

**SKRIPSI**

**PENGARUH *TREN CASHLESS SOCIETY* DAN LITERASI  
KEUANGAN SYARIAH TERHADAP PERILAKU *IMPULSIF*  
*BUYING* GENERASI Z DI KOTA BANDA ACEH**



**Disusun Oleh:**

**PUTRI NAHRISAH  
NIM : 220602083**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2026 M / 1448 H**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *TREN CASHLESS SOCIETY* DAN LITERASI  
KEUANGAN SYARIAH TERHADAP PERILAKU *IMPULSIF  
BUYING* GENERASI Z DI KOTA BANDA ACEH**



**Disusun Oleh :**

**PUTRI NAHRISAH  
NIM. 220602083**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2026 M / 1448 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Nahrisah  
NIM : 220602083  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. ***Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkannya.***
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 bertanggungjawab 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, 27 Agustus 2026

Yang menyatakan



Putri Nahrisah

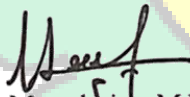
**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**  
**Pengaruh *Tren Cashless Society* Dan Literasi Keuangan**  
**Syariah Terhadap Perilaku *Impulsif Buying* Generasi Z Di**  
**Kota Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Putri Nahrisah  
NIM : 220602083

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

Pembimbing I

  
Mursalminda, M.E  
NIP. 199211172020121011

Pembimbing II,

  
Cut Elfida, S.HI., MA  
NIP. 198912122023212076

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

  
Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.Si  
NIP. 197612172009122001

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh *Tren Cashless Society* Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap  
Perilaku *Impulsif Buying* Generasi Z Di Kota Banda Aceh**

Putri Nahrisah  
NIM: 220602083

Telah Disidangkan Oleh Dewan 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 (S1) dalam Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal

: Kamis, 20 Agustus 2026 M  
7 Rabiul Awal 1448 H

Banda Aceh,  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



Mursalmira, M.E

NIP: 199211172020121011

Sekretaris,



Cut Elifda S.H.I., M.A

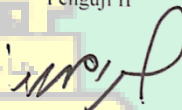
NIP: 198912122023212076

Penguji I



Jalaluddin, ST., MA., AWP  
NIP: 196512302023211002

Penguji II



Husnul Mirzal, SH., M.SEI  
NIP: 1996606032025051006

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry



Prof. Dr. Hafas Furqani, 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](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Nahrisah  
NIM : 220602083  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail : 220602083@student.ar-raniry.ac.id

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 ☐ KRU ☐ Skripsi

yang berjudul:

**Pengaruh Tren Cashless Society Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Impulsif Buying Generasi Z Di Kota Banda Aceh**

Beserta 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 : 20 Agustus 2026

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Putri Nahrisah  
220602083

Mursafina, M.E  
NIP:199211172020121011

Cut Elfida, S.HI., M.A  
NIP:198912122023212076

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”  
(Q.S Al-Insyirah: 5-6)*

*” Sebab Tuhan Telah Berjanji Setelah Sempit ada Kemudahan”  
(Raim Laode)*

*”Keberhasilan Bukanlah Milik Orang Pintar; Keberhasilan adalah  
Milik Mereka yang Senantiasa Berusaha”  
(Bj. Habibie)*

*”Untuk Mencapai 10 Tidak Harus 5+5”  
(Penulis)*

*Dengan segala kerendahan hati, Skripsi ini saya persembahkan  
kepada Kedua orang tua saya atas kasih sayang, bimbingan,  
dan restu yang tiada henti. Terima kasih kepada keluarga atas  
semangatnya, Dosen pembimbing atas ilmu dan arahnya,  
Dan seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian  
skripsi ini.*

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Tren Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku *Impulsif Buying* Generasi Z Di Kota Banda Aceh”. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry. Dr Fithriady, Lc., MA selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku Wakil Dekan II Bidang Umum dan Keuangan, Prof. Dr. Analiansyah, M.Ag selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.Si dan Muksal, S.E.I, M.E.I. Selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.

3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Mursalmina, M.E dan Cut Elfida S.HI.,MA. Selaku pembimbing I dan pembimbing II atas segala bimbingan, arahan, waktu, dan juga kesabaran yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dr Fithriady, Lc., MA selaku penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh Pendidikan di program studi (S1) Ekonomi Syariah.
6. Kepada seluruh dosen, pegawai dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta segenap pengurus dan pegawai perpustakaan utama Universitas Islam Negeri Ar- Raniry dan Ruang baca FEBI yang sudah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi kepustakaan.
7. Teristimewa dengan penuh rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam dalamnya kepada kedua orang tua tercinta, bapak Syukri dan ibu Juhari yang senantiasa memberikan kasih sayang kepada penulis. Terima kasih untuk segala pengorbanan, kerja keras, kesabaran, dan juga doa yang tidak pernah berhenti dipanjatkan yang mungkin tidak akan pernah bisa penulis balas sepenuhnya. Setiap proses yang penulis lalui hingga skripsi ini dapat diselesaikan tidak terlepas

dari dukungan dan kepercayaan dari kalian berdua, terima kasih untuk semua kebebasan yang diberikan kepada penulis untuk memilih jalan yang ingin di tempuh. Untuk setiap kata "ya" yang selalu diucapkan ketika penulis ingin mencoba, pergi, atau mengambil langkah baru dalam hidup. Terima kasih telah memberikan kepercayaan yang begitu besar tanpa banyak membatasi tetapi tetap mengajarkan bahwa setiap kebebasan disertai tanggung jawab. Kepercayaan itu menjadi salah satu alasan mengapa penulis berani untuk tumbuh dan memulai hal hal yang baru.

8. Kepada kakak Saidatul Rahmi, Irine Afriska Lestari, abang Afzal, dan adik Razhis Shadiqi, penulis mengucapkan terima kasih untuk segala dukungan, perhatian, serta kasih sayang yang senantiasa kalian berikan kepada penulis. Untuk segala bantuan yang nyata maupun melalui kata kata sederhana yang selalu diberikan sehingga menjadi salah satu alasan untuk terus melangkah sehingga bisa sampai di tahap ini. Semoga setiap langkah yang sedang kalian perjuangkan selalu dipenuhi dengan kemudahan dan keberkahan.
9. Kepada Masyitah Nadia Marfita, S.E dan Farah Annisa, S.E yang telah menemani sejak masa awal perkuliahan hingga saat ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya atas segala bentuk dukungan, perhatian, dan ketulusan yang telah diberikan. Terima kasih karena tetap bertahan di setiap fase yang penulis lalui, menjadi tempat bertukar cerita dan saling

menguatkan. Terima kasih untuk segala bantuan yang kalian berikan baik secara fisik maupun finansial, menjadi alasan dan bagian yang sangat berarti dalam perjalanan penulis menyelesaikan skripsi ini. Tidak banyak orang yang tetap hadir dari awal hingga akhir, dan penulis mengucapkan terima kasih karena kalian adalah bagian penting dari perjalanan tersebut. Semoga senantiasa diberikan kemudahan, keberkahan, dan kebahagiaan untuk segala hal yang sedang kalian perjuangkan. *"Love you gays, forever and always."*

10. Kepada Nur Afratul jannah, Putri Mutiara Ramadhani, Syarifah Alesya Hayfa, Ulfa rahmina, Raudhatul Ilma, dan Dita Armaza Yani penulis mengucapkan terima kasih karena telah menjadi bagian dari perjalanan selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, tawa, dan setiap momen yang telah kita lalui bersama. Semoga selalu dimudahkan dalam setiap perjalanan dan proses yang sedang kalian perjuangkan.
11. Penghuni Grup dalam grup, Sarah Larissa, Fachry Ilham Hanafi, Yazid Arif, dan Fazil fajarullah penulis mengucapkan terima kasih atas setiap dukungan, canda, tawa, dan kebersamaan yang telah kalian berikan. Terima kasih karena selalu hadir dan membuat hari-hari yang melelahkan terasa lebih ringan. Untuk waktu dan bantuan yang diberikan sehingga penulis bisa sampai di tahap ini, Semoga segala hal baik yang sedang dan akan kalian perjuangkan berjalan dengan lancar.

