaan *e-wallet* mempermudah transaksi hingga mendorong perilaku konsumtif, sehingga literasi keuangan berperan sebagai variabel moderasi untuk mengubah kekuatan hubungan tersebut. Apabila literasi keuangan tinggi, maka pengaruh *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif akan menjadi lemah. Sebaliknya, jika literasi keuangan rendah maka pengaruh *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif menjadi kuat.

3. Hipotesis

Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesisi yang diajukan dalam penelitian ini adalah

H1 : Terdapat hubungan positif signifikan antara penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif.

Penggunaan *e-wallet* memberikan kemudahan dalam bertransaksi,serta adanya berbagai promo dan *cashback* yang ditawarkan. Kemudahan ini mendorong individu untuk melakukan pembelian impulsif, semakin tinggi penggunaan *e-wallet* semakin besar seseorang berperilaku konsumtif.

Menurut penelitian Harum Neisella yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* memberikan kemudahan dan efisiensi terhadap transaksi namun juga memicu pada perilaku konsumtif, terutama dalam pembelian impulsif akibat promo.⁵⁷ Hal ini sejalan dengan penelitian Wia Layla dan Rina Susanti juga menermukaybahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tingkin tinggal pengguna *e-wallet* makan semakin tinggi pula perilaku konsumtif individu.⁵⁸

H2: Terdapat hubungan negatif antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

Literasi keuangan mencerminkan idividu dalam memahami dan mengelola kuangan secara bijak, yang dimana jika literasi keuangannya tinggi lebih rasional dalam mengambil keputusan finansial. Penelitian oleh Harpa Sugiharti **dan** Kholida Atiyatul Maula menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.⁵⁹ Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Salsabilla dan Heru Sulistyo bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.⁶⁰ Selain iu, penelitian dari Tiara Argianti Cayadewi juga menyatakan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat di era digital ini.⁶¹

⁵⁷ Harum Neisella

⁵⁸ Wia Layla dan Rina Susanti

⁵⁹ Harpa Sugiharti **dan** Kholida Atiyatul Maula

⁶⁰ Salsabilla dan Heru Sulistyo

⁶¹ Tiara Argianti Cahayadewi

Namun demikian, penelitian dari Penelitian Dewi Oktary dan Faradina Inda Wardhani (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku keuangan yang rasional.⁶² Hal ini yang mengindikasikan bahwa individu yang memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan belum tentu mampu mengimplikasikan dengan baik terhadap kehidupan sehari-hari. Faktor gaya hidup, lingkungan dan kemudahan teknologi juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan secara teori bahwa literasi keuangan memiliki kecenderungan untuk menekan perilaku konsumtif, meskipun dalam perakteknya dapat terjadi perbedaan hasil penelitian.

H3 : Literasi keuangan memoderasi hubungan negatif antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif

Sebagai variable moderasi, literasi keuangan berfungsi untuk meperkuat atau memperlemah hubungan antara pengguna *e-wallet* dengan perilaku konsumtif. Individu dengan tingkat literasi yang tinggi akan mampu menahan diri dalam penggunaan *e-wallet*, sehingga dampak penggunaan *e-wallet* menjadi lebih rendah terhadap perilaku konsumtif. Sebaliknya, individu dengan literasi keuangan yang rendah akan akan lebih rentan berperilaku konsumtif yang disebabkan oleh penggunaan *e-wallet*. Teori Oseifuah Emmanuel Kojo menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku keuangan individu dalam penggunaan layanan keuangan. Hal ini

⁶² Dewi Oktary, & Wardhani, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stie Indonesia Pontianak," *Jurnal Ekonomi Integra* 13, no. 2 (2023): 351.

didukung oleh penelitian Salsabila dan Heru Sulistyو yang menunjukkan bahwa teknologi finansial (*fintech*) dapat meningkatkan perilaku konsumtif, namun literasi keuangan mampu mengendalikan dampak tersebut. Penelitian Tiara Argianti Cayadewi (2025) juga menegaskan bahwa literasi keuangan menjadi faktor penting dalam mengontrol perilaku konsumsi di tengah kemudahan teknologi digital.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena pendekatan kuantitatif akan menyajikan sebuah fakta dan mendeskripsikan statistis untuk menguji hipotesis yang telah disiapkan. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang berguna untuk menggambarkan dan menjelaskan hubungan antara variable yang ditemukan.

Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan yang ada antara variable. Penelitian kuantitatif sebagai jenis penelitian yang menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data secara statistik. Penelitian kuantitatif berguna untuk mengukur pendapat, sikap, perilaku dan mencari tahu tentang respon seluruh populasi tentang masalah tertentu. Pendekatan ini mengandalkan proses pengukuran, observasi, serta penggunaan terhadap teori yang telah ada. Penelitian ini pada umumnya menggunakan pendekatan eksperimen dan survei yang dimana sangat membutuhkan pengolahan data secara statistik.⁶³

Penelitian ini menggunakan penelitian korelasional (asosiatif) yang bertujuan untuk mengkaji hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Peneliti mendapatkan informasi yang dikumpulkan dilapangan melalui

⁶³ Penerbit Yayasan and Kita Menulis, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2023.

penggumulan data dalam bentuk skala *numerik* (angka) yang diperoleh dengan cara menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui google form.⁶⁴

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu, dengan subjek penelitian masyarakat yang menggunakan *e-wallet*. Waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2026.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Arikunto mendefinisikan bahwa populasi sebagai keseluruhan waktu objek di dalam penelitian yang di dalam dengan catatan segala bentuk yang ada di lapangan. Dapat disimpulkan bahwa populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek yang sakit jangan ciri-ciri karakteristik tertentu. Jadi populasi adalah semua anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa, benda, fasilitas, jenis tanaman dan sebagainya. Jadi populasi bukannya orang tertentu juga dapat berupa organisasi, binatang, hasil karya manusia dan benda-benda lainnya⁶⁵

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kabupaten Rejang Lebong yang aktif menggunakan *e-wallet* (seperti DANA, OVO, ShopeePay, GoPay, LinkAja, dan sejenisnya) dan termasuk ke dalam kelompok karakteristik yang telah ditentukan, yaitu:

⁶⁴ Hilmi Mizani Aurana Zahro El Hasbi, Rima Damayanti, Dina Hermina, "Penelitian Korelasional (Metodologi Penelitian Pendidikan) 2023," *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 2, no. 6 (2023): 784–808, <https://doi.org/https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan>.

⁶⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2019)

- a. Mahasiswa program studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup angkatan 2022–2024. Angkatan 2022 sebanyak 82 orang, angkatan 2023 sebanyak 76 orang, dan angkatan 2024 sebanyak 61 orang.
- b. Anggota organisasi Persatuan Petani Sayur Selupuh Rejang sebanyak 36 orang.
- c. Anggota Komunitas Vespa Curup sebanyak 110 orang. Pelaku wirausaha (pemilik konter) yang menggunakan e-wallet.

Namun, perbedaan latar belakang pekerjaan tersebut tidak dianalisis secara khusus dalam penelitian ini dan hanya digunakan sebagai karakteristik responden. Dikarenakan jumlah pengguna e-wallet pada kelompok masyarakat tersebut di Rejang Lebong tidak dapat diketahui jumlah pastinya secara pasti (tidak terhingga), maka digunakan teknik penentuan sampel dengan pendekatan *non-probability sampling*.

2. Sampel

Sampel penelitian secara sederhana dapat diartikan sebagai bagian dari populasi menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Simple juga semakin dari populasi untuk mewakili seluruh populasi.⁶⁶ Teknik yang digunakan untuk mengambil sampel adalah dengan menggunakan purposive sampling. Purposive sampling adalah salah satu teknik yang digunakan untuk mencari sampel non random sampel, dimana

⁶⁶ Nur Fadilah Amin et al., “Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian,” *Jurnal Kajian Islam Kontemporer* Volume 14, no. 1 (2023): 15–31.

cara menentukan sampel menggunakan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan kriteria dan kebutuhan peneliti untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Kriteria dalam penelitian ini adalah:

- a. Usia 17 tahun ke atas, masyarakat Kabupaten Rejang Lebong, pengguna aktif e-wallet.
- b. Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup angkatan 2022–2024.
- c. Anggota organisasi Persatuan Petani Sayur Selupuh Rejang sebanyak 36 orang,
- d. Anggota Komunitas Vespa Curup, dan Pelaku wirausaha (pemilik konter) yang menggunakan e wallet. Namun,

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Hair et al. yang menyatakan bahwa dalam penelitian multivariat jumlah sampel minimal 5-10 kali jumlah indikator penelitian. Penelitian ini memiliki 30 indikator, maka 300 responden dinilai sudah sangat memadai dan representatif (mampu mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan). Namun pada penelitian ini jumlah sampel sebanyak 351.⁶⁷

C. Jenis Data

1. Data Primer

⁶⁷ Joseph F. Hair Jr., William C. Black, Barry J. Babin, dan Rolph E. Anderson, *Multivariate Data Analysis*, 7th ed. (Harlow: Pearson Education Limited, 2014), 100–102.

Data primer adalah sumber informasi utama dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama baik individu maupun kelompok. Data primer diperoleh dari sumber aslinya itu responden yang terikat dengan variabel penelitian.

