BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan yang berkembang dengan sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir telah membawa pengaruh yang besar terhadap kehidupan masyarakat. Perkembangan tersebut menjadikan teknologi sebagai kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan di tingkat global, dan manfaatnya kini semakin dirasakan oleh masyarakat Indonesia.[2] Transformasi digital telah mendorong masyarakat Indonesia terutama pada generasi Z menuju gaya hidup yang konsumtif. Generasi Z lahir pada tahun 1995 sampai 2010. Generasi Z sangat mahir dalam menggunakan teknologi dan terutama terlibat dalam media sosial atau internet.

Karakteristik dari Generasi Z yaitu mereka lebih sering melakukan kegiatan sosial melalui dunia maya, juga cepat dalam mencari dan menemukan infomasi. Generasi Z cenderung tertarik pada hal yang praktis dan sangat bergantung pada perangkat digital serta internet dalam aktivitas sehari-hari.[3] Perilaku konsumtif yang berkembang di masyarakat umumnya banyak terjadi pada kalangan pelajar dan mahasiswa. Kondisi ini dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan mereka terhadap teknologi, khususnya penggunaan *e-wallet* dan budaya digital, yang membuat

[2] Sasnabila Khayyirah, Rahmat A Kurniawan, dan Sabrang Gilang Gemilang, "Analisis Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Pada Tingkat Mahasiswa Universitas Islam Negeri Mataram Tahun 2021/2022," *Society: Jurnal Jurusan Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial* 13, no. 1 (2022), hal. 6, https://doi.org/10.20414/society.v13i1.5297.

[3] Dita Anjani, Husni Awali, dan Dwi Novaria Misidawati, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet," *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisni s* 1, no. 1 (2022), hal. 124–34.

mereka lebih mudah terpengaruh oleh berbagai informasi yang dilihat. Mahasiswa yang lebih mengutamakan gengsi, terutama pada mahasiswi, cenderung melakukan konsumsi yang berorientasi pada citra diri dan prestise. Sebaliknya, siswa yang berpikir secara rasional akan lebih mempertimbangkan aspek kegunaan serta harga dari produk yang akan dibeli. Hal ini terlihat pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang termasuk dalam kelompok generasi Z.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu fakultas di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang terdiri atas dua jurusan, yaitu Jurusan Ekonomi serta Jurusan Bisnis dan Manajemen. Di Jurusan Ekonomi terdapat Program Studi Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, dan Akuntansi Syariah. Sementara itu, Jurusan Bisnis dan Manajemen meliputi Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf, Manajemen Keuangan Syariah, Manajemen Bisnis Syariah serta Pariwisata Syariah. Secara keseluruhan, total mahasiswa angkatan 2022–2025 di fakultas ini mencapai 4.021 mahasiswa/i.[4]

Tabel 1. 1 Total Mahasiswa FEBI Angkatan 2022-2025

No.	Program Studi	Tahun				Jumlah
		2022	2023	2024	2025	
1	Perbankan Syariah	120	118	101	94	433
2	Ekonomi Syariah	215	222	240	255	932
3	Akuntansi Syariah	126	115	139	201	581
4	Manajemen Zakat dan Wakaf	53	39	29	18	139
5	Manajemen Keuangan Syariah	174	166	174	143	657
6	Manajemen Bisnis Syariah	167	187	212	353	919
7	Pariwisata Syariah	104	97	93	66	360
TOTAL						**4.021**

Sumber: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2025

[4] Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2025, https://febi.uinsatu.ac.id/. diakses pada 10 Januari 2026.