12. Kepada Fairus Athirah, Rita Amelya, Nurfajri, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini dan telah memberikan semangat dalam berbagai proses yang penulis lalui. Semoga segala usaha dan perjuangan yang sedang kalian tempuh senantiasa diberikan kemudahan dan hasil yang terbaik.
13. Kepada seseorang yang hadir di waktu yang tidak pernah penulis duga, terima kasih telah menjadi salah satu alasan penulis kembali percaya bahwa semua bisa dilalui. Hadirmu memberi banyak ketenangan di tengah proses yang tidak selalu mudah. Terima kasih selalu meyakinkan penulis bahwa penulis mampu menyelesaikan semuanya. Terima kasih telah menjadi pendengar yang baik, tetap ada disaat penulis merasa lelah, dan memberikan kenangan melalui hal hal sederhana yang mungkin tidak selalu kamu sadari. Untuk setiap kata "semangat" yang selalu kamu ucapkan, bahkan disaat penulis mulai ragu dengan diri sendiri. *Thank you being there*, Penulis juga menyadari bahwa selama proses ini masih banyak kekurangan, baik dalam sikap maupun cara menghadapi keadaan, sehingga penulis meminta maaf atas segala hal yang mungkin pernah menyulitkanmu, Segala doa yang baik adanya, untukmu dan mimpimu yang mulia.
14. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me.* Seorang gadis yang sederhana, anak ketiga yang sangat keras kepala. Kepada penulis skripsi ini yaitu saya sendiri Putri Nahrisah, terima kasih telah hadir di dunia ini, telah

bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melawati segala tantangan yang semesta hadirkan. Tetap berani menjadi dirimu sendiri bahkan ketika semua hal berjalan tidak sesuai seperti yang kamu harapkan. Terima kasih untuk setiap air mata dan kata "bisa" yang selalu kamu ucapkan, tidak pernah menyerah dalam kondisi apapun karena selalu punya cara untuk bangkit, meskipun berkali kali merasa lelah tetapi selalu berlindung di balik kalimat "untuk mencapai 10 tidak harus 5+5," tetap percaya bahwa setiap orang memiliki cara, waktu, dan jalan masing masing untuk mencapai tujuan. Turut bangga atas setiap langkah kecil yang kamu ambil, atas semua pencapaian yang mungkin tidak dirayakan orang lain. Rayakan apapun dalam dirimu dan jadikan ragamu sosok yang bermanfaat untuk dirimu maupun orang lain. Terima kasih untuk waktu malam yang selalu diluangkan. Ketika dunia terasa sunyi, hanya ada kamu dan doa-doamu.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 20 Agustus 2026

Penulis,



Putri Nahrisah



## TRANSLITERASI ANRAB-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    | Ṭ     |
| 2   | ب    | B                  | 17  | ظ    | Ẓ     |
| 3   | ت    | T                  | 18  | ع    | '     |
| 4   | ث    | Ṣ                  | 19  | غ    | G     |
| 5   | ج    | J                  | 20  | ف    | F     |
| 6   | ح    | Ḥ                  | 21  | ق    | Q     |
| 7   | خ    | Kh                 | 22  | ك    | K     |
| 8   | د    | D                  | 23  | ل    | L     |
| 9   | ذ    | Ẓ                  | 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  | ء    | '     |
| 14  | ص    | Ṣ                  | 29  | ي    | Y     |
| 15  | ض    | Ḍ                  |     |      |       |

## 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 |
|-----------------|-----------------------|----------------|
| ◌َـي            | <i>Fathah</i> dan ya  | Ai             |
| ◌َـو            | <i>Fathah</i> dan wau | Au             |

Contoh:

*Kaifa* : كيف

*Haula* : 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 |
|------------------|----------------------------------------------|-----------------|
| آي               | <i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i> | Ā               |
| ي                | <i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>                  | Ī               |
| ئ                | <i>Dammah</i> dan <i>wau</i>                 | Ū               |

Contoh:

*qāla* : قَالَ  
*ramā* : رَمَى  
*qīla* : قِيلَ  
*yaqūlu* : يَقُولُ

### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta *marbutah* ada dua.

- Ta *marbutah* (ة) hidup  
Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta *marbutah* (ة) mati  
Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

*raudah al-atfāl/ raudatulatfāl:*

*al-Madīnah al-Munawwarah/:*

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ  
الْمَدِينَةُ  
الْمُنَوَّرَةُ  
طَلْحَة

*Talhah:*

### Catatan:

#### Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi 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 : Putri Nahrisah  
Nim : 220602083  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh *Tren Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku *Impulsif Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.  
Pembimbing I : Mursalmina, M.E  
Pembimbing II : Cut Elfida, S.HI., MA

Perkembangan teknologi digital mendorong meningkatnya penggunaan sistem pembayaran non-tunai (*cashless society*), khususnya di kalangan Generasi Z di Kota Banda Aceh. Kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam melakukan transaksi digital menjadi bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari. Namun, kemudahan tersebut juga menghadirkan tantangan dalam mengendalikan perilaku konsumsi, terutama kecenderungan melakukan pembelian secara spontan dan tidak terencana. Di sisi lain, literasi keuangan syariah diperlukan agar individu mampu memahami dan mengambil keputusan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Fenomena meningkatnya penggunaan transaksi non-tunai dan kecenderungan konsumsi impulsif pada Generasi Z menjadi perhatian dalam pengelolaan keuangan yang bijak dan sesuai dengan prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku *impulsive buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan EViews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