Data primer dapat berubah hasil observasi, dengan subjek penelitian, observasi langsung di lapangan, penggunaan kuesioner yang disebarakan kepada responden.⁶⁸

Data Primer Penelitian ini didapatkan dari angket atau kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat Rejang Lebong yang menggunakan *e-wallet* yang dibagikan secara online dengan menggunakan google form. Dengan link

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdnzgpLgork5OUqBb_mc4n3f8DqSpbaKoDI9TKu2RaEF5RoXQ/viewform?usp=dialog

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari secara tidak langsung, yang dimana data diperoleh dari buku, literature terhadulu dan sumber-sumber lainnya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto, instrument penelitian merupakan alat yang dirancang untuk membantu penelitian dalam proses pengumpulan data. Instrumen penelitian memiliki peran sangat penting dalam penelitian serta bertujuan

⁶⁸ Mohamad Muspawi Undari Sulung, “Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier,” *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)* Page 5, no. September (2024): 110–16.

untuk mempermudah pekerjaan peneliti, sehingga data yang terkumpul menjadi lebih terstruktur, lengkap, serta mudah diorganisasi dan dianalisis. Dapat disimpulkan instrumen penelitian adalah alat yang dipakai untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari semua responden yang dilakukan dengan memakai pola ukur yang sama.

Dalam penelitian ini, menggunakan lembar angket kuesioner yang mencakup atau berisi dalam kuesioner sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan variabel yang digunakan. Dalam penelitian ini skala liker yang digunakan adalah 1-5.

Penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah pendekatan yang menggunakan daftar pertanyaan kepada responden dengan tujuan untuk meminta jawaban. Dalam penelitian ini pertanyaan kuesioner dibagikan atau dikirim melalui bantuan digital google form untuk mengumpulkan dan mendapatkan hasil.⁶⁹

Tabel 1

Skala Likert

Skor	Simbol	Keterangan
5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	N	Netral

⁶⁹Zainuddin Iba, *metode penelitian*, n.d.

2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses lanjutannya dilakukan oleh peneliti setelah mengumpulkan data dari lapangan. Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang mana memanfaatkan perangkat lunak seperti komputer yang disebut dengan *Smart Partial Least Square (PLS)*

1. Outer Model (Model Pengukuran)

Teknik untuk mengukur hubungan antara variabel dengan masing masing indikator,yang bertujuan untuk memastikan apakah indikator valid

a. Convergent Validity

Berfungsi untuk membuktikan bahwa masing-masing indikator dapat diterima dan mampu menjelaskan variabel, tingkat kesesuaian antara indikator dengan variabel yang diukur dengan nilai outer loading sebesar 0,50

b. Discriminant Validity

Uji validitas diskriminan dapat dinilai berdasarkan nilai *Fornell Larcker Criterion*. Dilihat dari nilai $AVE > 0,5$ atau indikator dianggap memenuhi validitas diskriminan jika akar AVE lebih besar dari korelasi antara sesama variabel laten.

c. Composite Reliability

Ukuran reabilitas yang menunjukkan sejauh mana indikator memberikan hasil yang stabil dengan nilai $>0,70$

2. Inner Model (Model Struktural) dan Analisis Kausal

Pengujian inner model digunakan untuk menguji hubungan antar variabel laten dalam suatu penelitian. Inner model menggambarkan bagaimana variabel eksogen (independen) mempengaruhi variabel endogen (dependen), termasuk peran variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut. dilakukan dengan melihat beberapa indikator utama, seperti nilai R-Square (R^2) yang menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Analisis kausal adalah analisis yang berfokus pada hubungan sebab-akibat antar variabel, yang digunakan untuk menguji apakah suatu variabel benar-benar mempengaruhi variabel lain secara langsung maupun tidak langsung dalam suatu penelitian.⁷⁰

3. Uji Hipotesis

Kamus Besar Bahasa Indonesia online mendefinisikan hipotesis sebagai suatu pernyataan atau pendapat sementara yang kurang kuat atau tidak benar sehingga perlu dibuktikan. Uji hipotesis adalah uji yang dilakukan untuk memutuskan apakah data sampel mendukung atau

⁷⁰ i Made Anom Arya Pering, "Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (SEM) SMART-PLS 3.0 I," *Jurnal Satyagraha* volume 03, no. No. 02 (2021): 28–48.

menolak suatu dugaan mengenai populasi yang dibatasi toleransi kesalahan sebesar 10% atau 0,1.⁷¹

4. Analisis Importance – performance MAP (IPMA)

Analisis Importance–Performance Map Analysis (IPMA) adalah teknik analisis lanjutan dalam metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) yang digunakan untuk mengidentifikasi variabel atau indikator mana yang paling penting (*importance*) dan bagaimana kinerjanya (*performance*) dalam mempengaruhi variabel target (endogen).

⁷¹ Teguh Prasetyo and Ade Irpan Sabilah, “Analisis Data Sample Menggunakan Uji Hipotesis Penelitian Perbandingan Menggunakan Uji Anova Dan Uji T,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 4 (2024): 775–85.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Wilayah / Sasaran Penelitian

Kabupaten Rejang Lebong memiliki karakteristik masyarakat yang didominasi oleh usia produktif, sehingga menjadi lingkungan yang potensial dalam adopsi teknologi digital seperti e-wallet. Perkembangan penggunaan e-wallet di daerah ini didukung oleh peningkatan akses internet, peran generasi muda, serta implementasi sistem pembayaran digital seperti QRIS yang sejalan dengan kebijakan nasional Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Kemudahan dalam bertransaksi melalui e-wallet terbukti mendorong perubahan perilaku konsumsi masyarakat ke arah yang lebih konsumtif, terutama dipengaruhi oleh faktor tren dan promosi digital. Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan responden tergolong tinggi, dalam praktiknya masih terdapat ketidakkonsistenan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Hal ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan yang dimiliki masih bersifat dasar dan belum sepenuhnya diimplementasikan secara optimal. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran bahwa penggunaan e-wallet tidak hanya berdampak pada sistem pembayaran, tetapi juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat, dengan literasi keuangan yang belum sepenuhnya mampu mengendalikan perilaku tersebut.

B. Hasil Penelitian

1. Profil Responden

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	206	58,7%
2	Laki-laki	145	41,3%

Sumber : Data
diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.1 mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 206 orang (58,7%). Hal ini menunjukkan jika perempuan lebih dominan dalam penggunaan *e-wallet*. Sejalan dengan penelitian Ahnaf Faiz Pratama, Didit Purwonomo (2023) menunjukkan bahwa pengguna *e-wallet* didominasi oleh perempuan dibanding laki-laki, yang dimana gender merupakan salah satu faktor yang menghubungkan penggunaan teknologi keuangan, perempuan cenderung lebih aktif dalam aktivitas transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari.⁷²

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Pendidikan

NO	Pendidikan	Jumlah	Persentase
	SMA/SMK	185	52,7%
2.	Diploma 1/2/3	15	4,3%
3.	S1	148	42,2%
4.	S2	2	0,6%
5.	S3	1	0,3%

Sumber : Data diolah 2026

⁷² Ahnaf Faiz Pratama dan Didit Purnomo, “Fenomena Penggunaan Sistem Pembayaran E-wallet pada Generasi Milenial dan Generasi Z,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2023, hlm. 147.

Berdasarkan tabel 4.2 responden didominasi oleh SMA/SMK sebesar 185 orang (52,7%) dan S1 sebanyak 148 orang (42,2%). Hal ini menunjukkan bahwa e-wallet didominasi oleh kelompok dengan pendidikan menengah dan sampai pendidikan tinggi. Menurut penelitian dari Dewi Oktary, Faradina Inda Wardhano menunjukkan bahwa pendidikan berhubungan dalam penggunaan e-wallet dan literasi keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan tinggi akan lebih memahami tentang teknologi keuangan.⁷³

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Usia

NO	Usia	Jumlah	Persentase
1.	<20	79	22,5%
2.	20-30	227	64,7%
3.	30-40	30	8,5%
4.	40-50	12	3,4%
5.	>50	3	0,9%

Sumber : Data diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.3, mayoritas responden berusia 20-30 tahun sebanyak 227 orang (64,7%) dan diikuti oleh usia <20 tahun sebanyak 79 orang (22,5%). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet didominasi oleh generasi milenial dan gen Z yang dimana generasi tersebut lebih cepat memahami tentang perkembangan teknologi digital.

⁷³ Oktary F.i, D., & Wardhani, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stie Indonesia Pontianak,” *Jurnal Ekonomi Integra* 13, no. 2 (2023): 351.