Perilaku konsumtif mulai berkembang di lingkungan mahasiswa, teramsuk mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung, yang dipengaruhi oleh pesatnya kemajuan di bidang elektronik, komunikasi, dan keuangan. Aktivitas konsumsi tersebut dilakukan dengan berbagai motivasi, misalnya mengikuti tren yang sedang populer dan mencoba produk-produk terbaru.[5]

Generasi Z pada mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung dapat dijadikan sebagai objek utama dalam mengkaji perilaku konsumtif, mengingat perubahan gaya hidup di lingkungan kampus serta mempengaruhi pola perilaku mereka. Interaksi sosial dengan teman sebaya dan lingkungan sekitar juga berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif, seperti kecenderungan untuk mengikuti orang lain dalam membeli barang yang kurang memiliki nilai manfaat, sehingga dapat menyebabkan pemborosan dalam pengelolaan keuangan.[6]

Perilaku konsumtif menjadi salah satu fenomena yang semakin terlihat dalam kehidupan masyarakat, khususnya di kalangan pelajar yang cenderung lebih cepat menanggapi perkembangan informasi teknologi. Perilaku konsumtif ialah aktifitas membeli barang di luar kebutuhan rasional atau tindakan mengkonsumsi barang yang tidak digunakan hanya mengikuti keinginan semata. Dalam ekonomi Islam, dianjurkan untuk melakukan konsumsi sesuai kebutuhan bukan keinginan.

---

[5] Arum Mutiara Hardy, Nedi Hendri, dan Elmira Febri Darmayanti, "Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Electronic Wallet dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Metro)," *Expensive: Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 2, no. 2 (2023), hal. 216.

[6] Lutfiah, Muhammad Basri, dan Heni Kuswanti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak," *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* 11, no. 3 (2022), hal. 1-10.

Allah tidak menyukai orang yang melebihi batasnya dalam mengkonsumsi sesuatu. Konsumsi di era teknologi digital serba mudah dan cepat, tetapi dianjurkan untuk berhati-hati dalam mengikuti kemajuan teknologi digital yang dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.[7]

Perkembangan teknologi yang semakin maju menghasilkan berbagai macam perubahan dan inovasi yang memudahkan kehidupan masyarakat. Salah satu perubahan tersebut adalah pola berbelanja, yang awalnya menggunakan sistem pembayaran tunai, sekarang beralih ke pembayaran nontunai. Salah satu bentuk inovasi dalam sistem pembayaran non-tunai adalah *electronik wallet* (dompet digital). Saat ini, penggunaan *e-wallet* semakin meningkat dan telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda.

Penggunaan *e-wallet* merupakan salah satu bentuk teknologi yang paling banyak digunakan dalam sektor keuangan. *E-wallet* adalah akun prabayar yang dilindungi dengan kata sandi, yang memungkinkan pengguna menyimpan dana secara digital dan menggunakannya untuk berbagai transaksi online. Pengoperasiannya melalui smartphone memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam proses pembayaran. Selain itu, *e-wallet* juga dapat dimanfaatkan untuk membayar berbagai tagihan seperti listrik, internet, dan kebutuhan lainnya. Perkembangan jumlah pengguna *e-wallet* terjadi dengan sangat pesat, ditandai dengan banyaknya perusahaan yang bersaing menghadirkan layanan terbaik, seperti GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, dan

[7] Lilis Andalasari dan Taufik Ridwan, "Tinjauan Ekonomi Islam dalam Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon," *Glosains: Jurnal Sains Global Indonesia* 3, no. 1 (2021), hal. 17–29, https://doi.org/10.59784/glosains.v1i1.17.

LinkAja. Hal ini mendorong minat masyarakat untuk bertransaksi menggunakan *e-wallet* karena adanya berbagai promosi serta kemudahan yang ditawarkan.[8]

Gambar 1. 1 Penggunaan Layanan *E-Wallet* Terpilih Di Indonesia 2024



Sumber: IDN Research Institute (2024), diakses dari GoodStats

Gambar 1.1 memperlihatkan bahwa penggunaan *e-wallet* sebagai sarana pembayaran non-tunai semakin diminati. *E-wallet* menawarkan kemudahan, keamanan, serta berbagai keuntungan bagi para penggunanya dalam bertransaksi. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *IDN Research Institute* pada tahun 2024, diketahui bahwa aplikasi GoPay menjadi layanan *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 88%. Diikuti oleh OVO 79% dan ShopeePay 77%, yang juga menunjukkan tingkat penggunaan yang tinggi dan 71% untuk aplikasi Dana.

