

SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, GAYA HIDUP,
DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
PENGGUNA E-WALLET PADA KALANGAN GENERASI Z
KOTA BANDA ACEH**



Disusun oleh:

**VIRDA AMELIA NOVIANTI
NIM: 210603046**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M / 1447 H**

SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, GAYA HIDUP,
DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
PENGGUNA E-WALLET PADA KALANGAN GENERASI Z
KOTA BANDA ACEH**



Disusun oleh:

VIRDA AMELIA NOVIANTI

NIM: 210603046

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M / 1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Virda Amelia Novianti
NIM : 210603046
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar- Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 11 februari 2026

Yang Menyatakan



Virda Amelia Novianti

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, GAYA HIDUP, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA E-WALLET PADA KALANGAN GENERASI Z KOTA BANDA ACEH

Disusun Oleh:

Virda Amelia Novianti

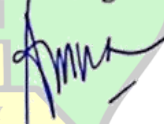
NIM: 210603046

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I




Pembimbing II



Teuku Syifa Fadriza Nanda, SE., M.Acc., Ak Dara Amanatillah, M. Sc, FIN
NIP. 198511222023211015 NIP. 198702222023212041

Mengetahui,
Ketua Prodi,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag, M.Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASASYAH SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, GAYA HIDUP,
DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
PENGGUNA E-WALLET PADA KALANGAN GENERASI Z KOTA
BANDA ACEH**

Virda Amelia Novianti

NIM. 210603046

Telah Disidangkan oleh Dewan Sidang Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari / Tanggal: **Senin, 19 Januari 2026M**
30 Rajab 1447 H

Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Sekretaris,

T. Syifa P. Nanda, S.E., M.Acc., Ak., CTA

Dara Amanatillah, M.Sc.Finn

NIP. 198311222023211015

NIP. 198702222023212041

AR-RANIRY

Penguji I

Penguji II

Dr. Evi Iskandar, S.E., M.Si., Ak., CPA

Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak

NIP. 196902242025211001

NIP. 198802262023212035



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Prof. Dr. Hafas Furgani, M.Ec

NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Virda Amelia Novianti
NIM : 210603046
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : ameliavirda34@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KGU Skripsi

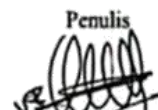
Yang berjudul:
PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, GAYA HIDUP, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA E-WALLET PADA KALANGAN GENERASI Z KOTA BANDA ACEH

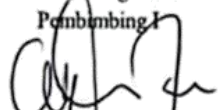
Berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain. Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 19 Januari 2026

Penulis

Virda Amelia Novianti
210603046

Mengetahui
Pembimbing I

T. Syifa F. Nanda, S.E., M.Acc., Ak-CTA
NIP. 198511222023211015

Pembimbing II

Dara Amanatillah, M.Sc.Finn
NIP. 198702222023212041

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah, tuhan semesta alam, yang selalu memberikan berkah dan karunianya yang melimpah kepada hambanya yang tidak dapat terhitung banyaknya. Sholawat serta salam tak lupa penulis hantarkan kepada nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat. Dengan kehendak dan izin Allah SWT serta adanya bantuan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat merealisasikan penulisan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-wallet Pada Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh” adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi dan mencapai gelar program sarjana strata I pada fakultas ekonomi dan bisnis islam.

Dalam penulisan skripsi ini tentu jauh dari sempurna, hal ini dikarenakan keterbatasan pengalaman, kemampuan dan pengetahuan yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritikan dan saran guna memperbaiki skripsi ini. Disamping itu, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terealisasi tanpa adanya bantuan, dukungan, dorongan serta bimbingan yang penulis peroleh dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan penuh

ketulusan dan rendah hati penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku ketua program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Teuku Syifa Fadriza Ananda, S.E., M.Acc., Ak selaku dosen pembimbing I dan Dara Amanatillah, M.Sc,Fin selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan, bimbingan, arahan, motivasi berharga selama penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Dr Evy Iskandar, S.E., M.Si., Ak., CPA dan dan Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak. Sebagai Penguji 1&2 yang telah meluangkan waktu dan sabar memberi bimbingan serta arahan dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Rika Mulia, M.B.A selaku dosen penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh Pendidikan di Program Studi Strata Satu (S1) Perbankan Syariah
7. Cinta pertamaku, bapak M Rizal Cibro sosok pertama yang menyambut kehadiran penulis ke dunia dengan penuh

kebahagiaan. Terimakasih segala perjuanganmu dalam memberikan yang terbaik untuk kehidupan penulis, atas pengorbanan waktu, tenaga dan pikiran meskipun beliau tidak sempat merasakan bangku kuliah namun beliau mampu mendidik, motivasi dan mendukung sehingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai sarjana. Sehat selalu dan panjang umur karena ayah selalu ada disetiap perjuangan dan pencapaian hidup penulis.

8. Belahan jiwaku, panutanku ibunda Emiana Amd.Keb, terimakasih sebesar besarnya penulis ucapkan kepada beliau yang tidak pernah henti-hentinya memberikan doa, motivasi, dan kasih sayang yang tulus, terimakasih atas nasehat yang diberikan walaupun terkadang pemikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati untuk menghadapi penulis yang keras kepala. Beliau sangat berperan penting dalam proses penyelesaian akademik ini.
9. Teruntuk adik-adik penulis tersayang, Rizma Aulia Angraini, Rumi Sopia Naila, Maura Sandria Aprisa, dan Hafiz Hisyam Kamil, yang selalu menjadi sumber kebahagiaan dan inspirasi penulis, terimakasih atas canda, semangat, keceriaan dan tingkah lucu selama ini. Dan teruntuk keluarga besar yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas dukungan dan kasih sayang terhadap penulis.

10. Teruntuk sahabat penulis khalisah okmanda, eka zuliana, yusrika ratu selvina, tasya aronal saputri yang senantiasa menjadi tempat berbagi cerita dan dukungan, kasih sayang, dan yang selalu ada dalam keadaan susah maupun senang, terima kasih atas banyaknya kontribusi yang membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
11. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada gadis yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, perempuan sederhana dengan hati kecil tetapi impian besar, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Virda Amelia Novianti, anak perempuan pertama dan harapan orang tua. Terimakasih karena tidak menyerah ketika jalan di depan terasa gelap, ketika keraguan datang silih berganti, dan ketika langkah terasa berat untuk di teruskan. Terimakasih karena tetap memilih untuk melanjutkan, walau seringkali tidak tahu pasti kemana arah ini akan membawa. Terima kasih karna telah menjadi teman paling setia bagi diri sendiri, hadir dalam sunyi, dalam lelah, dalam diam yang penuh tanya. Terima kasih karna sudah mempercayai proses, meski hasil belum sesuai harapan. Meski harus menghadapi kegagalan, kebingungan, bahkan perasaan ingin menyerah. Terima kasih karena tetap jujur pada rasa takut, namun tidak membiarkan rasa takut itu membatasi langkah, Karena keberanian bukanlah ketiadaan rasa takut, melainkan keinginan untuk tetap bergerak meski takut masih melekat


erat, dan paling penting, terima kasih karena sudah berani memilih, memilih untuk mencoba, memilih untuk belajar, dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah kamu mulai.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Jazakumullah khairan katsiron, semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin Ya Rabbal'alamin.

Wassalamu'alaikum Warrahmatulahi Wabarakatuh.

Banda Aceh, 3 Januari 2026

Penulis,



UIN

جامعة الرانيري

AR - RAN IRY

Virda Amelia Novianti

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ث	‘
4	ث	Ş	19	ج	G
5	ح	J	20	ف	F
6	ه	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ع	‘
14	ص	Ş	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh :

kaifa : كيف

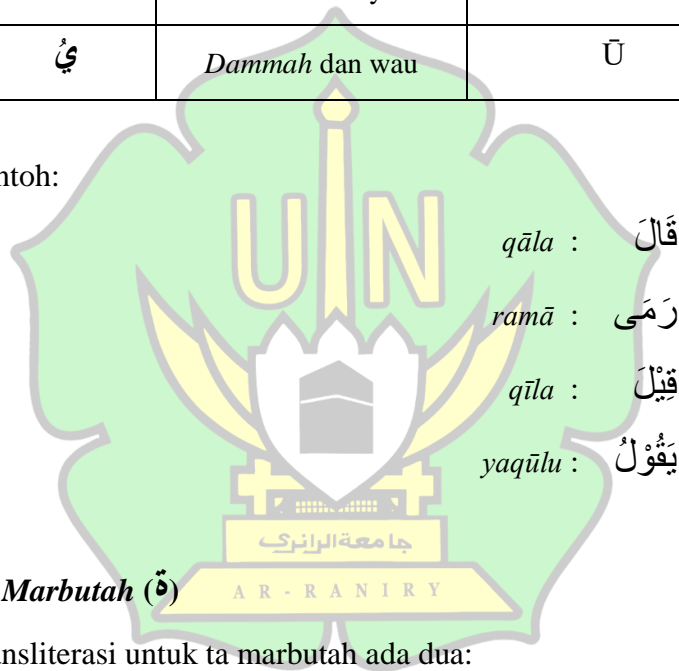
hauला : هول

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَ/يَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:



4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

Contoh:

rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ :

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul Munawwarah

Ṭalḥah :

طَلْحَةَ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syahudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.
Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh : Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Virda Amelia Novianti
Nim : 210603046
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan
Studi : Syariah
Judul : Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-wallet Pada Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh
Pembimbing I : Teuku Syifa Fadriza Ananda, S.E., M.Acc., Ak
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M. Sc, Fin

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan beragam inovasi pada sektor keuangan, salah satunya dompet digital (e-wallet) yang menawarkan kemudahan dalam bertransaksi. Namun demikian, penggunaan e-wallet yang semakin meluas dikalangan generasi Z turut memunculkan kecenderungan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet. Penelitian kuantitatif sumber data primer (kuesioner) dengan teknik random sampling berjumlah 100 responden generasi Z kota Banda Aceh yang menggunakan e-wallet. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet, dan nilai determinan (R^2) 46,7% yang mengidentifikasi bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan perilaku konsumtif generasi Z Kota Banda Aceh.

Kata Kunci : Literasi keuangan syariah, gaya hidup, kontrol diri, perilaku konsumtif pengguna e-wallet

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRA	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
2.1 E-wallet	18
2.1.1 Pengertian E-wallet.....	18
2.1.2 Tujuan E-wallet	18
2.1.3 Mnfaat E-wallet.....	20
2.1.4 Jenis-Jenis E-wallet.....	22
2.2 Generasi Z.....	24
2.2.1 Pengertian Generasi Z.....	24
2.2.2 Karakteristik Generasi Z.....	25

2.2.3 Gaya Hidup Generasi Z.....	27
2.3 Perilaku konsumtif	28
2.3.1 Pengertian Perilaku konsumtif	28
2.3.2 Karakteristik Pengertian Perilaku konsumtif	30
2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	31
2.2.4 Indikator Perilaku Konsumtif.....	33
2.4 Literasi Keuangan Syariah	34
2.4.1 Pengertian Literasi Keuangan Syariah	34
2.4.2 Tujuan Literasi Keuangan Syariah	37
2.4.3 Aspek tingkat Literasi Keuangan Syariah	40
2.4.4 Indikator Literasi Keuangan Syariah	41
2.5 Gaya Hidup	43
2.5.1 Pengertian Gaya Hidup	43
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup	44
2.5.3 Indikator Gaya Hidup	45
2.6 Kontrol Diri	46
2.6.1 Pengertian Kontrol diri	46
2.6.2 Aspek-Aspek Kontrol diri	48
2.6.3 Faktor-Faktor Kontrol Diri	48
2.6.4 Indikator Kontrol Diri	49
2.7 Penelitian Terdadulu	52
2.6 Kerangka Pemikiran.....	61
2.8 Hipotesis	63
BAB III METODE PENELITIAN.....	65
3.1 Jenis Penelitian	65
3.2.Populasi dan sampel	66
3.2.1 Populasi	66
3.2.2 Sampel	67

3.3 Sumber Data.....	70
3.4 Teknik pengambilan data	72
3.5 Definisi Oprasional Variabel Penelitian	73
3.5.1 Definisi Variabel Penelitian	73
3.5.2 Oprasional Variabel	74
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	75
3.6.1 Uji Validasi	76
3.6.2 Uji Reliabilitas	76
3.7 Uji Asumsi Klasik	77
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda	78
3.9 Uji Hipotesis	79
3.9.1 Uji Parsial	79
3.9.2 Uji Simultan	79
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
4.1 Gambaran Umum Kota Banda Aceh	81
4.1.1 Demografis Kota Banda Aceh	81
4.2 Deskripsi dan Tanggapan Responden Penelitian.....	83
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian	83
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	87
4.3 Hasil Analisis Uji Instrumen	97
4.3.1 Hasil Uji Validasi	97
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	99
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	100
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	100
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	101
4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	101
4.5 Hasil Uji Regresi Analisis Linear	102
4.6 Hasil Uji Hipotesis	104

4.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	104
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	106
4.6.3 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R2) ...	107
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	108
4.7.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E- wallet Pada Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh.....	108
4.7.2 Pengaruh Gaya Hidup (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-wallet Pada Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh	110
4.7.3 Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-wallet Pada Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh	113
4.7.4 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X1), Gaya Hidup (X2), dan Kontrol Diri (X3) Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E- wallet Pada Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh.....	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
5.1 Kesimpulan	118
5.2 Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	58
Tabel 3.1 Distribusi Sampel Generasi Z Di Kota Banda Aceh	70
Tabel 3.2 Skor Penilaian Skala Likert	73
Tabel 3.3 Definisi Oprasional Penelitian.....	74
Tabel 4.1 Distribusi Generasi Z dikota Banda Aceh	83
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	85
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan E- wallet	86
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	87
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Literasi Keuangan Syariah.....	88
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel Gaya Hidup	90
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kontrol Diri	92
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Variabel Perilaku Konsumtif.....	95
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	98
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	99
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	100
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	101
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	103
Tabel 4.16 Uji Persial (Uji t)	105
Tabel 4.17 Hasil uji simultan (Uji F).....	107
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi R2	107

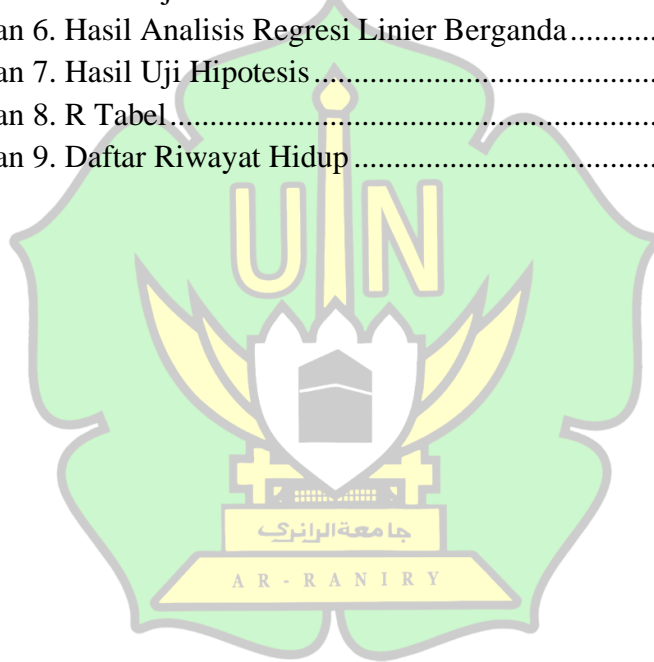
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Fintech Yang Paling Banyak Di Miliki Masyarakat Indonesia	
.....	
2	
Gambar 1.2 Proyeksi Nilai Transaksi E-wallet Di Indonesia (2021-2025).....	5
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	63
Gambar 4.1 Distribusi Penduduk Kota Banda Aceh Menurut Kecamatan Tahun 2024	82
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram)	100
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot.....	102



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	
.....	
129	
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian	134
Lampiran 3. Frekuensi Karakteristik	144
Lampiran 4. Hasil Uji Validasi dan Uji Reliabilitas.....	146
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik	149
Lampiran 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	150
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis	151
Lampiran 8. R Tabel.....	152
Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup	159



BAB I

PENDAHULUAN

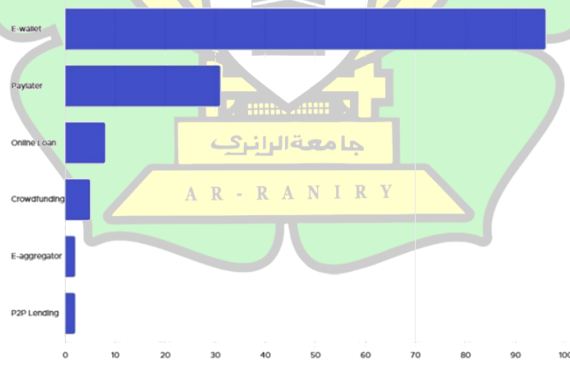
1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini perkembangan teknologi dan transformasi digital tidak dapat dihindari dan hampir setiap aspek kehidupan sehari-hari menggunakan teknologi. Munculnya penerapan financial technology atau yang dikenal dengan fintech telah mempercepat tumbuhnya layanan keuangan saat ini. Teknologi ini berdampak pada ekonomi dan memiliki pengaruh pada perencanaan keuangan. Dengan adanya teknologi ini kesenjangan sosial dan ekonomi yang ada saat ini dapat dikurangi dengan adanya layanan keuangan yang lebih mudah diakses (Telukdarie & Mungar, 2022). Kemudian menurut Khayyirah et al., (2022) menyatakan Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang bergerak cepat beberapa tahun ini memberikan dampak yang sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Perkembangan Teknologi ini juga sudah menjadi kebutuhan di seluruh dunia, hal ini sangat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat luas dan generasi Z saat ini. Salah satu perkembangan teknologi informasi dan ilmu pengetahuan saat ini adalah dalam sistem pembayaran dapat digunakan untuk bertransaksi.

Salah satu bentuk teknologi keuangan yang berguna untuk menyimpan uang secara digital dan dapat digunakan untuk bertransaksi yaitu dompet digital atau dikenal dengan e- wallet. e- wallet merupakan inovasi yang muncul sebagai solusi pembayaran elektronik yang inovatif. E-wallet juga dapat digunakan untuk

bertransaksi online seperti berbelanja online, membayar tagihan, membeli pulsa, hingga investasi (Kapoor et al., 2022). Telah dibuktikan bahwa e-wallet mudah digunakan dan merupakan metode pembayaran yang relatif mudah karena pengguna tidak perlu membawa uang tunai saat berpergian. Beberapa aplikasi e-wallet yang mengikuti perkembangan antara lain yaitu, *OVO*, *ShopeePay*, *Go-Pay*, *Dana*, dan *Link Aja*. Dengan aplikasi tersebut dapat mempermudah transaksi di berbagai aktivitas seperti pembayaran pesan antar makanan, ojek online, hingga pembayaran tagihan listrik atau telepon (tarantang et al., 2019). Kini e-wallet telah menggeser metode pembayaran dengan transfer bank pada *e-commerce*.

Gambar 1.1
Platform Fintech Yang Paling Banyak Di Miliki Masyarakat Indonesia



Sumber : JakPat 2024

Berdasarkan Gambar 1.1 jumlah pengguna e-wallet di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan. Terutama dikalangan generasi Z. berdasarkan survei indonesia fintech trends

2024 dari jajak pendapat (JakPat), 96% responden mengaku sudah memiliki atau menggunakan e-wallet. Kenaikan pengguna e-wallet ini tidak lepas dari berbagai faktor pendorong, baik dari pemerintah maupun sektor swasta. Pasalnya, banyak merchant dan toko online kini menawarkan opsi pembayaran melalui e-wallet. transformasi tersebut juga tercermin dalam perilaku konsumsi, khususnya ketika berbelanja melalui *platform e-commerce*.

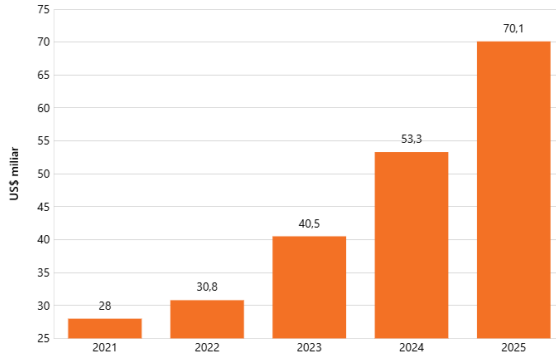
Sejak kehadirannya di tahun 2007 silam, penggunaan dompet digital di Indonesia semakin luas, baik itu untuk membayar tagihan, investasi, dan lain-lain. Dalam hal ini Penggunaan e-wallet yang mudah cenderung mendorong perilaku konsumtif yang sering terjadi dikalangan masyarakat khususnya pada generasi Z (Khayyirah et al., 2022). Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilaksanakan oleh Pramesti dkk (2024) yang menyatakan bahwa e-wallet pada dasarnya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif yang terjadi pada generasi Z, perilaku tersebut kerap kali dapat diperkuat oleh beberapa faktor seperti promosi cashback salah satunya. Sehingga untuk membendung permasalahan yang berkaitan dengan perilaku konsumtif, dibutuhkan peranan kontrol diri untuk membendung pelaksanaan perilaku konsumtif yang berlebihan.

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan sesungguhnya, melainkan didorong oleh keinginan untuk memperoleh kepuasan semata. Perilaku ini sering kali tidak rasional karena keputusan pembelian

dilakukan bukan berdasarkan kebutuhan fungsional, tetapi lebih pada dorongan emosional, sosial, atau keinginan untuk mendapatkan pengakuan lingkungan. Dengan kata lain, perilaku konsumtif mencerminkan pola konsumsi yang berorientasi pada kesenangan, prestise, dan simbol status sosial, bukan pada efisiensi atau nilai guna suatu barang. Fenomena ini berdampak pada peningkatan gaya hidup hedonis dan menurunkan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara bijak (Aziz, 2022).

Peningkatan perilaku konsumtif masyarakat terutama generasi Z dalam penggunaan e-wallet sejalan dengan tren pertumbuhan transaksi digital di Indonesia. Hal ini tidak hanya terlihat dari preferensi mereka dalam berbelanja online, tetapi juga tercermin dalam perkembangan nilai transaksi e-wallet secara nasional. Seiring dengan kemudahan akses, promosi *cashback*, serta meningkatkan adopsi pembayaran digital oleh sektor *e-commerce* dan UMKM, e-wallet semakin menguat sebagai instrumen pembayaran utama. Untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai pertumbuhan tersebut, berikut ditampilkan proyeksi nilai transaksi e-wallet di Indonesia dari tahun 2021 hingga 2025.

Gambar 1.2 **Proyeksi Nilai Transaksi E-wallet Di Indonesia (2021-2025)**



Sumber: Databoks.katadata.co.id (2025)

Berdasarkan Gambar 1.2, menunjukkan nilai transaksi dompet digital atau e-wallet di Indonesia diproyeksikan mencapai US\$70,1 miliar pada tahun 2025. Jumlah tersebut merepresentasikan sekitar 55% dari total transaksi e-wallet di kawasan Asia Pasifik. Pada tahun 2020, nilai transaksi e-wallet di Indonesia tercatat sebesar US\$ 17,8 miliar.

Menurut laporan RedSeer, tingkat pertumbuhan majemuk (Compound Annual Growth Rate/CAGR) e-wallet di Indonesia diperkirakan mencapai 31,5% hingga tahun 2025. Proyeksi pertumbuhan tersebut terlihat dari peningkatan nilai transaksi yang diperkirakan mencapai US\$28 miliar pada 2021, US\$30,8 miliar pada 2022, US\$40,5 miliar pada 2023, dan US\$53,3 miliar pada 2024.

ResSeer juga menilai bahwa pandemi Covid-19 menjadi faktor pendorong percepatan adopsi pembayaran digital di Indonesia. Selain itu, pertumbuhan transaksi e-wallet diperkirakan semakin kuat didukung oleh perkembangan e-commerce serta meningkatnya

jumlah usaha makro,kecil, dan menengah (UMKM) yang beralih kesistem perdagangan berbasis daring.

Saat ini penggunaan e-wallet terus meningkat. Populasi penduduk Indonesia yang besar salah satu faktor pendorong adopsi e-wallet meningkat. Populasi yang besar ini juga telah membuka peluang besar bagi e-wallet untuk menjangkau lebih banyak orang dan meningkatkan penggunaannya secara signifikan. pengguna e-wallet tidak hanya terbatas pada generasi milenial dan Generasi Z saja, namun telah merambah berbagai generasi (Fadhilah et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa e-wallet telah menjadi bagian integral dari gaya hidup dan kebiasaan bertransaksi masyarakat Indonesia dari berbagai kelompok umur. Data dari Bank Indonesia (BI) 2021 menunjukkan bahwa generasi milenial dan generasi Z merupakan kelompok pengguna dompet digital terbesar di Indonesia, dengan persentase pengguna mencapai 81,6% dan 78,4% *respectively*. Pola yang menarik dalam preferensi penggunaan e-wallet terlihat pada generasi milenial dan generasi Z Bagi generasi ini, e-wallet lebih sering digunakan untuk kebutuhan transaksi pembayaran terkait dengan transportasi dan layanan pesan antar makanan dan minuman online.

Generasi Z yang tumbuh dan berkembang dalam era digital memiliki akses luas terhadap teknologi dan informasi, termasuk dalam penggunaan layanan keuangan digital seperti e-wallet. Namun, kemudahan tersebut tidak serta merta diikuti oleh peningkatan pengetahuan dan sikap finansial yang sesuai dengan

nilai-nilai islam. Penelitian yang dilakukan oleh Zulfikar Dan Permata (2022) menemukan bahwa mahasiswa, yang sebagian besar merupakan bagian dari generasi Z, masih memiliki pemahaman yang rendah mengenai prinsip keuangan syariah, dan hal ini berdampak pada tingginya kecenderungan perilaku konsumtif.

