

HEDONIC LIFESTYLE DAN PENGGUNAAN E-WALLET TERHADAP KEPUTUSAN KEUANGAN GEN Z DI KOTA CILEGON

Tessa Dwi Nainggolan¹, Pramudi Harsono², Surti Zahra³

¹²³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

*Email: nainggolantesa69@gmail.com

ABSTRACT

The hedonic lifestyle phenomenon and widespread e-wallet use among Generation Z in Cilegon City can shift daily financial decisions toward less rational patterns. This study analyzes the influence of Hedonic Lifestyle and e-wallet usage on Generation Z's financial decisions, partially and simultaneously.

This study used a quantitative survey method involving 117 Generation Z respondents in Cilegon City, selected through accidental sampling. Data were collected using a validated, reliable Likert-scale instrument, then analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics.

The results show that Hedonic Lifestyle has a positive, significant effect on financial decisions ($t = 10.497$; $sig. < 0.001$), as does e-wallet usage ($t = 2.538$; $sig. = 0.013$). Together, both variables significantly affect financial decisions ($F = 66.389$) and explain 53.8% of their variation.

These findings confirm that hedonic lifestyle and easy digital transactions are important factors in Generation Z's financial management in Cilegon City. The higher the hedonic tendency and the more intensive the e-wallet usage, the greater their influence on daily financial decisions.

This study is expected to contribute theoretically to research on young generations' financial behavior in the digital era, and practically to Generation Z, e-wallet providers, and policymakers designing financial literacy education.

Keywords: Hedonic Lifestyle, E-Wallet Usage, Financial Decision, Generation Z

ABSTRAK

Fenomena gaya hidup hedonis dan tingginya penggunaan e-wallet di kalangan Generasi Z Kota Cilegon berpotensi menggeser pola keputusan keuangan ke arah yang kurang rasional. Penelitian ini menganalisis pengaruh Hedonic Lifestyle dan penggunaan e-wallet terhadap keputusan keuangan Generasi Z Kota Cilegon, baik parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif terhadap 117 responden Generasi Z di Kota Cilegon yang dipilih melalui teknik accidental sampling. Data dikumpulkan menggunakan instrumen skala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, lalu dianalisis dengan regresi linear berganda melalui program IBM SPSS Statistics.

Hasil penelitian menunjukkan Hedonic Lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan (t hitung 10,497; signifikansi kurang dari 0,001), demikian pula penggunaan e-wallet (t hitung 2,538; signifikansi 0,013). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan (F hitung 66,389) dan menjelaskan 53,8% variasi keputusan keuangan.

Temuan ini menegaskan bahwa gaya hidup hedonis dan kemudahan transaksi digital merupakan faktor penting dalam pengelolaan keuangan Generasi Z Kota Cilegon. Semakin tinggi kecenderungan hedonis dan semakin intensif penggunaan e-wallet, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan keuangan sehari-hari.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi kajian perilaku keuangan generasi muda di era digital, serta masukan praktis bagi Generasi Z, penyedia e-wallet, dan pemangku kebijakan dalam merancang edukasi literasi keuangan.

Kata kunci: Hedonic Lifestyle, Penggunaan E-Wallet, Keputusan Keuangan, Generasi Z

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat dalam dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku konsumsi dan pengelolaan keuangan masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda. Generasi Z, yang didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi pertama yang tumbuh beriringan dengan kemajuan teknologi digital secara penuh (Tapscott, 2022). Di Indonesia, populasi Gen Z mencapai sekitar 27,94% dari total penduduk, menjadikan mereka kelompok demografis yang signifikan dalam dinamika ekonomi dan sosial nasional (Badan Pusat Statistik, 2020).

Kota Cilegon sebagai salah satu kota industri terbesar di Provinsi Banten memiliki karakteristik unik dalam perkembangan gaya hidup masyarakatnya. Pertumbuhan ekonomi yang didorong oleh sektor industri menyebabkan meningkatkan daya beli masyarakat, termasuk kalangan Gen Z yang mulai memasuki dunia kerja dan memiliki pendapatan sendiri.