**Kata Kunci:** *Cashless Society*, Literasi Keuangan Syariah, *Impulsive Buying*, Generasi Z, Kota Banda Aceh.

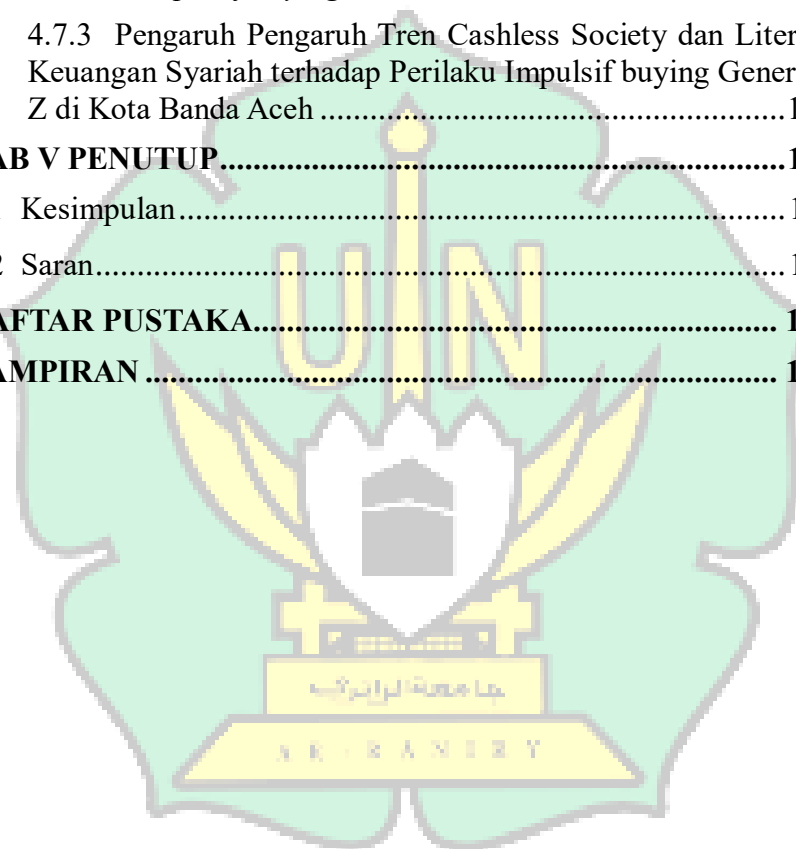
## DAFTAR ISI

|                                                             |               |
|-------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>SKRIPSI.....</b>                                         | <b>i</b>      |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....</b>                | <b>ii</b>     |
| <b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>          | <b>iii</b>    |
| <b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>           | <b>Error!</b> |
| Bookmark not defined.                                       |               |
| <b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>           | <b>v</b>      |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>                          | <b>vi</b>     |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                  | <b>vii</b>    |
| <b>TRANSLITERASI ANRAB-LATIN DAN SINGKATAN .....</b>        | <b>xiv</b>    |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                         | <b>xviii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                     | <b>xix</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                    | <b>xxiii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                   | <b>xxiv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                              | <b>1</b>      |
| 1.1 Latar Belakang.....                                     | 1             |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                    | 14            |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                 | 14            |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                | 14            |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                                 | 14            |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....                                  | 15            |
| 1.5 Sistematika Pembasan .....                              | 15            |
| <b>BAB II LANDASAN TEORITIS.....</b>                        | <b>17</b>     |
| 2.1 <i>Impulsif Buying</i> .....                            | 17            |
| 2.1.1 Pengertian <i>Impulsif Buying</i> .....               | 17            |
| 2.1.2 Faktor yang mempengaruhi <i>Impulsif Buying</i> ..... | 19            |

|       |                                                                                                                           |           |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.3 | Indikator <i>Impulsif buying</i> .....                                                                                    | 21        |
| 2.2   | Pengertian Literasi .....                                                                                                 | 22        |
| 2.2.1 | Pengertian Literasi Keuangan .....                                                                                        | 23        |
| 2.2.2 | Pengertian Literasi Keuangan Syariah.....                                                                                 | 24        |
| 2.2.3 | Landasan Hukum Literasi Keuangan Syariah.....                                                                             | 25        |
| 2.2.4 | Indikator Literasi Keuangan Syariah .....                                                                                 | 27        |
| 2.3   | <i>Cashless Society</i> .....                                                                                             | 33        |
| 2.3.1 | Pengertian <i>Cashless Society</i> .....                                                                                  | 33        |
| 2.3.2 | Indikator <i>Cashless Society</i> .....                                                                                   | 35        |
| 2.4   | Gen Z.....                                                                                                                | 40        |
| 2.4.1 | Pengertian Gen Z .....                                                                                                    | 40        |
| 2.4.2 | Karakteristik Genz Z.....                                                                                                 | 41        |
| 2.5   | Penelitian Terkait .....                                                                                                  | 42        |
| 2.6   | Keterkaitan Antara Variabel.....                                                                                          | 65        |
| 2.6.1 | Pengaruh Tren <i>Cashless Society</i> terhadap Perilaku<br>Impulsif buying Generasi Z .....                               | 65        |
| 2.6.2 | Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku<br>Impulsif buying Generasi Z .....                                  | 66        |
| 2.6.3 | Pengaruh Tren <i>Cashless Society</i> dan Literasi Keuangan<br>Syariah terhadap Perilaku Impulsif buying Generasi Z ..... | 68        |
| 2.7   | Kerangka Berpikir .....                                                                                                   | 69        |
| 2.8   | Hipotesis .....                                                                                                           | 70        |
|       | <b>BAB II METODE PENELITIAN.....</b>                                                                                      | <b>72</b> |
| 3.1   | Jenis dan Pendekatan Penelitian .....                                                                                     | 72        |
| 3.2   | Lokasi Penelitian.....                                                                                                    | 73        |
| 3.3   | Populasi dan Sampel .....                                                                                                 | 73        |
| 3.3.1 | Populasi.....                                                                                                             | 73        |

|                                                         |           |
|---------------------------------------------------------|-----------|
| 3.3.2 Sampel .....                                      | 74        |
| 3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....       | 76        |
| 3.4.1 Sumber Data.....                                  | 76        |
| 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....                     | 77        |
| 3.5 Skala Pengukuran.....                               | 78        |
| 3.6 Operasional Variabel Penelitian .....               | 79        |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....                          | 84        |
| 3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif .....               | 84        |
| 3.7.2 Pemilihan Model Regresi.....                      | 85        |
| 3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....                            | 85        |
| 3.7.4 Uji Hipotesis.....                                | 88        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>     | <b>91</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                | 91        |
| 4.1.1 Sejarah Kota Banda Aceh.....                      | 91        |
| 4.1.2 Keadaan Demografis.....                           | 92        |
| 4.2 Karakteristik Responden .....                       | 94        |
| 4.2.1 karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 95        |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....    | 96        |
| 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....       | 97        |
| 4.3.1. Variabel Cashless Society (X1) .....             | 97        |
| 4.3.2. Variabel Literasi Keuangan Syariah (X2) .....    | 98        |
| 4.3.3. Variabel Impulsif buying (Y) .....               | 100       |
| 4.4. Uji Asumsi Klasik .....                            | 100       |
| 4.4.1. Uji Normalitas .....                             | 100       |
| 4.4.2. Uji Multikolinearitas .....                      | 102       |
| 4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....                     | 103       |
| 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....             | 105       |

|                                                                                                                                          |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.6.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                                                                                           | 110        |
| 4.7 Pembahasan .....                                                                                                                     | 110        |
| 4.7.1 Pengaruh Tren Cashless Society terhadap Perilaku Impulsif buying Generasi Z di Kota Banda Aceh .....                               | 110        |
| 4.7.2 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku <i>Impulsif buying</i> Generasi Z di Kota Banda Aceh...                       | 112        |
| 4.7.3 Pengaruh Tren Cashless Society dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Impulsif buying Generasi Z di Kota Banda Aceh ..... | 115        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                                                                                                | <b>118</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                                                                      | 118        |
| 5.2 Saran.....                                                                                                                           | 119        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                               | <b>121</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                                                                    | <b>129</b> |



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Penggunaan *QRIS* di Provinsi Aceh Tahun 2026 ..... 2