Tingkat literasi keuangan syariah dikalangan generasi Z diindonesia masi tergolong rendah dan menjadi isu yang cukup mengkhawatirkan. Berdasarkan survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh ojk pada tahun 2022, tercatat bahwa tingkat literasi keuangan syariah masyarakat indonesia secara nasional baru mencapai 9,19%. Angka ini jauh lebih rendah dibandingkan dengan literasi keuangan secara umum yang berada pada angkat 49,68% (OJK,2022). Rendahnya tingkat literasi keuangan syariah ini menunjukkan masih kurangnya pemahaman masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap prinsip-prinsip dasar keuangan syariah seperti larangan riba, gharar (ketidakpastian), maisir, dan pentingnya transaksi yang sesuai dengan maqashid syariah.

Dalam konteks ini, rendahnya literasi keuangan syariah berpotensi membuat generasi Z tidak memiliki panduan nilai yang tepat dalam mengambil keputusan finansial. Mereka cenderung lebih terpengaruh oleh promosi, diskon, atau kemudahan transaksi digital dibandingkan dengan pertimbangan syariah yang seharusnya menjadi dasar dalam aktivitas ekonomi seorang muslim. Apalagi, prinsip keuangan syariah tidak hanya menekankan pada aspek teknis

pengelolaan uang, tetapi juga mencakup nilai etis dan moral dalam membelanjakan harta, yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan dunia (Asutay & Harningtys, 2015). Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi keuangan syariah dikalangan generasi Z sebagai langkah mencegah dalam menekankan perilaku konsumtif yang berlebihan, serta membentuk perilaku keuangan yang bijak dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Hal ini dapat dilakukan melalui integrasi materi literasi keuangan syariah dalam kurikulum pendidikan, kampanye digital, serta kolaborasi antara lembaga keuangan syariah dan institusi pendidikan dalam menasarkankan generasi muda sebagai target edukasi utama.

Adapun dampak yang dapat dirasakan generasi Z dari segi ekonomi yaitu ketika generasi Z terus melakukan perilaku konsumtif ini maka mereka tidak dapat lagi mengatur keuangannya dengan baik. Demi terciptanya generasi yang berkualitas dan memiliki kecerdasan keuangan yang baik maka pemahaman akan literasi keuangan syariah sangat diperlukan bagi generasi Z agar dapat mengurangi perilaku konsumtif mereka, dan generasi Z juga dituntut harus bisa menguasai praktik tidak hanya menguasai materi demi mengikuti perkembangan pasar keuangan. Literasi keuangan syariah ini bertujuan agar e-wallet yang dipergunakan oleh generasi Z mengenai pengelolaan keuangan tidak salah. Dilihat dari usia generasi Z yang berusia 18-27 tahun, yang saat ini sangat sudah melek teknologi karena sudah mengenal teknologi sedari dulu,

namun meskipun meleknya teknologi pada generasi Z tidak menutup kemungkinan bahwa generasi Z tidak stabil saat mengontrol diri.

Yushita (2017) dalam jurnalnya mendefenisikan literasi keuangan syariah sebagai kebutuhan dasar bagi setiap individu agar terhindar dari permasalahan keuangan seperti menghabiskan uang secara berlebihan. Sehingga berdasarkan kajian yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah menjadi salah satu komponen yang penting dalam membendung perilaku konsumtif yang terjadi pada individu. Selain kontrol diri dan literasi keuangan syariah, gaya hidup khususnya gaya hidup hedonisme pula mampu mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif yang terjadi pada individu. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil penelitian Patricia & Handayani (2014) yang menemukan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif yang terjadi pada individu. Hal tersebut memaknakan bahwa semakin hedon seseorang maka akan semakin meningkat pula perilaku konsumtif yang terjadi pada individu tersebut.

Gaya hidup hedonisme telah menjadi salah satu dari peristiwa yang menarik perhatian apalagi dalam kalangan generasi Z. Generasi Z yang terpengaruh dengan adanya modernisasi akan berdampak kepada gaya hidupnya. Mereka akan berpacu dalam mengikuti tren yang ada dan kebiasaan yang mereka lakukan. Sehingga hal tersebut menuju kepada gaya hidup yang hedonisme. Perilaku hedonisme pada generasi Z sangat mudah dijumpai, banyak dari generasi Z yang

lebih suka untuk mengobrol di café, karaoke, berbelanja di mall dengan dalih sebagai reward untuk diri sendiri. Mereka melakukan hal demikian karena agar keberadaannya diakui dan diterima oleh orang yang ada disekitarnya. perilaku konsumtif dengan gaya yang hedon itulah yang membuat generasi Z sulit untuk sekedar menyimpan uangnya untuk ditabung atau di investasikan (Zahrotunnisa et al., 2024).

Generasi Z ini sering memperhatikan bagaimana mereka dipandang orang lain. Mereka kerap mengenakan busana, aksesoris, transportasi, lingkungan glamor, dan hal lain yang diduga dapat meningkatkan status sosial mereka. Generasi Z akan menggunakan keterampilan yang dianggap penting untuk menggapai kesuksesan pada masa saat ini dan di masa depan untuk melengkapi kepentingan fisik, mental, dan sosial mereka. Pada kehidupan sehari-hari, kegemaran, dan perilaku seseorang tercermin dalam aktivitas serta cara mereka menghabiskan waktu. Rasa ingin tahu merupakan komponen menarik yang mungkin mendorong seseorang untuk memandangi lingkungan dan identitasnya. Apabila gaya hidup tidak menghambat seseorang untuk mencapai arah akademik serta kualitasnya, eksplorasi jati diri generasi Z dianggap lumrah. Generasi Z saat ini memprioritaskan gaya hidup mereka lebih dari hal lain. Mereka memprioritaskan kesenangan dan tidak peduli apa pun yang akan terjadi di kemudian hari selama menggapainya. Ini adalah gaya hidup hedonistik, atau gaya hidup yang mementingkan kepuasan, yang memiliki hubungan yang kuat pada dunia material.

faktanya, generasi Z, generasi penerus bangsa, dipengaruhi oleh gaya hidup hedonistik modern, terutama pada kalangan pelajar. Ini karena pelajar, dibandingkan dengan generasi yang lebih tua, kian cenderung mengikuti model saat ini (Indah safitri siregar, 2024).

Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama generasi Z sebenarnya belum memiliki kemampuan financial untuk memenuhi kebutuhannya. Secara tidak sadar hal tersebut mendorong generasi Z untuk membeli dan berbelanja terus-menerus sehingga menyebabkan generasi Z terjerat dalam perilaku konsumtif. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z yaitu, gaya hidup, kontrol diri, promosi, pembelian impulsif dan lingkungan sosial. Perilaku konsumtif ini cenderung ditemui pada kalangan generasi Z, yang dimana generasi Z melakukan perilaku konsumtif untuk Memenuhi gaya hidup (life style). Hal tersebut diperjelas oleh Loudon dan Bitta yang mengemukakan bahwa generasi Z mudah terpengaruh dengan pola konsumsi yang berlebihan dan kuat untuk mengkonsumsi suatu produk. Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar dalam gaya hidup remaja dan dapat menimbulkan permasalahan dalam kehidupannya (Rizqiyah Firdausi Nuzula, 2023).

Kontrol diri menjadi faktor penting dalam membendung kecenderungan berperilaku konsumtif. Menurut Calhoun dan Acocella menggambarkan kontrol diri adalah pengaturan proses-proses dalam fisik, psikologis dan perilaku seseorang dengan nama

lain serangkaian proses yang akan membentuk dirinya sendiri. Menurut Tangney, Baumeister & Boone mengatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk menentukan perilaku berdasarkan standar tertentu seperti moral, aturan dan nilai dimasyarakat yang mengarah pada perilaku yang positif dapat diartikan bahwa seseorang mampu memunculkan perilaku negatif dan positif secara mandiri. Sedangkan menurut Averill menjelaskan kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengubah atau perilaku, kemampuan individu untuk memilih tindakan atau salah satu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini dengan benar dan kemampuan individu dalam mengelola informasi yang diinginkan maupun tidak diinginkan (Rizqiyah Firdausi Nuzula, 2023)

Kemudian Majid dkk. (2019) menjelaskan bahwa kontrol diri berperan dalam pembentukan tingkah laku yang positif, baik, dan produktif, yang memberikan manfaat jangka panjang bagi individu. (Nur Azizah & Sri Indrawati, 2015) menemukan bahwa individu dengan tingkat kontrol diri yang tinggi cenderung mampu mengelola kebiasaan konsumsi dengan lebih bijak, sedangkan mereka dengan kontrol diri yang rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif berlebihan.

Peneliti sebelumnya Indah Safitri Siregar (2024) telah mengkaji pengaruh gaya hidup dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada generasi z pengguna e-wallet dikelurahan pasar sipirok, namun penelitian tersebut hanya mengkaji dua faktor utama yang dianggap memengaruhi perilaku konsumtif, yakni gaya hidup

sebagai faktor eksternal dan kontrol diri sebagai faktor internal. Fokus wilayahnya terbatas pada satu kelurahan saja dan tidak membahas literasi keuangan syariah didalamnya. Dengan demikian, meskipun terdapat kesamaan topik utama yaitu perilaku konsumtif pengguna e-wallet dikalangan generasi Z, peneliti lebih unggul dalam cakupan variabel, konteks wilayah, dan kontribusi terhadap penguatan literasi keuangan syariah, sehingga memiliki nilai kebaruan yg jelas dan signifikan dibandingkan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu, kajian mengenai perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z telah banyak dilakukan, namun masih menunjukkan sejumlah keterbatasan. Sebagaimana besar penelitian sebelumnya lebih fokus pada faktor gaya hidup, promosi, atau kontrol diri sebagai variabel yang memengaruhi perilaku konsumtif, sementara aspek literasi keuangan syariah belum banyak dikaji secara mendalam. Selain itu, peneliti terdahulu umumnya masih menggunakan cakupan wilayah yang terbatas serta lebih menekankan pada literasi keuangan umum, bukan literasi keuangan syariah yang mengedepankan prinsip-prinsip islam seperti larangan riba, gharar, dan maisir. Padahal dalam konteks masyarakat muslim, khususnya dikota banda aceh yang memiliki karakter religius yang kuat, pemahaman terhadap keuangan berbasis syariah menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

Dengan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji dan melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“pangaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z kota Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh?
3. Apakah kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh?
4. Apakah literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi dan keuangan syariah, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumtif generasi Z dalam penggunaan e-wallet.

- b. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan rujukan bagi mahasiswa dan peneliti yang akan mengkaji topik

serupa, khususnya mengenai literasi keuangan syariah, gaya hidup, kontrol diri, perilaku konsumtif, serta perkembangan e-wallet.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan agar pembaca dapat memperoleh pemahaman secara runtut dan sistematis. Penelitian ini disusun dengan sistematika Bab yang terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Hasil dan Pembahasan, serta Bab V Penutup.

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang pengantar keseluruhan skripsi. Pada bab ini terdapat lima sub bab, yaitu latar belakang masalah yang menguraikan tentang alasan penelitian ini perlu untuk diteliti, rumusan masalah berisi tentang pokok permasalahan yang akan diteliti, tujuan penelitian berisi tentang apa yang ingin dicapai, manfaat penelitian berisi tentang kegunaan penelitian dan sistematika penulisan berisi tentang kerangka penyusunan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian yaitu tentang Pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet. Selain itu juga dibahas penelitian terdahulu/terkait, serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang menguraikan bagaimana penelitian ini dilakukan yang terdiri dari jenis penelitian, deskripsi dan pemilihan data, sumber data dan teknik pengumpulan data, definisi variabel yang diteliti, model analisis data, pengujian model penelitian dari metode yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil dari pengolahan data yang didapatkan dari kuesioner, mendeskripsikan hasil analisis data, dan pembahasan yang dibuktikan sesuai dengan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan yang dirangkum berdasarkan hasil penelitian dan saran berupa masukan-masukan yang ingin disampaikan baik kepada pihak-pihak terkait maupun untuk peneliti selanjutnya. terdiri dari jenis penelitian, deskripsi dan pemilihan data, sumber data dan teknik pengumpulan data, definisi variabel yang diteliti, model analisis data, pengujian model penelitian dari metode yang digunakan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 E-wallet

2.1.1 Pengertian E-wallet

E-wallet atau dompet digital merupakan instrumen pembayaran non-tunai yang memanfaatkan teknologi digital berbasis media elektronik dengan sistem *server based*. Umumnya, e-wallet hadir dalam bentuk aplikasi yang terhubung server penyedia layanan, sehingga dalam penggunaannya diperlukan koneksi terlebih dahulu dengan pihak penerbit (Nuha & Maulana, 2020). E-wallet sendiri bertujuan memudahkan transaksi dan merupakan dari fintech.

Dompet digital atau e-wallet merupakan media elektronik berupa layanan jasa maupun aplikasi perangkat lunak yang memfasilitasi pengguna dalam melakukan transaksi keuangan secara daring, baik antar individu maupun untuk pembelian barang dan jasa. Saldo yang tersimpan Dalam e-wallet berasal dari dana yang sebelumnya telah dimasukkan kedalam akun dompet digital tersebut. Proses pengisian saldo (*top up*) dapat dilakukan melalui berbagai metode salah satunya dengan menghubungkan rekening bank ke akun e-wallet pengguna (Alsuykri, 2021).

2.1.2 Tujuan E-wallet

Adapun tujuan dari jasa pembayaran digital dengan produk *e-wallet* yang dikeluarkan oleh provider (Diva & Anshori, 2024), adalah sebagai berikut;

1. Memudahkan transaksi pembayaran digital, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran secara digital. Melalui pemanfaatan perangkat elektronik seperti *smartphone*, pengguna dapat melakukan pembayaran tanpa menggunakan uang tunai. Maupun kartu fisik, baik dalam transaksi daring maupun luring, sehingga aktivitas ekonomi dapat berlangsung secara lebih praktis dan efisien.
2. Meningkatkan efisiensi dan kepraktisan sistem pembayaran, meningkatkan efisiensi dalam proses pembayaran. Transaksi yang dilakukan secara elektronik mampu menghemat waktu, mengurangi antrean, serta meminimalkan kendala yang sering terjadi pada sistem pembayaran konvensional. Kondisi ini menjadikan e-wallet sebagai alternatif pembayaran yang semakin diminati, terutama oleh generasi muda dengan tingkat mobilitas dan aktivitas digital yang tinggi.
3. Menyediakan intrusemen pembayaran non-tunai yang aman E-wallet juga bertujuan sebagai sarana pembayaran non-tunai yang memiliki tingkat keamanan lebih baik. Dengan berkurangnya penggunaan uang tunai, risiko kehilangan, pencurian, dan peredaran uang palsu dapat ditekan. Selain itu, penerapan sistem keamanan seperti PIN, kata sandi, dan verifikasi biometrik turut meningkatkan rasa aman serta kepercayaan pengguna dalam melakukan transaksi digital.

4. Mendukung inklusi keuangan dan transformasi digital
Kehadiran e-wallet bertujuan untuk memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan digital, khususnya bagi kelompok yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses ke perbankan formal. Dengan demikian, e-wallet berperan dalam mendorong inklusi keuangan serta mendukung percepatan transformasi digital di sektor keuangan dan perekonomian nasional.
5. Membantu pengelolaan keuangan pengguna
Selain berfungsi sebagai alat pembayaran, e-wallet bertujuan membantu pengguna dalam mengelola keuangan secara lebih terstruktur. Pencatatan riwayat transaksi yang tersedia dalam aplikasi memungkinkan pengguna memantau arus pengeluaran dan pemasukan secara transparan, sehingga dapat meningkatkan kesadaran finansial serta mendukung perencanaan keuangan yang lebih baik

2.1.3 Manfaat E-wallet

Beberapa manfaat aplikasi pembayaran digital pada *e-wallet* yang dikeluarkan oleh provide (Lestari et al., 2023), adalah sebagai berikut;

1. Efektif dalam transaksi, karena memungkinkan pengguna menyelesaikan pembayaran dengan cepat dan nyaman, terutama untuk transaksi bernilai kecil (*micro payments*). Dengan dompet elektronik, konsumen tidak lagi perlu menyiapkan uang tunai pas atau menghitung kembalian,

sehingga mengurangi kemungkinan kesalahan perhitungan. Seluruh proses transaksi dilakukan melalui aplikasi pada gawai (*smartphone*), sehingga pengguna tidak perlu membawa uang tunai dan terhindar dari risiko menerima uang palsu.

2. Efisien dari segi waktu dan biaya, e-wallet membantu pengguna menyelesaikan transaksi dalam waktu yang lebih singkat dibandingkan dengan penggunaan kartu kredit atau debit, karena tidak memerlukan proses otorisasi yang panjang seperti tanda tangan atau pengisian PIN pada mesin. E-wallet juga dapat menekan biaya transaksi dan meningkatkan kenyamanan dalam berbagai aktivitas pembayaran sehari-hari.
3. Aman dan terlindungi, E-wallet dilengkapi dengan teknologi keamanan yang canggih seperti enkripsi data, autentikasi dua faktor (2FA), serta verifikasi biometrik (misalnya sidik jari atau pengenalan wajah), yang bertujuan melindungi informasi dan dana pengguna dari akses tidak sah. Fitur-fitur tersebut memberikan rasa aman karena hanya pengguna yang berwenang yang dapat mengakses dan mengoperasikan aplikasi pembayaran tersebut.
4. Praktis dan berguna, Saldo e-wallet dapat diisi ulang melalui berbagai saluran layanan digital, sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi tanpa tergantung pada uang tunai. Selain itu aplikasi e-wallet umumnya mudah

dioperasikan, sehingga pengalaman pengguna dalam bertransaksi menjadi lebih sederhana dan menyenangkan. Untuk pengguna yang aktif secara digital, e-wallet memungkinkan pengelolaan transaksi dan pencatatan pengeluaran secara otomatis.

2.1.4 Jenis-Jenis E-wallet

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No.16/8/PBI/2014, berdasarkan tempat penyimpanan nilai dana uang elektronik. Maka juga terbagi 2 (dua jenis) yaitu Uang elektronik berbasis kartu (chip) dan Uang elektronik berbasis server. Uang elektronik berbasis kartu (chip) ialah nilai dana dari uang elektronik tersimpan pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit serta tercatat pula pada media yang dimiliki oleh pengguna, yang diterapkan berbasis kartu atau chip dan transaksi dapat dilakukan tanpa koneksi internet (offline). Sedangkan Uang elektronik berbasis server, saldo dana pengguna disimpan berbasis data penerbit. Pengguna memerlukan perangkat elektronik seperti *gadget* untuk mengirimkan kode keamanan dan nominal transaksi, sebagai proses validasi. Sistem ini yang dikenal dengan istilah *dompet digital* atau e-wallet.

Menurut Andini, (2020:2) ada beberapa jenis layanan e-wallet diindonesia yaitu (M. Lestari et al., 2023) :

1. OVO (Grabpay), e-wallet dari Grab kini hadir kembali dengan nama OVO. Saat pengguna mengaktifkan OVO pada aplikasi Grab, maka sisa saldo pada Grab Pay akan otomatis muncul pada fitur OVO. OVO sudah diterima

oleh 70% pusat perbelanjaan di Indonesia termasuk kafe, bioskop, penyelenggara parkir, dan supermarket.

2. Go Pay

Saat ini saldo Go-Pay bisa digunakan untuk berbagai layanan yang ada di aplikasi Go-Jek, seperti membayar ongkos Go-Ride, memesan makanan, top up pulsa, dan layanan lainnya. Jadi sebenarnya, sekarang pun sudah bisa melakukan banyak hal dengan fitur Go-Pay. Hal ini mengingat aplikasi Go-Jek sudah menyediakan berbagai layanan yang melingkupi kebutuhan masyarakat sehari-hari.

3. DANA

Dana merupakan aplikasi dompet digital yang sudah memperoleh izin dari pihak Bank Indonesia sebagai Lembaga Keuangan Digital (LKD), serta penggunaan e-money dan e-wallet. Aplikasi DANA terhubung dengan pihak kependudukan dan pencatatan sipil, sehingga masa approvalnya pun bisa dipersingkat. Aplikasi DANA bisa digunakan untuk membayar tagihan dan berbelanja di berbagai merchant. Bahkan terhubung dengan ATM Bersama, serta BPJS Kesehatan. Oleh karenanya, bisa dibilang aplikasi e-wallet ini berbeda dan lebih fleksibel.

4. Link aja

Layanan ini berupa aplikasi yang bisa digunakan untuk bertransaksi layaknya uang tunai di merchant yang

menjadi rekanan Bank Mandiri dan Telkomsel. Selain itu, aplikasi ini juga bisa melakukan keperluan lainnya seperti transfer dan tarik tunai. Untuk bertransaksi secara offline, bisa dengan cara tap atau scan. Hingga saat ini, ada sekitar satu juta pengguna yang memanfaatkan layanan ini. Bagi nasabah bank Mandiri, menggunakan LinkAja akan lebih praktis karena semuanya bisa dikelola dalam satu rekening.

5. Sakuku

E-wallet Sakuku memiliki dua jenis, yaitu Sakuku dan Sakuku Plus. Bagi pengguna Sakuku, maksimal saldo yang bisa dimiliki adalah Rp 2 juta, sedangkan pengguna Sakuku Plus bisa menyimpan maksimal Rp 10 juta untuk saldo dalam akunnya. Selain itu, pengguna Sakuku Plus juga bisa melakukan split bill dan tarik tunai dari akunnya.

2.2 Generasi Z

2.2.1 Pengertian Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada rentang tahun 1996 hingga 2010, sehingga saat ini usianya berkisar antara 12 hingga 26 tahun. Usia ini umumnya merupakan kelompok pelajar dan generasi z (Stillman, D., & Stillman, 2017). Menurut Thomas, Generasi Z adalah generasi yang lebih menyukai komunikasi melalui video, menghabiskan waktu dengan ponsel pintar untuk mengakses media sosial, dan lebih memilih hiburan dibandingkan mengunjungi

museum atau galeri. Dapat dikatakan bahwa Generasi Z adalah generasi yang aktivitasnya tidak terpisahkan dari internet karena mereka lahir dan besar saat internet sudah ada (Rastanti, 2024).

Generasi Z adalah generasi yang tumbuh dan lahir di tengah kemajuan teknologi, pada masa ketika internet telah menjangkau hampir seluruh lapisan masyarakat. Oleh karena itu, mereka juga dikenal sebagai generasi NET. Generasi Z sangat bergantung pada teknologi, memiliki kemampuan tinggi dalam memanfaatkan berbagai media informasi, serta nyaris tak pernah lepas dari smartphone dan koneksi internet. Mereka dapat mengakses berbagai informasi hanya melalui perangkat di genggaman tangan. Bahkan, sebagian dari generasi ini sudah mampu meraih penghasilan yang cukup besar (Kristyowati & Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado, 2021).

2.2.2 Karakteristik Generasi Z

Karakteristik Generasi Z menjadikannya sebagai generasi internet pertama. Jika Generasi Y sebelumnya mengalami transisi menuju teknologi digital, Generasi Z lahir dengan teknologi yang sudah tersedia. Adapun tujuh karakteristik utama Generasi Z adalah:

1. *Digital*: Generasi Z tumbuh di era teknologi yang sangat pesat, di mana batas antara dunia fisik dan digital telah hilang. Mereka memadukan fisik dan digital dalam konsumsi, kehidupan, dan pekerjaan, menganggap "*digital*" sebagai solusi untuk meningkatkan budaya organisasi.

2. *Hiper-Kustomisasi*: Generasi Z senang menyesuaikan identitas mereka dan melakukan personalisasi agar dikenal dunia. Ekspektasi mereka terhadap perilaku dan keinginan sangat tinggi.
3. *Realistis*: Pengalaman krisis sejak usia dini membuat Generasi Z memiliki pola pikir pragmatis, realistis, dan fokus pada persiapan masa depan untuk bertahan dan maju.
4. FOMO (*Fear of Missing Out*): Generasi yang sangat terkini dan tidak ingin tertinggal informasi. Mereka selalu menjadi yang terdepan dalam tren dan kompetisi.
5. *Weconomis*: Generasi Z cenderung mengoptimalkan pekerjaan dengan cara-cara yang praktis dan hemat biaya, menyesuaikan pembagian internal dan eksternal di tempat kerja.
6. *Do it Yourself (DIY)*: Mandiri dan cenderung menyelesaikan segala sesuatu secara sendiri untuk efisiensi waktu. Mereka lebih individualistis dibandingkan budaya kolektif Generasi Milenial.
7. *Terpacu*: Generasi Z giat berkompetisi. Tidak seperti Generasi Y yang bergantung pada televisi atau mesin pencarian, Generasi Z justru mendapatkan informasi lebih banyak dari media sosial, baru kemudian televisi dan mesin pencarian

2.2.3 Gaya Hidup Generasi Z

1. *Multi-Tasking*

Generasi Z ini dapat mengerjakan beberapa pekerjaan secara bersamaan, mereka bisa mengetik di laptop sembari mendengarkan lagu dari internet, mengakses media sosial melalui gadget, mencari referensi penting untuk menyelesaikan tugas, dan menonton TV.

2. Wawasan Teknologi

Mereka adalah generasi yang memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi, terutama yang berbasis internet. Rata-rata per hari mereka bisa menghabiskan waktu 3-5 jam untuk mengakses media sosial.