Hedonic lifestyle atau gaya hidup hedon merupakan perilaku yang berorientasi pada pencarian kesenangan, kenyamanan, dan kepuasan pribadi melalui barang dan jasa (Solomon, 2020). Kalangan Gen Z makin terbiasa dengan gaya hidup ini karna pengaruh media sosial dan kebiasaan belanja yang terus di dorong oleh tren global.

Disisi lain, penggunaan layanan dompet elektronik atau E-wallet di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Data bank indonesia (2023) mencatat transaksi uang elektronik mencapai 5,87miliar transaksi dengan nilai Rp399,6 triliun sepanjang tahun 2022, meningkat signifikan di banding tahun 2022, meningkat signifikan di banding tahun tahun sebelumnya. E-wallet seperti Gopay, OVO, Dana, dan ShoppePay telah menjadi bagian dari kehidupan sehari hari Gen Z, memudahkan berbagai

transaksi mulai dari pembayaran makanan, transportasi, belanja online, hingga transfer uang (Bank Indonesia, 2022, 2023; Pratama & Sulistyowati, 2023).

Kemudahan penggunaan e-wallet berpotensi mempengaruhi pola pengeluaran dan keputusan keuangan Gen Z secara signifikan. Studi yang dilakukan oleh (Widyaningsih dan Kurniawan, 2023) menunjukkan bahwa kemudahan akses pembayaran melalui e-wallet cenderung mendorong impulse buying dan mengurangi kesadaran dalam pengelolaan anggaran. Kondisi ini makin parah dengan berbagai fitur promosi yang ditawarkan platform e-wallet seperti cashback, diskon, dan poin reward yang semakin mendorong perilaku konsumtif.

Keputusan keuangan yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup keputusan pengeluaran, keputusan menabung, keputusan investasi, dan pengelolaan utang atau kredit. Bagi Gen Z yang masih dalam tahap awal kehidupan finansial, kualitas keputusan keuangan yang mereka buat saat ini akan memiliki implikasi jangka panjang terhadap kesehatan finansial mereka di masa depan (Lusardi & Mitchell, 2022). Oleh karena itu, memahami faktor-faktor khususnya pengaruh hedonic lifestyle dan penggunaan e-wallet, menjadi sangat penting.

Kota Cilegon dipilih sebagai lokasi penelitian karena karakteristiknya sebagai kota industri yang padat karena banyak pendatang yang turut mendorong perubahan gaya hidup penduduknya, termasuk Gen Z. Selain itu, penguasaan e-wallet di Kota Cilegon tergolong tinggi seiring dengan perkembangan infrastruktur digital dan meningkatnya literasi teknologi masyarakat setempat. Namun demikian, penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan antara hedonic lifestyle dan penggunaan e-wallet terhadap keputusan keuangan Gen Z di Kota Cilegon masih sangat terbatas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Cilegon, Provinsi Banten. Pengumpulan data dilakukan secara daring (online) melalui penyebaran kuesioner digital menggunakan Google Form yang disebarkan kepada Generasi Z (kelompok individu yang lahir tahun 1997-2012) yang berdomisili atau beraktivitas di Kota Cilegon, baik sebagai mahasiswa/pelajar yang berdomisili di Kota Cilegon maupun sebagai karyawan muda di berbagai perusahaan yang berpotensi di kawasan industri Cilegon.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menekankan pada pengukuran variabel dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Pendekatan ini digunakan karena penelitian bertujuan untuk menguji Hedonic lifestyle dan penggunaan e-wallet terhadap keputusan keuangan Gen Z di Kota Cilegon. Menurut (Sugiyono, 2022) penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan kuantitatif dianggap sesuai dengan penelitian ini karena variabel yang diteliti dapat diukur melalui indikator-indikator tertentu dan dituangkan dalam bentuk kuesioner. Data yang diperoleh dari jawaban responden kemudian diolah menggunakan program statistik untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel. Dengan demikian, pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti memperoleh hasil penelitian yang objektif, terukur, dan dapat diuji secara empiris.

Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari kebijakan Hedonic lifestyle X1 dan penggunaan e-wallet sebagai variabel X2. Adapun variabel dependen adalah keputusan keuangan sebagai variabel Y. Hubungan antar variabel tersebut dianalisis untuk mengetahui apakah Hedonic lifestyle dan penggunaan e-wallet berpengaruh, baik secara parsial maupun silmutan, terhadap keputusan keuangan Gen Z di Kota Cilegon.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hedonic Lifestyle memiliki t hitung 10,497 yang lebih besar dari t tabel 1,981 dan signifikansi kurang dari 0,001. Dengan demikian, H_{01} ditolak dan H_{11} diterima. Artinya, Hedonic Lifestyle secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Keuangan Generasi Z di Kota Cilegon.

Penggunaan E-Wallet memiliki t hitung 2,538 yang lebih besar dari t tabel 1,981 dan signifikansi 0,013 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_{02} ditolak dan H_{2} diterima. Artinya, Penggunaan E-Wallet secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Keuangan Generasi Z di Kota Cilegon.

Nilai F hitung sebesar 66,389 lebih besar dari F tabel 3,076 dan nilai signifikansi kurang dari 0,001. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya, Hedonic Lifestyle dan Penggunaan E-Wallet secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Keuangan Generasi Z di Kota Cilegon. Hasil ini juga menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan layak digunakan untuk menjelaskan variasi Keputusan Keuangan.

Nilai R sebesar 0,734 menunjukkan hubungan gabungan yang kuat antara Hedonic Lifestyle dan Penggunaan E-Wallet dengan Keputusan Keuangan. Nilai R Square sebesar 0,538 berarti 53,8% variasi Keputusan Keuangan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam model, sedangkan 46,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Adjusted R Square sebesar 0,530 menunjukkan bahwa setelah mempertimbangkan jumlah variabel independen dan ukuran sampel, kemampuan penjelasan model adalah 53,0%. Selisih yang kecil antara R Square dan Adjusted R Square menunjukkan bahwa model relatif stabil dan tidak mengalami peningkatan semu akibat penambahan prediktor

Pengaruh Hedonic Lifestyle terhadap Keputusan Keuangan

Hasil uji t membuktikan bahwa Hedonic Lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Keuangan. Hal tersebut ditunjukkan oleh t hitung sebesar 10,497, signifikansi kurang dari 0,001, koefisien regresi sebesar 0,688, dan standardized beta sebesar 0,682. Nilai beta yang besar menunjukkan bahwa perubahan skor Hedonic Lifestyle memiliki hubungan yang kuat dengan perubahan skor Keputusan Keuangan setelah Penggunaan E-Wallet dikendalikan.

Secara konseptual, Hedonic Lifestyle merupakan pola hidup yang berorientasi pada pencarian kesenangan, kenyamanan, dan kepuasan melalui aktivitas konsumsi. Ramadhani dan Setiyani (2022) serta Sari dan Julialvi (2023) menjelaskan bahwa orientasi tersebut dapat memengaruhi prioritas pengeluaran, kecenderungan memenuhi keinginan, dan kemampuan mengendalikan konsumsi. Pada Generasi Z, pengaruh media sosial, tren, kelompok pergaulan,

dan kemudahan memperoleh informasi produk dapat memperkuat keterkaitan antara gaya hidup dan keputusan finansial sehari-hari.

Temuan deskriptif mendukung hasil inferensial tersebut. Mean Hedonic Lifestyle sebesar 3,8752 berada pada kategori Setuju, dan 74,10% dari seluruh jawaban pada variabel ini berada pada kategori Setuju atau Sangat Setuju. Artinya, orientasi hedonis bukan fenomena yang marginal dalam sampel, melainkan kecenderungan yang cukup nyata. Ketika kecenderungan tersebut berubah, pola keputusan keuangan yang diukur juga berubah secara bermakna.

Arah koefisien positif berarti semakin tinggi skor Hedonic Lifestyle, semakin tinggi pula skor Keputusan Keuangan berdasarkan pengkodean instrumen yang digunakan. Namun, penilaian apakah kenaikan skor Y menggambarkan keputusan yang lebih sehat atau justru peningkatan kecenderungan keputusan tertentu harus disesuaikan dengan redaksi serta arah penskoran setiap butir, terutama apabila terdapat item favorable dan unfavorable. Kesimpulan statistik yang pasti adalah terdapat pengaruh positif yang signifikan antar skor konstruk.