Sejalan dengan penelitian dari Lida Amelia Tiara Dwi,dkk, menunjukkan bahwa usia merupakan faktor penting dalam pengadopsian plikasi e-wallet. Usia 17-25 memiliki tingkat adopsi yang tinggi sehingga lebih dominan dalam penggunaan sistem pembayaran digital dan juga cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi.⁷⁴

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

NO	Tempat Tinggal	Jumlah	Persentase
1.	Curup	278	79,2%
2.	Selupuh Rejang	48	13,6%
3.	Sindang	14	3,9%
4.	Padang Ulak Tanding	3	0,8%
5.	Bermani	5	1,4%
6.	Binduriang	2	0,5%
7.	Kota Padang	1	0,2%

Sumber : Data diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari kota Curup sebesar 278 orang (79,2%) kemudian diikuti oleh Selupuh Rejang sebanyak 48 orang (13,6). Berdasarkan survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan OJK, tingkat literasi keuangan masyarakat di wilayah pedesaan cenderung lebih rendah dibandingkan wilayah perkotaan.⁷⁵

Tabel 4.5
Responden Berdasarkan Pekerjaan

⁷⁴ Linda Amelia et al., “Adopsi Sistem Pembayaran Digital (E-wallet) Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif GEN-Z,” *Journal of Engineering* 6, no. 2 (2025): 32–38.

⁷⁵ OJK

NO	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar	58	16,6%
2.	Mahasiswa	135	38,6%
3.	ASN	11	3,1%
4.	Polisi / TNI	4	1,1%
5.	Pegawai Swasta / BUMN / BUMD	18	5,1%
6.	Guru/ Dosen Non PNS	16	4,6%
7.	Wiraswasta	81	23,2%
	Pegawai Toko	5	1,4%
	Magang	3	0,9%
	Tenaga Pendidikan	1	0,3%
	Petani Muda	18	5,2%

Sumber : Data diolah 2026

Hasil tabel 4.5 menunjukkan bahwa pekerjaan responden yang paling dominan adalah mahasiswa sebanyak 135 orang (38,6%), diikuti oleh wiraswasta sebanyak 81 orang (23,2%). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet didominasi oleh kelompok usia produktif yang aktif dalam penggunaan teknologi digital, khususnya dalam transaksi keuangan. Kelompok mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda cenderung memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi serta lebih terbiasa menggunakan layanan keuangan digital dalam kehidupan sehari-hari. Menurut penelitian dari Putri kesuma Wardani dkk, gen z sebagai generasi yang menjadi pengguna aktif e-wallet. Penelitian menunjukkan

bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara penggunaan e-wallet terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa.⁷⁶

Namun demikian, dalam penelitian ini perbedaan latar belakang pekerjaan tidak dianalisis secara khusus dalam pengujian hipotesis, melainkan hanya digunakan sebagai karakteristik responden untuk memberikan gambaran umum profil sampel penelitian.

Tabel 4.6
Responden Berdasarkan Status perkawinan

NO	Status perkawinan	Jumlah	Persentase
1.	Belum Menikah	291	82,9%
2.	Menikah	57	16,2%
3.	Cerai	3	0,8%

Sumber : Data diolah 2026

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum menikah dengan jumlah 291 orang (82,9%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang belum menikah memiliki gaya hidup Konsumtif yang lebih tinggi karena belum memiliki tanggungan, hal ini yang menyebabkan individu lajang lebih cenderung impulsif dalam melakukan konsumsi.

⁷⁶ Wardani Kesuma Putri, Nasution Padli Irwan, and Sundari Suci, "Pengaruh E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Ilmiah Research Student* 2, no. 2 (2025): 500–507, <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jirs.v2i2.5651>.

Tabel 4.7
Responden Berdasarkan Pendapatan

NO	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1.	Rp.0 - Rp.2000.000	224	63,8%
2.	Rp.2000.000 - Rp.4000.000	90	25,6%
3.	Rp.4000.000 - Rp.6000.000	19	5,4%
4.	Rp.6000.000 - Rp.8000.000	14	3,9%
5.	.9000.000 – Seterusnya	4	1,1%

Sumber : Data diolah 2026

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar Rp.0 - Rp2000.000 (63,8%) karena berdasarkan data pekerjaan responden adalah mahasiswa, disusul oleh pendapatan Rp.2000.000 – Rp4000.000 (25,6%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori rendah hingga menengah.

Tabel 4.8
Responden Berdasarkan Aplikasi E-wallet dan Mobile Banking
Digunakan (responden boleh pilih lebih dari satu)

NO	E-wallet dan Mobile Banking	Jumlah	Persentase
1.	DANA	317	90,3%
2.	OVO	88	25,1%
3.	ShopeePay	78	22,2%
4.	GoPay	29	8,3%
5.	LinkAja	5	1,4%

6.	LinkAja Syariah	4	1,1%
7.	Seabank	1	0,3%
8.	Isaku	4	1,1%
9.	BRI Mobile	7	2,0%
10.	BCA Mobile	5	1,4%
11.	Lainnya	3	0,9%

Sumber : Data diolah 2026

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa aplikasi yang paling banyak digunakan adalah DANA dengan jumlah 317 (90,3%), OVO sebanyak 88 orang (25,1%), dan ShoppePay sebanyak 78 orang (22,2%). Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa DANA merupakan aplikasi paling populer yang digunakan di Kabupaten Rejang Lebong.

Tabel 4.9
Responden Berdasarkan Pemakaian E-wallet Dalam Satu Minggu

No	Pemakaian E-wallet Dalam Minggu	Jumlah	Persentase
1.	1-3 kali	226	64,4%
2.	4-6 kali	93	26,5%
3.	<7 kali	37	10,5%

Sumber : Data diolah 2026

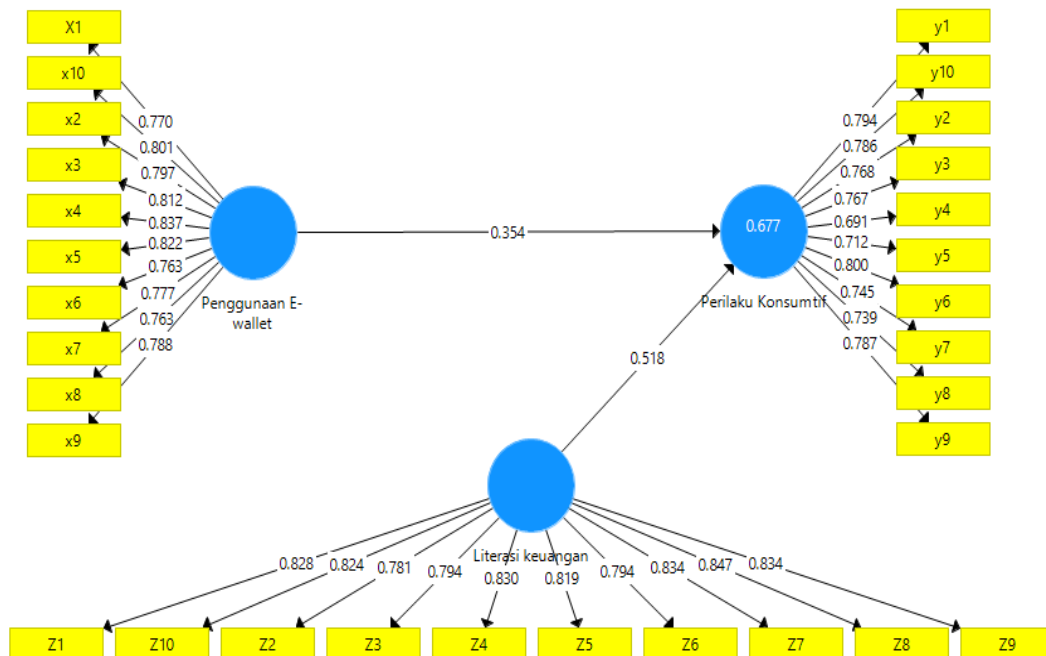
Tabel 4.9 menunjukkan bahwa responden banyak menggunakan e-wallet 1-3 kali dalam satu minggu dengan jumlah 226 responden (64,4%), yang menandakan aplikasi e-wallet digunakan sebagai instrumen pendukung. Responden yang menggunakan aplikasi e-wallet sebanyak 4-6 kali (26,5%) merupakan kelompok pengguna insentif, dan sebagian kecil (10,5%) yang menggunakan aplikasi e-wallet sebanyak <7 kali dalam satu minggu.

2. Hasil *Outer Model* (Model Pengukuran)

Model pengukuran meliputi beberapa aspek, yaitu *convergen validity*, *discriminant validity*, serta *Composite reliability*. Pengujian outer model dilakukan untuk memastikan setiap indikator dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sehingga layak untuk diteliti.

a. *Convergen Validity*

Convergen validity berfungsi untuk membuktikan bahwa masing-masing indikator dapat diterima dan mampu menjelaskan variabel, tingkat kesesuaian antara indikator dengan variabel yang diukur dengan nilai outer loading sebesar 0,50



Gambar 4.1

Hasil Uji Outer Model

Sumber: Hasil olah data *SmartPLS 3*

Tabel 4.10
Convergen Validiy

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keterangan
Penggunaan E-wallet	X1.1	0.770	Valid
	X1.2	0.801	Valid
	X1.3	0.797	Valid
	X1.4	0.812	Valid
	X1.5	0.837	Valid
	X1.6	0.822	Valid
	X1.7	0.763	Valid
	X1.8	0.777	Valid
	X1.9	0.763	Valid
	X1.10	0.788	Valid
Perilaku Konsumtif	Y1	0.794	Valid
	Y2	0.786	Valid
	Y3	0.768	Valid
	Y4	0.767	Valid
	Y5	0.691	Valid
	Y6	0.712	Valid
	Y7	0.800	Valid
	Y8	0.745	Valid
	Y9	0.739	Valid
	Y10	0.787	Valid
Literasi Keuangan	Z1	0.828	Valid
	Z2	0.824	Valid
	Z3	0.781	Valid
	Z4	0.794	Valid
	Z5	0.830	Valid
	Z6	0.819	Valid
	Z7	0.794	Valid
	Z8	0.834	Valid
	Z9	0.847	Valid
	Z10	0.834	Valid

Berdasarkan gambar 4.1 dan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai *outer loadings* semua indikator variabel lebih besar dari 0,5 sehingga dikatakan valid. Maka, penelitian ini telah memenuhi syarat dan layak untuk di analisis lebih lanjut.

b. Discriminant Validity

Uji validitas diskriminan dapat dinilai berdasarkan nilai *Fornell Larcker Criterion*. Dilihat dari nilai $AVE > 0,5$ atau indikator dianggap memenuhi validitas diskriminan jika akar AVE lebih besar dari korelasi antara sesama variabel laten.