3. Terbuka

Berkat media sosial tersebut, mereka adalah generasi yang terbuka terhadap hal-hal baru, mudah penasaran terhadap kebaruan termasuk mencoba hal-hal baru.

4. Audio-visual

Mereka adalah generasi yang lebih menikmati audio dan visual ketimbang teks tulisan, sehingga gambar, video, grafis dan bentuk audio-visual lainnya lebih disukai.

5. Kreatif

Banyaknya informasi yang didapatkan melalui gadget yang dimilikinya, menjadikan mereka sebagai sosok yang kreatif.

6. Inovatif

Mereka adalah sosok yang tidak puas dengan keadaan hari ini, karena itulah, mereka berusaha untuk memunculkan inovasi-inovasi yang dapat mempermudah hidupnya.

7. Kritis

Dengan teknologi di genggamannya, mereka dapat mengakses beragam informasi secara acak, sehingga menjadikan mereka kritis dalam membaca sesuatu karena sumber yang dibaca tidak pernah tunggal.

8. Kolaborasi

Di tangan mereka, era kompetisi seakan berakhir. Mereka lebih menikmati kolaborasi sesama generasi mereka untuk memecahkan masalah yang dihadapinya.

2.3. Perilaku Konsumtif

2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut From, perilaku konsumtif merupakan sebuah keinginan untuk mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang atau jasa tanpa mempertimbangkan kebutuhan. Pembelian barangpun hanya berdasarkan keinginan (Eni. Lestari et al., 2017). Menurut ningrum, perilaku konsumtif adalah perilaku mengonsumsi secara berlebihan tanpa didasari kebutuhan dan lebih mementingkan keinginan sesaat (Ningrum, 2017).

Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan dan hanya untuk memenuhi kepuasan. Individu yang tidak bisa membedakan kebutuhan dan keinginan dikenal dalam psikologi dengan istilah *compulsive buying disorder* atau kecanduan belanja (Mujahidah, 2022). Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, perilaku konsumtif dapat disimpulkan sebagai tindakan pembelian atau perilaku konsumen secara berlebihan tanpa

mempertimbangkan kemampuan finansial, semata-mata untuk memenuhi keinginan dan kepuasan.

Dalam jurnal irkham, sumartono mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan pemakaian produk secara berlebihan. Jika produk belum habis pakai, individu tersebut kemudian berbelanja produk dengan fungsi yang sama. Menurut suyasa dan fransisca istilah konsumtif memiliki arti boros. Perilaku konsumtif diartikan sebagai tindakan membeli barang secara berlebihan, bukan untuk mencukupi kebutuhan, melainkan hanya memenuhi keinginan semata yang menyebabkan pemborosan (Irkham, 2020).

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang lebih mementingkan gaya hidup dan kepuasan semata dari pada kebutuhan. Manusia cenderung memiliki sikap atau perilaku seperti itu baik karena suatu produk belum pernah digunakan, seseorang yang telah menggunakan jenis produk yang sama dengan merek lain atau membeli suatu produk karena diskon yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut. Sedangkan menurut Lubis, perilaku konsumtif adalah suatu sikap yang tidak perlu pertimbangan melainkan hanya keinginan yang harus terpenuhi dan secara tidak sadar menyebabkan pemborosan dan menghabiskan banyak biaya (Kediri Press, 2022).

Dalam jurnal Mujahidah, Lestari menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan di mana seseorang mencari kepuasan dalam mengonsumsi barang walaupun barang tersebut

bukan kebutuhan. Perilaku ini dilakukan individu untuk memenuhi gaya hidupnya (Mujahidah, 2022).

Rosyid dan Lina (2011) dalam Lestari et al. 2021 dan Hasnah) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif adalah kebiasaan membeli barang secara berlebihan dengan harga mahal demi mencapai kepuasan pribadi. Jika individu tidak mampu mengendalikan diri, hal ini menciptakan pola hidup yang dikuasai oleh keinginan untuk memenuhi kesenangan (Lestari et al., 2017). Penulis menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif terbentuk akibat gaya hidup berlebihan, di mana individu tidak dapat mengontrol dirinya dalam berbelanja.

2.3.2 Karakteristik Perilaku Konsumtif

Karakteristik perilaku konsumtif dapat dikategorikan dalam 3(tiga) aspek (Lestari et al., 2017), sebagai berikut;:

- a. Pembelian Impulsif (Impulsive Buying): Pembelian yang bersifat emosional atas dasar keinginan secara tiba-tiba tanpa pertimbangan dan tanpa memikirkan konsekuensi ke depan.
- b. Pembelian Berlebihan (Wasteful Buying): Tindakan membeli barang atau produk tanpa memperhatikan jumlah uang yang harus dikeluarkan.
- c. Pembelian Tidak Rasional (Non-Rational Buying): Pembelian yang tidak memiliki nilai kebutuhan dan tidak rasional. karena pembelian ini didasari oleh keinginan, kesenangan, kebanggaan agar bisa diterima dan dihargai oleh lingkungan sekitar.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti impulsif, pembelian berlebihan dan pembelian tidak rasional.

2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif tidak muncul begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari dalam diri individu maupun dari lingkungan. Faktor-faktor tersebut saling berkaitan dan membentuk pola konsumsi seseorang dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Secara umum, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dapat dikelompokkan menjadi 4 yaitu :

1. Faktor Internals, mencakup kondisi psikologis, kepribadian, pengendalian diri dan gaya hidup. gaya hidup merupakan cerminan pola hidup seseorang yang terlihat dari aktivitas, minat, dan pandangan terhadap lingkungan sekitarnya. Individu dengan gaya hidup yang konsumtif cenderung berbelanja bukan karena kebutuhan, tetapi untuk memperoleh kepuasan emosional dan pengakuan sosial. Selain itu, tingkat pengendalian diri juga menjadi faktor penting, karena individu yang memiliki kontrol diri rendah lebih mudah tergoda melakukan pembelian impulsif akibat pengaruh iklan dan promosi dimedia sosial (Apriliani et al., 2024).
2. Faktor Sosial

Lingkungan sosial juga berperan besar dalam membentuk perilaku konsumtif. Tekanan dari kelompok teman sebaya, keluarga, serta keinginan untuk menyesuaikan diri dengan tren sering kali mendorong seseorang membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Mahasiswa misalnya, kerap mengikuti tren mode atau gaya hidup teman-temannya agar diterima dalam kelompok sosialnya (Juliantika, 2019). Status sosial berpengaruh, karena konsumsi sering digunakan sebagai simbol pencapaian dan cara menunjukkan identitas diri dimasyarakat.

3. Faktor Ekonomi

Dari sisi ekonomi, pendapatan dan literasi keuangan menjadi faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumtif. Individu dengan pendapatan lebih tinggi memiliki daya beli yang lebih besar sehingga berpotensi untuk berbelanja berlebihan. Di sisi lain, tingkat literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan seseorang kesulitan mengatur pengeluaran dan kurang mampu membedakan antara kebutuhan serta keinginan, yang akhirnya menimbulkan perilaku konsumtif (Fatin & Murtani, 2024). Kemudahan mendapatkan promosi seperti diskon, cashback, dan gratis ongkir dalam platform digital juga memperkuat perilaku konsumtif, terutama pada kalangan generasi Z .

4. Faktor Teknologi dan Media

Kemajuan teknologi dan media digital telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan konsumsi. Media sosial, iklan digital, serta peran influencer sangat memengaruhi keputusan

pembelian seseorang. Promosi yang menarik dan kemudahan bertransaksi melalui e-commerce serta dompet digital membuat individu lebih mudah melakukan pembelian tanpa pertimbangan rasional. Paparan media sosial dan tren fashion menjadi salah satu pemicu utama perilaku konsumtif dikalangan generasi Z, terutama pada produk yang berorientasi pada penampilan (Idris, 2022).

2.3.4 Indikator Perilaku Konsumtif

indikator perilaku konsumtif terjadi ketika individu memprioritaskan keinginan, membeli barang secara berlebihan, dan melakukannya demi memenuhi gaya hidup serta status sosial. Fenomena ini juga dipengaruhi oleh literasi keuangan, gaya hidup modern, serta tingkat kontrol diri pengguna e- wallet, terutama di wilayah urban seperti Banda Aceh (Pamungkasari & Priono, 2025). Terdapat lima indikator perilaku konsumtif yaitu:

1. Frekuensi Belanja Online Tinggi: Transaksi dilakukan dengan intensitas lebih dari tiga kali per bulan karena kemudahan akses dan berbagai promo.
2. Pengeluaran Tidak Terkendali: Penghasilan atau uang saku habis untuk memenuhi gaya hidup dan keinginan sesaat.
3. Ketergantungan pada Promo dan Paylater: Banyak pengguna tertarik berbelanja karena adanya cashback, diskon, atau fasilitas pembayaran tunda.
4. Fokus pada Gengsi dan Penampilan: Produk dibeli bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan keinginan tampil trendi atau prestise sosial (Pamungkasari & Priono, 2025).

5. Kurangnya Evaluasi atas Dampak Finansial: Pembelian jarang dievaluasi dari segi manfaat, seringkali hanya dilakukan untuk memenuhi nafsu belanja.

2.4 Literasi Keuangan Syariah

2.4.1 Pengertian Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan merupakan salah satu kemampuan penting yang harus dimiliki individu untuk dapat mengelola sumber daya finansial secara efektif. Literasi keuangan adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana seseorang mampu memahami serta menggunakan informasi keuangan dalam pengambilan keputusan keuangan yang bijak. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan mengenai konsep dasar keuangan, tetapi juga mencerminkan kemampuan seseorang dalam mengaplikasikan pengetahuan tersebut pada konteks kehidupan sehari-hari (Huston, 2010). Secara umum literasi keuangan terdiri dari dua dimensi yaitu: Pengetahuan keuangan (*financial knowledge*), dan penerapan pengetahuan keuangan (*financial application*). Dimensi penerapan pengetahuan tentang konsep dan produk keuangan dasar seperti tabungan, investasi, inflasi dan asuransi. Sedangkan dimensi penerapan pengetahuan aplikasi keuangan menggambarkan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara rasional dan efisien.

Sedangkan literasi keuangan syariah, menurut Lusardi dan Mitchell (2011) merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan pribadi untuk mencapai kesejahteraan

finansial. Literasi keuangan syariah melibatkan unsur pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam pengambilan keputusan ekonomi, seperti mengatur pendapatan, melakukan investasi, serta mengelola utang dengan bijak. Seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu menghindari perilaku keuangan yang merugikan dan lebih siap menghadapi risiko keuangan di masa depan. Literasi keuangan menjadi faktor penting dalam membantu individu mengelola sumber daya finansial secara efektif dan mencapai stabilitas ekonomi jangka panjang..

Sejalan dengan itu, Atkinson dan Messy (2012) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan kombinasi antara pengetahuan, sikap, dan perilaku keuangan. Pengetahuan keuangan mencakup pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar ekonomi, sementara sikap keuangan berkaitan dengan pandangan dan nilai yang dimiliki individu terhadap uang. Adapun perilaku keuangan mencerminkan tindakan nyata dalam mengelola keuangan, seperti membuat anggaran, menabung, dan berinvestasi. Menurut mereka, keseimbangan antara ketiga aspek tersebut penting agar individu dapat membuat keputusan keuangan yang bijaksana dan berorientasi pada kesejahteraan jangka panjang (Atkinson, A., & Messy, 2012).

Menurut Antara et al (2016), literasi keuangan syariah adalah pemahaman tentang prinsip-prinsip keuangan Islam yang memandu individu dalam membuat keputusan ekonomi sesuai syariah, termasuk dalam memilih produk keuangan halal dan pengelolaan dana yang etis. Literasi ini membantu individu untuk bertindak

sesuai nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi dan mengelola keuangannya dengan tanggung jawab. (Antara et al., 2016). Sejalan dengan itu, Lajis, (2017) menegaskan bahwa literasi keuangan syariah mencakup pengetahuan, sikap, dan perilaku seseorang dalam menggunakan produk keuangan berbasis syariah secara bijak dan sesuai dengan ketentuan hukum Islam.

Menurut Rahim et al. (dalam Yulianto), literasi keuangan syariah adalah kecakapan seseorang dalam menggunakan pengetahuan, keahlian, dan menentukan sikapnya untuk mengelola sumber daya keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Literasi ini tidak hanya mencakup pengetahuan tentang produk dan jasa keuangan, tetapi juga pemahaman mengenai aturan-aturan syariah seperti larangan riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (spekulasi), serta pentingnya keadilan dan transparansi dalam transaksi (Hambali & Dewi, 2018).

Perbedaan antara literasi keuangan syariah dan literasi keuangan konvensional (umum) terlihat melalui sistem keuangannya. Pemberian label "Syariah" menunjukkan penggunaan sistem Islami dalam aktivitas ekonomi. Label ini bermakna bahwa kegiatan dalam entitas tersebut harus sesuai dengan aturan agama Islam. Contohnya, tabungan dalam keuangan syariah harus terhindar dari unsur riba, gharar, maisir, dan hal-hal lain yang dilarang dalam Islam. Literasi keuangan konvensional adalah kemampuan untuk mengelola keuangan secara umum. Sedangkan literasi keuangan syariah mengutamakan prinsip-prinsip syariah (Adi, 2018).

2.4.2 Tujuan Literasi Keuangan Syariah

Tujuan utama literasi keuangan syariah adalah membekali individu dengan pemahaman yang mendalam mengenai konsep finansial, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi maupun keluarga. Dengan literasi keuangan syariah yang baik, seseorang mampu menghindari berbagai risiko finansial, seperti utang berlebihan, pengelolaan dana yang tidak efisien, atau investasi yang tidak sesuai dengan profil risiko dan tujuan keuangan mereka.

Selain itu, literasi keuangan syariah tidak hanya berdampak pada kesejahteraan individu, tetapi juga berkontribusi terhadap stabilitas ekonomi masyarakat secara keseluruhan. Individu yang memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan akan lebih mampu mengelola pendapatan dan pengeluaran mereka secara efektif, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga dan mengurangi ketergantungan pada bantuan finansial eksternal. Dengan demikian, literasi keuangan syariah menjadi fondasi penting dalam menciptakan masyarakat yang lebih mandiri secara finansial serta mampu menghadapi tantangan ekonomi dengan lebih percaya diri (Septiawan et al., 2022).

Menurut Hambali & Dewi, (2018), literasi keuangan syariah memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap sistem keuangan berbasis prinsip Islam. Literasi ini memungkinkan individu untuk mengelola keuangan mereka sesuai dengan syariat, seperti menghindari riba, gharar, dan

transaksi yang tidak transparan. Dengan pemahaman yang lebih baik, masyarakat dapat membuat keputusan finansial yang lebih bijak dan sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dapat menghindari praktik keuangan yang bertentangan dengan prinsip syariah.

Selain itu, literasi keuangan syariah juga berkontribusi dalam mendorong inklusi keuangan syariah, yang bertujuan agar lebih banyak orang dapat memanfaatkan produk keuangan berbasis syariah untuk kesejahteraan mereka. Inklusi keuangan syariah tidak hanya mencakup perbankan syariah, tetapi juga berbagai instrumen keuangan lainnya seperti sukuk, asuransi syariah, dan investasi berbasis syariah. Dengan meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap produk-produk ini, diharapkan semakin banyak individu yang beralih ke sistem keuangan syariah sebagai alternatif yang lebih sesuai dengan prinsip Islam.

Hambali juga menekankan bahwa literasi keuangan syariah bukan hanya sekadar pemahaman tentang produk keuangan, tetapi juga mencakup aspek edukasi mengenai bagaimana mengelola keuangan secara bertanggung jawab. Hal ini mencakup pemahaman tentang pentingnya menabung, berinvestasi dengan cara yang halal, serta menghindari utang yang tidak produktif. Dengan literasi keuangan yang baik, masyarakat dapat lebih bijak dalam mengalokasikan sumber daya finansial mereka, sehingga dapat mencapai kesejahteraan ekonomi yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Lebih jauh lagi, literasi keuangan syariah juga memiliki dampak sosial yang signifikan. Dengan meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap prinsip-prinsip keuangan Islam, diharapkan akan terbentuk budaya keuangan yang lebih sehat dan bertanggung jawab. Hal ini dapat membantu mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya berbagi dan berzakat sebagai bagian dari sistem ekonomi Islam. Dengan demikian, literasi keuangan syariah tidak hanya bermanfaat bagi individu, tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan dalam menciptakan ekosistem keuangan yang lebih adil dan berkelanjutan.

2.4.3 Tingkat Literasi Keuangan Syariah

Terdapat beberapa aspek yang berpengaruh terhadap tingkat literasi keuangan seseorang. Salah satunya adalah aspek pengetahuan, yang mencakup pemahaman individu tentang konsep dasar keuangan dan produk keuangan yang tersedia, seperti tabungan, investasi, asuransi, dan kredit. Pemahaman ini sangat penting karena menjadi dasar bagi seseorang dalam mengelola keuangan pribadi dan mengambil keputusan finansial yang tepat.

Kemudian aspek kemampuan, yang berkaitan dengan keahlian dalam menggunakan serta memilih produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi finansial individu. Kemampuan ini mencakup keterampilan dalam menyusun anggaran, mengelola utang, serta memahami risiko dan manfaat dari berbagai instrumen keuangan. Semakin baik kemampuan seseorang dalam mengelola

keuangan, semakin besar peluangnya untuk mencapai stabilitas finansial.

Selanjutnya adalah aspek sikap, yaitu kesadaran dalam mengambil keputusan finansial dengan bijak. Sikap ini mencerminkan bagaimana seseorang memandang uang dan bagaimana ia mengelola keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Sikap yang positif terhadap keuangan, seperti disiplin dalam menabung dan berhati-hati dalam berinvestasi, dapat membantu seseorang mencapai tujuan finansial jangka panjang.

Terakhir adalah kepercayaan, yang mengacu pada keyakinan individu terhadap sistem keuangan serta lembaga yang mengelolanya. Kepercayaan ini sangat penting karena mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan keuangan, seperti perbankan, asuransi, dan investasi. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berperan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan dengan menyediakan regulasi yang melindungi konsumen dan memastikan transparansi dalam sektor keuangan.

Selain itu, OJK juga aktif dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat melalui berbagai program edukasi dan kampanye, seperti OJK Peduli, yang melibatkan media massa sebagai agen literasi keuangan. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas kepada masyarakat mengenai pentingnya literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari

serta cara menghindari risiko keuangan, seperti investasi ilegal dan pinjaman online yang tidak terdaftar (Siregar, 2018).

2.4.4 Indikator Literasi Keuangan Syariah

Indikator literasi keuangan syariah merupakan penentu penting dalam mengukur seberapa jauh seseorang memahami, memiliki wawasan, serta kemampuan dalam mengelola keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam konteks penelitian tentang pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet generasi Z di Banda Aceh, indikator ini menjadi landasan untuk menilai pengetahuan dan sikap ekonomi yang sesuai dengan nilai syariah. Literasi keuangan syariah melibatkan kesadaran seseorang terkait pengelolaan dana berdasarkan pengetahuan yang sesuai syariat Islam. Indikator ini meliputi (Ojk, 2024).

1. Pengetahuan, adalah pemahaman masyarakat terhadap institusi keuangan syariah, produk-produk syariah, karakteristik produk syariah (termasuk prinsip syariah seperti larangan riba, keadilan, transparansi), dan saluran distribusi atau cara akses produk syariah.
2. Keterampilan, adalah Kemampuan praktis untuk menggunakan ukuran keuangan dasar, membandingkan produk syariah, memilih yang sesuai kebutuhan, dan memecahkan masalah keuangan pribadi dalam konteks syariah.

3. Keyakinan, adalah tingkat kepercayaan masyarakat bahwa produk dan institusi syariah itu sah, dapat dipercaya, sesuai ajaran agama, dan mereka mampu mengelola keuangan syariah.
4. Sikap, merupakan orientasi mental atau niat seseorang terhadap keuangan syariah; apakah terbuka terhadap penggunaan produk/layanan syariah, apakah menyadari manfaatnya, dan apakah memiliki tujuan keuangan.
5. Perilaku, merupakan tindakan atau cara seseorang dalam mengatur, memanfaatkan, dan mengelola keuangan yang dimilikinya guna mencapai tujuan finansial, serta menghindari terjadinya resiko keuangan (Ojk, 2024).

2.5 Gaya Hidup

2.5.1 Pengertian Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Keller (2016), gaya hidup (*lifestyle*) merupakan suatu pola hidup yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opininya. Pandangan ini menegaskan bahwa gaya hidup mencerminkan keseluruhan diri individu yang tercermin dalam cara mereka berperilaku, berbelanja, dan mengambil keputusan konsumsi (Kotler & Keller, 2016).

Menurut Kahle (1983) dalam *list of values theory* (LOV), gaya hidup seseorang terbentuk dari nilai-nilai yang dianut dalam kehidupannya. Nilai-nilai seperti kesenangan, rasa aman, kebebasan, serta harga diri berperan sebagai dasar bagi individu dalam menentukan pola konsumsi. Individu yang memiliki kecenderungan

terhadap nilai-nilai hedonistik dan materialistik cenderung memperlihatkan perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa gaya hidup tidak semata-mata dipengaruhi oleh faktor ekonomi, melainkan juga dipengaruhi oleh orientasi nilai yang dianut oleh masing-masing individu.

Gaya hidup adalah salah satu cara untuk mengelompokkan konsumen secara psikografis, yakni bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup dapat memengaruhi perilaku seseorang dan menentukan pilihan konsumsi mereka. Memahami kepribadian tidaklah lengkap tanpa memahami konsep gaya hidup. Walaupun keduanya berbeda, gaya hidup dan kepribadian saling berhubungan. Kepribadian merefleksikan karakteristik internal konsumen, sementara gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut (Ningsi, 2021).

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Amstrong, gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku individu dalam kegiatan untuk mendapatkan atau menggunakan barang dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan terkait kegiatan tersebut. Faktor-faktor yang memengaruhi gaya hidup dibagi menjadi (Zulaikah, 2022) :

a. Faktor internal

1. Sikap: Sikap adalah keadaan jiwa dan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu

objek, dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan, dan lingkungan sosial.

2. Pengalaman dan Pengamatan: Pengalaman sosial di masa lalu membentuk pengamatan terhadap objek tertentu, yang diperoleh melalui tindakan dan pembelajaran.
 3. Kepribadian: Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu yang menentukan perbedaan perilaku setiap orang.
 4. Konsep Diri: Bagaimana individu memandang dirinya berpengaruh pada minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti kepribadian memengaruhi pola perilaku individu.
 5. Motif: Motif kebutuhan, seperti merasa aman dan prestise, membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah pada hedonisme.
 6. Persepsi: Persepsi adalah proses memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti tentang dunia.
- b. Faktor eksternal

Faktor eksternal melibatkan pengaruh lingkungan seperti tradisi, budaya, dan interaksi sosial (Zulaikah, 2022).

2.5.3 Indikator Gaya Hidup

Indikator gaya hidup pada penelitian mengenai perilaku konsumtif khususnya di kalangan Generasi Z pengguna e-wallet dapat dibahas dari beberapa aspek yang menjadi tolok ukur utama dalam mengukur gaya hidup tersebut. Gaya hidup merupakan pola

hidup atau cara individu menjalani kehidupan sehari-hari yang mencerminkan kebiasaan, minat, nilai, serta preferensi konsumsi mereka (Kholizah & Sulton, 2025).

Menurut (Kotler, 2016), gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang tercermin dari aktivitas, minat, dan opini yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup dipengaruhi oleh nilai, kepribadian, serta lingkungan sosial seseorang. Initnya, upaya individu untuk menjalani hidupnya merupakan penggambaran gaya hidup yang dimiliki seseorang yang dapat dikenali dari tiga dimensi yaitu AIO (*Activity, interest, opinion*).

Berikut adalah beberapa indikator gaya hidup berdasarkan beberapa penelitian terkait (Kotler, 2016):

1. Aktivitas (*activity*), Merujuk pada apa yang dilakukan oleh individu. Ini mencakup aktivitas sehari-hari seperti berbelanja, penggunaan media sosial, sering keluar untuk ngopi atau makan ketempat hits, atau penggunaan teknologi (termasuk e-wallet). Semakin sering seseorang terlibat dalam aktivitas ini, semakin mencerminkan gaya hidup aktif dan konsumtif secara digital.
2. Minat (*Interest*), Merupakan ketertarikan individu terhadap objek, ide, atau tren, misalnya minat terhadap brand tertentu, fashion, gaya hidup sehat, atau kemudahan bertransaksi. Minat dapat membentuk preferensi konsumtif dan mempengaruhi perilaku pembelian.

3. Opini (*opinion*) Adalah keyakinan dan pandangan individu terhadap aspek sosial dan ekonomi. misalnya, opini bahwa menggunakan e-wallet lebih aman dan efisien, atau bahwa memiliki barang branded menaikkan status sosial. Opini ini menjadi alasan terhadap keputusan konsumtif.