Hasil ini memperkuat penelitian Chasanah dan Setiyono (2025) yang menempatkan gaya hidup hedonis dan paparan media sosial sebagai faktor penting dalam perilaku konsumsi Generasi Z. Dalam konteks Kota Cilegon, lingkungan perkotaan dan industri, akses terhadap pusat konsumsi, serta keterhubungan digital dapat membuat pilihan gaya hidup lebih cepat diterjemahkan menjadi keputusan pengeluaran. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan, penetapan anggaran, dan kemampuan membedakan kebutuhan dengan keinginan menjadi penting agar Hedonic Lifestyle dapat dikelola secara proporsional.

Pengaruh Penggunaan E-Wallet terhadap Keputusan Keuangan

Penggunaan E-Wallet secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Keuangan. Nilai t hitung sebesar 2,538 lebih besar dari t tabel 1,981, dengan signifikansi 0,013. Koefisien regresi sebesar 0,174 menunjukkan bahwa perubahan skor Penggunaan E-Wallet diikuti perubahan skor Keputusan Keuangan dalam arah yang sama ketika Hedonic Lifestyle dikendalikan.

Secara deskriptif, mean Penggunaan E-Wallet sebesar 3,8034 berada pada kategori Setuju. Sebanyak 64,53% jawaban responden berada pada kategori Setuju atau Sangat Setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dompet digital telah diterima dan digunakan secara luas oleh Generasi Z dalam sampel penelitian. Kemudahan akses, kecepatan pembayaran, integrasi dengan platform belanja dan transportasi, serta berbagai promosi menjadikan e-wallet bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari.

Hariyani dan Prasetyo (2024) menjelaskan bahwa penggunaan e-wallet berkaitan dengan perilaku konsumen dan literasi keuangan Generasi Z. Di satu sisi, e-wallet dapat membantu efisiensi transaksi, pencatatan pembayaran, dan pengelolaan saldo. Di sisi lain, kemudahan transaksi dan promosi dapat menurunkan hambatan psikologis ketika membelanjakan uang. Oleh karena itu, pengaruh e-wallet terhadap keputusan keuangan tidak hanya ditentukan oleh teknologi, tetapi juga oleh kemampuan pengguna mengendalikan pengeluaran.

Standardized beta Penggunaan E-Wallet sebesar 0,165 lebih kecil dibandingkan beta Hedonic Lifestyle sebesar 0,682. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model penelitian ini, faktor psikologis dan gaya hidup memiliki kontribusi relatif lebih besar daripada penggunaan teknologi pembayaran itu sendiri. E-wallet dapat dipahami sebagai sarana yang memfasilitasi transaksi, sedangkan keputusan untuk menggunakan sarana tersebut secara terencana atau impulsif lebih banyak berkaitan dengan orientasi dan kontrol individu.

Implikasi praktisnya adalah penggunaan e-wallet tidak perlu dihindari, tetapi perlu dikelola. Fitur batas pengeluaran, riwayat transaksi, pemisahan saldo kebutuhan dan keinginan, serta evaluasi promosi dapat digunakan untuk mendukung keputusan keuangan yang lebih sadar. Pengguna juga perlu menilai manfaat promosi berdasarkan kebutuhan riil, bukan sekadar besarnya diskon atau cashback.

Pengaruh Hedonic Lifestyle dan Penggunaan E-Wallet secara Simultan terhadap Keputusan Keuangan

Hasil uji F menunjukkan bahwa Hedonic Lifestyle dan

Penggunaan E-Wallet secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Keuangan. Nilai F hitung 66,389 jauh lebih besar daripada F tabel 3,076 dan signifikansi kurang dari 0,001. Dengan demikian, kedua variabel secara bersama-sama membentuk model yang bermakna dalam menjelaskan variasi Keputusan Keuangan Generasi Z di Kota Cilegon.

Nilai R Square sebesar 0,538 menunjukkan bahwa 53,8% variasi Keputusan Keuangan dijelaskan oleh Hedonic Lifestyle dan Penggunaan E-Wallet. Persentase ini menunjukkan kemampuan penjelasan yang cukup besar untuk model perilaku yang hanya menggunakan dua prediktor. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa faktor gaya hidup dan teknologi transaksi tidak berdiri sendiri, tetapi saling berkaitan dalam membentuk praktik keuangan Generasi Z.