[8] Madhan Abidzar, Indriayu Mintasih, dan Hindrayani Aniek, "Pengaruh Dompet Digital dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta," *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi* 7, no. 2 (2023), hal. 260.

Sementara itu, Doku menjadi *e-wallet* dengan tingkat penggunaan terendah, yakni sebesar 48%.[9]

Berdasarkan hasil penelitian Dewi dan Faradina menyampaikan bahwa penggunaan *e-wallet* memberikan kemudahan dalam bertransaksi memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh berbagai manfaat yang ditawarkan, seperti adanya promosi dan potongan harga yang sering diberikan oleh aplikasi *e-wallet*, sehingga mampu menarik minat mahasiswa untuk melakukan pembelian. Sebagai contoh, ketika seseorang berbelanja dengan jumlah tertentu dan melakukan pembayaran melalui *e-wallet*, biasanya akan memperoleh diskon maupun *cashback*, sehingga dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam berperilaku konsumtif.[10] Sedangkan, pada penelitian Varel dan Albrian penggunaan *e-wallet* tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pengguna *e-wallet* cenderung mampu mengendalikan pemakaiannya sehingga dapat menghindari potensi masalah keuangan yang berlebihan.[11]

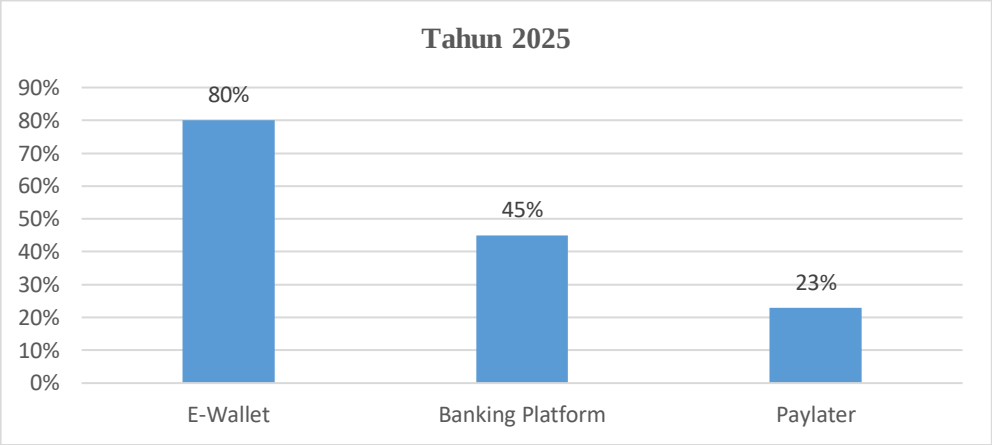
---

[9] Anbiya Mina Scuderia, "Preferensi Mobile Banking dan E-Wallet di Kalangan Generasi Muda," *IDN Research Institute*, diakses 11 Januari 2026, https://goodstats.id/article/preferensi-mobile-banking-dan-e-wallet-di-kalangan-generasi-muda-OrBZG#google_vignette .

[10] Dewi Oktary dan Faradina Inda Wardhani, "Pengaruh literasi keuangan dan E-Wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Indonesia Pontianak," *Jurnal ekonomi integra* 13, no. 1 (2023), hal. 11–22.

[11] Verel Dhimas Fatkul Rizki dan Albrian Fiky Prakoso, "Analisis Pengaruh Media Sosial Dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Fungsionaris Himpunan Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Periode 2023," *Journal of Education and Research* 3, no. 1 (2024), hal. 9-10.