2.6 Kontrol Diri

2.6.1 Pengertian Kontrol diri

Menurut baumeiser (2002), kontrol diri (*self-control*) merupakan memampukan individu untuk menyesuaikan pikiran, emosi, serta tindakan agar sesuai dengan nilai, norma dan tujuan jangka panjang, meskipun dihadapkan pada dorongan yang bertentangan. Baumeister (2002), juga menegaskan bahwa kontrol diri berperan penting dalam membantu individu mencapai keberhasilan jangka panjang, mempertahankan hubungan sosial yang sehat, serta mencegah munculnya perilaku impulsif dan konsumtif. Individu dengan tingkat kontrol diri yang tinggi cenderung mampu menahan dorongan untuk melakukan pembelian yang tidak diperlukan dan lebih mampu mengelola keuangan secara rasional. Oleh karena itu, self-control menjadi salah satu faktor psikologis yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Tangney mengatakan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengubah perilaku dalam mengontrol pikiran, emosi, dorongan, atau impuls, serta melakukan regulasi diri agar tercipta hubungan yang lebih baik antara diri dengan dunia (P. Tangney et al., 2019). Boone dan Baumeister menjelaskan bahwa kontrol diri

adalah kemampuan individu untuk mengesampingkan atau mengubah respons batin, serta menahan diri dari perilaku yang tidak diinginkan.

Sedangkan menurut Averill (dalam skripsi Karida), kontrol diri adalah kemampuan individu dalam memahami keadaan lingkungannya, mengarahkan serta mengatur perilaku yang membawa konsekuensi positif, mengelola informasi yang tidak diinginkan, dan mengambil tindakan sesuai keyakinan (Anggriana et al., 2017). Menurut Ghufron dan Suminta 2019, kontrol diri adalah kemampuan individu untuk membaca situasi dari lingkungannya, mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai situasi, serta mencegah perilaku menyimpang dengan mengendalikan dorongan untuk menyesuaikan perilaku sesuai standar pribadi atau sosial.

Berdasarkan definisi di atas, kontrol diri dapat disimpulkan sebagai kemampuan individu untuk mengontrol pikiran, perbuatan, dan pengambilan keputusan agar menghasilkan perilaku yang lebih positif.

2.6.2 Aspek-Aspek Kontrol diri

menurut ghufron dan risnawati (2019), aspek – aspek kontrol diri adalah :

- a. Kontrol Kognitif (*Cognitive Control*): Kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan, dan mengaitkan suatu kejadian dengan melakukan penilaian.
- b. Kontrol Perilaku (*Behavior Control*): Kemampuan individu untuk memodifikasi keadaan yang tidak menyenangkan

dengan mengatasi dan merespons stimulus secara langsung, meskipun berada dalam situasi yang tidak menyenangkan.

- c. Kontrol Keputusan (*Decisional Control*): Kemampuan individu untuk memilih tindakan berdasarkan keyakinan. Kontrol ini berfungsi optimal apabila terdapat kesempatan, kebebasan, dan kemampuan untuk membuat keputusan.

2.6.3 Faktor-Faktor Kontrol Diri

Berdasarkan jurnal Gretty G., Rinawati, dan Nuraini, terdapat dua faktor utama yang memengaruhi kontrol diri:

1. Faktor Internal: Faktor ini meliputi usia dan kematangan emosi. Ketika individu beranjak dewasa, kontrol diri cenderung menjadi lebih baik. Kematangan psikologis juga memengaruhi kemampuan individu untuk mempertimbangkan perbuatannya.
2. Faktor Eksternal: Faktor ini mencakup lingkungan, keluarga, dan peran orang tua. Penerapan disiplin oleh orang tua sejak dini dapat memengaruhi kemampuan kontrol diri seseorang di masa mendatang.

2.6.4 Indikator Kontrol Diri

Indikator kontrol diri menjadi aspek penting dalam memahami perilaku konsumtif, terutama dalam konteks penggunaan e-wallet oleh generasi Z. Kontrol diri atau self-control merujuk pada kemampuan seseorang untuk mengendalikan dorongan, keinginan, atau impuls agar tidak melakukan tindakan yang merugikan dirinya sendiri, seperti pembelian yang tidak terencana atau berlebihan

(Mariana et al., 2025). Pada generasi Z, yang terbiasa dengan kemudahan teknologi digital dan akses instan terhadap produk, indikator kontrol diri menjadi sangat relevan untuk membatasi perilaku konsumtif.

1. Kemampuan Menahan Dorongan Impulsif, adalah kemampuan menahan dorongan impulsif untuk berbelanja segera ketika tergoda oleh promosi, diskon, atau iklan digital yang agresif. generasi Z yang memiliki kontrol diri tinggi mampu menunda atau mengevaluasi ulang keinginan membeli, sehingga tidak langsung melakukan transaksi hanya karena pengaruh media sosial atau insentif e-wallet (Mariana et al., 2025).
2. Kesadaran dan Pengelolaan Kebutuhan dan Keinginan, adalah tercermin dari kesadaran individu dalam membedakan antara kebutuhan primer dengan keinginan sekunder. Indikator ini menunjukkan seberapa baik seseorang mengelola keuangannya dengan memprioritaskan pembelian yang penting dan menunda atau menghindari pembelian yang bersifat konsumtif. generasi Z yang kurang memiliki kesadaran ini cenderung mudah tergoda untuk melakukan pembelian yang tidak esensial (Kumalasari & Soesilo, 2019).
3. Kemampuan Mengatur Pengeluaran dan Keuangan Pribadi, adalah kemampuan mengatur dan mengendalikan pengeluaran, termasuk pengelolaan saldo e-wallet dan

penggunaan fitur paylater. Kontrol diri yang baik tampak dari perencanaan keuangan yang disiplin, seperti menetapkan batas pengeluaran dan menghindari utang konsumtif. Sebaliknya, apabila kontrol diri rendah, pengguna akan cenderung boros dan sulit menghindari penggunaan paylater secara berlebihan (Mariana et al., 2025).

4. Pengaruh Kontrol Diri dalam Meminimalisir Perilaku Konsumtif, Kontrol diri berperan sebagai mediator penting antara kemudahan penggunaan e- wallet dan terjadinya perilaku konsumtif. Pengguna yang memiliki kontrol diri kuat mampu mengendalikan intensi belanja walaupun akses dan godaan transaksi digital sangat besar. Indikator ini ditunjukkan melalui tindakan sadar menolak transaksi yang tidak perlu meski promosi menggoda, serta kemampuan merefleksikan dampak jangka panjang pembelian impulsif (Mariana et al., 2025).
5. Resiliensi Terhadap Tekanan Sosial dan Iklan, adalah Kemampuan untuk tidak mudah terpengaruh oleh norma kelompok atau tren konsumtif yang sedang populer merupakan tanda kontrol diri yang baik. Hal ini penting bagi Generasi z dalam menghadapi lingkungan sosial yang mendorong konsumsi berlebihan (Mariana et al., 2025).
6. Self-regulation (regulari diri), adalah Kemampuan individu mengendalikan emosi, pikiran, dan tindakan untuk mencapai

tujuan yang telah ditetapkan. Termasuk pengendalian impuls, disiplin diri, dan pengeloaan kebiasaan buruk.

7. Future orientation (orientasi masa depan), adalah Kemampuan berpikir dan merencanakan masa depan, mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan saat ini, terutama dalam hal keuangan (J. P. Tangney et al., 2018).

2.7 Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul. Penelitian Terdahulu disajikan sebagai acuan sehingga peneliti dapat memperkaya teori dalam mengkaji yang dilakukan, berikut ini penjelasannya.

Penelitian yang dilakukan Rismawati (2025) yang mengkaji Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maraba kecamatan wotu kabupaten luwu timur. Hasil penelitiannya literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z, sedangkan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z. secara simultan literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan dengan kontribusi 62,2%. Kesamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti generasi Z dan perilaku konsumtif, serta keterkaitan dengan perkembangan ternologi. Namun terdapat perbedaan pada penelitian ini yaitu penelitian yang akan penulis lakukan lebih spesifik menggunakan e-

wallet sebagai bentuk aplikasi keuangan digital, bukan tiktok shop sebagai mana yang diteliti oleh Rismawati.

penelitian lain dilakukan Dinanti dan Nesreni (2024) yang meneliti Pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup, kontrol diri dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif generasi Z dikota Pekanbaru. Hasilnya literasi keuangan, gaya hidup, kontrol diri dan penggunaan e-money berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z dikota Pekanbaru. Permasalahan penelitian sama-sama menggunakan variabel literasi keuangan, gaya hidup dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Perbedaannya terletak pada jenis literasi keuangan yang digunakan serta wilayah penelitian yang hanya pada kota Pekanbaru saja.

Selanjutnya penelitian serupa juga dilakukan oleh Khaerunisa et al.,(2024) yang meneliti pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi Z (studi kasus pada mahasiswa febi IAIN syekh nurjati cirebon). Hasil penelitiannya literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Kersamaan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel literasi keuangan, gaya hidup dan perilaku konsumtif generasi Z fokus penelitian ini. Perbedaannya, penelitian yang dilakukan oleh Khaerunisa et al tidak memiliki aspek literasi keuangan syariah dan tidak fokus pada penggunaan teknologi digital seperti e-wallet.

Penelitian lain dilakukan Rahmawati dan Putri (2023) meneliti pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi universitas panca sakti bekasi. Hasil penelitiannya terdapat pengaruh negatif signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Tetapi secara simultan, literasi keuangan dan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa meskipun kontribusi pengaruhnya masi rendah ($\text{Adjusted } R^2 = 11,5\%$). Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis lakukan terletak pada variabel yang digunakan, yaitu literasi keuangan dan kontrol diri, serta fokus pada perilaku konsumtif. Namun demikian perbedaan terletak pada jenis literasi yang digunakan, dimana penelitian ini penekankan literasi keuangan umum, bukan literasi keuangan berbasis syariah. Selain itu penelitian tersebut tidak meneliti keterkaitan dengan penggunaan teknologi e-wallet dan tidak seperti penelitian penulis.

Adapun penelitian yang dilakukan Prasinta et al., (2023) yang meneliti Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dikalangan generasi Z. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan kontrol diri memiliki

pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z. secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Persamaannya terletak pada variabel yang digunakan dan sama-sama peneliti perilaku konsumtif generasi Z. perbedaannya penelitian ini tidak mengkaji teknologi digital seperti e-wallet.

Penelitian oleh Syarifah dan Yuliana (2022) meneliti pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif generasi z uin malang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, serta rasionalitas bertindak sebagai variable mediasi yang juga memiliki pengaruh signifikan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada variable yang digunakan, yaitu literasi keuangan dan kontrol diri, serta fokus pada perilaku konsumtif. Namun demikian, perbedaan terletak pada jenis literasi yang digunakan, dimana penelitian ini menekankan literasi keuangan umum, bukan literasi keuangan berbasis syariah. Selain itu penelitian tersebut tidak meneliti keterkaitan dengan penggunaan teknologi *e-wallet* seperti penelitian ini.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Lindratno dan Anasrulloh (2022) yang meneliti pengaruh gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif generasi z ditulung agung. Penelitian ini terbukti bahwa baik gaya hidup maupun kontrol diri memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku

konsumtif dengan kontribusi pengaruh sebesar 65%. Kesamaan penelitian ini terletak pada penggunaan variable gaya hidup, kontrol diri, dan perilaku konsumtif yang menjadi fokus pada penelitian penulis. Perbedaannya, penelitmian ini tidak memiliki naspek literasi keuangan syariah dan tidak fokus pada penggunaan teknologi digital seperti e-wallet.

Adapun penelitian oleh Tiana Funky, et.al (2021) yang meneliti pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap terhadap perilaku konsumtif generasi z pada masa pandemi menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan. Penelitian ini menggunakan metode partial least square (PLS) yang menghasilkan nilai signifikan baik secara parsial maupun simultan. Persamaannya terletak pada variable gaya hidup, literasi keuangan, serta perilaku konsumtif generasi z. Namun penelitian ini tidak membahas kontrol diri maupun penggunaan e-wallet, dan fokus penelitian masih terikat konteks pandemi COVID-19 yang mempengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan.

Selanjutnya, penelitian oleh Sardiyo dan Martini (2020) yang meneliti pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada masa pandemi diprovinsi sumatera selatan, juga menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, Sedangkan literasi keuangan memberikan pengaruh negatif signifikan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kedua variable tersebut secara simultan mempengaruhi perilaku konsumtif.persamaan penelitian ini dengan

penelitian penulis adalah sama-sama mengkaji pengaruh gaya hidup dan literasi keungan terhadap perilaku konsumtif. Namun perbedaannya, penelitian ini tidak meneliti kontrol diri, tidak secara spesifik mengkaji *e-wallet*.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Zuhria Nurul ‘Ainy (2020) yang mengkaji pengaruh e-commerce terhadap perilaku konsumtif generasi z dikelurahan Karang Panjang Kota Ambon. Penelitian tersebut membuktikan adanya pengaruh signifikan dari e-commerce terhadap perilaku konsumtif generasi z, yang ditunjukkan melalui uji regresi linier. Kesamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti generasi z dan perilaku konsumtif, serta keterkaitan dengan perkembangan teknologi. Namun terdapat perbedaan pada penelitian ini yaitu penelitian yang akan penulis lakukan lebih spesifik menggunakan *e-wallet* sebagai bentuk aplikasi keuangan digital, bukan e-commerce secara umum sebagaimana yang diteliti oleh Zuhra Nurul ‘Ainy.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas penelitian sebelumnya telah meneliti sebagian dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti literasi keungan, gaya hidup, kontrol diri dan perilaku konsumtif. Namun, belum ada penelitian secara komprehensif menggabungkan keempat variabel tersebut dalam satu model penelitian yang utuh, khususnya dengan pendekatan literasi keungan syariah yang menjadi pembeda utama penelitian ini. Selain itu, penelitian ini juga menghususkan pada penggunaan *e-wallet* sebagai bentuk teknologi

keuangan yang relevan dengan fenomena konsumtif generasi Z masa kini, sesuatu yang belum banyak dieksplorasi secara mendalam oleh penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi dalam mengisi kekosongan penelitian terdahulu (research gap) dengan memadukan variabel literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet secara simultan dalam konteks generasi z dikota Banda Aceh.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rismawati, 2025	Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maraba kecamatan wotu kabupaten luwu timur	Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z, sedangkan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z. secara simultan literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan dengan kontribusi 62,2%
2.	(Dinanti & Nesner, 2024)	Pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup, kontrol diri dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif generasi Z dikota Pekanbaru	Literasi keuangan, gaya hidup, kontrol diri dan penggunaan e-money berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z dikota Pekanbaru
3.	Khaerunisa et al., 2024	Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi Z (studi kasus pada mahasiswa febi IAIN syekh nurjati Cirebon)	Hasil penelitian literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z.

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Rahmawati & Putri, 2023	Pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi universitas panca sakti bekasi	Hasil terdapat pengaruh negatif signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Tetapi secara simultan, literasi keuangan dan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa meskipun kontribusi pengaruhnya masi rendah (Adjusted R2 = 11,5%)
5.	Prasinta et al., 2023	Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dikalangan generasi Z	Hasil bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan kontrol diri memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap.
6.	Syariifah & Yuliana, 2022	Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Rasionalitas pada generasi z Manajemen UIN Malang	Hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh yang diberikan literasi keuangan dan kontrol diri pada perilaku konsumtif secara negatif dan signifikan. Terdapat pengaruh yang diberikan rasionalitas pada perilaku konsumtif secara negatif dan signifikan. Rasionalitas memediasi pengaruh yang diberikan Literasi keuangan dan Kontrol diri pada perilaku konsumtif.

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
7.	Lindratno & Anasrulloh, 2022	Pengaruh Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Tulungagung (Studi Kasus Pada Rumah Putih Coffee House)	Hasil uji t menunjukkan nilai signifikan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, dan nilai signifikan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji F menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 65,8%.
8.	Tiana Funky, et.al (2021)	Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi Kasus generasi z/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 201	16,890+0,491X dan hasil regresi diperoleh r hitung = 0,762 dan taraf signifikannya 5% dengan N = 117. berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka pengujian model persamaan struktural setiap indikator variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif yang signifikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi z dan literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Secara simultan gaya hidup dan literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif siswa dalam belanja online di Provinsi Sumatera Selatan selama ini pandemi covid-19.

Tabel 2.1–Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
9.	Sardiyo, Martini, 2020	Pengaruh Gaya Hidup dan Kemampuan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja	Semua hipotesis yang diajukan terdukung yaitu gaya hidup berpengaruh positif dengan nilai original sampel (0.747) dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z dengan nilai Pvalue (0.000 < 0.05 diwakili oleh indikator aktivitas, dan opini. Menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif generasi Z
10.	Zuhria Nurul 'Ainy, 2020	Pengaruh E- Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon	Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya Ada pengaruh e- commerce terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon hal tersebut di tunjukkan dengan data uji korelasi yang telah dilakukan diperoleh persamaan garis regresi $Y = \alpha + \beta X$ yakni $Y =$

2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan representasi struktur konseptual yang digunakan untuk menggambarkan keterkaitan antara teori-teori yang relevan dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai permasalahan penelitian. Kerangka ini berfungsi untuk memberikan pemahaman yang sistematis mengenai hubungan antar konsep yang dikaji. Dalam penelitian ini kerangka

berpikir memuat pola hubungan sebab-akibat atau hipotesis antar variabel independen dan variabel dependen, yang disusun sebagai dasar pemikiran dan solusi sementara terhadap permasalahan yang diteliti (Sugiyono, 2022).

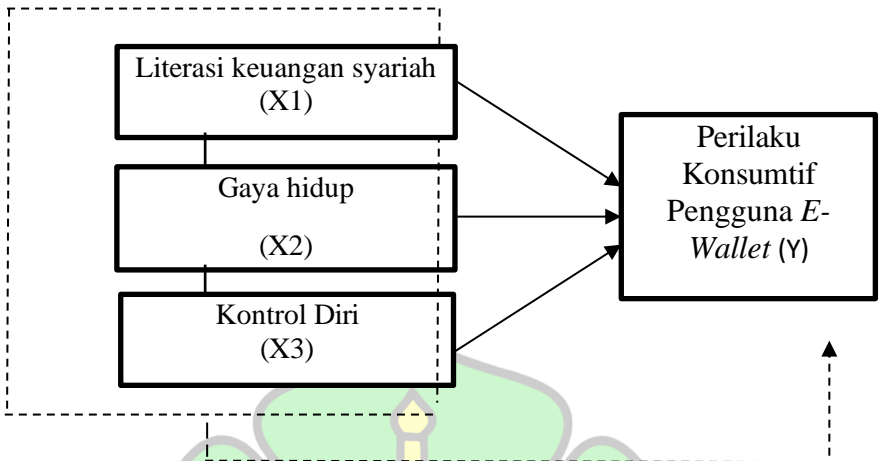
Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, gaya hidup dan kontrol diri dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif... Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-money* pada gen Z di Pekanbaru (Dinanti & Nesner, 2024). Begitu pada Khaerunisa, et al (2024) pada pengguna *pay later* mahasiswa FEBI di IAIN Cirebon.

Kemudian Gaya hidup juga berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif, seperti pada hasil penelitian (Rismawati, 2025) yang menunjukkan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa Maraba kecamatan Wotu kabupaten Luwu Timur. Begitu juga pada penelitian Dinanti dan Nesner(2024) gaya hidup pengguna *e-money* pada generasi Z di Pekanbaru.

Terakhir Kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, pada hasil penelitian Syariifah dan Yuliana (2020) yang menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z manajemen UIN Malang. Berdasarkan penjelasan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun dengan skema pada gambar 2.1.

Gambar 2.1

Skema Kerangka Penelitian

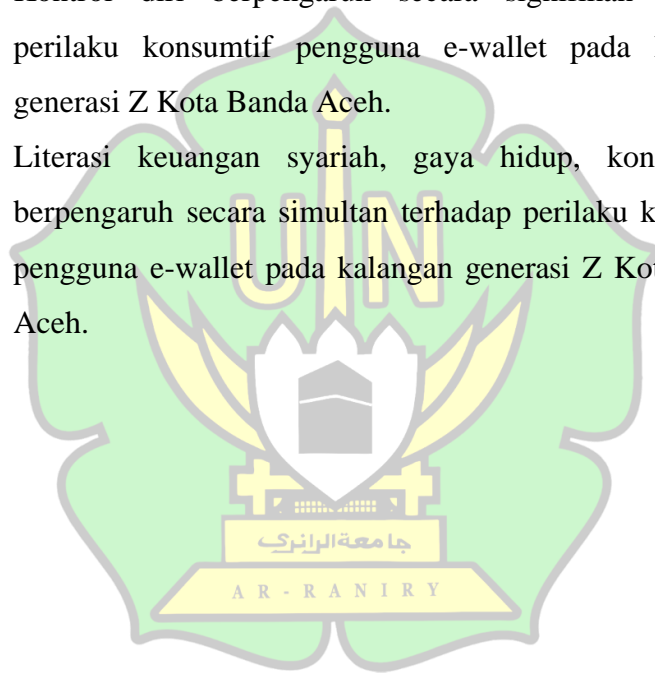


Berdasarkan skema kerangka berpikir sebagai aliran dari pada pengujian penelitian yang diharapkan, terdapat empat variabel, yaitu variabel (X1, X2, X3) yang berfungsi sebagai variabel independen, serta variabel (Y) yang berperan sebagai variabel dependen. Variabel literasi keuangan syariah (X1), gaya hidup (X2), kontrol diri (X3) dan perilaku konsumtif pengguna e-wallet sebagai variabel (Y)

2.9 Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik sebagai jawaban sementara dari masalah penelitian dari alur penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan Berdasarkan kerangka berfikir di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

- H1 : Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh.
- H2 : Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh.
- H3 : Kontrol diri berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh.
- H4: Literasi keuangan syariah, gaya hidup, kontrol diri berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

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

Pada penelitian ini, metode kuantitatif yang dipakai merupakan metode Survei. (Sugiyono, 2022) menguraikan metode survei merupakan pendekatan kuantitatif yang dimanfaatkan untuk memperoleh data mengenai aspek-aspek seperti kepercayaan, opini, karakteristik, perbuatan serta sambungan antar variabel yang berlangsung pada masa lalu maupun masa kini. metode ini juga digunakan untuk pengujian hipotesis mengenai variabel-variabel sosiologis serta psikologis dari sampel yang diambil dari populasi khusus. Pengumpulan data dalam metode survei dilaksanakan melalui teknik observasi beserta menggunakan wawancara ataupun kuesioner yang bersifat tidak komprehensif. Hasil dari penelitian ini cenderung dapat digeneralisasikan.

Metode survei juga disebut metode deskriptif yang memiliki tujuan yaitu tidak hanya menggambarkan dan menjelaskan suatu

fenomena, tetapi juga untuk menggambarkan hubungan antar variabel, menguji hipotesis, melakukan prediksi dan menganalisis implikasi dari temuan tersebut.

Penulis menggunakan metode penelitian yang dianggap sesuai dan paling relevan dengan pokok penelitian yang peneliti ambil yakni mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet.

3.2 Populasi dan sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh generasi z dengan rentan usia 18-27 tahun, dan berdomisili di Kota Banda Aceh serta menggunakan layanan e-wallet sebagai alat transaksi keuangan digital. Namun, karena tidak tersedia data resmi yang menunjukkan jumlah pasti pengguna e-wallet dikalangan generasi Z di Banda Aceh, maka peneliti menggunakan proxy berdasarkan data survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLKI) 2025 yang diterbitkan OJK. Berdasarkan survei tersebut, tingkat inklusi keuangan nasional mencapai 89,96% dan pengguna keuangan digital termasuk e-wallet semakin meningkat khususnya dikalangan generasi Z. Untuk memperkirakan jumlah populasi secara tidak langsung, peneliti merujuk pada data demografi penduduk Banda Aceh 265.310 jiwa (BPS, 2024) Dengan mempertimbangkan persentase penduduk usia generasi Z dan tingkat penggunaan e-wallet secara nasional, maka dilakukan estimasi jumlah populasi sebagai berikut :

- Jumlah penduduk di Kota Banda Aceh 265.310 jiwa (BPS, 2024)
- Presentase usia generasi Z (25% dari total penduduk) = 66.327 jiwa
- Dari survei SNLKI 2025 yang terbitkan OJK pengguna e-wallet mencapai 89,96%
- Maka estimasi generasi Z pengguna e-wallet di Kota Banda Aceh $89,96\% \times 66.327 = 59.667,77$ (≈ 59.668 jiwa)

Dengan demikian, diperkirakan terdapat sekitar 59.668 orang generasi Z di Kota Banda Aceh yang memiliki akses terhadap layanan keuangan digital dan berpotensi menggunakan e-wallet. Estimasi ini digunakan sebagai dasar dalam menentukan ukuran populasi penelitian, mengingat tidak tersedianya data langsung mengenai jumlah pengguna e-wallet di wilayah Kota Banda Aceh.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Kholil, 2006). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah proportionate stratified random sampling, yaitu metode pengambilan sampel dengan cara membagi populasi kedalam strata berdasarkan kecamatan, kemudian menentukan jumlah masing-masing strata secara proposional sesuai ukuran populasi (Sugiyono, 2014). Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Z pengguna e-wallet di Kota Banda Aceh. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, penelitian ini menggunakan rumus

slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) ditetapkan sebesar 10%. Penetapan tingkat kesalahan 10% didasarkan pada pertimbangan keterbatasan waktu, biaya, dan kemudahan dalam pengumpulan data, serta karena jumlah populasi yang cukup besar sehingga sampel yang diambil tetap dapat mewakili populasi secara proposional. Menurut (Sugiyono, 2017), margin of error 10% masih dapat digunakan dalam penelitian sosial dengan syarat peneliti menyadari bahwa semakin besar margin error maka semakin rendah tingkat presisi hasil penelitian.