Secara teoritis, Hedonic Lifestyle dapat membentuk motivasi, prioritas, dan dorongan konsumsi, sedangkan e-wallet menyediakan mekanisme yang cepat dan praktis untuk mewujudkan transaksi. Ketika orientasi kesenangan bertemu dengan instrumen pembayaran yang mudah, keputusan keuangan dapat terjadi lebih cepat dan dengan pertimbangan yang lebih singkat. Sebaliknya, apabila pengguna memiliki perencanaan yang baik, e-wallet juga dapat dimanfaatkan untuk memantau transaksi dan menegakkan anggaran.

Sisa variasi sebesar 46,2% menunjukkan bahwa Keputusan Keuangan juga dipengaruhi oleh faktor lain, seperti literasi keuangan, pendapatan, self-control, sikap keuangan, dukungan keluarga, tekanan sosial, dan pengalaman menggunakan produk keuangan. Fernandes, Lynch, dan Netemeyer (2014) menekankan bahwa pengetahuan keuangan perlu diterjemahkan menjadi kebiasaan dan sistem pengambilan keputusan agar benar-benar menghasilkan perilaku finansial yang lebih baik.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa program edukasi keuangan bagi Generasi Z sebaiknya tidak hanya membahas konsep menabung atau penganggaran, tetapi juga mengaitkannya dengan

kebiasaan digital, promosi e-commerce, pengaruh media sosial, dan pola pencarian kesenangan. Pendekatan tersebut lebih sesuai dengan konteks kehidupan Gen Z yang sangat terhubung dengan teknologi.

Sintesis Hasil Deskriptif dan Inferensial

Hasil deskriptif memperlihatkan bahwa Hedonic Lifestyle, Penggunaan E-Wallet, dan Keputusan Keuangan sama-sama berada pada kategori Setuju. Namun, variasi antarbutir menunjukkan bahwa responden tidak memberikan tanggapan yang seragam pada seluruh aspek. Beberapa butir memperoleh mean di atas 4,21, sedangkan beberapa butir lain berada pada kategori Netral atau Tidak Setuju.

Hasil inferensial kemudian menunjukkan bahwa variasi tersebut memiliki hubungan yang sistematis. Hedonic Lifestyle dan Penggunaan E-Wallet bukan hanya hadir sebagai karakteristik umum responden, tetapi juga memiliki pengaruh statistik terhadap skor Keputusan Keuangan. Hedonic Lifestyle menjadi prediktor yang lebih dominan, sedangkan Penggunaan E-Wallet tetap memberikan kontribusi tambahan yang signifikan.

Konsistensi hasil uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji t, dan uji F memperkuat keandalan kesimpulan model. Seluruh item valid, seluruh konstruk reliabel, residual berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas, dan tidak terdapat heteroskedastisitas. Dengan demikian, kesimpulan mengenai pengaruh parsial maupun simultan dapat diterima berdasarkan model yang digunakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap 117 responden Generasi Z di Kota Cilegon, maka kesimpulan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Hedonic Lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan Generasi Z di Kota Cilegon, dengan nilai t hitung sebesar 10,497 lebih besar dari t tabel 1,981 dan signifikansi kurang dari 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan gaya hidup hedonis pada responden, semakin tinggi pula skor keputusan keuangan berdasarkan pengukuran instrumen yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Penggunaan E-Wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan Generasi Z di Kota Cilegon, dengan nilai t hitung sebesar 2,538 lebih besar dari t tabel 1,981 dan signifikansi sebesar 0,013. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas dan kemudahan penggunaan dompet digital turut berkaitan dengan pola keputusan keuangan yang diambil oleh responden.