Gambar 1. 2 Metode Pembayaran Digital yang Digunakan Publik Indonesia 2025



Sumber: GoodStats, 2025

Berdasarkan gambar 1.2 Data Persentase GoodStats tersebut memperlihatkan bahwa pada tahun 2025, *e-wallet* menjadi metode pembayaran yang paling dominan digunakan di Indonesia dengan persentase mencapai 80%, banking platform (45%) dan paylater (23%).[12]

Kehadiran keuangan digital memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunanya, karena dapat diakses dengan mudah tanpa terbatas oleh ruang dan waktu, sehingga proses pembayaran dalam transaksi jual beli online menjadi lebih cepat dan efisien. Namun, penggunaan fintech khususnya *e-wallet* memiliki kelebihan dan kekurangan. Dari sisi kelebihan, *e-wallet* mempermudah transaksi, memiliki tingkat keamanan yang baik, serta dapat digunakan kapan pun dan di mana pun. Sementara itu, dari sisi kekurangan, kemudahan tersebut berpotensi mendorong perilaku konsumtif dan mengurangi

[12] Izzul Wafa, "E-Wallet Jadi Metode Pembayaran Digital Favorit 2025," diakses 10 Januari 2026, https://data.goodstats.id/statistic/e-wallet-jadi-metode-pembayaran-digital-favorit-2025-V6gYH.

kedisiplinan konsumen dalam berbelanja. Apabila tidak disertai dengan perencanaan yang matang, hal ini dapat memicu terjadinya pembelian yang tidak direncanakan.[13]

Untuk memenuhi kebutuhan dasar serta mendukung pengembangan diri, setiap individu melakukan aktivitas membeli, mengonsumsi, dan memanfaatkan berbagai barang maupun jasa. Keinginan untuk memiliki produk yang diminati dapat meningkatkan dorongan dalam melakukan pembelian. Perilaku tersebut berpotensi menimbulkan pemborosan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Literasi keuangan merupakan upaya yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kepercayaan diri agar individu mampu mengelola keuangan secara lebih bijaksana. Seseorang yang memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik cenderung dapat memperoleh hasil yang optimal dari kondisi keuangannya.

Menurut Indy dalam Lilis Anjarwati menyampaikan bahwa terdapat dua faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal meliputi budaya, teman sebaya, kelas sosial, serta berbagai pengaruh dari lingkungan. Sementara itu, faktor internal mencakup motivasi, kepribadian dan persepsi diri, sikap, serta proses pembelajaran.[14] Salah satu faktor yang diduga memicu munculnya perilaku konsumtif adalah rendahnya tingkat literasi keuangan. Menurut Lina dan Rasyid yang dikutip dalam Zahra dan Astrie,

---

[13] Mayella Oktaviani, Indah Purnama Sari, dan Zaini Miftah, "Pengaruh e-commerce dan financial technology terhadap perilaku konsumtif mahasiswa," *JABE: Journal of Applied Business and Economic* 9, no. 3 (2023), hal. 283.

[14] Lilis Anjarwati, Nuraisyiah, dan Sitti Hajerah Hasyim, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Akuntansi Pada Sekolah Menengah Kejuruan di Kabupaten Gowa," *Pinisi: Journal Of Art, Humanity & Social Studies* 3, no. 4 (2023), hal. 48, https://ojs.unm.ac.id/PJAHSS/article/viewFile/47390/22408.

terdapat tiga penyebab perilaku konsumtif, yaitu pembelian implusif, pemborosan, dan mencari kesenangan.[15] Literasi keuangan memegang peranan yang sangat penting dalam pengelolaan keuangan individu yang berkontribusi meningkatkan taraf kehidupan, tanpa memiliki kemampuan literasi keuangan seseorang akan cenderung melakukan pemborosan.

Literasi merupakan kemampuan atau tingkat pengetahuan yang dimiliki seseorang dalam melakukan suatu aktivitas tertentu. Literasi juga dapat diartikan sebagai kemampuan individu dalam mengolah informasi dan pengetahuan sehingga dapat menjalani kehidupan dengan lebih baik. Sementara itu, keuangan berkaitan dengan segala hal yang berhubungan dengan uang. Dengan demikian, literasi keuangan dapat dimaknai sebagai kemampuan dan pengetahuan individu dalam menggunakan serta mengambil keputusan keuangan secara tepat dan bijaksana.