Berikut ini rumus Slovin yang digunakan:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi/jumlah populasi

e = Error (kesalahan yang diterima)

Sampel yang masih bisa ditolerir; e = 10% (0,1)

Jadi pengambilan sampel dapat dilihat pada perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{59.668}{1+59.668 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{59.668}{1+59.668 \times 0,01}$$

$$n = \frac{59.668}{1+596,68}$$

$$n = \frac{59.668}{597,68}$$

$n = 99,82$ dibulatkan menjadi 100

Maka jumlah sampel seluruhan adalah 100 reponden, pembagian jumlah sampel untuk masing-masing kecamatan dilakukan secara proporsional, yaitu membagi jumlah sampel secara seimbang berdasarkan besar kecilnya populasi dimasing-masing kecamatan.

Berikan Rumus yang digunakan adalah:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

keterangan:

- n_i = jumlah sampel perkecamatan
- N_i = populasi kecamatan
- N = total populasi 59.668
- n = total sampel

Jadi pengambilan sampel dapat dilihat pada perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{7.505}{59.668} \times 100 = 12,6 \approx 12$$

$$\frac{5.156}{59.668} \times 100 = 8,6 \approx 9$$

$$\frac{5.838}{59.668} \times 100 = 9,8 \approx 10$$

$$\frac{6.293}{59.668} \times 100 = 10,5 \approx 10$$

$$\frac{8.112}{59.668} \times 100 = 13,6 \approx 14$$

$$\frac{7.733}{59.668} \times 100 = 13,0 \approx 13$$

$$\frac{5.156}{59.668} \times 100 = 8,6 \approx 9$$

$$\frac{6.748}{59.668} \times 100 = 11,3 \approx 11$$

$$\frac{7.127}{59.668} \times 100 = 11,9 \approx 12$$

Tabel 3.1
Distribusi Sampel Generasi Z Di Kota Banda Aceh

No.	Kecamatan	Populasi	Jumlah Sampel per/kecamatan
1	Baiturrahman	7.505	12
2	Meuraxa	5.156	9
3	Lueng Bata	5.838	10
4	Banda Raya	6.293	10
5	Kuta Alam	8.112	14
6	Syiah Kuala	7.733	13
7	Kuta Raja	5.156	9
8	Jaya Baru	6.748	11
9	Ulee Kareng	7.127	12
	Jumlah	59.668	100

Dengan demikian, jumlah sampel penelitian ditetapkan sebanyak 100 responden, yang didistribusikan secara proposional sesuai dengan jumlah populasi pada masing-masing kecamatan.

3.3 Sumber Data

Sumber data merupakan data atau informasi yang menjadi bahan baku dalam penelitian. Menurut (Sugiyono, 2022), sumber data dalam penelitian kuantitatif dapat digolongkan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder:

- a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil observasi atau pengukuran yang dilakukan peneliti kepada objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer didapatkan secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner dan wawancara kepada generasi Z pengguna e-wallet di Kota Banda Aceh. Data primer ini dikumpulkan untuk mengukur variabel-variabel penelitian secara spesifik, meliputi Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, Kontrol Diri, dan Perilaku Konsumtif.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua, baik berupa dokumen, laporan, literatur, jurnal, ataupun data publikasi yang relevan dengan objek dan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder digunakan untuk memperkuat teori, mendukung analisis, dan memberikan gambaran umum terkait perkembangan penggunaan e-wallet di Banda Aceh serta karakteristik generasi Z yang diambil dari lembaga resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia, serta publikasi ilmiah dan literatur lain yang relevan.

Penelitian ini menggunakan data inklusi keuangan dari survei nasional literasi dan keuangan (SNLIK) 2025 yang diterbitkan otoritas jasa keuangan (OJK) bekerja sama dengan BPS. Hasil SNLIK menunjukkan bahwa tingkat inklusi keuangan pada usia 18 – 25 tahun mencapai 89,96% (Otoritas jasa keuangan & badan pusat statistik, 2025).

3.4 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh penelitian dalam kegiatannya mengumpulkan data, agar kegiatan tersebut menjadi sistematis (Sugiyono, 2022). Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket dengan penyebaran melalui *googleform*.

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk memperoleh data yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian (Sugiyono, 2022). Instrumen ini disusun dengan menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur tingkat persetujuan responden pada setiap item pertanyaan, dengan rentang dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Kuesioner diberikan baik dalam bentuk cetak maupun dalam bentuk daring (online) untuk menjangkau responden secara lebih luas dan efisien.

Untuk memastikan keandalan instrumen, kuesioner akan diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan secara luas. Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan teknik purposive sampling sesuai kriteria penelitian, yaitu generasi Z pengguna e-wallet aktif minimal tiga bulan terakhir di Kota Banda Aceh. Skala likert dengan rumusan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skor Penilaian Skala Likert

Skala Likert	Nilai Skor
a. Sangat Tidak Setuju (STS)	1
b. Tidak Setuju (TS)	2
c. Netral (N)	3
d. Setuju (S)	4
e. Sangat Setuju (SS)	5

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.5.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuai yang menjadi objek pengamatan dalam suatu penelitian dan memiliki variasi nilai yang dapat diukur atau diamati untuk dianalisis hubungannya dengan fenomena tertentu. Menurut Sugiyono (2019), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

1. variabel independen (variabel bebas)

variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau dugaan menjadi penyebab perubahan pada variabel dependen (terikat) variabel pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif pengguna e-wallet dikalangan generasi Z melalui kuesioner yang berfokus pada indikator perilaku konsumtif yaitu pengaruh literasi keuangan syariah (X1), gaya hidup (X2), dan kontrol diri (X3) (Creswell & Creswell, 2018).

2. Variabel dependen (variabel terikat)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari perubahan variabel independen (variabel bebas) (Neuman, 2014). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah perilaku konsumtif pengguna e-wallet dikalangan generasi Z di Kota Banda Aceh.

3.5.2 Operasionalisasi Variabel

Penjelasan mengenai definisi oprasional untuk setiap variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Defensi Variabel	Indikator	Pernyataa Item	Skala
Variabel Perilaku Konsumtif (Y) adalah kecenderungan individu dalam melakukan konsumsi barang atau jasa secara berlebihan, lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan, serta dipengaruhi oleh gaya hidup, gengsi, promosi, dan perkembangan teknologi digital. (Ningrum, 2017).	1. Frekuensi Belanja Online Tinggi 2. Pengeluaran Tidak Terkendali 3. Ketergantungan pada Promo 4. Fokus pada Gengsi dan Penampilan 5. Kurangnya Evaluasi atas Dampak Finansial (Pamungkasari & Priono, 2025)	1 tem 1 item 1 item 1 item 1 item	Skala Likert 5
Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) adalah Pengetahuan dan pemahaman individu mengenai konsep, prinsip, dan instrumen keuangan syariah, serta kemampuan untuk mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam pengambilan keputusan finansial sehari-hari, termasuk dalam penggunaan e- wallet (Hambali & Dewi, 2018).	1. Pengetahuan 2. Keterampilan 3. Keyakinan 4. Sikap 5. Perilaku (Ojk, 2024)	1 item 1 item 1 item 1 item 1 item	Skala Likert 5

Tabel 3.3–Lanjutan

Defensi Variabel	Indikator	Pernyataa Item	Skala
Variabel Gaya Hidup (X2) adalah Pola hidup individu yang tercermin dari cara mereka menghabiskan waktu, uang, dan energi, termasuk nilai-nilai, minat, dan opini yang mereka anut, khususnya dalam konteks Generasi Z dan penggunaan teknologi digital seperti e-wallet (Ningsi, 2021).	1. aktivitas 2. minat 3. opini (Kotler & Keller, 2016).	1 item 1 item 1 item	Skala Likert 5
Variabel kontrol diri adalah Kemampuan individu untuk mengatur pikiran, emosi, dan perilaku mereka agar sesuai dengan tujuan jangka panjang, termasuk menunda gratifikasi dan menahan dorongan impulsif, terutama dalam konteks pengelolaan keuangan dan penggunaan e-wallet (Anggriana et al., 2017).	1. Kemampuan menahan dorongan impulsif 2. kesadaran dan pengelolaan kebutuhan dan keinginan 3. kemampuan mengatur pengeluaran dan keuangan pribadi 4. pengaruh kontrol diri dalam meminimalisir perilaku konsumtif 5. resiliensi terhadap tekanan sosial dan iklan 6. self-regulation (regulasi diri) 7. future orientation (orientasi masa depan) (Mariana et al., 2025), (Kumalasari & Soesilo, 2019)	1 item 1 item 1 item 1 item 1 item 1 item 1 item	Skala Likert 5

3.6 Metode dan teknik analisa data

Sebelum data penelitian dianalisis, penting untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar dapat mengukur variabel yang dikehendaki dengan ketepatan dan konsistensi yang tinggi. Hal ini dilakukan melalui tahap pengujian

validitas dan reliabilitas. Pada bagian ini akan dibahas secara rinci mengenai konsep, prosedur, hingga kriteria penilaian kedua uji tersebut dengan mengacu pada landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya.

3.6.1 Uji validitas

Validasi merupakan derajat ketepatan antar data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap butiran pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel penelitian yaitu literasi keuangan syariah, gaya hidup, kontrol diri, serta perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada generasi z di kota banda aceh. Uji validitas penting agar data yang dihasilkan benar-benar merepresentasikan fenomena yang diukur dilapangan (Sugiyono, 2019). Untuk menguji validitas, digunakan teknik uji dua sisi dengan tingkat signifikan 0,05, sebuah kuesioner dianggap valid jika nilai r tabel dan r hitungnya positif. Berikut adalah syarat untuk pengujian validitas dengan tingkat signifikan 0,005.

Kriteria : (Sugiyono, 2019)

- Jika r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner valid
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuesioner tidak valid

3.6.2 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi sebagai alat untuk menilai sejauh mana kuesioner yang digunakan sebagai indikator suatu variabel atau konstruk dapat dipercaya. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan tersebut tetap

konsisten atau stabil dalam jangka waktu tertentu (Ghozali, 2021). Reliabilitas suatu tes mengacu pada tingkat kestabilan, konsistensi, kemampuan prediksi, serta ketepatan hasil pengukuran. Pengukuran yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi adalah pengukuran yang menghasilkan data yang dapat. Sebuah kuesioner dinyatakan reliabel (layak) jika nilai cronbach alpha $> 0,60$, sedangkan jika nilai cronbach alpha $< 0,06$, maka dianggap tidak reliable.

3.7 Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen ataukah keduanya berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas menggunakan metode Kolmogrov-Smirnov. Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- Sig. $> 0,05$ → Data residual normal (model bisa dilanjutkan)
- Sig. $< 0,05$ → Data residual tidak normal (model perlu revisi)

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas, jika:

- VIF $< 10,00$ & Tolerance $> 0,10$ → Tidak terjadimultikolinearitas.

- $VIF \geq 10,00$ & $Tolerance \leq 0,10 \rightarrow$ Ada masalah multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Adapun kriteria pengambilan keputusan heteroskedastisitas ialah sebagai berikut:

- $Sig. > 0,05 \rightarrow$ Tidak terdapat heteroskedastisitas
- $Sig. < 0,05 \rightarrow$ Model mengandung heteroskedastisitas

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk melihat pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen bisa diketahui dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda dengan tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut: Ady Setiawan (2022).

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku konsumtif

a = Konstanta

b = Kofisiensi regresi

X_1 = Literasi keuangan

X_2 = Gaya hidup

X_3 = Kontrol diri

e = Standar eror

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (t-test)

Uji t ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikansi 0.05 setelah thitung diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya beralaku ketentuan sebagai berikut: Aida Indriani (2020).

- $t_{hitung} > t_{tabel}$: Ho ditolak (signifikan)
- $t_{hitung} \leq t_{tabel}$: Ho diterima (tidak signifikan)

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh sekelompok variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- $F_{hitung} > F_{tabel}$: Ho ditolak (pengaruh signifikan simultan)
- $F_{hitung} \leq F_{tabel}$: Ho diterima (tidak berpengaruh signifikan simultan)

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi adalah metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen dalam penelitian dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018). Penilaian uji ini dapat dilakukan melalui adjusted R². Koefisien determinasi memiliki rentang antara 0 hingga 1. Apabila nilai koefisien ini negatif, maka adjusted R² dianggap sama dengan 0. Jika koefisien

tersebut bernilai 1, maka model regresi mampu menjelaskan 100% variasi pada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai koefisiennya adalah 0, maka model regresi tidak dapat menjelaskan variasi apapun pada variabel dependen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kota Banda Aceh

4.1.1 Demografis Kota Banda Aceh

Kota Banda Aceh merupakan ibu kota provinsi Nanggroe Aceh Darussalam yang secara geografis terletak pada koordinat 5o 16'15" – 5o36'16" Lintang Utara dan 95o22'16" Bujur Timur, Kota Banda Aceh mempunyai luas 1,36 Km² dengan batas-batas sebagai berikut:

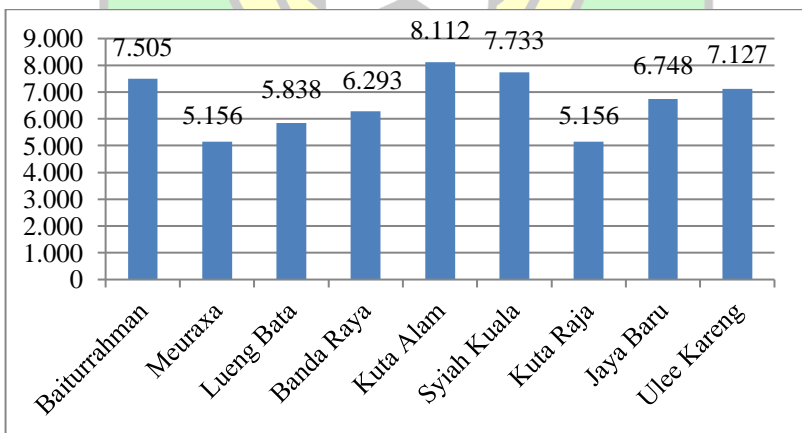
- Batas Utara : Selat Malaka
- Batas Selatan : Samudra Hindia
- Batas Timur : Kabupaten Aceh Besar
- Batas Barat : Kabupaten Aceh Besar

Berdasarkan data BPS, kota banda aceh terdiri dari 9 kecamatan dan 90 Gampong (Desa), kecamatan:

1. Baiturrahman, Luas Wilayah 455 Km²
2. Kuta Alam, Luas Wilayah 1.005 Km²
3. Meuraxa, Luas Wilayah 726 Km²
4. Syiah Kuala, Luas Wilayah 1.424 Km²
5. Lueng Bata, Luas Wilayah 534 Km²
6. Kuta Raja, Luas Wilayah 521 Km²
7. Banda Raya, Luas Wilayah 479 Km²
8. Jaya Baru Luas Wilayah 378 Km²
9. Ulee Kareng, Luas Wilayah 615 Km²

Masyarakat Kota Banda Aceh mayoritas memeluk agama Islam, namun di kota ini juga berkembang agama lainnya, seperti Kristen, Hindu, Budha dan lainnya yang berdampingan dengan muslim. Diantara agama yang terdapat di Kota Banda Aceh adalah Islam sebanyak 222.582 jiwa, Protestan 717 jiwa, Hindu 39 jiwa, budha 2.755 jiwa. Selain itu, statistik jumlah tempat ibadah sebanyak Masjid sebanyak 115 unit, Meunasah sebanyak 127 unit, Gereja Protestan 3 unit, Gereja Katolik Hati Kudus 1 unit, Kuil/Vihara 2 unit, Klenteng/Kuil Palani 1 unit. Tahun 2024 Jumlah penduduk kota Banda Aceh adalah 265.310 jiwa dengan penduduk menurut kecamatan adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Distribusi Penduduk Kota Banda Aceh Menurut Kecamatan Tahun 2024



Sumber : Badan Pusat Statistik, (2024)

Sedangkan distribusi generasi Z di Kota Banda Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Generasi Z dikota Banda Aceh

No.	Kecamatan	Populasi
1	Baiturrahman	7.505
2	Meuraxa	5.156
3	Lueng Bata	5.838
4	Banda Raya	6.293
5	Kuta Alam	8.112
6	Syiah Kuala	7.733
7	Kuta Raja	5.156
8	Jaya Baru	6.748
9	Ulee Kareng	7.127
	Jumlah	59.668

Sumber: Data primer, diolah (2025)

4.2 Deskripsi dan Tanggapan Responden Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat 100 responden yang menggunakan e-wallet dan berdomisili di kota Banda Aceh. Responden tersebut dikelompokkan berdasarkan beberapa kategori, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, per Kecamatan, jenis e-wallet yang digunakan, dan pekerjaan. Adapun hasil pengolahan kuesioner menghasilkan data sebagai berikut.

4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, deskripsi mengenai jenis kelamin responden dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-Laki	46	46%
Perempuan	54	54%
Total	100	100

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 4.2 , pengelompokan responden menurut jenis kelamin menunjukkan bahwa sebanyak 46 responden atau (46,0%) merupakan laki-laki, sedangkan 54 responden atau (54,0%) meryoakan perempuan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dalam hasil penelitian yang dilakukan, usia responden dikelompokkan ke dalam tiga kategori, yaitu 18-20 tahun, 21- 23 tahun, 24-27 tahun. Pengelompokan usia responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase
18-20 Tahun	21	21%
21-23 Tahun	46	46%
24-27 Tahun	33	33%
Total	100	100

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 4.3, sebanyak 21 responden atau (21,0%) berada pada rentan usia 18-20 tahun, 46 responden atau (46,0%) berada pada rentan usia 21-23 tahun, dan 33 responden atau (33,0%) rentan berusia 24-27 tahun. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kelompok usia 21-23 tahun merupakan pengguna e-wallet paling dominan berperilaku konsumtif dikota Banda Aceh.

4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Dalam hasil penelitian yang dilakukan, domisili responden berdasarkan wilayah tempat tinggal di kota banda aceh, dan dikelompokkan berdasarkan kecamatan diantar lain kecamatan baiturrahman, meuraxa, lueng bata, banda raya, kuta alam, syiah kuala, jaya baru, ulee kareng. Pengelompokan berdasarkan kecamatan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah Responden	Persentase
Baiturrahman	11	11%
Meuraxa	10	10%
Lueng Bata	10	10%
Banda Raya	10	10%
Kuta Alam	19	19%
Syiah Kuala	8	8%
Kuta Raja	9	9%
Jaya Baru	11	11%
Ulee Kareng	12	12%
Total	100	100

Sumber: Data diolah SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.4 data domisili responden, diketahui bahwa responden berasal dari berbagai kecamatan di Kota Banda Aceh. Mayoritas responden berdomisili di kecamatan kuta alam dengan jumlah 19 responden atau (19,0%), selanjutnya di kecamatan ulee kareng 12 responden atau (12,0%), serta baiturrahman dan jaya baru masing-masing 11 responden atau (11,0%). Semestara itu, kecamatan meuraxa, lueng bata, dan banda raya masing-masing 10 responden atau (10,0%). Responden yang berdomisili di kecamatan kuta raja 9 atau (9,0%), dan yang paling sedikit berasal dari

kecamatan syiah kuala, yaitu 8 responden atau (8,0%). Secara keseluruhan, jumlah responden pada penelitian ini adalah 100 responden, yang menggambarkan keterwakilan responden dari setiap diwilayah kota Banda Aceh.

4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan E-wallet

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan, seluruh responden merupakan pengguna aktif e-wallet seperti dana, OVO, gopay, shopeepay, dan link aja. dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan E-wallet

E-wallet	Jumlah Responden	Persentase
Dana	37	37%
OVO	17	17%
Gopay	20	20%
Shopeepay	19	19%
Link Aja	7	7%
Total	100	100

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.5 data pengguna jenis e-wallet, diketahui bahwa sebanyak 37 responden atau (37,0%) menggunakan dana sebagai dompet digital utama, 17 responden atau (17,0%) memilih OVO, 20 responden atau (20,0%) menggunakan gopay, 19 responden (19,0%) menggunakan shopeepay, dan 7 responden (7,0%) menggunakan link aja. dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Dana merupakan e-wallet yang paling banyak digunakan oleh responden dalam penelitian ini.

4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dalam analisis data hasil penelitian, peneliti mengelompokkan karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dalam lima kategori, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar /Mahasiswa	39	39%
PNS / ASN	17	17%
Wiraswasta / Pengusaha	23	23%
Freelance / Pekerja Lepas	20	20%
Tidak Bekerja / Belum Bekerja	1	1%
Total	100	100

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.6 data pekerjaan responden, diperoleh informasi bahwa sebanyak 39 responden atau (39,0%) merupakan pelajar atau mahasiswa. Selanjutnya, 23 responden atau (23,0%) bekerja sebagai wiraswasta atau pengusaha, dan 20 responden atau (20,0%) bekerja sebagai freelance atau pekerja lepas. Sementara itu, 17 responden atau (17,0%) berprofesi sebagai PNS/ASN, dan hanya 1 responden (1,0%) yang tidak bekerja atau belum bekerja. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa.

4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Tanggapan responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala likert 5 poin, dimana skor 5 menunjukkan sangat setuju, skor 4 menunjukkan setuju, skor 3 menunjukkan kurang

setuju atau netral, skor 2 menunjukkan tidak setuju, dan skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju.

4.2.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Literasi Keuangan Syariah

Pada variabel literasi keuangan syariah (X1) terdapat 5 pertanyaan. Diantaranya hasil tanggapan responden dimasing-masing pertanyaan bisa dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Variabel Literasi Keuangan Syariah

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5	Mean
1	Saya mengetahui perbedaan transaksi syariah dan konvensional	1	4	13	39	43	4,19
2	Saya mampu mengatur anggaran bulanan sesuai kebutuhan	2	8	13	26	51	4,16
3	Saya yakin mengelola keuangan sesuai syariah memberikan keberkahan	1	6	12	42	39	4,12
4	Saya mempertimbangkan prinsip syariah sebelum berbelanja online	2	6	19	30	43	4,06
5	Saya sering menggunakan layanan keuangan syariah untuk transaksi sehari-hari	1	7	26	25	41	3,98
Total Mean							4,10

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.7, hasil pengolahan data kuesioner mengenai variabel literasi keuangan syariah, diperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 4,10 yang berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat pemahaman dan penerapan literasi keuangan syariah yang baik dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Pernyataan dengan nilai mean tertinggi terdapat pada indikator pengetahuan dengan nilai mean sebesar 4,19. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden telah memiliki pemahaman dasar yang kuat terkait perbedaan prinsip transaksi antara sistem keuangan syariah dan konvensional. Pemahaman tersebut menjadi fondasi penting dalam pengambilan keputusan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Selanjutnya, pada indikator minat memperoleh nilai mean sebesar 4,16, yang menunjukkan bahwa responden cukup mampu melakukan perencanaan dan pengelolaan keuangan secara bijak. Kemampuan mengatur anggaran ini mencerminkan tingkat literasi keuangan yang baik, khususnya dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Pada indikator keyakinan memiliki nilai mean sebesar 4,12. Hasil ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya memahami aspek teknis keuangan syariah, tetapi juga meyakini nilai keberkahan sebagai bagian dari pengelolaan keuangan sesuai prinsip Islam.

Sementara itu, indikator sikap memperoleh nilai mean sebesar 4,06, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah menerapkan pertimbangan syariah dalam aktivitas konsumsi digital, meskipun masih terdapat responden yang bersikap netral. Hal ini mengindikasikan adanya peluang peningkatan kesadaran dalam penerapan prinsip syariah pada transaksi online.

Indikator dengan nilai mean terendah terdapat pada indikator perilaku dengan nilai mean sebesar 3,98. Meskipun berada dalam kategori tinggi, nilai ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan layanan keuangan syariah masih relatif lebih rendah dibandingkan

pemahaman dan keyakinan responden. Kondisi ini dapat dipengaruhi oleh faktor ketersediaan layanan, kemudahan akses, maupun kebiasaan penggunaan layanan keuangan digital non-syariah.

Secara keseluruhan, hasil deskriptif ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi, baik dari sisi pengetahuan, sikap, maupun keyakinan. Namun demikian, penerapan literasi tersebut dalam penggunaan layanan keuangan syariah secara langsung masih perlu ditingkatkan agar selaras dengan tingkat pemahaman yang dimiliki.

4.2.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup

Pada variabel gaya hidup (X2) terdapat 3 pertanyaan. Hasil distribusi tanggapan responden pada setiap pertanyaan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Variabel Gaya Hidup

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5	Mean
1	Saya sering menggunakan e-wallet untuk bertransaksi sehari-hari	3	4	7	40	46	4,22
2	Saya tertarik menggunakan e-wallet karena banyak promo dan chasback yang ditawarkan	1	7	6	24	62	4,39
3	Saya beranggapan bahwa menggunakan e-wallet membuat hidup menjadi lebih praktis dan modern	2	5	5	41	47	4,26
Total Mean							4,29

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.8, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan variabel gaya hidup (X2) memperoleh nilai

rata-rata sebesar 4,29 yang berada pada kategori sangat tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan dan ketertarikan responden terhadap e-wallet dalam aktivitas transaksi sehari-hari tergolong sangat tinggi.

Pada indikator aktivitas memperoleh nilai mean sebesar 4,22. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden telah menjadikan e-wallet sebagai alat pembayaran utama dalam memenuhi kebutuhan transaksi harian. Tingginya intensitas penggunaan tersebut mencerminkan pergeseran perilaku masyarakat, khususnya generasi Z, ke arah transaksi non-tunai yang berbasis digital.

Selanjutnya, pada indikator minat menunjukkan nilai mean tertinggi yaitu sebesar 4,39. Hasil ini mengindikasikan bahwa faktor promosi, seperti potongan harga dan cashback, menjadi daya tarik utama yang mendorong responden untuk menggunakan e-wallet. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital memiliki peran signifikan dalam meningkatkan minat dan frekuensi penggunaan e-wallet.