Tabel 2.1 Penelitian Terkait ..... 49

Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert ..... 79

Tabel 3.2 Operasional Variabel ..... 81

Tabel 4.1 Karakteristik jawaban variabel *Tren cashless societ (X1)* ..... 97

Tabel 4.2 Karakteristik jawaban variabel literasi keuangan syariah (X2)99

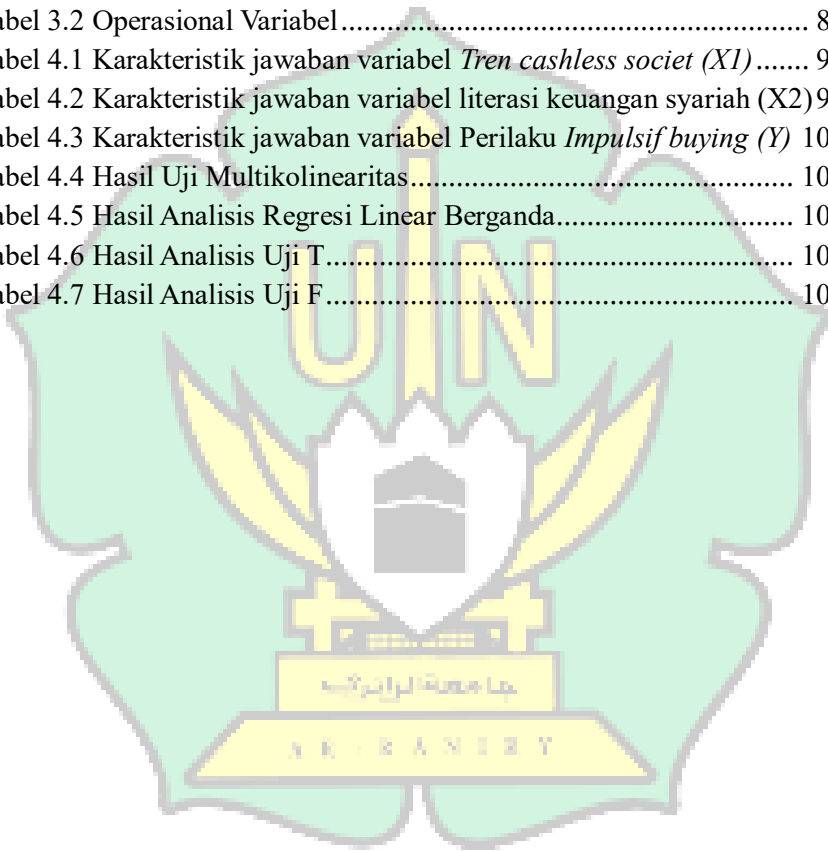
Tabel 4.3 Karakteristik jawaban variabel Perilaku *Impulsif buying (Y)* 100

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas ..... 103

Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda ..... 105

Tabel 4.6 Hasil Analisis Uji T ..... 108

Tabel 4.7 Hasil Analisis Uji F ..... 109



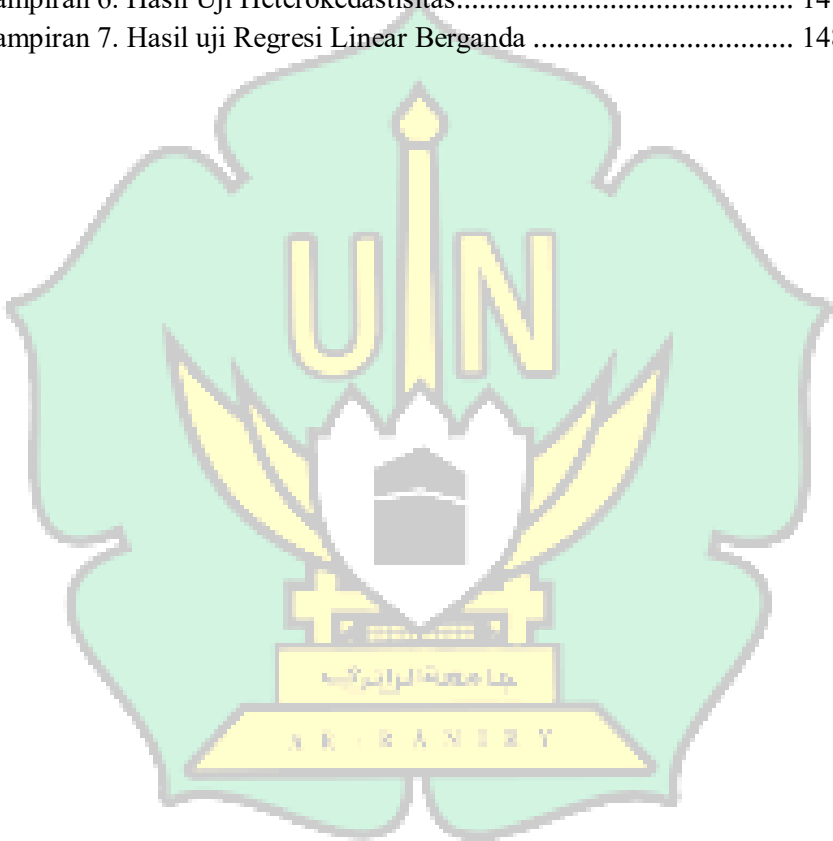
## DAFTAR GAMBAR

|                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 95  |
| Gambar 4.2 Karakteristik Responden Bedasarkan Usia .....           | 96  |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas .....                              | 101 |
| Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                     | 104 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                     |     |
|-----------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Kuisioner penelitian .....              | 129 |
| Lampiran 2. Tabulasi Data .....                     | 134 |
| Lampiran 3. Hasil Uji Validitas .....               | 146 |
| Lampiran 4. Hasil Uji Normalitas.....               | 147 |
| Lampiran 5. Hasil Uji Multikolinearitas.....        | 147 |
| Lampiran 6. Hasil Uji Heterokedastisitas.....       | 147 |
| Lampiran 7. Hasil uji Regresi Linear Berganda ..... | 148 |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam perilaku masyarakat, khususnya dalam hal penggunaan sistem pembayaran. Transformasi digital yang masif mendorong munculnya fenomena *cashless society*, yaitu kondisi ketika masyarakat semakin mengurangi penggunaan uang tunai dan beralih ke transaksi non-tunai. Di Indonesia, perubahan ini sangat terlihat dari peningkatan penggunaan dompet digital, layanan *mobile banking*, hingga *QRIS* yang semakin dominan sebagai metode pembayaran sehari-hari. Bank Indonesia mencatat bahwa nilai transaksi uang elektronik meningkat lebih dari 30% pada tahun 2023, sejalan dengan program digitalisasi sistem pembayaran nasional untuk menciptakan transaksi yang lebih cepat, mudah, dan efisien (Bank Indonesia, 2023).

Bank Indonesia melalui Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Aceh mencatat bahwa penggunaan pembayaran digital di Aceh, termasuk Kota Banda Aceh, terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan tersebut terlihat dari semakin luasnya penerapan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* pada sektor UMKM, kafe, pusat perbelanjaan, dan berbagai layanan publik. Hingga Mei 2026, jumlah pengguna *QRIS*

di Aceh mencapai 784.942 pengguna dengan 301.998 *merchant*, volume transaksi sebesar 33,5 juta transaksi, dan nilai transaksi mencapai Rp2,7 triliun. Data tersebut merupakan data pembayaran digital secara umum (*agregat*) yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia dan mencerminkan keseluruhan transaksi *QRIS* dari berbagai penyelenggara sistem pembayaran digital, seperti dompet elektronik dan *mobile banking*. Oleh karena itu, data ini digunakan sebagai indikator perkembangan fenomena *cashless society* di Aceh, bukan sebagai data penggunaan pada satu aplikasi pembayaran digital tertentu. Peningkatan penggunaan *QRIS* menjadi relevan dengan penelitian ini karena Generasi Z merupakan kelompok yang paling aktif memanfaatkan berbagai platform pembayaran digital dalam aktivitas konsumsi sehari-hari, sehingga berpotensi memengaruhi kecenderungan perilaku *impulsif buying* (Fajri, 2026).