Keuangan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Oleh sebab itu, setiap individu diharapkan mampu memanfaatkan berbagai produk keuangan secara optimal serta mengambil keputusan yang tepat dalam mengelola keuangan pribadinya. Kemampuan dalam mengatur keuangan pribadi merupakan salah satu bentuk kecerdasan yang dimiliki manusia. Pengetahuan mengenai keuangan sangat penting karena dapat membantu

[15] Zahra Qurotaa'yun dan Astrie Krisnawati, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Bandung," *Journal Accounting and Finance* 3, no. 1 (2019), hal. 47, https://journals.telkomuniversity.ac.id/jaf/article/view/2167/1060.

seseorang dalam menyesuaikan gaya hidup sesuai dengan kondisi keuangan yang dimilikinya.[16]

Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dirilis tahun 2025 oleh OJK bersama BPS, indeks literasi keuangan penduduk Indonesia tercatat berada di angka 66,46 persen. Angka tersebut mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2024 yang sebesar 65,43 persen, atau naik sekitar 1,03 persen. Hal ini mengindikasikan adanya perkembangan yang positif dalam perilaku keuangan masyarakat, baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap, maupun perilaku dalam mengelola keuangan pribadi.[17]

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Sri Deviyanti menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, apabila tidak diterapkan secara tepat dalam kehidupan sehari-hari, maka hal tersebut tidak cukup efektif dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat disebabkan oleh ketidakmampuan dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta mudahnya terpengaruh oleh lingkungan sekitar. Misalnya, kecenderungan mengikuti teman dalam melakukan pembelian, ditambah dengan pengaruh media

[16] Mila Mulya Sari, Titin Agustin Nengsih, dan Ahmad Sayhrizal, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019," *Journal of Creative Student Research* 1, no. 2 (2023), hal. 140,https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i2.1165.

[17] Agnes Z. Yonanta, "Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia Naik pada 2025," diakses 11 Januari 2026, https://data.goodstats.id/statistic/indeks-literasi-dan-inklusi-keuangan-indonesia-naik-pada-2025-9SVqr.

sosial sebagai sarana promosi yang mampu menarik minat seseorang untuk berbelanja.[18]

Budaya digital juga berperan dalam mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif. Budaya digital turut mempengaruhi cara pandangan, mental, sikap, serta etika masyrakat. Pada dasarnya, budaya digital bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kerja dan menghemat waktu. Namun, dalam perkembangannya, fenomena ini justru dapat mendorong munculnya perilaku konsumtif.[19] Perubahan tersebut terlihat pada berbagai aspek, mulai dari pemilihan produk, proses pemesanan, hingga sistem pembayaran, yang pada akhirnya memicu konsumen untuk melakukan transaksi lebih banyak.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Abia, Budi, dan Batomi menyatakan bahwa budaya digital tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut mengungkapkan bahwa walaupun mahasiswa merasa diuntungkan oleh kemajuan teknologi dengan akses informasi secara instan dari berbagai belahan dunia yang mendukung literasi dan wawasan global, sehingga budaya digital membentuk pola kebiasaan baru di kalangan mahasiswa, namun, hal ini tidak secara otomatis memicu konsumsi yang berlebihan.[20]

---

[18] Sri Deviyanti, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas Xii Ips Sma Negeri 3 Makassar," *Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar*, (2020), http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/16919.

[19] Fikri Al Farasyi dan Heni Iswati, "Pengaruh media sosial, e-lifestyle Dan budaya digital terhadap perilaku konsumtif," *Syntax Idea* 3, no. 11 (2021), hal 2355–71, https://doi.org/https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v3i11.1579.

[20] Abia Do Carmo Vieira, Budi Wahono, dan Mohamad Bastomi, "Pengaruh Budaya Digital, Digital Payment, Teman Sebaya, Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)," *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 14, no. 1 (2025), hal. 2301.

Berdasarkan kebiasaan yang terlihat pada mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung, sebagian besar mahasiswa menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari, baik yang berasal dari Kabupaten Tulungagung maupun mahasiswa perantau dari luar daerah. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari mahasiswa, perilaku tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya uang saku yang diberikan orang tua relatif lebih dari cukup. Selain itu, sebagian mahasiswa juga mengungkapkan bahwa jumlah uang yang dimiliki terasa lebih besar ketika digunakan di Tulungagung dibandingkan dengan daerah asalnya. Faktor lain yang turut memengaruhi adalah lingkungan pertemanan serta adanya dorongan gengsi untuk tampil setara dengan teman sebaya.