Sementara itu, indikator opini memperoleh nilai mean sebesar 4,26. Hal ini menunjukkan bahwa responden memandang e-wallet tidak hanya sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup modern yang memberikan kemudahan, efisiensi, serta kenyamanan dalam bertransaksi.

Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup pada responden berada pada kategori sangat tinggi, yang didorong oleh kemudahan penggunaan, persepsi kepraktisan, serta

berbagai keuntungan promosi yang ditawarkan e-wallet. Tingginya gaya hidup berpotensi memengaruhi pola konsumsi responden, khususnya dalam mendorong perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik.

4.2.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kontrol Diri

Pada variabel kontrol diri (X3) terdapat 7 pertanyaan. Hasil distribusi tanggapan responden pada setiap pertanyaan tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kontrol Diri

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5	Mean
1	Saya mampu menahan diri dari berbelanja online meskipun ada promo besar	4	9	17	32	38	3,91
2	Saya tidak mudah tergoda membeli sesuatu hanya karena trend	6	9	16	32	37	3,85
3	Saya selalu mencatat atau memantau pengeluaran harian/bulanan	4	11	14	42	29	3,81
4	Saya menunda pembelian barang yang tidak mendesak	4	9	11	42	34	3,93
5	Saya tidak mudah tergoda dengan promo chashback atau diskon	4	9	16	34	37	3,91
6	Saya berusaha konsisten membatasi belanja online	6	8	11	40	35	3,9
7	Saya membatasi pengeluaran agar bisa menabung untuk masa depan	5	8	13	35	39	3,95
Total Mean							3,89

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 4.9, dapat diketahui bahwa variabel kontrol diri, diperoleh nilai rata-rata (total mean) sebesar 3,89 yang berada

pada kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki kemampuan kontrol diri yang cukup baik dalam mengendalikan perilaku konsumsi, khususnya dalam aktivitas belanja.

Pernyataan dengan nilai mean tertinggi terdapat pada indikator *future orientation* (orientasi masa depan) dengan nilai mean sebesar 3,95. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden telah memiliki kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang, sehingga berusaha mengendalikan pengeluaran demi tujuan menabung di masa depan.

Selanjutnya, indikator pengaruh kontrol diri dalam meminimalisir perilaku konsumtif memperoleh nilai mean sebesar 3,93, yang menunjukkan bahwa responden cenderung mampu menahan diri dan tidak langsung melakukan pembelian terhadap barang yang tidak bersifat prioritas. Sikap ini mencerminkan kemampuan responden dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

Indikator resiliensi terhadap tekanan sosial dan iklan dan kemampuan menahan dorongan impulsif masing-masing memperoleh nilai mean sebesar 3,91. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun promosi digital memiliki daya tarik yang kuat, sebagian besar responden masih mampu mengendalikan dorongan impulsif dalam berbelanja.

Sementara itu, indikator *self regulation* (regulasi diri) memiliki nilai mean sebesar 3,90, yang menunjukkan adanya upaya

responden untuk mengontrol frekuensi dan intensitas belanja online secara berkelanjutan. Hal ini memperkuat gambaran bahwa kontrol diri responden berada pada tingkat yang relatif baik.

indikator dengan nilai mean terendah terdapat pada indikator kemampuan mengatur pengeluaran dan keuangan pribadi dengan nilai mean sebesar 3,81. Meskipun masih berada pada kategori tinggi, hasil ini menunjukkan bahwa tidak semua responden secara konsisten melakukan pencatatan keuangan sebagai bentuk pengendalian pengeluaran. Kondisi ini mengindikasikan perlunya peningkatan kesadaran akan pentingnya monitoring keuangan sebagai bagian dari kontrol diri.

Secara keseluruhan, hasil deskriptif variabel kontrol diri menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi dalam mengelola perilaku konsumsi. Namun demikian, aspek pencatatan dan pemantauan keuangan masih perlu ditingkatkan agar kontrol diri dalam berbelanja dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

4.2.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Konsumtif

Pada variabel perilaku konsumtif (Y) terdapat 5 pertanyaan. Hasil distribusi tanggapan responden pada setiap pertanyaan dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Variabel Perilaku Konsumtif

No	Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5	Mean
1	Saya sering melakukan belanja online lebih dari 3 kali dalam seminggu	5	33	16	27	19	3,22
2	Saya sering membeli barang meskipun tidak terlalu dibutuhkan	19	21	19	27	14	2,96
3	Saya sering membeli barang hanya karena promo di e-wallet	9	21	26	28	16	3,21
4	Saya membeli barang bermerek agar dianggap gaul dan berkelas	10	26	22	30	12	3,08
5	Saya jarang mengevaluasi dampak penggunaan e-wallet terhadap kondisi keuangan saya	9	20	27	24	20	3,26
Total Mean							3,14

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.10, dapat diketahui variabel perilaku konsumtif, diperoleh nilai rata-rata (total mean) sebesar 3,14 yang berada pada kategori sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan perilaku konsumtif pada tingkat moderat dalam penggunaan e-wallet untuk aktivitas belanja online.

Pernyataan dengan nilai mean tertinggi terdapat pada indikator kurangnya evaluasi atas dampak finansial dengan nilai mean sebesar 3,26. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian responden belum secara konsisten melakukan evaluasi terhadap pengeluaran

yang dilakukan melalui e-wallet, sehingga berpotensi meningkatkan risiko pengelolaan keuangan yang kurang optimal.

Selanjutnya, indikator frekuensi belanja online tinggi memperoleh nilai mean sebesar 3,22, yang menunjukkan bahwa frekuensi belanja online responden relatif cukup tinggi. Intensitas belanja yang berulang ini dapat menjadi salah satu indikator munculnya perilaku konsumtif, terutama ketika tidak disertai dengan perencanaan keuangan yang matang.

Indikator ketergantungan pada promo dan paylater memperoleh nilai mean sebesar 3,21. Hasil ini menunjukkan bahwa promosi seperti diskon dan cashback masih memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian responden, meskipun pengaruh tersebut berada pada tingkat sedang.

Sementara itu, indikator fokus pada gengsi dan penampilan memperoleh nilai mean sebesar 3,08. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor citra diri dan pengakuan sosial turut memengaruhi perilaku konsumsi responden, meskipun tidak menjadi faktor dominan.

Indikator dengan nilai mean terendah terdapat pada indikator pengeluaran tidak terkendali dengan nilai mean sebesar 2,96. Hasil ini menunjukkan bahwa kecenderungan responden untuk melakukan pembelian barang yang tidak dibutuhkan relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya, yang mencerminkan adanya kesadaran responden dalam mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian.

Secara keseluruhan, hasil deskriptif ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif responden berada pada kategori sedang, yang berarti masih terdapat kecenderungan perilaku konsumsi berlebihan dalam penggunaan e-wallet, namun belum berada pada tingkat yang mengkhawatirkan. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan dan kontrol diri menjadi penting untuk menekan potensi perilaku konsumtif yang berlebihan.

4.3 Hasil Analisis Uji Instrumen

4.3.1 Hasil Uji Validasi

Uji validitas merupakan prosedur yang bertujuan untuk memastikan apakah instrumen kuesioner yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel yang digunakan. Pada tahap ini, nilai r-hitung atau korelasi pearson dibandingkan dengan r-tabel. Pengujian dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 dengan uji dua arah serta derajat kebebasan ($df = n - 2 = 100 - 2 = 98$ (di mana n merupakan jumlah responden)). Berdasarkan tabel statistik, diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,197. Suatu item pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar dari pada r-tabel. Hasil pengujian validasi untuk variabel literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z kota Banda Aceh ditampilkan pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	X1.1	0,823	0,197	Valid
	X1.2	0,839	0,197	Valid
	X1.3	0,785	0,197	Valid
	X1.4	0,853	0,197	Valid
	X1.5	0,841	0,197	Valid
Gaya Hidup (X2)	X2.1	0,923	0,197	Valid
	X2.2	0,908	0,197	Valid
	X2.3	0,875	0,197	Valid
Kontrol Diri (X3)	X3.1	0,848	0,197	Valid
	X3.2	0,855	0,197	Valid
	X3.3	0,844	0,197	Valid
	X3.4	0,841	0,197	Valid
	X3.5	0,834	0,197	Valid
	X3.6	0,874	0,197	Valid
	X3.7	0,857	0,197	Valid
Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet (Y)	Y.1	0,895	0,197	Valid
	Y.2	0,891	0,197	Valid
	Y.3	0,859	0,197	Valid
	Y.4	0,857	0,197	Valid
	Y.5	0,830	0,197	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa semua item pernyataan variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), Gaya Hidup (X2), Kontrol Diri (X3) dan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet (Y) memiliki nilai r hitung > r tabel, sehingga dapat disimpulkan semua item pernyataan variabel Literasi Keuangan Syariah (X1),

Gaya Hidup (X2), Kontrol Diri (X3) dan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet (Y) dinyatakan valid.

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan pada item-item pertanyaan yang telah dinyatakan valid sebelumnya. Suatu variabel dianggap reliabel apabila jawaban responden menunjukkan tingkat konsistensi yang baik. Penilaian reliabilitas tersebut ditentukan melalui analisis nilai cronbach's alpha, dimana variabel dinyatakan reliabel apabila koefisien cronbach's alpha $>0,60$. Adapun pengujian reliabilitas pada setiap variabel yang ada di penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Rule of Thumb	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	5	0,885	0,60	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	3	0,886	0,60	Reliabel
Kontrol Diri (X3)	7	0,936	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet (Y)	5	0,917	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat dilihat bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), Gaya Hidup (X2), Kontrol Diri (X3) dan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet (Y) memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,60$, maka dapat disimpulkan variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), Gaya Hidup (X2), Kontrol Diri (X3) dan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet (Y) dinyatakan reliabel.

4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data sampel dalam penelitian mengikuti distribusi normal. Pada penelitian ini, normalitas dianalisis menggunakan kolmogorov-smirnov $> 0,05$. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.13.

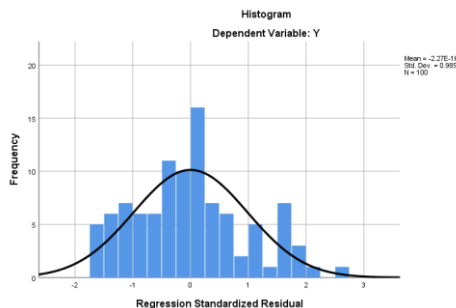
Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardizes Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	000000
	Std. Deviation	3,91291131
Most Extreme Differences	Absolute	077
	Positive	077
	Negative	-062
Test Statistic		077
Asymp Sig. (2-tailed)		0,145c

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) normalitas kolmogorov smirnov sebesar $0,145 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas (Histogram)



Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan tampilan histogram terlihat bahwa kurva dependent dan regression standardized residual membentuk gambar seperti lonceng. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan bagian dari pengujian asumsi dalam analisis regresi berganda yang menekankan bahwa variabel independen harus bebas dari masalah multikolinearitas. Untuk mengidentifikasi adanya multikolinearitas, digunakan nilai toleransi serta variance inflation (VIF). Apabila nilai VIF kurang dari 10, maka dapat dinyatakan tidak ada masalah multikolinearitas. Selain itu, hubungan antar variabel independen juga dapat dievaluasi melalui toleransi, dimana nilai lebih dari 0,10 menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,735	1.361
Gaya Hidup (X2)	0,922	1.084
Kontrol Diri (X3)	0,722	1.385

Sumber: Data Diolah SPSS (2025) - R A N I R Y

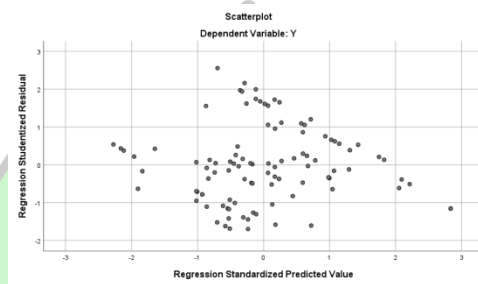
Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dilihat bahwa semua variabel independen memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF $< 10,00$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model tidak terdapat gejala multikolinearitas atau lolos uji multikolinearitas.

4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan variance residual antar periode pengamatan, atau untuk melihat hubungan antara nilai prediksi dengan

standarized delete residual. Model regresi dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila tidak terdapat pola tertentu pada sebaran residual. Hal tersebut dapat diamati melalui grafik scatterplot, dimana titik-titik yang tersebar secara acak menandakan bahwa model tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil pengujian tersebut ditampilkan pada Gambar 4.2.

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot



Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan tampilan Gambar 4.2 Grafik Scatterplott dapat dilihat bahwa titik-titiknya dikategorikan tersebar dan tidak membentuk suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokodestisitas.

4.5 Hasil Uji Regresi Analisis Linear

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menilai pengaruh variabel literasi keuangan syariah (X_1), gaya hidup (X_2), dan kontrol diri (X_3) terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet (Y) pada kalangan generasi Z kota Banda Aceh. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen yaitu literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol

diri, terhadap variabel dependen berupa perilaku konsumtif pengguna e-wallet. Melalui model regresi linear, analisis ini juga bertujuan untuk mengukur kontribusi masing-masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients
	B	Std Error	Beta
(Constant)	24.110	3.456	
Literasi Keuangan Syariah (X1)	-448	115	-334
Gaya Hidup (X2)	594	163	279
Kontrol Diri (X3)	-254	069	-316

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.15, dapat disusun persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 24,110 - 0,448 X_1 + 0,594 X_2 - 0,254 X_3 + e$$

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 24,110, tanpa adanya variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), Gaya Hidup (X2) dan Kontrol Diri (X3), maka variabel Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet (Y) nilainya sebesar 24,110.
2. Nilai koefisien beta variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) bernilai negatif yaitu sebesar -0,448, hal tersebut menandakan bahwa Literasi Keuangan Syariah (X1) memiliki hubungan yang negatif dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet (Y). Semakin tinggi Literasi Keuangan Syariah maka Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet akan

mengalami penurunan. Begitu pula sebaliknya, Semakin rendah Literasi Keuangan Syariah maka Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet akan mengalami peningkatan.

3. Nilai koefisien beta variabel Gaya Hidup (X2) bernilai positif yaitu sebesar 0,594, hal tersebut menandakan bahwa Gaya Hidup (X2) memiliki hubungan yang positif dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet (Y). Semakin tinggi Gaya Hidup maka Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet akan mengalami peningkatan. Begitu pula sebaliknya, Semakin rendah Gaya Hidup maka Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet akan mengalami penurunan.
4. Nilai koefisien beta variabel Kontrol Diri (X3) bernilai negatif yaitu sebesar -0,254, hal tersebut menandakan bahwa Kontrol Diri (X3) memiliki hubungan yang negatif dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet (Y). Semakin tinggi Kontrol Diri maka Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet akan mengalami penurunan. Begitu pula sebaliknya, Semakin rendah Kontrol Diri maka Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet akan mengalami peningkatan.

4.6 Hasil Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil uji t (uji parsial) melalui analisis regresi, ditemukan pengaruh variabel independen yaitu literasi keuangan syariah (X1), gaya hidup (X2), kontrol diri (X3) terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif pengguna e-wallet (Y). kriteria pengujian dilakukan dengan membanding nilai t hitung dengan t

tabel pada tingkat signifikan 0,05 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$ (dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Berdasarkan tabel statistik, diperoleh t tabel sebesar 1985. Jika t hitung < t tabel maka H_0 diterima, sedangkan jika t hitung > t tabel maka H_0 ditolak. Hasil mengujian secara persial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Uji Persial (Uji t)

Model	t	Sig. coefficients	Keterangan
(Constant)	6,977	.000	
Literasi keuangan syariah (X1)	-3,905	.000	Berpengaruh
Gaya hidup (X2)	3,645	.000	Berpengaruh
Kontrol diri (X3)	-3,661	.000	Berpengaruh

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 4.16 uji t, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai t hitung variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) sebesar 3,905 > nilai t tabel yaitu 1,985 atau nilai Sig. sebesar 0,000 < 0,05, maka H_1 diterima, artinya Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z di Kota Banda Aceh. Nilai koefisien bernilai negatif yaitu sebesar -0,448, sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi keuangan syariah berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z di Kota Banda Aceh.

2. Nilai t hitung variabel Gaya Hidup (X_2) sebesar $3,645 >$ nilai t tabel yaitu $1,985$ atau nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima, artinya Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z di Kota Banda Aceh. Nilai koefisien bernilai positif yaitu sebesar $0,594$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z di Kota Banda Aceh.
3. Nilai t hitung variabel Kontrol Diri (X_3) sebesar $3,661 >$ nilai t tabel yaitu $1,985$ atau nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_3 diterima, artinya Kontrol Diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z di Kota Banda Aceh. Nilai koefisien bernilai negatif yaitu sebesar $-0,254$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kontrol Diri berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z di Kota Banda Aceh.

4.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil uji simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig.
1	Regression	1416.583	3	472.194	29.906	.000b
	Residual	1515.777	96	15.789		
	Totsl	2932.360	99			

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 29,906 > F tabel 3,091 atau nilai Sig. sebesar 0,000 < 0,05, maka H4 diterima, artinya Literasi keuangan syariah, gaya hidup, kontrol diri berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z Kota Banda Aceh.

4.6.3 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antar variabel independen yaitu literasi keuangan syariah (X1), gaya hidup (X2), kontrol diri (X3) dengan variabel dependen yaitu perilaku konsumtif pengguna e-wallet (Y) atau sejauh mana kontribusi variabel independen memengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.18
Hasil Uji Determinasi R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,695a	0,483	0,467	3,974

Sumber: Data Diolah SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat dilihat bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,467 atau 46,7%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Literasi Keuangan Syariah (X1), Gaya Hidup (X2) dan Kontrol Diri

(X3) mampu menjelaskan variabel Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet (Y) sebesar 46,7%, sedangkan sisanya yaitu 53,3% (100 – nilai adjusted R Square) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-wallet Pada Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji statistik, variabel literasi keuangan syariah menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel literasi keuangan syariah yaitu sebesar $3,905 > t$ tabel $1,985$ serta nilai signifikan $0,000$ dimana nilai uji signifikan ($0,000 < 0,05$), hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z kota Banda Aceh dengan koefisiensi sebesar $-0,448$, Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki generasi Z, maka semakin rendah kecenderungan mereka dalam melakukan perilaku konsumtif saat menggunakan e-wallet. Sebaliknya, apabila pemahaman terhadap literasi keuangan syariah masih rendah, maka perilaku konsumtif cenderung meningkat.

Pengaruh ini mencerminkan bahwa semakin baik pengetahuan individu mengenai larangan israf (pengeluaran berlebihan) dan tabdzir (pemborosan), semakin mampu mereka membedakan kebutuhan dan keinginan sebelum bertransaksi. Keterampilan dalam

menyusun anggaran dan mencatat pengeluaran juga membantu mengendalikan penggunaan e-wallet. Keyakinan untuk mengelola keuangan sesuai prinsip syariah memperkuat komitmen dalam menahan pengeluaran yang tidak perlu, sedangkan sikap kehati-hatian mendorong individu lebih selektif meskipun dihadapkan pada berbagai promo dan kemudahan transaksi digital. Dengan literasi keuangan yang baik pada gen Z kota Banda Aceh, maka mereka cenderung mampu menghindari perilaku keuangan yang merugikan, sehingga literasi keuangan menjadi faktor penting yang dapat menurunkan perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan yang baik pada gen Z Banda Aceh lebih pandai dalam menggunakan aplikasi e wallet sebagai sumber daya finansialnya dengan efektif dan tidak boro untuk mencapai stabilitas ekonomi mereka dalam jangka panjang (Lusardi & Mitchell, 2011).

Hal ini sejalan dengan pendapat Antara et al., 2016 yang berpendapat bahwa literasi keuangan adalah pemahaman tentang prinsip-prinsip keuangan Islam yang memandu individu dalam membuat keputusan ekonomi sesuai syariah, termasuk dalam memilih produk keuangan halal dan pengelolaan dana yang etis. Literasi ini membantu individu untuk bertindak sesuai nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi dan mengelola keuangannya dengan tanggung jawab.

Generasi Z dikota Banda Aceh umumnya memiliki karakteristik aktif menggunakan teknologi dan cenderung mengikuti perkembangan gaya hidup digital. Fasilitas transaksi yang instan,

adanya berbagai fitur pembayaran, kemudahan top-up saldo, serta penawaran cashback dan promo menarik dari platform e-wallet sangat berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif, terutama pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan. Namun, individu dengan literasi keuangan syariah yang memadai akan mampu menolak godaan konsumsi impulsif, melakukan evaluasi terhadap kebutuhan yang lebih prioritas, serta menyesuaikan pengeluaran dengan kemampuan finansial. Oleh karena itu, literasi keuangan syariah berperan sebagai faktor kontrol yang mampu menahan pengaruh negatif perkembangan teknologi finansial terhadap perilaku konsumtif.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Rahmawati & Putri, 2023), (Dinanti & Nesner, 2024), (Khaerunisa et al., 2024) yang juga menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Rismawati, 2025) yang menyatakan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z.

4.7.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-wallet Pada Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji statistik parsial (uji t) dalam penelitian ini, variabel Gaya Hidup (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar $3,645 >$ nilai t tabel yaitu 1,985 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif

pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z di Kota Banda Aceh. Adapun nilai koefisien regresi sebesar 0,594 menginterpretasikan bahwa peningkatan gaya hidup akan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif dalam transaksi digital berbasis e-wallet oleh generasi Z.

Keterkaitan tersebut semakin terlihat ketika dikaitkan dengan indikator gaya hidup yang mencakup aktivitas, minat, dan opini (AIO). Pada indikator aktivitas, generasi Z menunjukkan keterlibatan tinggi dalam berbagai aktivitas berbasis digital, seperti melakukan pembelian melalui platform e-commerce, menelusuri produk secara daring, hingga melakukan pembayaran rutin menggunakan e-wallet yang dinilai lebih cepat dan efisien. Pada indikator minat, generasi ini memiliki ketertarikan yang kuat terhadap tren konsumsi terbaru, produk-produk kekinian, serta berbagai penawaran menarik dalam e-wallet seperti promo, cashback, dan flash sale yang mendorong peningkatan frekuensi transaksi. Sedangkan pada indikator opini, penggunaan e-wallet dipandang sebagai bagian dari gaya hidup modern dan sarana untuk menunjukkan identitas diri dalam lingkungan sosial. E-wallet tidak lagi dipersepsikan sekadar sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai simbol kepraktisan dan kedekatan dengan perkembangan teknologi. Ketiga indikator tersebut mencerminkan bahwa pola gaya hidup generasi Z secara signifikan berkontribusi terhadap munculnya perilaku konsumtif dan kecenderungan melakukan transaksi impulsif dalam penggunaan e-wallet.

Hal ini sejalan dengan teori Kotler & Keller, 2016 yang menjelaskan bahwa gaya hidup (*lifestyle*) merupakan suatu pola hidup yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opininya. Pandangan ini menegaskan bahwa gaya hidup mencerminkan keseluruhan diri individu yang tercermin pada generasi Z dalam cara mereka berperilaku, berbelanja, dan mengambil keputusan konsumsi.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa gaya hidup merupakan salah satu determinan penting dalam memprediksi perilaku konsumtif generasi Z Kota Banda Aceh, khususnya dalam penggunaan e-wallet. Generasi Z cenderung memiliki rasa keingintahuan tinggi terhadap tren, serta kebutuhan untuk menunjukkan eksistensi dalam lingkungan sosialnya. Faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap meningkatnya transaksi yang bersifat impulsif dan konsumtif. Oleh karena itu, temuan penelitian ini memberikan gambaran bahwa peningkatan perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh aspek literasi keuangan atau kontrol diri, tetapi juga sangat erat kaitannya dengan pola gaya hidup yang dijalani oleh generasi Z di Kota Banda Aceh.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Rismawati, 2025), (Dinanti & Nesner, 2024), (Khaerunisa et al., 2024), (Prasinta et al., 2023) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sehingga dapat dikatakan bahwa responden memiliki gaya hidup yang tinggi. Karena responden

dalam penelitian ini cenderung membeli yang tidak terlalu dibutuhkan dan mengikuti tren terbaru dalam penampilan.

4.7.3 Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-wallet Pada Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil uji statistik, variabel Kontrol Diri (X3) menunjukkan nilai t hitung sebesar $3,661 >$ nilai t tabel $1,985$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan Generasi Z di Kota Banda Aceh. Dengan Koefisien regresi variabel kontrol diri juga bernilai negatif sebesar $-0,254$. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri yang dimiliki oleh generasi Z, maka kecenderungan perilaku konsumtif dalam penggunaan e-wallet akan semakin menurun. Dengan kata lain, Generasi Z yang mampu mengendalikan dorongan atau keinginannya dalam melakukan transaksi digital cenderung lebih bijak dalam menggunakan e-wallet dan tidak mudah tergoda oleh promo, chasback dan kemudahan transaksi yang disediakan e-wallet.