Hedonic Lifestyle dan Penggunaan E-Wallet secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan Generasi Z di Kota Cilegon, dengan nilai F hitung sebesar 66,389 lebih besar dari F tabel 3,076 dan signifikansi kurang dari 0,001. Nilai R Square sebesar 0,538 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 53,8% variasi keputusan keuangan, sedangkan sisanya sebesar 46,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, & Mega. (2024). Penggunaan e-wallet sebagai inovasi transaksi digital: Literatur review. *Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(6).
- Ardiansyah, F. (2023). Korelasi antara intensitas penggunaan media sosial dan gaya hidup hedonis pada Generasi Z di Jawa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 28(1), 45–62.
- Arifin, Z., & Pratiwi, N. (2022). Pengaruh gaya hidup hedonis dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan*, 11(2), 89–104.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Sensus Penduduk 2020: Profil Kependudukan Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Kota Cilegon. (2024). *Kota Cilegon dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik Kota Cilegon.
- Bank Indonesia. (2022). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik*. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Tahunan Sistem Pembayaran Indonesia 2022*. Bank Indonesia.
- Candy, C., & Vira, V. (2024). Financial behavior as key factors affecting Indonesian Gen-Z entrepreneurial intention. *International Journal of Applied Business Research*, 20(2).
- Chasanah, S. D., & Setiyono, T. A. (2025). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonis dan sikap keuangan pribadi terhadap perilaku keuangan pada Generasi Z di Kota Semarang. *Jurnal Inovasi Akuntansi*, 3(2), 184–193.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

- Fahriansah, F., Safarida, N., & Midesia, S. (2023). Buy now, think later: Impulsive buying behavior among Generation Z in Indonesia. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 12(2), 386–421.
- Fernandes, D., Lynch, J. G., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. *Management Science*, 60(8), 1861–1883.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyani, R., & Prasetyo, T. (2024). Consumer behavior Generasi Z: Aspek e-wallet dan financial literacy. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 34–41.
- Harman, T., & Sari, M. (2022). Analisis penerimaan e-wallet pada generasi milenial dan Z menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Digital*, 4(1), 23–38.
- JakPat. (2024). *Indonesia Fintech Trends 2024*. Jajak Pendapat (JakPat).
- Kahneman, D. (2020). *Thinking, Fast and Slow*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2022). Financial literacy and financial decision-making in older adults. *Generations: Journal of the American Society on Aging*, 35(2), 25–32.
- Negara. (2022). Pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan keuangan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Nurhayati, & Fatmasari. (2023). Pengaruh penggunaan e-wallet terhadap keputusan pengeluaran mahasiswa di Banten. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Keuangan*.
- Pompian, M. M. (2021). *Behavioral Finance and Wealth Management: How to Build Optimal Portfolios That Account for Investor Biases* (2nd ed.). Wiley Finance.
- Populix. (2023). *PopVoice Gen Z & Millennials Report 2023*. Populix Research.
- Pratama, & Sulistyowati. (2023). Adopsi e-wallet di kalangan Gen Z Indonesia: Pola penggunaan dan dampak terhadap perilaku transaksi. *Jurnal Teknologi Keuangan Dan Perilaku Konsumen*.
- Purnomo, H., Arfani, M., & Shadiq, T. F. (2024). *Adapting and Resilient: How Indonesian Consumers Navigate E-Commerce Restrictions in the Post-Pandemic Retail Industry*. ResearchGate.
- Puspasari, & Puspita. (2022). Uji reliabilitas instrumen penelitian menggunakan Cronbach's Alpha. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 6(1), 45–52.
- Putri, & Rahardjo. (2023). Conspicuous consumption, hedonic lifestyle, dan identitas sosial pada Generasi Z pengguna media sosial. *Jurnal Perilaku Konsumen Dan Bisnis*.
- Ramadhani, & Setiyani. (2022). Pengaruh hedonic lifestyle terhadap perilaku keuangan Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Sari, & Julialvi. (2023). Gaya hidup hedonis dan ketidakmampuan mengelola keuangan pada generasi muda. *Jurnal Manajemen Dan Perilaku Konsumen*.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tapscott, D. (2022). *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your*

World. McGraw-Hill.

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2023). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376.

Visa. (2023). Consumer Payment Attitudes Study 2023: Southeast Asia. Visa Inc.

Widyaningsih, & Kurniawan. (2023). Kemudahan akses e-wallet dan pengaruhnya terhadap impulse buying dan pengelolaan anggaran Generasi Z. *Jurnal Keuangan Digital Dan Perilaku Konsumen*.

Xiao, J. J., & Porto, N. (2022). Financial literacy and financial wellbeing, evidence from the Survey of Consumer Finances. *Financial Planning Review*, 5(1).

.