Tabel 4.11
Fornell Leacker Criterion

	Penggunaan E-wallet	Perilaku Konsumtif	Literasi Keuangan	AVE
Penggunaan E-wallet	0.793			0.629
Perilaku Konsumtif	0.755	0.760		0,557
Literasi Keuangan	0.774	0.729	0.819	0,671

Sumber: Hasil olah data *SmartPLS 3*

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.14 dapat dilihat bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) setiap variabel ialah lebih besar dari 0,5, sehingga validitas deskriminan terpenuhi.

c. Composite Reability

Composite reability adalah ukuran reabilitas yang menunjukkan sejauh mana indikator memberikan hasil yang stabil dengan nilai $>0,7$

Tabel 4.12
Hasil Uji Reability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>
Penggunaan E-wallet	0.934	0.936	0.944
Perilaku Konsumtif	0.919	0.922	0.932
Literasi Keuangan	0.945	0.946	0.953

Sumber: Hasil olah data *SmartPLS 3*

Berdasarkan hasil uji tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai *Composite Reliability* lebih besar dari 0,7 yang artinya bahwa setiap variabel memenuhi syarat untuk dikatakan reliabel.

3. Hasil Inner Model (Model Struktural) dan Analisis Kausal

Pengujian *inner* model digunakan untuk menguji hubungan antar variabel laten dalam suatu penelitian. Menurut Joseph F. Hair Jr., nilai R^2 dalam PLS-SEM dikategorikan sebagai >0,7 kuat, >0,5 sedang (Moderate), <0,2 lemah. Analisis kausal dengan rentang nilai: -1 sampai +1. Kriteria: 0,00 – 0,19 → sangat lemah, 0,20 – 0,39 → lemah, 0,40 – 0,59 → sedang, 0,60 – 0,79 → kuat, 0,80 – 1,00 → sangat kuat.

Tabel 4.13
Nilai R-Square

Variabel	R-Square	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0.679	Kuat

Sumber: Hasil olah data *SmartPLS 3*

Tabel 4.14
Hasil Bootstrapping

Hubungan Variabel	Original Sampel (O)	T-Statistic	P-Value	Keterangan
Literasi Keuangan → Perilaku Konsumtif	0.518	9.893	0.000	Signifikan
E-wallet → Perilaku Konsumtif	0.354	6.351	0.000	Signifikan

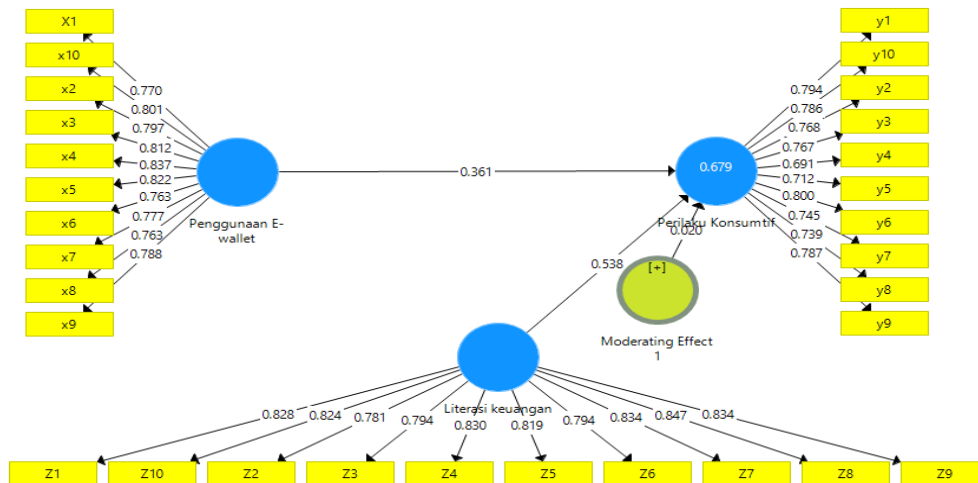
Sumber: Hasil olah data *SmartPLS 3*

Berdasarkan hasil pengujian model struktural (inner model) yang ditunjukkan pada Gambar 4.1 serta hasil proses bootstrapping, analisis hubungan kausal menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hubungan kausal ini dibuktikan oleh nilai koefisien jalur (Original Sample) sebesar 0,518, nilai T-Statistics sebesar 9,893 (lebih besar dari 1,96), serta nilai P-Value sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Nilai koefisien yang positif tersebut menandakan hubungan yang searah dan menjadikannya sebagai variabel prediktor dengan pengaruh paling kuat di dalam model penelitian ini. Selanjutnya, variabel Penggunaan E-wallet juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur (Original Sample) sebesar 0,354, nilai T-Statistics sebesar 6,351 (lebih besar dari 1,96), dan nilai P-Value sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Secara simultan, kontribusi dari kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan varians atau perubahan pada variabel Perilaku Konsumtif sebesar 67,9% (berdasarkan nilai R-Square sebesar 0,679 pada Tabel

4.16) yang masuk dalam kategori moderat dengan kemampuan prediksi model yang baik, sedangkan sisa varians sebesar 32,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini

4. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesisi adalah uji yang dilakukan untuk memutuskan apakah data sampel mendukung atau menolaak suatu dugaan mengenai populasi



Gambar 4.2

Hasil Model Pengukuran Hipotesis

Tabel 4.15

Hasil Uji Hipotesis

	Hubungan	Koefisien	T-Statistic	P-Values	Keterangan
H1	Penggunaan e-wallet – perilaku Konsumtif	0.361	6.169	0.000	Diterima
H2	Literasi Keuangan – Perilaku Konsumtif	0.538	9.970	0.000	Ditolak
H3	Literasi Keuangan - penggunaan <i>e-wallet</i> - Perilaku Konsumtif	0.020	0.880	0.379	Ditolak

Sumber: Hasil olah data *SmartPLS 3*

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa Hubungan penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai koefisien sebesar 0,361 dengan T-statistic sebesar 6.169 dan P-values 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berhubungan positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan uji hipotesis, hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif (H2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,538 dengan T-statistic sebesar 9.970 dan P-values 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis kedua (H2) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berhubungan positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, hasil hipotesis kedua bertolak belakang dengan hipotesis yang diajukan, yaitu negatif.

Hasil uji moderasi (H3) menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai koefisien sebesar 0.020 dengan T-statistic sebesar 0.880 dengan P-values sebesar 0.379. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga tidak ditolak, yang berarti literasi keuangan tidak mampu memoderasi hubungan penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif.

5. Hasil Uji IPMA MATRIKS

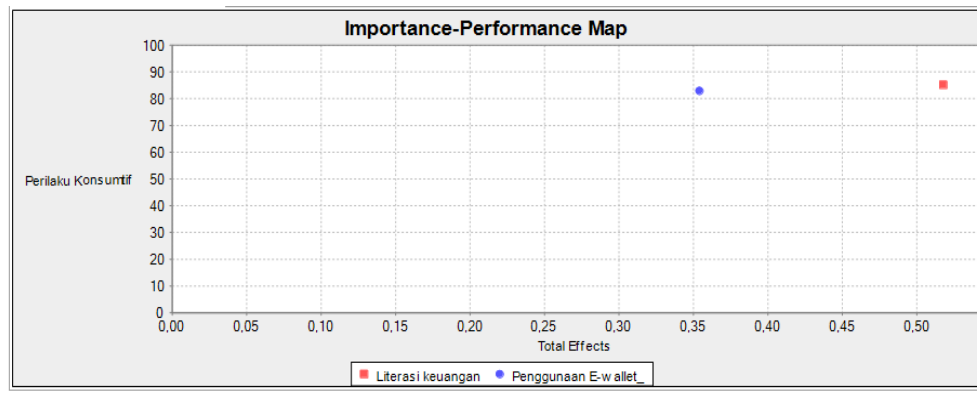
Tabel 4.16
Hasil Importance dan Performance MAP Analysis

Variabel Laten	Importance (Total Effect)	Performance (Skor 0-100)
Literasi keuangan	0.518	85.179

Peggunaan E-wallet	0.354	82.906
--------------------	-------	--------

Sumber: Hasil olah data *SmartPLS 3*

Berdasarkan hasil tersebut, kedua variabel prediktor dalam penelitian ini sudah menunjukkan kinerja yang sangat baik (berada di atas skala 80). Literasi Keuangan disimpulkan sebagai faktor yang paling kritikal karena tidak hanya memiliki tingkat kepentingan paling tinggi dalam memengaruhi Perilaku Konsumtif, tetapi juga berhasil mencatatkan skor kinerja tertinggi sebesar 85,179. Hal ini menunjukkan bahwa aspek literasi keuangan responden sudah sangat optimal dan memberikan dampak nyata yang besar di lapangan. Sementara itu, Penggunaan E-wallet berada di posisi kedua dengan tingkat kepentingan yang cukup kuat dan tingkat kinerja yang juga sudah sangat baik sebesar 82,906.