Hal ini sejalan dengan teori Baumeister (2002), yang menegaskan bahwa kontrol diri berperan penting dalam membantu individu mencapai keberhasilan jangka panjang, mempertahankan hubungan sosial yang sehat, serta mencegah munculnya perilaku impulsif dan konsumtif. Individu dengan tingkat kontrol diri yang tinggi cenderung mampu menahan dorongan untuk melakukan

pembelian yang tidak diperlukan dan lebih mampu mengelola keuangan secara rasional. Oleh karena itu, self-control menjadi salah satu faktor psikologis yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Keterkaitan tersebut dapat dilihat melalui beberapa indikator yang saling berkaitan. Kemampuan menahan dorongan impulsif membantu individu menghindari pembelian spontan yang dipicu oleh kemudahan transaksi digital, sementara kesadaran dalam membedakan kebutuhan dan keinginan membuat mereka lebih selektif dalam menggunakan e-wallet. Selain itu, kemampuan mengatur pengeluaran dan keuangan pribadi mendorong Generasi Z untuk menetapkan batas belanja serta melakukan evaluasi penggunaan e-wallet sehingga pengeluaran tetap terkendali. Kontrol diri juga berperan langsung dalam meminimalisir perilaku konsumtif dengan mendorong individu mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari setiap keputusan pembelian. Di tengah kuatnya tekanan sosial, iklan, dan promosi digital, resiliensi terhadap pengaruh eksternal membuat pengguna lebih stabil dalam menentukan keputusan konsumsi. Dari sisi regulasi diri, individu yang mampu mengelola pikiran dan emosinya cenderung tidak mudah terbawa pada pembelian impulsif dan tetap berpegang pada tujuan finansial yang telah direncanakan. Lebih jauh, orientasi masa depan memungkinkan pengguna mempertimbangkan manfaat jangka panjang sehingga mereka lebih bijak dalam menggunakan e-

wallet dan menghindari pengeluaran yang tidak memberikan nilai berkelanjutan.

Generasi Z sebagai pengguna aktif teknologi digital sering kali menghadapi godaan perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan transaksi dan berbagai fitur menarik pada e-wallet seperti promo, cashback, dan gratis biaya admin. Dalam konteks ini, kontrol diri berperan sebagai mekanisme internal yang mengatur keputusan konsumen agar tidak terpengaruh oleh stimulus pemasaran yang bersifat emosional dan impulsif. Individu yang memiliki kemampuan pengendalian diri yang baik akan mampu menunda kepuasan (*delay of gratification*), mempertimbangkan manfaat jangka panjang, serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan yang bersifat sementara.

Pandangan ini sejalan dengan teori psikologi ekonomi yang menyatakan bahwa kelemahan kontrol diri sering menjadi pemicu perilaku pembelian impulsif, terutama dalam sistem pembayaran *cashless* yang tidak menimbulkan *pain of paying* (Baumeister & Vohs, 2007). Dengan tidak adanya uang fisik yang terlihat berkurang, pengguna cenderung merasa lebih ringan dalam mengeluarkan uang sehingga meningkatkan risiko konsumsi berlebihan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Dinanti & Nesner, 2024), yang menyatakan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Demikian penelitian yang dilakukan (Prasinta et al., 2023) yang menyatakan

kontrol diri memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Rahmawati & Putri, 2023) yang menyatakan bahwa kontrol diri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

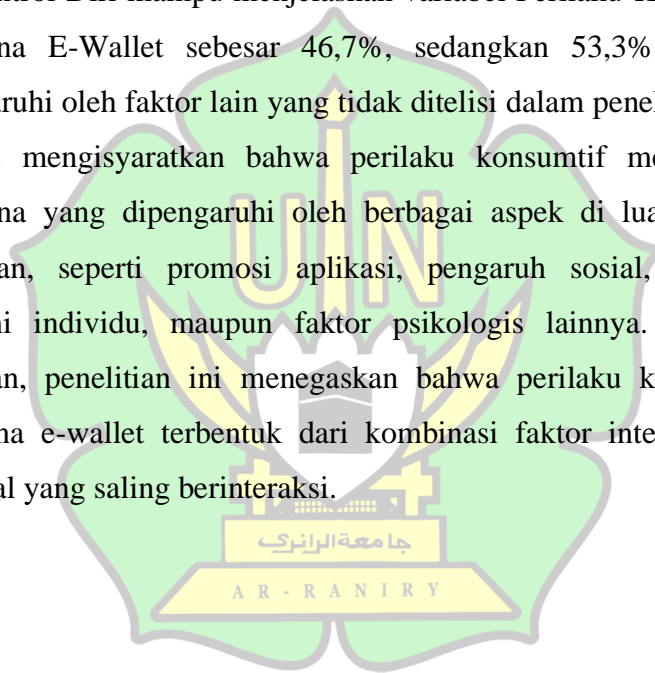
Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa kontrol diri menjadi faktor psikologis penting yang perlu diperkuat dalam menjaga keseimbangan keuangan, khususnya pada generasi muda yang sangat terpapar perkembangan digital. Strategi peningkatan kontrol diri seperti perencanaan anggaran digital, edukasi perilaku konsumsi Islami, serta pembatasan penggunaan fitur auto-payment dapat menjadi upaya preventif dalam menekan perilaku konsumtif pada e-wallet.

4.7.4 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-wallet Pada Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil penelitian dari hipotesis menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah (X1), gaya hidup (X2), dan kontrol diri (X3) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet (Y) pada kalangan generasi Z kota Banda Aceh. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($29.906 > 3,091$). Dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z kota Banda Aceh, sehingga aspek pengetahuan keuangan syariah, pola hidup,

dan kemampuan pengendalian diri berperan penting dalam menentukan bagaimana individu memanfaatkan e-wallet dalam aktivitas konsumsi

Berdasarkan hasil uji koefisien determinan (R^2) diperoleh sebesar 0,467 atau 46,7%. Artinya menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup dan Kontrol Diri mampu menjelaskan variabel Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet sebesar 46,7%, sedangkan 53,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini mengisyaratkan bahwa perilaku konsumtif merupakan fenomena yang dipengaruhi oleh berbagai aspek di luar model penelitian, seperti promosi aplikasi, pengaruh sosial, kondisi ekonomi individu, maupun faktor psikologis lainnya. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif pengguna e-wallet terbentuk dari kombinasi faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z kota Banda Aceh, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan (X1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet pada kalangan generasi Z kota Banda Aceh. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman dan penerapan prinsip keuangan syariah pada Generasi Z, maka semakin rendah kecenderungan mereka melakukan perilaku konsumtif saat bertransaksi menggunakan e-wallet. Dengan demikian, literasi keuangan syariah menjadi faktor penting dalam membentuk pola konsumsi yang lebih bijak dan sesuai nilai-nilai syariat Islam.
2. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat orientasi Generasi Z terhadap tren, modernitas, dan gaya hidup digital, maka perilaku konsumtif mereka juga semakin meningkat. Kemudahan transaksi, promo, dan fitur e-wallet yang mengikuti gaya hidup praktis

turut mendorong peningkatan perilaku konsumtif pada generasi ini.

3. Kontrol Diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet. Artinya, semakin tinggi tingkat kemampuan individu dalam mengendalikan keinginan serta menunda kepuasan, maka semakin rendah kecenderungan melakukan pembelian impulsif menggunakan e-wallet. Kontrol diri berperan sebagai benteng psikologis bagi Generasi Z dalam menghadapi godaan konsumsi digital.
4. Secara simultan, Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet. Ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan perilaku konsumtif Generasi Z Kota Banda Aceh sebesar 46,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif Generasi Z merupakan hasil dari perpaduan faktor internal dan eksternal yang dipengaruhi perkembangan teknologi digital.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain seperti faktor pendapatan,

lingkungan sosial, atau pengaruh iklan digital yang juga berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian berikutnya juga dapat memperluas objek penelitian pada cakupan wilayah atau populasi yang lebih luas agar hasil yang diperoleh semakin komprehensif serta dapat dibandingkan antar daerah.

2. Bagi Generasi Z di Kota Banda Aceh

Diharapkan mampu meningkatkan kemampuan dalam mengatur keuangan secara lebih bertanggung jawab, khususnya dalam penggunaan e-wallet. Upaya seperti menyusun anggaran, mencatat pengeluaran, serta membatasi transaksi non-esensial dapat membantu menekan perilaku konsumtif. Selain itu, penting bagi pengguna untuk memahami perbedaan kebutuhan dan keinginan agar setiap pengeluaran dilakukan secara lebih bijak dan sesuai kemampuan finansial.

3. Bagi Penyedia Layanan E-wallet

Diharapkan mampu menyediakan fitur yang dapat membantu pengguna lebih bijak dalam bertransaksi, seperti notifikasi batas pengeluaran, fitur pengelolaan anggaran, atau edukasi konsumsi yang sehat. Selain itu, dalam menawarkan promo dan cashback agar memperhatikan pendekatan pemasaran yang tidak mendorong perilaku konsumtif berlebihan terutama pada kalangan generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, F. (2018). *Perbedaan literasi keuangan syariah dan literasi keuangan*.
- Alsuykri, M. R. (2021). *Pengaruh Kemudahan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet Selama Masa Pandemi COVID-19*. 4–18.
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember E. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 137–156.
- Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2016). Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem. *Procedia Economics and Finance*, 37, 196–202. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30113-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30113-7)
- Apriliani, A., Efendi, B., & Nurhayati, E. C. (2024). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Manajemen. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 63–68. <https://doi.org/10.32699/jamasy.v4i2.6982>
- Atkinson, A., & Messy, F. (2012). Measuring Financial Literacy: Results Of The OECD/ International Network On Financial Education (Infe) Pilot Study. Paris: Organisation For Economic Cooperation And Development. *International Network on Financial Education*, 15.
- Aziz, A. R. A. (2022). Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia Dalam Perspektif Herbert Marcuse. *Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu, Dan Masyarakat*, 5(2), 1–18. <https://doi.org/10.53977/sd.v5i2.725>
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2007). Self-Regulation, Ego Depletion, and Motivation. *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1), 115–128.

<https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2007.00001.x>

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/research-design/book255675>
- Dinanti, H. A., & Nesner, Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kontrol Diri Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Pekanbaru. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1262–1275. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5403>
- Diva, M., & Anshori, M. I. (2024). Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(6), 1991–2002. <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple>
- Era, P., Industri, R., & Indonesia, D. I. (2019). *IAIN Palangka Raya*. 4, 60–75.
- Fadhilah, J., Layyinna, C. A. A., Khatami, R., & Fitroh, F. (2021). Pemanfaatan Teknologi Digital Wallet Sebagai Solusi Alternatif Pembayaran Modern: Literature Review. *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)*, 2(2), 89–97. <https://doi.org/10.36596/jcse.v2i2.219>
- Fatin, F. N., & Murtani, A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama. *Jurnal Widya*, 5(2), 1984–1997. <https://doi.org/10.54593/awl.v5i2.409>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hambali, M. Y., & Dewi, F. R. (2018). *Pengaruh Literasi Keuangan*

Syariah Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Sekitar Pondok Pesantren Di Kecamatan Cibitung Bekasi.
<https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/95712>

- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316.
<https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Idris, D. L. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Uin Mataram Pada Trend Fashion (Pakaian). *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 624–633.
<https://doi.org/10.58344/jii.v1i6.114>
- Irkham, A. (2020). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Prilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Electronic Wallet (E-Wallet) Di Kota Semarang.*
- Juliantika, S. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja online melalui marketplace.* 17, 302.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37058/prospek.v4i1.8484>
- Kediri Press, I. (2022). E Commerce dan Perilaku Konsumtif. In *Naning Fatmawatie.*
- Keuangan, O. J. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK).* 17, 61.
- Khaerunisa, R., Fanther, R., & Sukardi, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi Iain Syekh Nurjati Cirebon)). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 10(01), 57.
<https://doi.org/10.47686/jab.v10i01.678>
- Khayyirah, S., Kurniawan, R. A., & Gemilang, S. G. (2022). Analisis Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Pada Tingkat Mahasiswa Universitas Islam Negeri Mataram Tahun 2021/2022. *Society*, 13(1), 7–17.

<https://doi.org/10.20414/society.v13i1.5297>

- Kholil, S. (2006). *Sampel dan Populasi*. [Tuliskan nama penerbit di sini].
- Kholizah, A. N., & Sulton, M. (2025). [C] *Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Latter Pada Gen Z*.
- Kotler, P. (2021). *Marketing Management, Millenium Edition. Beyond Management*, 43–57. https://www.researchgate.net/profile/Philip-Kotler-2/publication/235362523_Marketing_Management_The_Millennium_Edition/links/5509bd440cf20ed529e1eef3/Marketing-Management-The-Millennium-Edition.pdf?uHA8msg=TSXYF
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. https://ebook.app.hcu.edu.gh/wp-content/uploads/2024/09/Philip-T-Kotler-Kevin-Lane-Keller-A-Framework-for-Marketing-Management-2016-Pearson-libgen.li_.pdf
- Kristyowati, Y., & Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado, Mt. (2021). *Generasi “Z” Dan Strategi Melayaninya*. 02(1), 23–34. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w3d7s>
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). *Pengaruh Literasi keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1, Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang*. 12(1), 274–282. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.17977/UM014v12i12019p061>
- Lajis, S. M. (2017). Enhancing financial inclusion through Islamic finance: Measuring the level of Islamic financial literacy in Malaysia. *Journal of Islamic Economics, Banking and*

Finance, N.A(10), 270–285.
<https://doi.org/https://doi.org/10.12816/0048042>

- Lestari, E., Karimah, H., & Dkk. (2017). *Perilaku konsumtif dikalangan remaja*.
- Lestari, M., Soleh, A., & Nasution, S. (2023). *Pengaruh E-Wallet dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Bengkulu*. 4(1), 85–94.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial Literacy: Implication for Retirement Wellbeing. *National Bureau of Economic Research*, 17–39.
- Mariana, R., Wahyuni, R., Rahmat, A., & Oskar, D. P. (2025). Peran Self-Control Sebagai Mediasi Penggunaan E-Wallet dan Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Psyche 165 Journal*, 18, 47–52. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v18i1.518>
- Mas'udiyah, N. F., & Sutjahyani, D. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Pengelolaan Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Gen Z. *Remittance: Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, 6(1), 145–153. <https://ejurnal.swadharma.ac.id/index.php/remittance/article/view/731>
- Mujahidah, A. N. (2022). *Pengaruh dompet digital dan marketplace terhadap perilaku belanja konsumtif pada ibu rumah tangga setelah masa pandemic covid 19 di DKI Jakarta*. 10–54. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Research-33934-16_1091.pdf
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Pearson. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/social-research-methods-qualitative-and-quantitative-approaches/P200000003764/9780205989801>
- Ningrum, U. Y. (2017). *Pengertian Perilaku Konsumtif*. 167–186.

- Ningsi, E. R. (2021). *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*.
- Nuha, U., & Maulana, R. A. (2020). *PERLUKAH E-WALLET BERBASIS SYARIAH ?* 4(1), 59–68.
- Nur Azizah, F., & Sri Indrawati, E. (2015). Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 4(4), 156–162.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/14313>
- Pamungkasari, S. A., & Priono, H. (2025). Pengaruh Penggunaan E-commerce Shopee Dan Digital Payment Terhadap Perilaku Kkonsumtif Mahasiswa. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 14(03), 1066–1076.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v14i2.3135>
- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X.” *Jurnal Psikologi*, 12(1), 10–17.
- Prasinta, F. I., Wiyono, G., & Maulida, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3028–3038.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2703>
- Rahmawati, L., & Putri, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Panca Sakti Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 313–319.
<https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p313-319>
- Rastanti, R. (2024). *Media Literasi Bagi Digital Natives: perspektif generasi z dijakarta*.
- Rismawati. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna TikTok Shop*

Pada Generasi Z Desa Maramba Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur.

- Rizqiyah Firdausi Nuzula. (2023). *Rizqiyah Firdausi Nuzula, 2023. 2002*, 14–31.
- Septiawan, A., Safei, A., & Fitri, Y. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syari'Ah, Aksesibilitas, Perilaku Keuangan Dan Motivasi Terhadap Minat Masyarakat Pada Penggunaan Jasa Perbankan Syari'Ah. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 2(1), 58–81. <https://doi.org/10.15575/likuid.v2i1.16503>
- Siregar, indah safitri. (2024). *Pengaruh gaya hidup dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada generasi z pengguna e-wallet di Kelurahan Pasar Sipirok.*
- Siregar, R. M. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Pedagang Pasar di Kota Padangsidempuan. *Jurnal Iqtisaduna*, 4(2), 169. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v4i2.6243>
- Statistik, B. P. (2024). *Kota Banda Aceh dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Generasi Z Work*. New York: HarperBusiness.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (25th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.

- Tangney, J. P., Boone, A. L., & Baumeister, R. F. (2018). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. In *Self-Regulation and Self-Control* (Issue January 2018). <https://doi.org/10.4324/9781315175775-5>
- Tangney, P., D, C., & Dkk. (2004). *Hydrostatic pressure effects on the structural and electronic properties of carbon nanotubes*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/pssb.200405253>
- Telukdarie, A., & Mungar, A. (2022). The Impact of Digital Financial Technology on Accelerating Financial Inclusion in Developing Economies. *Procedia Computer Science*, 217(2022), 670–678. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.263>
- Yushita, A. N. (2017). Jurnal Nominal / Volume Vi Nomor 1 / Tahun 2017 Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi Amanita Novi Yushita. *Nominal*, VI(1), 11–26.
- Zahrotunnisa, N., Fauziah, A. A., Rosyid, R. N., Affandi, M. F., Hidayat, W., & Ibrahim, Z. (2024). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z pada Mahasiswa UIN SMH Banten. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(5), 1271–1291. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Zulaikah, S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Toko Online Shopee. *Skripsi IAIN Kediri*, 6(2), 19–39.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum wr.wb

Dengan Hormat

Perkenalkan nama saya Virda Amelia Novianti mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Ar-raniry Banda Aceh. saat ini saya sedang melakukan penelitian, untuk memenuhi tugas akhir skripsi dengan **judul "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-wallet Pada Kalangan Generasi Z Kota Banda Aceh"**.

Penelitian ini merupakan bagian dari penyusunan tugas akhir atau skripsi, dan hasilnya akan digunakan untuk tujuan akademis. Saya menjamin bahwa setiap informasi dan jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya. Dengan ini, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini secara lengkap dan jujur berdasarkan pengalaman serta pengamatan yang dimiliki. Atas perhatian dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih.

Wasalamualaikum, Wr. Wb.

Hormat saya

Virda Amelia Novianti

KUESIONER PENELITIAN

A.IDENTITAS RESPONDEN

Isilah identitas diri saudara dengan keadaan yang sebenarnya:

1. No Responden : (diisi Oleh Peneliti)
2. Nama (Optional) :
3. Jenis Kelamin :

 - a. Laki – Laki
 - b. Perempuan

2. Usia :

 - a. 18 - 20 Tahun
 - b. 21 – 23 Tahun
 - c. 24 – 27 Tahun

3. Domisi :

 - a. Baiturrahman
 - b. Meuraxa
 - c. Lueng Bata
 - d. Banda Raya
 - e. Kuta Alam
 - f. Syiah Kuala
 - g. Kuta Raja
 - h. Jaya Baru
 - i. Ulee Kareng

4. Pengguna E-wallet Utama :

 - a. Dana
 - b. OVO

- c. Gopay
- d. ShopeePAY
- e. Link Aja

5. Kriteria Pekerjaan :

- a. Pelajar / Mahasiswa
- b. Pegawai negeri sipil (PNS) / ASN
- c. Wisaswasta / Pengusaha
- d. Freelancer / Pekerja Lepas
- e. Tidak Bekerja / Belum Bekerja

A. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (✓) pada kolom yang sesuai:

SS : Sangat Setuju

S :Setuju

N :Netral

TS :Tidak Setuju

STS :Sangat Tidak Setuju

Literasi Keuangan Syariah (X1)

Pertanyaan		Kriteria Pertanyaan				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengetahui perbedaan transaksi keuangan syariah dan konvensional.					
2	Saya mampu mengatur anggaran bulanan sesuai kebutuhan					
3	Saya yakin bahwa mengelola keuangan sesuai syariah memberikan keberkahan					
4	Saya mempertimbangkan prinsip syariah sebelum berbelanja online					
5	Saya sering menggunakan layanan keuangan syariah untuk transaksi sehari-hari					

Gaya Hidup (X2)

Pertanyaan		Kriteria Pertanyaan				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya sering menggunakan e-wallet untuk bertransaksi sehari-hari					
2	Saya tertarik menggunakan e-wallet karena banyak Promo dan chasback yang ditawarkan					
3	Saya beranggapan bahwa menggunakan e-wallet Membuat hidup menjadi lebih praktis dan modern					

Kontrol Diri (X3)

Pertanyaan		Kriteria Pertanyaan				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mampu menahan diri dari belanja online meskipun ada promo besar					
2	Saya tidak mudah tergoda membeli sesuatu hanya karena tren					
3	Saya selalu mencatat atau memantau pengeluaran harian/bulanan					
4	Saya menunda pembelian barang yang tidak mendesak					
5	Saya tidak mudah tergoda dengan promo cashback atau diskon					
6	Saya berusaha konsisten membatasi belanja online					
7	Saya membatasi pengeluaran agar bisa menabung untuk kebutuhan masa depan					

Perilaku Konsumtif (Y)

Pertanyaan		Kriteria Pertanyaan				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya sering melakukan belanja online lebih dari 3 kali dalam seminggu					
2	Saya sering membeli barang meskipun tidak terlalu dibutuhkan					
3	Saya sering membeli barang hanya karena ada promo di e-wallet					
4	Saya membeli barang bermerek agar dianggap gaul atau berkelas					
5	Saya jarang mengevaluasi dampak penggunaan e-wallet terhadap kondisi keuangan saya					



Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

Literasi Keuangan Syariah (X1)

No	Literasi Keuangan Syariah (X1)					Total (X1)
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	4	4	4	5	21
2	4	4	4	3	4	19
3	4	5	4	4	4	21
4	5	5	4	5	5	24
5	4	5	4	4	4	21
6	4	4	5	3	4	20
7	4	5	4	3	4	20
8	4	5	4	4	5	22
9	4	5	4	5	5	23
10	3	4	3	4	4	18
11	5	5	5	5	5	25
12	4	3	4	4	3	18
13	4	5	4	5	4	22
14	4	4	5	4	5	22
15	5	5	5	5	5	25
16	2	1	1	2	2	8
17	5	5	5	5	5	25
18	2	2	2	1	1	8
19	5	4	5	5	5	24
20	5	5	5	5	5	25
21	5	5	4	5	4	23
22	5	4	5	4	5	23
23	5	4	4	4	5	22
24	5	5	5	5	5	25
25	3	3	2	4	3	15
26	5	5	5	5	4	24
27	3	4	3	4	4	18
28	5	4	5	4	5	23
29	3	3	4	3	3	16
30	4	3	4	4	3	18
31	3	3	4	3	3	16
32	1	3	2	2	2	10
33	3	4	4	3	3	17
34	3	3	4	4	5	19
35	3	2	5	5	3	18
36	4	2	4	4	3	17
37	4	5	4	5	5	23
38	5	5	5	5	5	25

39	5	5	5	5	5	25
40	3	3	4	2	3	15
41	4	5	4	5	4	22
42	5	5	5	5	5	25
43	4	4	5	4	5	22
44	4	5	4	5	5	23
45	4	5	4	5	5	23
46	4	5	4	5	5	23
47	4	5	4	4	5	22
48	4	4	5	4	3	20
49	4	5	3	4	3	19
50	4	5	3	5	4	21
51	5	5	4	5	4	23
52	4	3	2	3	2	14
53	4	5	4	5	5	23
54	5	5	4	5	4	23
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	4	3	4	21
57	5	5	4	3	4	21
58	4	4	5	3	4	20
59	5	4	4	5	5	23
60	4	2	3	1	2	12
61	5	5	5	5	5	25
62	3	1	2	2	3	11
63	5	5	5	5	5	25
64	5	5	5	5	5	25
65	5	4	5	5	3	22
66	5	3	5	4	3	20
67	4	5	5	5	4	23
68	5	5	4	4	3	21
69	4	5	5	4	3	21
70	4	5	4	5	3	21
71	5	4	4	5	4	22
72	4	3	4	3	3	17
73	5	4	5	5	4	23
74	4	4	5	4	3	20
75	3	2	2	3	2	12
76	4	4	3	4	5	20
77	3	3	4	2	3	15
78	2	2	4	2	3	13
79	4	5	4	5	3	21
80	5	4	4	3	5	21
81	5	5	4	5	3	22

82	5	5	3	4	4	21
83	2	3	3	3	3	14
84	5	5	5	5	5	25
85	5	4	5	4	4	22
86	5	5	3	3	4	20
87	5	4	5	5	5	24
88	5	5	5	5	5	25
89	4	4	4	4	4	20
90	3	4	3	3	3	16
91	5	5	5	5	5	25
92	5	4	5	4	4	22
93	4	5	5	4	4	22
94	4	2	3	3	2	14
95	5	5	5	5	5	25
96	5	5	3	3	2	18
97	4	5	5	3	5	22
98	5	5	5	5	5	25
99	5	5	5	5	5	25
100	5	5	5	5	5	25

Gaya Hidup (X2)

No	Gaya Hidup (X2)			Total (X2)
	X2.1	X2.2	X2.3	
1	5	5	5	15
2	4	5	5	14
3	4	5	5	14
4	4	4	5	13
5	3	3	3	9
6	3	3	2	8
7	4	5	5	14
8	5	4	5	14
9	4	5	4	13
10	4	5	5	14
11	1	1	2	4
12	4	5	5	14
13	5	5	5	15
14	4	5	4	13
15	4	4	5	13
16	4	5	5	14
17	4	4	5	13