Sesuai dengan pemaparan di atas, penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti dengan judul "Pengaruh Penggunaan *Electronic Wallet*, Literasi Keuangan, dan Budaya Digital terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung".

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat diidentifikasi masalah yang muncul dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Di era modern tingginya penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa generasi Z diduga mendorong peningkatan perilaku konsumtif akibat kemudahan transaksi, promosi, dan cashback yang disediakan beragam layanan dompet digital.

2. Literasi keuangan mahasiswa yang belum sepenuhnya diterapkan secara optimal dalam kehidupan sehari-hari sehingga masih ditemukan perilaku pembelian impulsif, pemborosan, serta kesulitan membedakan antara kebutuhan dan keinginan.
3. Pengaruh budaya digital dan lingkungan pertemanan di lingkungan kampus yang membentuk gaya hidup konsumtif, seperti mengikuti tren, gengsi, dan kebiasaan belanja berbasis media sosial serta kemudahan teknologi pembayaran.

Agar pembahasan dalam studi ini tetap fokus dan terarah, peneliti merumuskan batasan masalah yang bertumpu pada poin-poin di bawah ini:

1. Subjek penelitian terbatas pada generasi Z mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan tahun 2022-2025.
2. Variabel yang di analisis dalam penelitian ini adalah pengaruh penggunaan *electronic wallet*, literasi keuangan, budaya digital, dan perilaku konsumtif.
3. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form, yang dibagikan kepada responden lewat media sosial, yaitu WhatsApp.

C. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan penggunaan *electronic wallet*, literasi keuangan, dan budaya digital terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z

mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?

2. Apakah terdapat pengaruh signifikan penggunaan *electronic wallet* terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan budaya digital terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji pengaruh penggunaan *electronic wallet,* literasi keungan, dan budaya digital terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
2. Untuk menguji pengaruh penggunaan *electronic wallet* terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
3. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

4. Untuk menguji pengaruh budaya digital terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaa Teoritis

   Secara teoritis, manfaat penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta pemahaman terkait perilaku konsumtif, khususnya dikalangan generasi Z pada mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu *electronic wallet*, literasi keuangan, dan budya digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif.

2. Kegunaan Praktis

   a. Bagi Akademisi

      Penelitian ini dapat dijadikan refrensi untuk penulis selanjutnya yang mengusung topik yang serupa yaitu terkait pengaruh penggunaan *electronic wallet*, literasi keuangan, dan budaya digital terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

   b. Bagi Peneliti

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta menambah pemahaman bagi

peneliti mengenai upaya meminimalisir perilaku konsumtif pada mahasiswa generasi Z melalui pengaruh penggunaan *electronic wallet*, literasi keuangan, dan budaya digital, sehingga dapat membantu dalam pengelolaan keuangan yang lebih bijak.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan mencakup variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Variabel bebas meliputi *electronic wallet* (X1), literasi keuangan (X2), serta budaya digital (X3), dan variabel terikat yaitu perilaku konsumtif (Y). Penelitian ini fokus pada mahasiswa generasi Z yang lahir pada rentang tahun 1995-2010, yaitu kelompok yang cenderung memiliki kedekatan tinggi dengan *electronic wallet* serta perkembangan teknologi digital. Adapun lokasi penelitian dilaksanakan terhadap mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

G. Penegasan Variabel

Peneliti memaparkan definisi dari pokok-pokok permasalahan pada deskrpsi berikutnya dengan tujuan untuk memudahkan dalam menelaah serta memahami istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian. Adapun beberapa istilah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

   Definisi konseptual merupakan uraian teoritis mengenai variabel yang diteliti dengan mengacu pada teori-teori yang relevan.