Gambar 4.3

Hasil Grafik IPMA

C. Pembahasan

Pembahasan ini bertujuan untuk menginterpretasikan temuan penelitian, mengaitkan dengan teori yang hipotesis yang telah diajukan.

1. Hubungan penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan uji hipotesis, penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien sebesar 0.361, T-statistic sebesar 6.169, dan P-values sebesar 0.000. Hasil ini dapat dijelaskan melalui profil responden dalam penelitian. Responden didominasi oleh generasi muda yang memiliki tingkat adopsi teknologi tinggi dan terbiasa menggunakan e-wallet dalam aktivitas sehari-hari. Karakteristik ini membuat responden sangat dekat dengan transaksi digital yang bersifat cepat, praktis, dan efisien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan e-wallet maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif individu. Secara teoritis, penggunaan e-wallet dapat mempengaruhi perilaku konsumtif individu. Dalam *Consumer Behavior Theory*, kemudahan transaksi dapat meningkatkan frekuensi pembelian karena menurunkan pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan. Hal ini diperkuat oleh *Mental Accounting Theory* yang menyatakan bahwa individu cenderung memperlakukan uang digital berbeda dengan uang tunai sehingga lebih mudah dibelanjakan. Selain itu, *Impulse Buying Theory* menjelaskan bahwa adanya promo seperti diskon dan cashback dapat mendorong pembelian yang tidak direncanakan. Dengan

demikian, kemudahan penggunaan e-wallet berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif individu.

Menurut penelitian Harum Neisella yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* memberikan kemudahan dan efisiensi terhadap transaksi namun juga memicu pada perilaku konsumtif, terutama dalam pembelian impulsif akibat promo.⁷⁷ Hal ini sejalan dengan penelitian Wia Layla dan Rina Susanti juga menemukan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi tingkat pengguna *e-wallet* maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif individu.⁷⁸ Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penggunaan e-wallet memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, terutama pada generasi muda yang memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-wallet tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga berperan dalam mendorong perubahan perilaku konsumsi masyarakat.

Berdasarkan perspektif Islam, penggunaan e-wallet pada dasarnya diperbolehkan karena merupakan bagian dari perkembangan teknologi keuangan selama tidak mengandung unsur riba, gharar, dan maysir sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017.⁷⁹ Namun, kemudahan,

⁷⁷ Harum Neisella et al., “Analisis Penggunaan E-Wallet Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang,” *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA* 9, no. 2 (2026): 435–40, <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2>.

⁷⁸ Wia Layla, Rina Susansti, (2025)

⁷⁹ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (2017)

kecepatan, serta adanya fitur promosi seperti cashback dan diskon dalam e-wallet dapat mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan.

Hubungan positif antara penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan e-wallet, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu dalam melakukan konsumsi yang tidak rasional. Dalam Islam, perilaku tersebut termasuk dalam kategori israf (berlebihan) yang dilarang, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Furqan ayat 67.

80

Oleh karena itu, meskipun e-wallet diperbolehkan, penggunaannya harus tetap dikendalikan dengan prinsip *qana'ah* (merasa cukup), keseimbangan, dan mempertimbangkan aspek kebutuhan dibandingkan keinginan agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif yang bertentangan dengan nilai-nilai syariah

2. Hubungan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan uji hipotesis, hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai koefisien sebesar 0,538 dengan T-statistic sebesar 9.970 dan P-values 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis kedua (H2) ditolak karena bertolak belakang dengan hipotesis yang diajukan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berhubungan positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

⁸⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, QS. Al-Furqan (25): 67.

Secara teoritis, Literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah sikap dan perilaku untuk pengelolaan keuangan.⁸¹ Namun, dalam praktiknya, literasi keuangan tidak selalu diwujudkan dalam perilaku yang baik karena adanya faktor lain seperti lingkungan sosial, gaya hidup, dan kemudahan akses teknologi. Dalam e-wallet, individu yang memiliki literasi keuangan yang baik belum tentu mampu mengendalikan perilaku konsumtifnya. Hal ini karena kemudahan yang diberikan, serta mampu mendorong individu untuk melakukan konsumsi secara berlebihan, meskipun mereka memahami konsep pengelolaan keuangan.

Kondisi ini dapat dijelaskan berdasarkan profil responden yang didominasi oleh generasi muda yang memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi serta gaya hidup dalam menggunakan digital sangat kuat, serta cenderung aktif dalam menggunakan e-wallet dalam kehidupan sehari-hari sehingga kemudahan yang ditawarkan dapat mendorong perilaku konsumtif, meskipun memiliki tingkat literasi yang baik. Selain itu hasil analisis deskriptif menunjukkan kategori tinggi pada literasi keuangan, namun perilaku konsumtif juga berada pada kategori tinggi.

Temuan ini mengindikasikan adanya gap antara pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) dan perilaku keuangan (*financial behavior*). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu Penelitian Dewi Oktary dan Faradina Inda Wardhani (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak selalu berbanding lurus

⁸¹ Website <https://ojk.go.id>

dengan perilaku keuangan yang rasional.⁸² Hal ini didukung oleh penelitian Naila Al Kholilah dan Rr. Iramani (2023) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan seseorang tidak hanya dihubungkan oleh pengetahuan, tetapi juga oleh faktor psikologis dan pengalaman individu. Penelitian ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik belum tentu mampu mengendalikan perilaku konsumtif yang disebabkan oleh kemudahan dalam penggunaan dompet digital dan berbagai promosi digital.⁸³ Penelitian dari Nesya Novita Sari dkk, menunjukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, digital *payment* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, serta literasi keuangan, digital payment berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.⁸⁴ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dalam penelitian ini belum mampu menekan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini bertolak belakang dengan teori yang menyatakan bahwa literasi keuangan seharusnya mampu menekan perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan responden hanya sebatas pada pemahaman, namun belum diimplementasikan dalam perilaku nyata. Selain itu, kemudahan akses transaksi digital serta pengaruh gaya hidup

⁸² Dewi Oktary dan Faradina Inda Wardhani (2023)

⁸³ Naila Al Kholilah and Rr. Iramani, "Study of Financial Management Behavior in Surabaya Society," *Journal of Business and Banking* 3, no. 1 (2013): 69.

⁸⁴ Nesya, Ati Sumiati Novita Sari, Erika Takidah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta," *Jurnal Ilmiah Ekonomi* 1, no. 2 (2025): 450–58.

modern menyebabkan individu tetap melakukan konsumsi berlebihan meskipun memiliki pengetahuan keuangan yang baik.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dalam penelitian ini berhubungan positif dengan perilaku konsumtif, sehingga belum mampu berperan sebagai faktor pengendali konsumtif. Dalam perspektif Islam, kondisi ini menunjukkan bahwa ilmu yang tidak diiringi dengan pengendalian diri dapat mendorong perilaku israf (perilaku berlebih-lebihan) yang dilarang dalam ajaran Islam. Hal ini sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-A'raf ayat 31 yang menegaskan larangan berlebihan dalam konsumsi, serta QS Al-Isra ayat 26-27 yang mengecam perilaku boros sebagai perbuatan yang menyerupai setan. Selain itu, QS Al-Furqon ayat 67 dijelaskan bahwa perilaku konsumtif yang ideal adalah tidak berlebihan dan tidak pula kikir, melainkan seimbang.

3. Peran Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan uji moderasi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.020 dengan T-statistic sebesar 0.880 dengan P-values sebesar 0.379 atau <0.05 . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga ditolak, yang berarti literasi keuangan tidak mampu memoderasi hubungan penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak mampu memoderasi hubungan penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan keuangan individu belum mampu mengendalikan perilaku konsumtif, khususnya dalam penggunaan teknologi

pembayaran digital. Responden yang didominasi oleh generasi muda dengan gaya hidup digital yang tinggi cenderung lebih terpengaruh oleh kemudahan teknologi. Selain itu, meskipun responden memiliki tingkat literasi yang tinggi, namun pengaruh kemudahan yang ditawarkan oleh e-wallet membuat responden tetap berperilaku konsumtif.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian Putri kesuma Wardani,dkk (2025) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif dalam penggunaan e-wallet lebih dihubungkan oleh faktor kemudahan transaksi, dan gaya hidup digital.⁸⁵ Penelitian Dewi Oktary dan Faradina Inda Wardhani (2023) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku keuangan yang rasional.⁸⁶

Secara teoritis, Literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Namun, dalam praktiknya, literasi keuangan tidak selalu diwujudkan dalam perilaku yang baik karena adanya faktor lain seperti lingkungan sosial, gaya hidup, dan kemudahan akses teknologi.⁸⁷

Hal ini didukung oleh penelitian Naila Al Kholilah dan Rr. Iramani (2023) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan seseorang tidak hanya dihubungkan

⁸⁵ Putri kesuma Wardani,dkk (2025)

⁸⁶ Dewi Oktary dan Faradina Inda Wardhani (2023)

⁸⁷ Otoritas Jasa keuangan

oleh pengetahuan, tetapi juga oleh faktor psikologis dan pengalaman individu. Penelitian ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik belum tentu mampu mengendalikan perilaku konsumtif yang disebabkan oleh kemudahan dalam penggunaan dompet digital dan berbagai promosi digital.⁸⁸

Oleh karena itu, literasi keuangan dalam penelitian ini tidak berperan sebagai variabel moderasi karena, literasi keuangan hanya berupa pengetahuan, sedangkan perilaku konsumtif dihubungkan oleh gaya hidup, kemudahan teknologi, dan promosi, sehingga literasi tidak cukup kuat untuk mengubah perilaku tersebut.