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Penggunaan QRIS di Provinsi Aceh Tahun 2022-2026**

| Tahun | Nilai Transaksi QRIS | Volume Transaksi     |
|-------|----------------------|----------------------|
| 2022  | Rp 0.43 triliun      | 3.1 juta transaksi   |
| 2023  | Rp 0.96 triliun      | 7.8 juta transaksi   |
| 2024  | Rp 1.75 triliun      | 14.49 juta transaksi |
| 2025  | Rp 1.90 triliun      | 18.7 juta transaksi  |
| 2026  | Rp 2.70 triliun      | 33.5 juta transaksi  |

*Sumber: Bank Indonesia Provinsi Aceh, diolah 2026*

Berdasarkan Tabel 1.1, penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* di Provinsi Aceh menunjukkan tren

peningkatan yang konsisten selama periode 2022–2026. Nilai transaksi *QRIS* meningkat dari Rp0,43 triliun pada tahun 2022 menjadi Rp2,70 triliun pada tahun 2026, sementara volume transaksi naik dari 3,1 juta menjadi 33,5 juta transaksi. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Aceh semakin banyak memanfaatkan *QRIS* sebagai metode pembayaran non-tunai dalam berbagai aktivitas ekonomi. Kondisi ini mencerminkan semakin kuatnya *tren cashless society* di Provinsi Aceh dan menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital telah menjadi bagian yang semakin penting dalam perilaku transaksi masyarakat (Bank Indonesia, 2026)

Penggunaan metode pembayaran digital, khususnya melalui kode QR dalam fitur *e-wallet*, semakin memudahkan proses transaksi karena dapat dilakukan dengan cepat, praktis, dan efisien. Kemudahan tersebut mengurangi persepsi konsumen terhadap pengeluaran yang dilakukan, sehingga meningkatkan kecenderungan untuk melakukan pembelian secara *impulsif* (Marchsada & Hindrayani, 2025).

Penggunaan sistem pembayaran digital, seperti *QRIS*, *mobile banking*, dan dompet digital (*e-wallet*), telah memberikan kemudahan dalam pelaksanaan transaksi karena menawarkan proses yang lebih cepat, praktis, dan efisien. Kemudahan tersebut dapat menurunkan persepsi individu terhadap besarnya pengeluaran yang

dilakukan, sehingga berpotensi meningkatkan kecenderungan melakukan pembelian secara impulsif. Fenomena ini semakin terlihat pada Generasi Z di Kota Banda Aceh yang menunjukkan intensitas penggunaan pembayaran digital yang tinggi dalam berbagai aktivitas konsumsi sehari-hari, seperti pembelian makanan, penggunaan layanan transportasi, belanja daring, serta transaksi di kafe dan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Adnan *et al.*, 2025).

Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir dan berkembang di era digital sehingga memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi. Sejak usia dini, generasi ini telah terbiasa menggunakan internet, telepon pintar, media sosial, serta berbagai aplikasi digital dalam aktivitas sehari-hari. Kondisi tersebut membuat Generasi Z lebih cepat dalam menerima dan mengadopsi berbagai inovasi teknologi, termasuk layanan keuangan digital seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan pembayaran berbasis *QRIS*. Tingginya intensitas penggunaan teknologi digital menjadikan Generasi Z sebagai salah satu kelompok pengguna utama layanan keuangan digital di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak hanya memengaruhi cara Generasi Z berkomunikasi, tetapi juga memengaruhi perilaku transaksi dan pola konsumsi mereka dalam kehidupan sehari-hari (Anasilla *et al.*, 2025).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh Tahun 2025, jumlah penduduk Kota Banda Aceh mencapai 265.310 jiwa, yang terdiri atas 132.249 jiwa laki-laki dan 133.061 jiwa perempuan. Berdasarkan kelompok generasi, Generasi Z yang lahir pada tahun 1997-2012 menjadi salah satu kelompok penduduk dengan jumlah yang cukup besar, yaitu sekitar 59,32 ribu jiwa atau 22,36% dari total penduduk. Jumlah tersebut mencakup penduduk berusia 15-19 tahun sebanyak 22,39 ribu jiwa, usia 20-24 tahun sebanyak 18,33 ribu jiwa, dan usia 25-29 tahun sebanyak 18,60 ribu jiwa. Jumlah Generasi Z tersebut lebih besar dibandingkan Generasi Milenial yang mencapai sekitar 49,44 ribu jiwa atau 18,63% serta Generasi Alpha yang berjumlah sekitar 20,66 ribu jiwa atau 7,79%. Sementara itu, kelompok penduduk usia lanjut memiliki proporsi yang lebih kecil, seperti penduduk berusia 60-64 tahun yang berjumlah sekitar 8,54 ribu jiwa atau 3,22% dan penduduk berusia 75 tahun ke atas sebanyak sekitar 3,50 ribu jiwa atau 1,32%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa struktur penduduk Kota Banda Aceh relatif seimbang berdasarkan jenis kelamin dan memiliki proporsi penduduk usia produktif yang cukup besar, terutama Generasi Z.

Besarnya jumlah Generasi Z menunjukkan bahwa kelompok ini memiliki potensi yang kuat dalam pemanfaatan teknologi digital, termasuk penggunaan berbagai instrumen dan sistem pembayaran

non-tunai dalam aktivitas transaksi sehari-hari (BPS kota banda aceh, 2025).

*Financial Technology (fintech)* hadir sebagai inovasi yang secara signifikan mengubah cara masyarakat dalam mengelola keuangan. *Fintech* menawarkan kemudahan dalam berbagai aktivitas keuangan, seperti transaksi jual beli dan sistem pembayaran, yang menjadi lebih efisien, ekonomis, dan praktis. Menurut Rahma (2024) sekitar 78% generasi muda menggunakan aplikasi *fintech* dalam aktivitas sehari-hari, mulai dari penggunaan dompet digital, layanan pinjaman online, hingga sistem pembayaran digital (Elsalonika, 2025).

Kondisi tersebut mendorong Generasi Z menjadi pengguna yang aktif terhadap berbagai layanan *fintech*, seperti pembayaran digital, dompet elektronik seperti Dana, *OVO*, *ShopeePay*, dan layanan *mobile banking* serta layanan pinjaman online. Oleh sebab itu, memiliki literasi keuangan yang baik menjadi kebutuhan penting bagi generasi ini. Di balik kemudahan tersebut, terdapat potensi risiko seperti meningkatnya perilaku konsumtif, menurunnya kemampuan mengontrol pengeluaran, hingga keterbatasan dalam melakukan perencanaan keuangan jangka Panjang (Anasilla *et al*, 2025).

Literasi keuangan dipahami sebagai kemampuan menyeluruh dalam mengelola keuangan serta sikap yang berkaitan

dengan pengambilan keputusan finansial. Secara umum, literasi keuangan merujuk pada pengetahuan mengenai keuangan yang bertujuan untuk mencapai tingkat kesejahteraan yang lebih baik. Robb dan Woodyard (2011) menegaskan bahwa tingkat literasi keuangan yang memadai memiliki pengaruh positif terhadap perilaku keuangan individu, termasuk kemampuan dalam mengatur dan mengalokasikan sumber daya keuangannya secara tepat (Kartini T, 2022).

Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu yang mencakup pemahaman, sikap, dan perilaku dalam mengelola keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Kemampuan tersebut tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai konsep dasar keuangan syariah, tetapi juga mencerminkan bagaimana seseorang mengambil keputusan keuangan secara bijak sesuai dengan ketentuan syariah, seperti menghindari *riba*, *gharar*, dan *maysir* dalam aktivitas ekonomi. Selain itu, literasi keuangan syariah juga berperan dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab, terarah, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam (Harahap, 2022).

Literasi keuangan syariah masyarakat di Kota Banda Aceh menunjukkan tingkat pemahaman yang relatif tinggi. Berdasarkan penelitian (Muksal, Nevi Hasnita, 2023), tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Kota Banda Aceh mencapai 89,70%. Capaian

tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat telah memiliki pemahaman yang baik mengenai prinsip, konsep, serta produk keuangan yang sesuai dengan ketentuan syariah. Kondisi ini menjadi relevan untuk dikaji pada Generasi Z karena kelompok tersebut memiliki keterlibatan yang tinggi dalam penggunaan teknologi dan layanan keuangan digital. Secara teoritis, tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi dapat membantu individu mempertimbangkan aspek keuangan secara lebih rasional dalam menentukan keputusan konsumsi. Namun, pemahaman keuangan yang baik tidak selalu menjamin seseorang terbebas dari perilaku konsumtif atau pembelian secara impulsif.