a. *Electronic Wallet*

Electronic Wallet atau dompet elektronik adalah aplikasi atau platform perangkat lunak yang memungkinkan pengguna menyimpan serta mengelola data pembayaran mereka secara aman.[21]

b. Literasi Keuangan

Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keyakinan, serta keterampilan tersebut berperan dalam membentuk sikap dan perilaku individu dalam rangka meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan, sehingga dapat mendukung tercapainya kesejahteraan masyarakat.[22]

c. Budaya Digital

Budaya digital adalah suatu konsep yang menggambarkan peran teknologi internet dalam membentuk pola interaksi di masyarakat.[23]

d. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah Suatu perilaku yang menunjukkan kecenderungan berlebihan dalam mengonsumsi barang atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, serta lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan.[24]

---

[21] Syafrida Hafni Sahir, dkk., *Metode Pembayaran Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2023), hal. 116

[22] OJK, https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasikeuangan.aspx. diakses pada 12 Oktober 2025

[23] Fikri Al Farasyi dan Heni Iswati, "Pengaruh media sosial, e-lifestyle Dan budaya digital terhadap perilaku konsumtif."……., hal. 2359

[24] Naning Fatmawatie, *E Commerce dan Perilaku Konsumtif* (Kediri: IAIN Kediri Press, 2022), hal. 40

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan yang menggambarkan variabel penelitian dengan jelas dan terperinci, sehingga setiap variabel dapat dirumuskan secara spesifik dan terukur.[25]

a. *Electronic Wallet*

Electronic Wallet dapat diukur dengan beberapa indikator, diantaranya: persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan promosi.

b. Literasi Keuangan

Literasi keuangan dapat dinilai melalui beberapa indikator, diantaranya: pengetahuan, keahlian, sikap, dan pemahaman.

c. Budaya Digital

Budaya digital di era modern ini dapat diukur dengan beberapa indikator, di antaranya: frekuensi penggunaan internet, pengaruh konten digital, dan aktifitas di media sosial.

d. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diukur dengan beberapa indikator, diantaranya: membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasan yang menarik, membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk berdasarkan pertimbangan harga, membeli produk sebagai simbol dan status, membeli produk karena iklan, dan membeli produk serupa dengan merek yang berbeda.

[25] Dodiet Aditya Setyawan, *Hipotesis dan Variabel Penelitian* (Klaten: CV Tahta Media Group, 2021). hal. 59

H. Sistematik Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dibuat sedemikian rupa untuk memperjelas arah pembahasan masalah, sehingga disusun sistematika yang terdiri 3 bagian, sebagai berikut:

1. Bagian Awal

   Pada bagian awal mencakup halaman sampul depan, halaman judul, lembar persetujuan, lembar pengesahan, pernyataan keaslian, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi, dan abstrak.

2. Bagian Utama

   Pada bagian utama terdiri dari 6 (enam) bab, yaitu:

   BAB I PENDAHULUAN

   Pada bab ini diuraikan beberapa subbab terkait pendahuluan, yaitu: latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan penegasan variabel, serta sistematika penulisan.

   BAB II LANDASAN TEORI

   Pada bab ini diuraikan secara ringkas beberapa teori yang diperoleh dari berbagai sumber terkait dengan variabel yang dibahas untuk mendukung penelitian. Teori tersebut yaitu mengenai penggunaan *electronic wallet*, literasi keuangan, budaya digital dan perilaku konsumtif. Selain itu, pada bab ini juga diuraikan terkait penelitian terdahulu, kerangka teori, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan beberapa subbab terkait metode penelitian, yaitu: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel dan skala pengukuran, populasi, sampling, sampel penelitian, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data, serta tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai deskripsi data dan temuan peneliti. Data yang dideskripsikan adalah data penggunaan *electronic wallet*, literasi keuangan, budaya digital dan perilaku konsumtif.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dan berisi beberapa subbab sesuai rumusan masalah.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari keseluruhan penelitian dan saran-saran yang diberikan oleh peneliti kepada pihak yang terkait dalam penelitian ini.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.