Fenomena ini dapat dijelaskan bahwa perilaku konsumtif dalam penggunaan e-wallet lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal, faktor tersebut memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan tingkat pengetahuan keuangan individu.

Selain itu, literasi keuangan yang dimiliki responden masih berada pada tingkat pemahaman dasar dan belum diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menyebabkan literasi keuangan belum mampu berperan sebagai pengendali perilaku konsumtif dalam konteks penggunaan teknologi pembayaran digital. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa

⁸⁸ Kholilah and Iramani, "Study of Financial Management Behavior in Surabaya Society."

perilaku keuangan hanya tidak dipengaruhi oleh pengetahuan, tetapi juga oleh faktor psikologis, serta lingkungan sekitar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak mampu memoderasi hubungan antara penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif. Hal ini berarti tinggi rendahnya literasi keuangan tidak mempengaruhi kuat atau lemahnya pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif. Kondisi ini disebabkan oleh dominannya faktor kemudahan teknologi, promosi, serta pengaruh gaya hidup yang lebih kuat dibandingkan dengan kemampuan literasi keuangan individu. Dalam perspektif Islam, pengendalian perilaku konsumsi tidak hanya bergantung pada pengetahuan, tetapi juga memerlukan pengendalian diri dan nilai-nilai spiritual. Oleh karena itu, literasi keuangan saja tidak cukup untuk menekan perilaku konsumtif tanpa diimbangi dengan kesadaran dan pengendalian diri.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif, karena pengaruh teknologi dan gaya hidup digital lebih dominan dalam membentuk pola perilaku konsumtif masyarakat.

BAB V

Kesimpulan Dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai hubungan penggunaan e-wallet dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, maka dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien sebesar 0,361 dengan T-statistic sebesar 6.169 dan P-values 0,000 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan e-wallet, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk berperilaku konsumtif. Kemudahan transaksi serta banyaknya promo yang ditawarkan menjadi faktor utama yang mendorong peningkatan konsumsi.
2. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien sebesar 0,538 dengan T-statistic sebesar 9.970 dan P-values 0,000 ($<0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi tidak selalu diikuti dengan perilaku keuangan yang bijaksana, karena dipengaruhi oleh faktor lain seperti gaya hidup, lingkungan, dan perkembangan teknologi.
3. Literasi keuangan tidak mampu memoderasi pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien sebesar 0.020 dengan T-statistic sebesar 0.880 dengan P-values sebesar 0.379. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memperkuat maupun memperlemah hubungan antara

penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif. Pengaruh teknologi dan kemudahan sistem pembayaran digital lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumsi dibandingkan dengan tingkat literasi keuangan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada masyarakat untuk lebih bijak dalam menggunakan e-wallet dengan mengontrol pengeluaran serta tidak mudah terpengaruh oleh tawaran e-wallet yang dapat mendorong perilaku konsumtif. Adapun bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, serta menggunakan metode penelitian yang berbeda agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Amelia Citra Dewi, Erik Iman Heri Ujianto, and Rianto Rianto. "Electronic Payment Threats and Security: A Systematic Literature Review." *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika (JANAPATI)* 13, no. 2 (2024): 301–15. <https://doi.org/10.23887/janapati.v13i2.76635>.

Amelia, Linda et al., "Adopsi Sistem Pembayaran Digital (E-wallet) Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif GEN-Z," *Journal of Engineering* 6, no. 2 (2025): 32–38.

Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, Kamaluddin Abunawas, Muhammadiyah Makassar, Islam Negeri, and Alauddin Makassar. "Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian." *Jurnal Kajian Islam Kontemporer Volume* 14, no. 1 (2023): 15–31.

Aprilla, Thalitha, Rachma Dara, Universitas Brawijaya, Fakultas Ilmu Administrasi, Jurusan Ilmu, Administrasi Bisnis, and Konsentrasi Pemasaran. "Analisis Penggunaan 'Ovo' Melalui Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM)," 2020.

Aurana Zahro El Hasbi, Rima Damayanti, Dina Hermina, Hilmi Mizani. "Penelitian Korelasional (Metodologi Penelitian Pendidikan) 2023." *Aurana Zahro El Hasbi1, Rima Damayanti2, Dina Hermina3, Hilmi Mizani* 2, no. 6 (2023): 784–808. <https://doi.org/https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan>.

Ati Sumiati ,Nesya, Novita Sari, Erika Takidah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri

- Jakarta,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi* 1, no. 2 (2025): 450–58.
- Bank Indonesia. 2026. “Bank Indonesia.” Diakses 4 Maret 2026.
<https://www.bi.go.id>.
- Berlin, Berty Novaria, and Sri Sudarsi. “Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital Dan Gaya Hidup.” *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 21, no. 1 (2026): 1–13.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. *Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah*. Jakarta: DSN-MUI, 2017.
- Virginia Priscilia, Lidya, Nurman Setiawan Fadjar. “Pengaruh Penggunaan Dompot Elektronik (E-Wallet) Shopeepay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya).” *Journal Of Development Economic And Social Studies* 3, no. 1 (2024): 189–99.
- F. I Oktary, D., & Wardhani, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stie Indonesia Pontianak,” *Jurnal Ekonomi Integra* 13, no. 2 (2023): 351
- Faiz Pratama, Ahnaf dan Didit Purnomo, “*Fenomena Penggunaan Sistem Pembayaran E-wallet pada Generasi Milenial dan Generasi Z*,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2023, hlm. 147.
- Febrianti, Anisa. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Wallet Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Z (Di SMA Negeri 2 Tegineneng).” Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut

- Agama Islam Negeri (IAIN) METRO, 2024.
<http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/10375/1/SKRIPSI> Anisa Febriyanti - 2003021010 - PBS.pdf.
- Fitratul Aini, Fitriani Muttakin, Tengku Khairil Ahsyar, and Eki Saputra.
 “Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA Menggunakan Metode TAM Dan EUCS.” *Jurnal Sistem Cerdas* 6, no. 1 (2023): 65–76.
<https://doi.org/10.37396/jsc.v6i1.288>.
- Haidari, M Balya, and Kartika Gianina Tileng. “Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh Pada Penggunaan Go-Pay.” *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi (JUI SI) Universitas Ciputra* 04, no. 01 (2018): 10–15.
- Hair, Joseph F., Jr., William C. Black, Barry J. Babin, dan Rolph E. Anderson.
Multivariate Data Analysis. 7th ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2014.
- Hariyani, Reni, and Tio Prasetyo. “Consumer Behavior Generasi Z : Aspek E-Wallet Dan Financial Literacy.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 4, no. November (2024): 34–41.
- Harseno, Diah Fitri. “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Indonesia.” *Jurnal*, 2021.
- Histori Oktafian. “Financial Literacy, Social Influence and the Use of Digital Payments: A Literature Review.” *Proceeding of The International Conference on Economics and Business* 1, no. 2 (2022): 206–20.
<https://doi.org/10.55606/iceb.v1i2.124>.
- Iba, Zainuddin. *Metode Penelitian*, 2023.