Literasi keuangan syariah tidak hanya berfungsi meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan berbasis syariah, tetapi juga membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijaksana. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang baik cenderung mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta mempertimbangkan manfaat suatu produk sebelum melakukan pembelian. Selain itu, pemahaman terhadap prinsip syariah seperti larangan *israf* (berlebihan) dan *tabdzir* (pemborosan) mendorong seseorang untuk lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan konsumsi. Dengan demikian, literasi keuangan syariah diperkirakan dapat mengurangi kecenderungan perilaku *impulsive buying* pada Generasi Z.

Fenomena literasi keuangan syariah di Banda Aceh semakin memperoleh perhatian dari pemerintah daerah, Otoritas Jasa Keuangan, Bank Indonesia, serta berbagai perguruan tinggi. Beragam kegiatan edukasi, seminar, dan sosialisasi mengenai keuangan syariah mulai diarahkan kepada Generasi Z dengan tujuan meningkatkan pemahaman dalam menggunakan layanan keuangan digital secara bijak serta sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Selain itu, sejumlah penelitian di Banda Aceh juga menunjukkan bahwa literasi keuangan digital syariah memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* di kalangan Generasi Z (Putri, 2025).

Di Aceh, kondisi ini menjadi lebih unik karena daerah ini menerapkan Syariat Islam dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan keuangan. Dengan demikian, masyarakat termasuk generasi muda diharapkan mampu memahami prinsip-prinsip keuangan syariah agar dapat menjalankan transaksi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Literasi keuangan syariah menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa setiap keputusan keuangan, termasuk dalam penggunaan transaksi digital, tetap berada dalam koridor kehalalan dan kehati-hatian. Literasi keuangan syariah mencakup pemahaman tentang larangan riba, unsur gharar, prinsip berbagi risiko, serta nilai konsumsi yang tidak berlebihan (*israf*) dan tidak boros (*tabdzir*) (Kurniawan, 2025).

Berdasarkan Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 Pasal 6 huruf a tentang Lembaga Keuangan Syariah, setiap masyarakat Muslim yang melakukan transaksi keuangan di Aceh wajib mengikuti sistem keuangan berbasis syariah. Ketentuan ini menunjukkan bahwa penerapan syariat Islam di Aceh tidak hanya terbatas pada aspek ibadah dan sosial, tetapi juga mencakup aktivitas ekonomi dan transaksi keuangan masyarakat (Pemerintah Aceh, 2018).

Di sisi lain, kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital dapat meningkatkan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian secara spontan. Dalam kondisi tersebut, literasi keuangan syariah menjadi aspek yang penting karena dapat menjadi dasar bagi individu dalam mengambil keputusan konsumsi secara rasional dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, meskipun *tren cashless society* memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tingkat literasi keuangan syariah yang baik diperkirakan mampu memengaruhi kecenderungan perilaku *impulsive buying* pada Generasi Z.

Perilaku *impulsif buying* merupakan tindakan pembelian yang dilakukan individu akibat adanya dorongan yang kuat, muncul secara spontan, dan berlangsung secara tiba-tiba sehingga mendorong konsumen untuk segera membeli suatu produk tanpa melalui proses perencanaan sebelumnya (Rook & Fisher, 1995).

Menurut Verplanken dan Herabadi (2001), *impulsif buying* merupakan perilaku pembelian yang bersifat tidak rasional karena dilakukan secara cepat dan tidak direncanakan, serta dipengaruhi oleh dorongan emosional yang dapat menimbulkan konflik dalam proses pengambilan keputusan. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa *impulsif buying* adalah perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan, tidak terencana, dan dipengaruhi oleh faktor emosional maupun rangsangan eksternal, sehingga konsumen mengambil keputusan pembelian tanpa mempertimbangkan secara mendalam kebutuhan, manfaat, serta dampak dari pembelian yang dilakukan (Fuad *et al.*, 2022).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital, khususnya *QRIS*, berpengaruh positif terhadap perilaku *impulsive buying*. (Akhmal & Lutviani, 2024) dalam penelitian *Model Perilaku Pengguna Aplikasi QRIS dan Hubungannya terhadap Impulsive Buying* menemukan bahwa penggunaan aplikasi *QRIS* berhubungan positif dengan kecenderungan pembelian *impulsif*. (Siti Nur Zahra, Yuhana Astuti, 2023) melalui penelitian *Pengaruh Digital Payment QRIS terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom* menyimpulkan bahwa penggunaan *QRIS* mendorong perilaku konsumtif dan pembelian yang tidak direncanakan. (Mardhiyah *et al.*, 2025) dalam penelitian *Pengaruh*

*Kemanfaatan dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z* menunjukkan bahwa kemanfaatan dan kemudahan penggunaan *QRIS* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Selanjutnya, (Ahmad, 2025) dalam penelitian *Pengaruh QRIS terhadap Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam* serta (Salsabila & Herawati, 2026) dalam penelitian *Pengaruh Transaksi Digital dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Pembelian Impulsif* juga membuktikan bahwa penggunaan *QRIS* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*. Berdasarkan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kajian terdahulu masih berfokus pada pengaruh pembayaran digital atau *QRIS* terhadap perilaku konsumtif maupun *impulsive buying*, sedangkan penelitian mengenai pengaruh tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah secara simultan terhadap perilaku *impulsive buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh masih terbatas sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar kajian masih berfokus pada pengaruh penggunaan *QRIS* atau sistem pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif dan *impulsive buying*. Penelitian-penelitian tersebut umumnya memposisikan *QRIS* sebagai instrumen pembayaran digital, bukan sebagai bagian dari fenomena yang lebih luas, yaitu tren *cashless society*. Kondisi

ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian, karena kajian yang menganalisis pengaruh tren *cashless society* sebagai perubahan pola transaksi masyarakat terhadap perilaku *impulsive buying*, khususnya dengan mempertimbangkan literasi keuangan syariah, masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian yang menguji pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan pada Generasi Z di Kota Banda Aceh juga belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengisi kesenjangan tersebut dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku *impulsive buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

Penelitian ini penting mengingat kemudahan transaksi digital berpotensi meningkatkan pembelian spontan, sedangkan literasi keuangan syariah diharapkan mampu menjadi faktor yang mengendalikan perilaku konsumsi agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Tren Cashless Society Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Impulsif buying Generasi Z Di Kota Banda Aceh”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang diatas sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *tren cashless society* terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh?
3. Bagaimana *tren cashless society* dan literasi keuangan syariah secara simultan berpengaruh terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *tren cashless society* terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh?
2. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.
3. Untuk menganalisis pengaruh *tren cashless society* dan literasi keuangan syariah secara simultan terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Menambah referensi ilmu tentang *cashless society*, literasi keuangan syariah, dan perilaku *Impulsif buying*.

2. Menjadi dasar bagi peneliti selanjutnya dalam topik yang sama.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Generasi Z: meningkatkan pemahaman dalam mengelola keuangan dan mengurangi perilaku konsumtif.
2. Pemerintah Daerah: sebagai bahan evaluasi dan perumusan program edukasi literasi keuangan.
3. Bagi Lembaga Keuangan Syariah: membantu memahami kebutuhan finansial Gen Z agar produk lebih sesuai.
4. Bagi Institusi Pendidikan: sebagai masukan untuk meningkatkan materi literasi keuangan syariah.

#### **1.5 Sistematika Pembasan**

Untuk memastikan bahwa penulisan penelitian ini terstruktur dengan baik dan sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku, penulis akan menyajikan sistematika penulisan yang jelas. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi 5 bab yaitu sebagai berikut:

Bab satu, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Latar belakang masalah menjelaskan alasan perlunya penelitian ini dilakukan serta menguraikan inti permasalahan yang diangkat sebagai topik penelitian, yang

pada akhirnya akan menghasilkan tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilaksanakan.