18	5	5	4	14
19	5	5	5	15
20	4	4	5	13
21	5	5	4	14
22	5	5	5	15
23	5	4	5	14
24	5	5	5	15
25	5	5	4	14
26	5	5	5	15
27	5	5	4	14
28	5	5	4	14
29	2	2	1	5
30	5	5	5	15
31	4	4	3	11
32	4	5	4	13
33	5	5	5	15
34	4	4	4	12
35	5	5	5	15
36	5	5	5	15
37	4	5	4	13
38	4	5	5	14
39	4	5	4	13
40	5	5	5	15
41	5	4	4	13
42	5	5	5	15
43	5	5	4	14
44	4	5	4	13
45	1	2	2	5
46	4	5	4	13
47	5	5	4	14
48	4	5	4	13
49	4	5	4	13
50	4	5	4	13
51	2	2	1	5
52	5	5	5	15
53	5	5	5	15
54	5	5	5	15
55	4	5	4	13
56	4	4	5	13
57	5	4	5	14
58	5	4	4	13
59	3	2	4	9
60	4	5	5	14

61	3	4	4	11
62	4	5	4	13
63	4	3	4	11
64	4	5	5	14
65	5	4	5	14
66	5	5	4	14
67	5	5	4	14
68	5	5	4	14
69	5	5	5	15
70	5	5	4	14
71	5	4	4	13
72	5	5	5	15
73	5	4	5	14
74	5	5	4	14
75	5	5	5	15
76	5	5	4	14
77	4	4	5	13
78	4	4	5	13
79	5	5	4	14
80	5	5	4	14
81	4	4	5	13
82	5	5	5	15
83	4	4	5	13
84	4	5	5	14
85	4	3	4	11
86	4	3	4	11
87	4	5	5	14
88	3	4	3	10
89	4	4	4	12
90	4	5	4	13
91	3	3	3	9
92	5	5	4	14
93	5	5	5	15
94	4	5	4	13
95	3	4	4	11
96	5	5	5	15
97	4	4	5	13
98	2	2	3	7
99	1	2	2	5
100	2	2	2	6

Kontrol Diri (X3)

No	Kontrol Diri (X3)							Total (X3)
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	
1	3	3	3	4	3	4	5	25
2	3	3	4	3	2	4	4	23
3	5	4	4	5	4	5	5	32
4	5	4	5	5	4	5	4	32
5	4	5	3	3	5	5	5	30
6	4	3	4	5	3	4	5	28
7	4	3	5	4	4	5	5	30
8	4	5	4	4	3	5	5	30
9	3	3	5	4	4	5	5	29
10	4	5	4	4	5	5	5	32
11	4	4	5	4	4	5	5	31
12	2	2	3	3	2	3	4	19
13	3	2	2	2	2	3	1	15
14	4	5	5	4	4	5	4	31
15	5	5	5	5	5	5	5	35
16	2	1	2	2	1	1	1	10
17	2	1	1	2	1	2	2	11
18	1	1	2	1	2	2	1	10
19	4	5	4	5	4	5	4	31
20	4	5	5	4	5	4	5	32
21	4	5	4	5	4	4	4	30
22	4	4	4	5	4	5	5	31
23	4	5	4	4	4	4	5	30
24	4	5	4	5	4	5	4	31
25	4	5	4	5	4	4	5	31
26	5	4	5	4	5	5	5	33
27	5	5	4	5	4	5	4	32
28	5	5	4	4	5	4	5	32
29	4	4	4	4	5	4	5	30
30	4	4	4	5	4	4	5	30
31	5	3	4	4	4	4	3	27
32	4	3	4	3	3	4	4	25
33	3	3	4	3	4	4	3	24
34	5	3	4	4	4	3	4	27
35	5	4	3	4	5	4	3	28
36	3	4	4	4	5	4	3	27
37	5	4	4	5	4	4	5	31
38	5	5	5	5	5	5	5	35
39	5	5	5	5	5	5	5	35

40	2	2	2	2	2	3	2	15
41	5	5	4	5	4	5	5	33
42	5	5	5	5	5	5	5	35
43	5	4	5	4	4	5	4	31
44	4	5	4	5	5	4	5	32
45	5	4	5	5	4	5	5	33
46	5	4	5	4	4	5	4	31
47	4	5	4	4	5	4	5	31
48	5	4	5	4	4	5	4	31
49	5	5	5	5	5	5	5	35
50	5	5	5	5	5	5	5	35
51	5	5	4	5	4	4	5	32
52	1	2	1	2	2	1	2	11
53	2	3	2	1	1	2	1	12
54	1	1	2	3	2	1	1	11
55	5	3	4	3	5	4	5	29
56	3	2	1	2	2	1	2	13
57	2	1	2	4	2	1	2	14
58	5	3	2	4	3	5	4	26
59	5	4	4	5	3	4	4	29
60	3	2	3	1	1	2	2	14
61	5	4	4	3	5	4	4	29
62	3	1	1	2	3	2	2	14
63	5	4	4	5	3	4	4	29
64	4	5	5	3	5	4	4	30
65	4	5	4	4	2	2	4	25
66	5	4	5	4	4	4	4	30
67	5	4	5	4	5	4	3	30
68	4	5	4	5	5	4	4	31
69	4	5	2	4	4	5	4	28
70	5	4	5	4	4	5	4	31
71	3	4	5	4	5	4	4	29
72	3	5	4	5	5	3	3	28
73	5	3	5	5	5	4	4	31
74	4	5	4	4	5	3	5	30
75	4	4	4	3	4	5	4	28
76	4	4	3	4	3	5	4	27
77	5	4	4	4	5	4	3	29
78	2	2	2	2	3	2	2	15
79	4	4	4	4	5	4	4	29
80	5	4	5	5	4	3	4	30
81	5	5	3	4	5	4	4	30
82	3	4	3	5	5	4	5	29

83	4	5	4	4	5	4	4	30
84	5	5	5	5	5	5	5	35
85	4	5	4	5	4	3	3	28
86	1	2	3	1	3	1	3	14
87	2	3	3	4	3	3	4	22
88	4	5	3	5	4	4	3	28
89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	3	4	3	4	3	4	4	25
91	5	5	5	5	5	5	5	35
92	4	2	3	4	5	3	3	24
93	3	3	5	4	4	4	5	28
94	3	4	2	2	3	3	3	20
95	3	3	4	4	3	4	5	26
96	2	4	3	3	3	2	4	21
97	5	5	4	4	5	5	5	33
98	5	5	5	5	5	5	5	35
99	5	5	5	5	5	5	5	35
100	5	5	5	5	5	5	5	35

Perilaku Konsumtif (Y)

No	Perilaku Konsumtif (Y)					Total (Y)
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	2	2	3	3	4	14
2	4	3	4	4	4	19
3	2	2	3	2	4	13
4	5	5	4	4	5	23
5	2	2	3	2	2	11
6	2	2	2	3	3	12
7	3	2	3	4	3	15
8	3	2	3	3	4	15
9	3	2	2	3	4	14
10	4	3	2	3	3	15
11	2	1	2	2	2	9
12	4	3	3	4	3	17
13	4	3	4	4	3	18
14	3	3	3	4	3	16
15	2	3	3	2	2	12
16	5	4	4	5	4	22
17	4	3	4	5	5	21
18	5	4	4	5	4	22

19	3	2	3	2	5	15
20	4	2	2	2	3	13
21	4	3	3	2	1	13
22	3	3	3	2	4	15
23	3	3	2	3	2	13
24	2	2	2	2	2	10
25	4	4	2	2	4	16
26	2	4	4	3	1	14
27	3	5	2	3	3	16
28	2	2	4	4	3	15
29	3	4	5	4	2	18
30	3	4	4	4	3	18
31	3	4	4	3	3	17
32	5	4	5	5	4	23
33	3	4	4	4	3	18
34	4	3	3	3	3	16
35	5	4	3	3	4	19
36	3	4	4	4	4	19
37	3	2	1	2	2	10
38	2	1	2	2	1	8
39	2	1	2	1	2	8
40	4	5	4	5	5	23
41	2	2	1	2	1	8
42	1	2	1	1	2	7
43	2	2	2	2	1	9
44	2	1	1	2	1	7
45	1	1	1	2	1	6
46	2	1	1	2	1	7
47	2	1	2	2	1	8
48	2	3	2	1	2	10
49	2	1	2	1	3	9
50	2	1	3	1	2	9
51	2	1	2	2	1	8
52	4	5	4	4	5	22
53	4	4	5	4	5	22
54	4	4	5	4	5	22
55	2	1	3	1	2	9
56	4	4	5	4	5	22
57	4	4	5	4	5	22
58	2	1	3	2	2	10
59	2	1	1	3	2	9
60	4	5	4	4	5	22
61	2	1	3	1	2	9

62	4	3	5	5	4	21
63	2	1	1	3	2	9
64	2	1	3	1	2	9
65	5	5	5	3	5	23
66	5	3	5	4	5	22
67	5	4	5	5	4	23
68	5	5	4	5	4	23
69	5	4	5	5	4	23
70	4	4	5	4	5	22
71	5	3	5	3	5	21
72	5	5	4	4	5	23
73	4	5	4	5	4	22
74	4	4	5	4	3	20
75	5	5	4	4	4	22
76	5	5	4	3	4	21
77	5	3	5	4	5	22
78	5	5	4	4	5	23
79	5	4	4	5	4	22
80	4	5	4	4	5	22
81	5	4	3	5	5	22
82	4	4	5	4	3	20
83	4	5	4	4	5	22
84	2	2	3	2	3	12
85	2	3	3	3	3	14
86	4	4	4	3	3	18
87	2	2	3	3	2	12
88	1	2	2	2	2	9
89	2	2	2	2	2	10
90	2	2	3	2	3	12
91	2	1	2	3	3	11
92	4	3	3	2	3	15
93	4	2	3	2	3	14
94	4	4	4	4	4	20
95	3	2	3	3	2	13
96	5	4	3	4	3	19
97	2	2	2	3	4	13
98	2	1	2	1	3	9
99	1	1	2	1	4	9
100	1	1	1	3	3	9

Lampiran 3 Frekuensi Karakteristik Responden

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 20 Tahun	21	21.0	21.0	21.0
	21 - 23 Tahun	46	46.0	46.0	67.0
	24 - 27 Tahun	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	46	46.0	46.0	46.0
	Perempuan	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baiturrahman	11	11.0	11.0	11.0
	Banda Raya	10	10.0	10.0	21.0
	Jaya Baru	11	11.0	11.0	32.0
	Kuta Alam	19	19.0	19.0	51.0
	Kuta Raja	9	9.0	9.0	60.0
	Lueng Bata	10	10.0	10.0	70.0
	Meuraxa	10	10.0	10.0	80.0
	Syiah Kuala	8	8.0	8.0	88.0
	Ulee Kareng	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penggunaan E-wallet Utama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dana	37	37.0	37.0	37.0
	Gopay	20	20.0	20.0	57.0
	Link Aja	7	7.0	7.0	64.0
	OVO	17	17.0	17.0	81.0
	Shopeepay	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kriteria Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Freleancer / Pekerja Lepas	20	20.0	20.0	20.0
Mahasiswa / Pelajar	39	39.0	39.0	59.0
Pegawai Negeri Sipil (PNS)/ASN	17	17.0	17.0	76.0
Tidak Bekerja / Belum Bekerja	1	1.0	1.0	77.0
Wiraswasta / Pengusaha	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

a. Literasi Keuangan Syariah (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.636**	.613**	.627**	.571**	.823**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.636**	1	.503**	.667**	.639**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.613**	.503**	1	.569**	.606**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.627**	.667**	.569**	1	.646**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.571**	.639**	.606**	.646**	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.823**	.839**	.785**	.853**	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

b. Literasi Keuangan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.885	5

3. Uji Validitas

c. Gaya Hidup (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.785**	.709**	.923**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.785**	1	.669**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.709**	.669**	1	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000

	N	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.923**	.908**	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Uji Reliabilitas d. Gaya Hidup (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.886	3

5. Uji Validitas e. Kontrol Diri (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.664**	.677**	.685**	.662**	.745**	.617**	.848**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.664**	1	.630**	.690**	.709**	.691**	.692**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.677**	.630**	1	.654**	.668**	.707**	.701**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.685**	.690**	.654**	1	.631**	.661**	.697**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.662**	.709**	.668**	.631**	1	.646**	.644**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.745**	.691**	.707**	.661**	.646**	1	.749**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.617**	.692**	.701**	.697**	.644**	.749**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.848**	.855**	.844**	.841**	.834**	.874**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6. Uji Reliabilitas f. Kontrol Diri (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.936	7

7. Uji Validitas

g. Perilaku Konsumtif (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.779**	.701**	.716**	.683**	.895**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.779**	1	.699**	.716**	.646**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.701**	.699**	1	.680**	.652**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.716**	.716**	.680**	1	.614**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.683**	.646**	.652**	.614**	1	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.895**	.891**	.859**	.857**	.830**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

8. Uji Reliabilitas

h. Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.917	5

A R - R A N I R Y

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.91291131
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.062
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Normalitas

Regression Standardized Residual

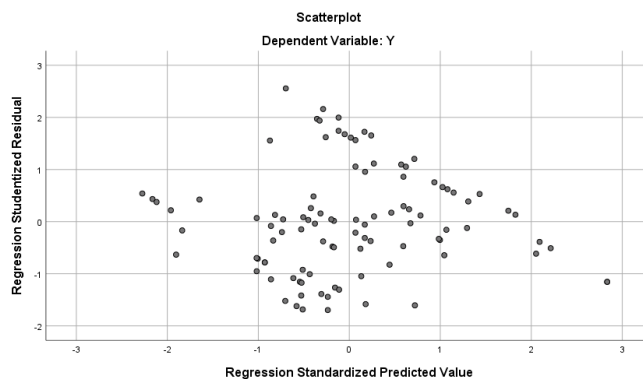
2. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.735	1.361
	X2	.922	1.084
	X3	.722	1.385

a. Dependent Variable: Y

3. Hasil Uji Heterokedastisitas



Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

a. Model Regresi Linier Berganda

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	24.110	3.456		6.977	.000
	X1	-.448	.115	-.334	-3.905	.000
	X2	.594	.163	.279	3.645	.000
	X3	-.254	.069	-.316	-3.661	.000

a. Dependent Variable: Y



Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Persial)

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.110	3.456		6.977	.000
	X1	-.448	.115	-.334	-3.905	.000
	X2	.594	.163	.279	3.645	.000
	X3	-.254	.069	-.316	-3.661	.000

a. Dependent Variable: Y

b. Uji F (Uji Simultan)

ANOVAa

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1416.583	3	472.194	29.906	.000b
	Residual	1515.777	96	15.789		
	Total	2932.360	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

c. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695a	.483	.467	3.974

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Lampiran 8

a. r Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
1	0,988	0,997	1,000	1,000	1,000
2	0,900	0,950	0,980	0,990	0,999
3	0,805	0,878	0,934	0,959	0,991
4	0,729	0,811	0,882	0,917	0,974
5	0,669	0,754	0,833	0,875	0,951
6	0,621	0,707	0,789	0,834	0,925
7	0,582	0,666	0,750	0,798	0,898
8	0,549	0,632	0,715	0,765	0,872
9	0,521	0,602	0,685	0,735	0,847
10	0,497	0,576	0,658	0,708	0,823
11	0,476	0,553	0,634	0,684	0,801
12	0,458	0,532	0,612	0,661	0,780
13	0,441	0,514	0,592	0,641	0,760
14	0,426	0,497	0,574	0,623	0,742
15	0,412	0,482	0,558	0,606	0,725
16	0,400	0,468	0,543	0,590	0,708
17	0,389	0,456	0,529	0,575	0,693
18	0,378	0,444	0,516	0,561	0,679
19	0,369	0,433	0,503	0,549	0,665
20	0,360	0,423	0,492	0,537	0,652
21	0,352	0,413	0,482	0,526	0,640
22	0,344	0,404	0,472	0,515	0,629
23	0,337	0,396	0,462	0,505	0,618
24	0,330	0,388	0,453	0,496	0,607
25	0,323	0,381	0,445	0,487	0,597
26	0,317	0,374	0,437	0,479	0,588
27	0,311	0,367	0,430	0,471	0,579
28	0,306	0,361	0,423	0,463	0,570
29	0,301	0,355	0,416	0,456	0,562
30	0,296	0,349	0,409	0,449	0,554
31	0,291	0,344	0,403	0,442	0,547
32	0,287	0,339	0,397	0,436	0,539
33	0,283	0,334	0,392	0,430	0,532
34	0,279	0,329	0,386	0,424	0,525
35	0,275	0,325	0,381	0,418	0,519
36	0,271	0,320	0,376	0,413	0,513
37	0,267	0,316	0,371	0,408	0,507
38	0,264	0,312	0,367	0,403	0,501
39	0,260	0,308	0,362	0,398	0,495
40	0,257	0,304	0,358	0,393	0,490
41	0,254	0,301	0,354	0,389	0,484

42	0,251	0,297	0,350	0,384	0,479
43	0,248	0,294	0,346	0,380	0,474
44	0,246	0,291	0,342	0,376	0,469
45	0,243	0,288	0,338	0,372	0,465
46	0,240	0,285	0,335	0,368	0,460
47	0,238	0,282	0,331	0,365	0,456
48	0,235	0,279	0,328	0,361	0,451
49	0,233	0,276	0,325	0,358	0,447
50	0,231	0,273	0,322	0,354	0,443
51	0,228	0,271	0,319	0,351	0,439
52	0,226	0,268	0,316	0,348	0,435
53	0,224	0,266	0,313	0,345	0,432
54	0,222	0,263	0,310	0,341	0,428
55	0,220	0,261	0,307	0,339	0,424
56	0,218	0,259	0,305	0,336	0,421
57	0,216	0,256	0,302	0,333	0,418
58	0,214	0,254	0,300	0,330	0,414
59	0,213	0,252	0,297	0,327	0,411
60	0,211	0,250	0,295	0,325	0,408
61	0,209	0,248	0,293	0,322	0,405
62	0,207	0,246	0,290	0,320	0,402
63	0,206	0,244	0,288	0,317	0,399
64	0,204	0,242	0,286	0,315	0,396
65	0,203	0,240	0,284	0,313	0,393
66	0,201	0,239	0,282	0,310	0,390
67	0,200	0,237	0,280	0,308	0,388
68	0,198	0,235	0,278	0,306	0,385
69	0,197	0,234	0,276	0,304	0,382
70	0,195	0,232	0,274	0,302	0,380
71	0,194	0,230	0,272	0,300	0,377
72	0,193	0,229	0,270	0,298	0,375
73	0,191	0,227	0,268	0,296	0,372
74	0,190	0,226	0,266	0,294	0,370
75	0,189	0,224	0,265	0,292	0,368
76	0,188	0,223	0,263	0,290	0,365
77	0,186	0,221	0,261	0,288	0,363
78	0,185	0,220	0,260	0,286	0,361
79	0,184	0,219	0,258	0,285	0,359
80	0,183	0,217	0,257	0,283	0,357
81	0,182	0,216	0,255	0,281	0,355
82	0,181	0,215	0,253	0,280	0,353
83	0,180	0,213	0,252	0,278	0,351
84	0,179	0,212	0,251	0,276	0,349
85	0,178	0,211	0,249	0,275	0,347
86	0,176	0,210	0,248	0,273	0,345
87	0,175	0,208	0,246	0,272	0,343
88	0,174	0,207	0,245	0,270	0,341
89	0,174	0,206	0,244	0,269	0,339
90	0,173	0,205	0,242	0,267	0,338

91	0,172	0,204	0,241	0,266	0,336
92	0,171	0,203	0,240	0,264	0,334
93	0,170	0,202	0,238	0,263	0,332
94	0,169	0,201	0,237	0,262	0,331
95	0,168	0,200	0,236	0,260	0,329
96	0,167	0,199	0,235	0,259	0,327
97	0,166	0,198	0,234	0,258	0,326
98	0,165	0,197	0,232	0,256	0,324
99	0,165	0,196	0,231	0,255	0,323
100	0,164	0,195	0,230	0,254	0,321

b. t Tabel

Pr	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
df	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,002
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	318,309
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	22,327
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	10,215
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	7,173
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5,893
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,208
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	4,785
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	4,501
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,297
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,144
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,025
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	3,930
13	0,694	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	3,852
14	0,692	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	3,787
15	0,691	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	3,733
16	0,690	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	3,686
17	0,689	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,646
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,610
19	0,688	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,579
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,552
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,527
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,505

23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,485
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,467
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,450
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,435
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,421
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,408
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,396
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,385
31	0,682	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	3,375
32	0,682	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	3,365
33	0,682	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	3,356
34	0,682	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	3,348
35	0,682	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	3,340
36	0,681	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	3,333
37	0,681	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	3,326
38	0,681	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	3,319
39	0,681	1,304	1,685	2,023	2,426	2,708	3,313
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,307
41	0,681	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	3,301
42	0,680	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	3,296
43	0,680	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	3,291
44	0,680	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	3,286
45	0,680	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	3,281
46	0,680	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	3,277
47	0,680	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	3,273
48	0,680	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	3,269
49	0,680	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	3,265
50	0,679	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	3,261
51	0,679	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	3,258
52	0,679	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	3,255
53	0,679	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	3,251
54	0,679	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	3,248
55	0,679	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	3,245
56	0,679	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	3,242
57	0,679	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	3,239

58	0,679	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	3,237
59	0,679	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	3,234
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,232
61	0,679	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	3,229
62	0,678	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	3,227
63	0,678	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	3,225
64	0,678	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	3,223
65	0,678	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	3,220
66	0,678	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	3,218
67	0,678	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	3,216
68	0,678	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	3,214
69	0,678	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	3,213
70	0,678	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	3,211
71	0,678	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	3,209
72	0,678	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	3,207
73	0,678	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	3,206
74	0,678	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	3,204
75	0,678	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	3,202
76	0,678	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	3,201
77	0,678	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	3,199
78	0,678	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	3,198
79	0,678	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	3,197
80	0,678	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	3,195
81	0,678	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	3,194
82	0,677	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	3,193
83	0,677	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	3,191
84	0,677	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	3,190
85	0,677	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	3,189
86	0,677	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	3,188
87	0,677	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	3,187
88	0,677	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	3,185
89	0,677	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	3,184
90	0,677	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	3,183
91	0,677	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	3,182
92	0,677	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	3,181

93	0,677	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	3,180
94	0,677	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	3,179
95	0,677	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	3,178
96	0,677	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	3,177
97	0,677	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	3,176
98	0,677	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	3,175
99	0,677	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	3,175
100	0,677	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	3,174

a. F Tabel

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	161,448	199,500	215,707	224,583	230,162	233,986	236,768	238,883	240,543	241,882
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371	19,385	19,396
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845	8,812	8,786
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041	5,999	5,964
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818	4,772	4,735
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147	4,099	4,060
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726	3,677	3,637
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438	3,388	3,347
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230	3,179	3,137
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072	3,020	2,978
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948	2,896	2,854
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849	2,796	2,753
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767	2,714	2,671
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699	2,646	2,602
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641	2,588	2,544
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591	2,538	2,494
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548	2,494	2,450
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510	2,456	2,412
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477	2,423	2,378
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447	2,393	2,348
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420	2,366	2,321
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397	2,342	2,297
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375	2,320	2,275
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355	2,300	2,255
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337	2,282	2,236
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321	2,265	2,220
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305	2,250	2,204
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291	2,236	2,190
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278	2,223	2,177
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266	2,211	2,165
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255	2,199	2,153
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244	2,189	2,142
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235	2,179	2,133
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225	2,170	2,123
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217	2,161	2,114
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209	2,153	2,106
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201	2,145	2,098
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194	2,138	2,091
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187	2,131	2,084
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180	2,124	2,077
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174	2,118	2,071
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168	2,112	2,065
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163	2,106	2,059
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157	2,101	2,054
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152	2,096	2,049
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147	2,091	2,044
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143	2,086	2,039
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138	2,082	2,035

49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134	2,077	2,030
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130	2,073	2,026
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126	2,069	2,022
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122	2,066	2,018
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119	2,062	2,015
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115	2,059	2,011
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112	2,055	2,008
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109	2,052	2,005
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106	2,049	2,001
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103	2,046	1,998
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100	2,043	1,995
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097	2,040	1,993
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094	2,037	1,990
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092	2,035	1,987
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089	2,032	1,985
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087	2,030	1,982
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084	2,027	1,980
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082	2,025	1,977
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080	2,023	1,975
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078	2,021	1,973
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076	2,019	1,971
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074	2,017	1,969
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072	2,015	1,967
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070	2,013	1,965
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068	2,011	1,963
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066	2,009	1,961
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064	2,007	1,959
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063	2,006	1,958
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061	2,004	1,956
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059	2,002	1,954
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058	2,001	1,953
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056	1,999	1,951
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055	1,998	1,950
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053	1,996	1,948
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052	1,995	1,947
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051	1,993	1,945
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049	1,992	1,944
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048	1,991	1,943
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047	1,989	1,941
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045	1,988	1,940
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044	1,987	1,939
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043	1,986	1,938
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042	1,984	1,936
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041	1,983	1,935
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040	1,982	1,934
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038	1,981	1,933
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037	1,980	1,932
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036	1,979	1,931
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035	1,978	1,930
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034	1,977	1,929
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033	1,976	1,928
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032	1,975	1,927

Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAT HIDUP

Nama : Virda Amelia Novianti
Tempat/Tanggal Lahir : Lipat Kajang, 11 mei 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/210603046
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Mandumpang Kec Suro Makmur Kab Aceh Singkil
Email : ameliavirda34@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD/MI : SD N 1 Lipat Kajang
SMP/MTs : MTsS Darurrahmah Sepadan
SMA/MA : SMA N 1 Simpang Kanan
Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Data Orang Tua

Nama Ayah : M Rizal Cibro
Nama Ibu : Emiana
Alamat Orang Tua : Mandumpang Kec Suro Makmur Kab Aceh Singkil