- Jitmau, Fanny, Pitter Leiwakabessy, and Ayu Fitri. "Peran Dompot Digital Dalam Mempermudah Proses Transaksi Di Kalangan Mahasiswa Saint Paul Kota Sorong." *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam* Volume 7, no. 1 (2025): 34–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v7i1.3602> syarikah.
- Kamure, Atang. "Efektivitas Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Umkm Rejang Lebong," 2025.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019.
- Kholishoh, Siti Adyanur, and Ferdian Ardani Putra. "Pengaruh Promosi Cashback Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif." *Medio Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, No. 1 (2024): 37–48. <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/pressrelease/2020/indonesian/pesatnya-perubahan-perilaku->.
- Kurniawan, Moh. Zaki. "Peran Literasi Keuangan, Harga, Dan Promosi Penjualan Pada Perilaku Konsumtif Generasi Z." *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 8, no. 1 (2023): 151–62. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v8i1.3636>.
- Kesuma Putri, Wardani, Nasution Padli Irwan, and Sundari Suci, "Pengaruh E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Ilmiah Research Student* 2, no. 2 (2025): 500–507, <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jirs.v2i2.5651>.
- Lalyta, Wia, Rina Susansti. "Pengaruh Literasi Keuangan , Penggunaan E-

- Wallet Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 1 (2025): 254–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.62017/jemb>.
- Long, Trinh Quang, Peter J Morgan, and Naoyuki Yoshino. “Financial Literacy , Behavioral Traits , and EPayment Adoption and Usage in Japan.” *Financial Innovation* 9 (2023). <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00504-3>.
- Maulidya, Gita Putri, and Nur Afifah. “Perbankan Dalam Era Baru Digital: Menuju Bank 4 . 0.” *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*, 2021, 278–88.
- Mubyl, Mutiarini, Abdullah Abidin, and Nurfadhilah Maghfirah Ramadhani. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Makassar).” *Nobel Management Review* 2, no. 4 (2021): 670–76. <https://doi.org/10.37476/nmar.v2i4.2963>.
- Mufidah, Belva Rizki, Farah Helga Az-Zahra, Raysa Farah Mumtaz Ramadina, and Nur Aini Rakhmawati. “Analisis Promo E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember.” *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 9, no. 2 (2023): 78–87. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v9i2.4715>.
- Nadhilah, Putri, Ridwan Indra Jatikusumo, and Erwin Permana. “Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian.” *JEMMA (Jurnal of Economic , Management , and*

- Accounting*) 4, no. September (2021): 128–38.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>.
- Neisella, Harum, Prodi Manajemen, Universitas Wahid Hasyim, Perilaku Konsumtif, and Kontrol Diri. “Analisis Penggunaan E-Wallet Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang.” *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA* 9, no. 2 (2026): 435–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2>.
- Nenden Susilowaki, dkk (Falkutas Ekonomi dan Bisnis Universitas ngeri Yogyakarta). “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi* 11, no. September (2025): 105–14.
<https://doi.org/10.33197/jabe.vol11.iss2.2025.3371>.
- Nesneri, Yessi, Ulfiah Novita, Irdyanti, Azwar. “Analisis Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Riau.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 255–68.
- Nugroho, Adhitya Wahyu. “Pengujian Efek Moderasi Melalui Analisis Regresi Berganda” I, no. 4 (2012).
- Nurjanah, Siti, Saparudin Mukhtar, Elsi Ulfatmi, Nining Triningsih. “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.” *Jurnal Parameter* 31, no. 2 (2019): 124–33.
<https://doi.org/doi.org/10.21009/parameter.312.05>.
- Oktaviani, Monica, Merisa Oktaria, and Rinto Alexandro. “Pengaruh Literasi

- Kuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa.”
Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial 9, no. 2 (2023): 136–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2025. “Otoritas Jasa Keuangan.” Diakses 5 Maret 2025. <https://ojk.go.id>.
- Otoritas Jasa Keuangan, *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK)*, 2022
- Pahlevi, Reza Widhar, and Lazuardi Nashrullah. “Pendidikan Keuangan Keluarga, Kesadaran Keuangan Dan Tingkat Personal Finance.” *AFRE (Accounting and Financial Review)* 3, no. 2 (2021): 172–79. <https://doi.org/10.26905/afr.v3i2.5840>.
- Pering, I Made Anom Arya. “Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (SEM) SMART-PLS 3.0 I.” *Jurnal Satyagraha* volume 03, no. No. 02 (2021): 28–48.
- Pramesti, Gilda, Azizah Azizah, Eva Purnamasari, Endang Sulistiyani, and Dika Vivi Widyanti. “Pengaruh Penggunaan E-Wallet Shopeepay Dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Bangun Rekaprima* 9, no. 1 (2024): 35–42. <https://doi.org/10.32497/bangunrekaprima.v9i1.4425>.
- Prasetyo, Teguh, and Ade Irpan Sabilah. “Analisis Data Sample Menggunakan Uji Hipotesis Penelitian Perbandingan Menggunakan Uji Anova Dan Uji T.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 4 (2024): 775–85.
- Pratama, Ahnaf Faiz, and Didit Purnomo. “Fenomena Penggunaan Sistem

- Pembayaran E-Wallet Pada Generasi Milenial Dan Generasi Z.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 5, no. 2 (2023): 450–55. <https://doi.org/10.36985/ekuilnemi.v5i2.734>.
- PT Inti Dunia Sukses. 2026. “i.Saku.” Diakses 4 Maret 2026. <https://www.i-saku.com>.
- Rahmawati, Yulia, Universitas Siliwangi, Rendra Gumilar, Universitas Siliwangi, Sri Hardianti Sartika, and Universitas Siliwangi. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Finansial (Fintech) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z.” *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemena* 2, no. 3 (2025): 705–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jaem.v2i3.5794>.
- Rifa’atul Mahmudah, Rahmat Ferdiansyah, and Fitriana Fitriana. “Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Perilaku Belanja Impulsif Wanita Di Toko Gaudi Makassar.” *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 4 (2024): 284–95. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i4.3250>.
- Salsabila, Heru Sulistyو. “Peningkatan Perilaku Konsumtif Melalui Literacy Pada Generasi Z Di Semarang.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan* 1, no. 1 (2026): 1–7.
- Sari, Andika Nikita, Sri Umi Mintarti, and Sugeng Hadi Utomo. “Penggunaan E-Wallet Dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Mahasiswa.” *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan* 5, no. 12 (2020): 1860. <https://doi.org/10.17977/jptpp.v5i12.14365>.
- Singh Sarna, Ishaan. “Impact of Digital Wallets on Consumer Behavior in

- India.” *International Journal of Advanced Research* 9, no. 09 (2021): 220–36. <https://doi.org/10.21474/ijar01/13397>.
- Sri, Mulyati. “Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI).” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)* 8 (2023).
- Suyanto. *Mengenal Dompot Digital Di Indonesia*, 2023.
- Tajuddien, Rahadyan, and Alvin Praditya. “Pengaruh Sosial Media Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Online Marketplace.” *Jurnal Arastirma* 2, no. 2 (2022): 180. <https://doi.org/10.32493/arastirma.v2i2.23169>.
- Tiara Az-zahra, Anastasya. “Evaluasi Efisiensi Operasional E-Wallet Dalam Mendukung Transaksi Digital Di Sektor Umkm Kota Palopo.” Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, 2025.
- Tiara Argianti Cayadewi(Universitas Pamulang Tangerang). “Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan.” *Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship* 2, no. 2 (2025): 81–87.
- Undari Sulung, Mohamad Muspawi. “Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier.” *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)* Page 5, no. September (2024): 110–16.
- Wahyuni, Nur. “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Mikro Syariah.” *Jasie-Journal of Aswaja and Islamic Economics* 1, no. 1 (2022): 20–27. <https://doi.org/10.31942/jse.v1i1.6794>.

- Waryainah, Waryainah. “Analisis Perilaku Kerja Prestatif Dalam Perspektif Al-Qur’an.” *Qaf: Jurnal Ilmu Al-Qur’an Dan Tafsir* 4, no. 1 (2022): 94–112. <https://doi.org/10.59579/qaf.v4i1.3527>.
- Wulandari, Sri Rahma, Darma Wijaya, and Fadli Ilyas. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z Di Wilayah Jakarta Barat.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika* 3, no. c (2025): 127–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.70052/jeba.v3i2.1031>.
- Yayasan, Penerbit, and Kita Menulis. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2023.
- Yuliyanti, Leni, Badria Muntasofi. “Literasi Keuangan Digital Dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Sebagai Pendorong Keputusan Investasi.” *Pendidikan Akuntansi Indonesia* 21, no. 1 (2023): 19–40. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jpakun/article/view/57747/19824>.
- Yusuf, Abdul. “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Ovo.” *Jurnal Manajemen* 11, no. 1 (2021): 54–63.

L

A

M P I R A N

skripsi tanti

ORIGINALITY REPORT

32%	29%	21%	17%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	e-theses.iaincurup.ac.id	2%
Internet Source		
2	dspace.uii.ac.id	1%
Internet Source		
3	repository.metrouniv.ac.id	1%
Internet Source		

QR code Link Kuesioner





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Dr. M. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 19119
Website Facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas_syariah@iaincurup.ac.id

Nomor : W.5/In.34/FS/PP.00.9/03/2026
Lamp : Proposal dan Instrumen
Hal : Rekomendasi Izin Penelitian

Curup, 12 Maret 2026

Kepada Yth,
Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu
Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Rejang Lebong
Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Nama : Lanti Permata Sari
Nomor Induk Mahasiswa : 22631071
Program Studi : Perbankan Syariah (PS)
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Waktu Penelitian : 12 Maret 2026 Sampai Dengan 12 Juni 2026
Tempat Penelitian : Rejang Lebong
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan E-wallet terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi Pada Masyarakat Daerah Rejang Lebong

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerjasamanya dan izinnya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan


Dr. Ngadri, M. Ag.
NIP. 19690206 199503 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
PRODI PERBANKAN SYARIAH

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor: 110 /In.34/FS.04/PP.00.09/ 01 /2026

Pada hari ini Kamis Tanggal 29 Bulan Januari Tahun 2026 telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama : Tanti Permata Sari / 22631071
Prodi / Fakultas : Perbankan Syariah / Syariah & Ekonomi Islam
Judul :

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Dana Terhadap Perilaku
Konsumtif mahasiswa generasi baru Indonesia Gen Z
di IAIN Curup Penerima Beasiswa Bank Indonesia

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator : Imel Santia

Calon Pembimbing I : Dr. Oktavian Histari S.S.E., M.M

Calon Pembimbing II : Dr. Hendrianto M.A

Berdasarkan analisis kedua calon pembimbing serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Jangan hanya fokus ke siswa Gen Z saja, jangan
menggunakan kata Pengaruh di awal judul, penelitian terlalu
seederhana, harus tambahkan variabelnya, carikan 10 penelitian
terdahulu internasional, referensi diperkuat lagi
2. Setiap variabel berikan data kuantitatifnya, lebih
kembangkan lagi, penelitiannya jangan terlalu sederhana
penulisannya lebih diperlihatkan lagi, footnote diperbaiki lagi
3.
4.
5.