Bab dua, berisi tentang teori, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian. Landasan teori pada bab ini menjelaskan teori-teori yang relevan dengan penelitian ini. Teori-teori tersebut berfungsi sebagai penguat dalam menganalisis pengaruh *Tren Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

Bab tiga, menjelaskan tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, definisi dan operasional variabel, metode analisis data, serta pengujian hipotesis.

Bab empat, berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan. Hal yang dimuat dalam bab ini berupa hasil proses analisis dan pengujian hipotesis serta hasil analisis dan pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan penelitian.

Bab lima, berisi kesimpulan penelitian sebagai jawaban atas rumusan masalah berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Selain itu, bab ini juga memuat keterbatasan penelitian, saran bagi pihak-pihak terkait, daftar pustaka, serta lampiran-lampiran yang mendukung penelitian.

## BAB II

### LANDASAN TEORITIS

#### 2.1 *Impulsif Buying*

##### 2.1.1 Pengertian *Impulsif Buying*

*Impulse buying* atau pembelian tidak terencana merupakan perilaku pembelian yang terjadi ketika konsumen tidak memiliki rencana untuk membeli suatu produk, atau telah memiliki niat untuk membeli tetapi belum menentukan produk yang akan dipilih. Sementara itu, Rook (dalam Henrietta, 2012) mendefinisikan *impulse buying* sebagai perilaku pembelian yang didorong oleh keinginan yang muncul secara tiba-tiba, sangat kuat, dan mendesak untuk segera membeli suatu produk. Dorongan tersebut umumnya disertai dengan konflik emosional yang menyebabkan konsumen cenderung mengabaikan berbagai konsekuensi yang mungkin timbul dari keputusan pembelian. Konflik emosional yang melatarbelakangi perilaku tersebut dikenal sebagai *psychological impulse*, yaitu dorongan psikologis yang mendorong individu untuk melakukan pembelian secara spontan tanpa melalui pertimbangan yang matang (Istiqlal, 2019).

Menurut (Pratomo *et al.*, 2019) Pembelian *impulsif* merupakan salah satu bentuk keputusan pembelian yang dilakukan konsumen ketika berada di dalam toko. Pada saat konsumen

memutuskan untuk membeli suatu produk secara spontan (*spontaneous shopping*), terdapat dua kemungkinan proses pembelian yang dapat terjadi, yaitu *unplanned buying* dan *impulse buying*. *Unplanned buying* merupakan pembelian yang terjadi karena konsumen tidak memiliki perencanaan sebelumnya, misalnya akibat belum mengenal tata letak (*layout*) toko atau karena keterbatasan waktu saat berbelanja. Sementara itu, *impulse buying* terjadi ketika konsumen mengalami dorongan yang muncul secara tiba-tiba dan sulit dikendalikan sehingga mendorongnya untuk segera melakukan pembelian. Lebih lanjut, para ahli mendefinisikan *impulse buying* sebagai perilaku pembelian yang didorong oleh keinginan spontan yang muncul secara mendadak, kuat, dan mendesak, sehingga konsumen terdorong untuk segera membeli suatu produk tanpa melalui proses pertimbangan yang matang.

*Impulse buying* merupakan fenomena yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan dapat dilakukan secara spontan tanpa disadari, baik oleh laki-laki maupun perempuan. Menurut Winawan dan Yasa (2014), laki-laki dan perempuan memiliki kecenderungan yang relatif sama dalam melakukan pembelian *impulsif*. Namun, hasil penelitian tersebut berbeda dengan temuan Henrietta (2012) yang menyatakan bahwa perempuan pada umumnya memiliki tingkat kecenderungan yang lebih tinggi untuk melakukan pembelian impulsif dibandingkan laki-laki. Pendapat

tersebut diperkuat oleh Mulyono (2013) yang menjelaskan bahwa perempuan lebih rentan melakukan *impulse buying* karena lebih mudah dipengaruhi oleh aspek emosional. Sejalan dengan itu, Swanita (2012) mengemukakan bahwa dalam proses pengambilan keputusan pembelian, perempuan cenderung lebih mengutamakan hasrat, emosi, dan perasaan daripada pertimbangan yang bersifat rasional. Oleh karena itu, faktor emosional dipandang sebagai salah satu faktor yang berperan penting dalam mendorong kecenderungan perilaku pembelian *impulsif*, khususnya pada konsumen perempuan (Dedy Ansari Harahap, 2022).

### **2.1.2 Faktor yang mempengaruhi *Impulsif Buying***

Menurut (Pratomo *et al.*, 2019) mengenai *impulsive buying*, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara *impulsif*, yaitu karakteristik produk, karakteristik pemasaran, dan karakteristik konsumen yang muncul selama proses pembelian. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut.

#### **1. Karakteristik produk**

Karakteristik produk merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong terjadinya pembelian impulsif. Produk yang cenderung dibeli secara *impulsif* umumnya memiliki harga yang relatif terjangkau, tidak termasuk kebutuhan

utama, memiliki siklus hidup yang singkat, berukuran kecil atau ringan, serta mudah dibawa dan disimpan. Karakteristik tersebut membuat konsumen lebih mudah mengambil keputusan pembelian secara spontan tanpa melalui pertimbangan yang mendalam.

## 2. Karakteristik pemasaran

Faktor pemasaran juga berperan penting dalam memengaruhi perilaku pembelian *impulsif*. Strategi pemasaran seperti sistem *self-service*, distribusi yang luas, penyediaan informasi produk secara langsung, pemasangan iklan, penataan produk yang menarik, desain kemasan, promosi penjualan, pemberian potongan harga (*discount*), serta penyediaan informasi yang mudah diakses dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli secara spontan. Selain itu, penempatan produk yang strategis di dalam toko, lokasi toko yang mudah dijangkau, serta waktu, biaya, dan tenaga yang diperlukan untuk mengunjungi toko juga menjadi faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian impulsif.

## 3. Karakteristik konsumen

Karakteristik konsumen turut menentukan kecenderungan seseorang melakukan pembelian *impulsif*. Faktor-faktor tersebut meliputi karakteristik kepribadian,

faktor demografis seperti jenis kelamin, usia, status perkawinan, pekerjaan, dan tingkat pendidikan, serta karakteristik sosial ekonomi yang berkaitan dengan kondisi ekonomi konsumen. Perbedaan karakteristik tersebut dapat memengaruhi tingkat kecenderungan individu dalam melakukan pembelian secara *impulsif*.

### **2.1.3 Indikator *Impulsif buying***

Menurut (Chasanah, 2021) perilaku *impulsive buying* dapat diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

1. Pembelian secara spontan, yaitu keputusan pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaan atau pertimbangan sebelumnya.
2. Dorongan yang dipengaruhi oleh stimulus eksternal, yaitu keputusan pembelian yang muncul akibat rangsangan dari lingkungan, seperti adanya potongan harga (diskon), promosi penjualan, tampilan produk yang menarik, maupun desain produk yang mampu menarik perhatian konsumen.
3. Dorongan untuk segera melakukan pembelian, yaitu munculnya keinginan yang kuat dalam diri konsumen untuk segera membeli suatu produk tanpa melalui proses pertimbangan yang matang terhadap manfaat maupun konsekuensi pembelian.

4. Reaksi emosional setelah pembelian, yaitu munculnya respons emosional setelah melakukan pembelian, seperti perasaan senang, puas, antusias, ataupun penyesalan terhadap keputusan pembelian yang telah dilakukan.