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua calon pembimbing paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal 10 bulan Februari tahun 2026, apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 29 Januari 2026

Moderator

Imel Santia

Calon Pembimbing I

Dr. Oktavian Histari S.S.E., M.M
NIP. 19191017 2019011009

Calon Pembimbing II

Dr. Hendrianto M.A
NIP. 19870621 2023211022

NB :

Hasil berita acara yang sudah ditandatangani oleh kedua calon pembimbing diserahkan difotocopy sebagai arsip peserta dan yang asli diserahkan ke Fakultas Syaria'ah & Ekonomi Islam / Pengawas untuk penerbitan SK Pembimbing Skripsi dengan melampirkan perbaikan skripsi BAB I yang sudah disetujui / ACC oleh kedua calon pembimbing.

Lampiran Uji SmarPLS 3

A. Convergent Validity

	Literasi keuangan	Penggunaan E-wallet_	Perilaku Konsumtif
X		0,770	
Z1	0,828		
Z1	0,824		
Z2	0,781		
Z3	0,794		
Z4	0,830		
Z5	0,819		
Z6	0,794		
Z7	0,834		
Z8	0,847		
Z9	0,834		
x1		0,801	
x2		0,797	
x3		0,812	
x4		0,837	
x5		0,822	
x6		0,763	
x7		0,777	
x8		0,763	
x9		0,788	
y1			0,794
y1			0,786
y2			0,768
y3			0,767
y4			0,691
y5			0,712
y6			0,800
y7			0,745
y8			0,739
y9			0,787

B. Discriminant Validity

	Literasi keuangan	Penggunaan E-wallet_	Perilaku Konsumtif	A
Literasi keuangan	0,819			0
Penggunaan E-wallet_	0,774	0,793		0
Perilaku Konsumtif	0,792	0,755	0,760	0

C. Composite Reability

	Cronbach's Alpha	rho _A	Composite Reliability
Literasi keuangan	0,945	0,946	0,953
Penggunaan E-wallet_	0,934	0,936	0,944
Perilaku Konsumtif	0,919	0,922	0,932

D. R-Square

	R Square
Perilaku Konsumtif	0,679

E. Hipotesis

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STD EV)	P Value

			e s
Literasi keuangan -> Perilaku Konsumtif	0,538	9,970	0,0 0 0
Moderating Effect 1 -> Perilaku Konsumtif	0,020	0,880	0,3 7 9
Penggunaan E-wallet -> Perilaku Konsumtif	0,361	6,169	0,0 0 0

PEDOMAN KUESIONER

Hubungan Penggunaan *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi Pada Masyarakat Daerah Rejang Lebong

DESKRIPSI PENELITIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Perkenalkan, saya Tanti Permata Sari (NIM: 22631071), mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul: “Hubungan Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi pada Masyarakat Daerah Rejang Lebong.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penggunaan e-wallet dengan perilaku konsumtif masyarakat serta peran literasi keuangan dalam memoderasi hubungan tersebut. .

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini. Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik serta penelitian. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam kuesioner ini. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/i dapat memberikan jawaban yang jujur sesuai dengan kondisi dan pengalaman yang sebenarnya. Atas kesediaan dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat saya,

Tanti Permata Sari

NIM: 22631071

Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

PROFIL RESPONDEN

1. Jenis Kelamin

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

2. Pendidikan

☐ SMA/SMK

☐ Diploma/1/2/3

☐ S1

☐ S2

☐ S3

3. Usia

☐ < 20 Tahun

☐ 30–40 Tahun

☐ 20–30 Tahun

☐ 40—50 Tahun

☐ >50 Tahun

4. Tempat Tinggal

☐ Curup Kota

☐ Curup Timur

☐ Curup Selatan

☐ Curup Tengah

☐ Curup Utara

☐ Selupuh Rejang

☐ Sindang Kelingi

☐ Sindang Beliti Ulu

☐ Sindang Dataran

☐ Bermani Ulu

☐ Bermani Ulu Raya

☐ Binduriang

☐ Kota Padang

5. Pekerjaan

☐ Pelajar

☐ ASN

☐ Mahasiswa

☐ Polisi/TNI

☐ Pegawai Swasta / BUMN / BUMD

☐ Guru / Dosen Non PNS

☐ Wiraswasta

☐ Lainnya

☐

6. Status Perkawinan

☐ Belum Menikah

☐ Menikah

☐ Cerai

7. Aplikasi e-wallet yang sering digunakan

☐ DANA

☐ OVO

☐ GoPay

☐ ShopeePay

☐ Lank Aja

☐ Link Aja Syariah

☐ Isaku

☐ Lainnya

8. Berapa Kali Penggunaan E-wallet Dalam Seminggu

☐ 1-3 Kali Per Minggu

☐ 4-6 Kali Per Minggu

☐ <7 Kali Per Minggu

9. Pendapatan

☐ Rp 0 – Rp. 2000.000

☐ Rp. 2000.000 - Rp. 4000.000

☐ Rp. 4000.000 - Rp. 6000.000

☐ Rp. 6000.000 - Rp. 8000.000

☐ Rp. 9000.000 - Seterusnya

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap pernyataan dengan teliti sebelum memberikan jawaban.
2. Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan kondisi atau pengalaman Anda.
3. Jawaban yang diberikan tidak akan mempengaruhi Anda secara pribadi karena seluruh data bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.
4. Pada bagian pernyataan, responden diminta memberikan jawaban berdasarkan skala penilaian berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Penggunaan Ewallet

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Penggunaan e-wallet mempermudah saya dalam melakukan transaksi sehari-hari					
2	E-wallet membantu saya menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat dibandingkan pembayaran tunai					
3	Fitur dalam aplikasi e-wallet mudah dipahami dan digunakan					
4	Saya merasa e-wallet memberikan manfaat dalam aktivitas transaksi saya					
5	Aplikasi e-wallet mempermudah saya dalam memantau riwayat transaksi keuangan yang telah dilakukan					
6	E-wallet mempermudah saya melakukan pembayaran tanpa harus membawa uang tunai					

7	Saya merasa sistem keamanan pada e-wallet cukup dapat dipercaya					
8	Promo seperti diskon atau cashback membuat saya tertarik menggunakan e-wallet					
9	Saya memperhatikan kejelasan transaksi saat menggunakan e-wallet agar sesuai dengan prinsip syariah					
10	Saya menggunakan e-wallet hanya untuk transaksi yang halal dan bermanfaat					

	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli barang karena tertarik pada model atau tampilannya					
2	Saya sering membeli barang tanpa merencanakan terlebih dahulu					
3	Saya membeli suatu produk karena sedang populer atau mengikuti trend					
4	Promo seperti diskon atau cashback membuat saya tertarik untuk membeli barang					
5	Saya merasa puas ketika membeli barang yang saya inginkan					
6	Saya berusaha menghindari pembelian yang berlebihan karena Islam mengajarkan hidup sederhana					
7	Saya mempertimbangkan manfaat suatu barang sebelum membelikan agar tidak bersikap boros					

8	Saya terkadang melakukan pembelian barang yang sebenarnya tidak terlalu saya butuhkan					
9	Saya mengingat ajara Islam agar tidak berlebih-lebihan dalam menggunakan harta					
10	Saya berusaha mngendalikan keinginan berbelanja agar tidak melampaui kebutuhan					

Literasi Keuangan

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya memahami pentingnya mengatur pengeluaran dan pemasukan keuangan					
2	Saya mengetahui cara pembuatan perencanaan keuangan untuk kebutuhan masa depan					
3	Saya menyadari pentingnya menabung sebagai sebagian dari pengelolaan keuangan					
4	Saya memahami bahwa pengelolaan keuangan yang baik dapat meningkatkan kesejahteraan					
5	Saya mengetahui bahwa keputusan keuangan harus diimbangi dengan matang sebelum menggunakannya					
6	Saya memahami pentingnya mencatat pemasukan dan pengeluaran dalam mengelola keuangan					
7	Saya memahami bahwa transaksi keuangan harus terhindar dari riba, gharar, dan maysir					
8	Saya mengetahui pentingnya menggunakan produk keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah					

9	Saya berusaha mengelola keuangan sesuai dengan ajaran Islam					
10	Saya memahami bahwa Islam mengajarkan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dalam menggunakan harta					