## **2.2 Pengertian Literasi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), literasi diartikan sebagai kemampuan dasar seseorang dalam membaca dan menulis. Dalam konteks yang lebih luas, pengertian literasi tidak hanya terbatas pada keterampilan tersebut, melainkan juga mencakup kemampuan individu dalam memahami, mengolah, serta memanfaatkan informasi secara efektif dalam berbagai aspek kehidupan. Dengan demikian, literasi menjadi suatu kompetensi penting yang mendukung individu dalam beradaptasi dan mengambil keputusan secara tepat di era perkembangan informasi yang semakin pesat.

Kemampuan literasi pada awalnya diartikan sebagai keterampilan dasar dalam membaca dan menulis (Edisi ke-7 *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, 2005:898, dalam USAID Prioritas, 2014). Pada tahap awal, sistem pendidikan di Indonesia lebih mengenal istilah pengajaran bahasa atau mata pelajaran bahasa. Namun, seiring dengan pesatnya perkembangan zaman, konsep literasi turut mengalami perluasan makna, sehingga tidak lagi terbatas pada kemampuan membaca dan menulis semata. Meskipun

demikian, pengertian literasi yang semakin berkembang tersebut tetap memiliki keterkaitan yang erat dengan aspek kebahasaan. Oleh karena itu, makna literasi telah berevolusi dari konsep yang sederhana menjadi lebih kompleks dan luas (Heny, 2013).

### **2.2.1 Pengertian Literasi Keuangan**

Literasi keuangan menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 76/POJK/07/2016 merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap serta perilaku individu dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan. Sejalan dengan itu, literasi keuangan juga diartikan sebagai kemampuan individu dalam memahami produk dan konsep keuangan serta mengenali risiko untuk mengambil keputusan yang tepat. Literasi keuangan mencakup kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi, menyusun anggaran, serta melakukan investasi secara bijak. Kemampuan ini menjadi semakin penting di tengah perkembangan instrumen keuangan yang semakin kompleks (Wahyu *et al*, 2018).

Dalam konteks Generasi Z, literasi keuangan menjadi krusial karena mereka tumbuh di era digital dengan kemudahan akses terhadap layanan keuangan berbasis teknologi. Pramedi & Haryono (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berperan dalam meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan keuangan yang

bijaksana, terutama bagi Generasi Z yang akrab dengan transaksi daring dan investasi digital.

Penelitian Ates *et al*, (2016) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan membantu individu dalam memahami risiko investasi, yang menjadi penting bagi Generasi Z yang mulai memasuki dunia kerja dan berupaya mencapai kestabilan finansial.

### **2.2.2 Pengertian Literasi Keuangan Syariah**

Literasi keuangan syariah merupakan bagian dari literasi keuangan yang berfokus pada pemahaman terhadap prinsip, nilai, serta mekanisme dalam sistem keuangan berbasis syariah. Literasi ini tidak hanya mencakup pengenalan produk dan lembaga keuangan, tetapi juga menuntut pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip dasar syariah, seperti larangan riba, *gharar*, dan *maysir*, serta penerapan akad yang sesuai dengan ketentuan syariah (Pratama, 2024).

Dalam perspektif keuangan syariah, literasi keuangan memiliki cakupan yang lebih komprehensif dibandingkan dengan literasi keuangan konvensional. Hal ini karena literasi keuangan syariah tidak hanya menekankan aspek risiko dan imbal hasil, tetapi juga memperhatikan struktur akad, prinsip keadilan, serta nilai-nilai etika dalam setiap aktivitas ekonomi (Imbal *et al.*, 2026)

Literasi keuangan syariah berperan penting dalam membantu individu mengambil keputusan keuangan yang tepat sesuai dengan

prinsip Islam. Pemahaman ini mencakup kemampuan dalam mengelola keuangan, seperti mengatur arus kas, merencanakan penggunaan dana di masa depan, serta menentukan skala prioritas dalam kehidupan. Referensi. Seluruh proses tersebut kemudian diimplementasikan dalam perencanaan keuangan syariah yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip syariah, tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam, serta bertujuan mencapai kemaslahatan dan keberkahan dalam kehidupan (Rurkinantia, 2021)

### **2.2.3 Landasan Hukum Literasi Keuangan Syariah**

Literasi keuangan syariah diukur dengan pendekatan yang berbeda dibandingkan literasi keuangan konvensional, karena adanya perbedaan mendasar dalam konsep yang digunakan. Keuangan syariah mencakup aktivitas penyediaan produk dan jasa keuangan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah, hukum Islam, serta nilai-nilai moral. Hal ini ditegaskan dalam Al-qur'an surah Al-Hasyr ayat 18 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلَنَنْظُرَنَّ اللَّهُ أَتَقُونَ  
تَعْمَلُونَ

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada*

*Allah. Sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan (Q.S Al-Hasyr ayat 18).*

Menurut M. Quraish Shihab dalam Tafsir (Nur hidayah, 2021) frasa *wal tanzhur nafsun ma qaddamat lighad* mengandung perintah agar setiap individu melakukan evaluasi diri, perencanaan, dan persiapan yang matang terhadap masa depan. Kata *ghad* (hari esok) tidak hanya dimaknai sebagai kehidupan akhirat, tetapi juga mencakup kehidupan dunia yang memerlukan perencanaan serta pengelolaan yang bijaksana. Pengulangan perintah *ittaquallah* menegaskan bahwa setiap keputusan dan tindakan, termasuk dalam aktivitas ekonomi, harus berlandaskan ketakwaan dan kepatuhan terhadap syariat Allah Swt. (Shihab, 2002).

Dalam konteks literasi keuangan syariah, ayat tersebut memberikan landasan normatif bahwa seorang muslim dituntut memiliki pengetahuan dan pemahaman yang memadai dalam mengelola keuangan, merencanakan penggunaan harta, serta mengambil keputusan keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah seseorang, semakin besar kemampuannya dalam mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, dan berbagai transaksi keuangan secara bertanggung jawab, sehingga dapat menghindari perilaku keuangan yang bertentangan dengan syariat, termasuk perilaku konsumtif dan *impulsive buying*.

Dalam praktiknya, pelaku ekonomi dituntut untuk berpegang pada keyakinan terhadap ketentuan *Ilahi*, menghindari unsur riba, tidak melakukan investasi pada sektor yang diharamkan, serta menjauhi praktik *gharar* (ketidakpastian) dan *maysir* (judi atau spekulasi). Selain itu, sistem keuangan syariah juga menekankan pada prinsip berbagi risiko serta pembiayaan yang harus didasarkan pada aset riil (Mustofa, 2021).

#### **2.2.4 Indikator Literasi Keuangan Syariah**

Literasi keuangan syariah merupakan pengembangan dari konsep literasi keuangan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah Islam dalam pengelolaan keuangan. Literasi keuangan syariah mencakup berbagai aspek, antara lain pengelolaan keuangan dan aset, seperti kegiatan menabung untuk kebutuhan masa depan maupun dana darurat, serta perencanaan keuangan yang meliputi dana pensiun, investasi, dan perlindungan keuangan berbasis syariah. Selain itu, literasi keuangan syariah juga mencakup pemahaman mengenai instrumen sosial Islam, seperti wakaf, infak, sedekah, zakat, dan pengelolaan warisan sesuai ketentuan syariah (Gustati, 2023).

Tingkat literasi keuangan syariah dapat diukur melalui beberapa indikator, seperti kepemilikan rekening pada lembaga keuangan syariah, pemahaman terhadap produk dan layanan

keuangan syariah beserta akad-akad yang digunakan, pengetahuan mengenai sistem bagi hasil, serta pemahaman terhadap mekanisme jaminan dalam transaksi syariah. Adapun dimensi utama dalam literasi keuangan syariah meliputi :

### 1. Pengetahuan (*Knowledge*)

keuangan merupakan pemahaman individu mengenai berbagai konsep dan informasi keuangan, seperti pengelolaan uang, tabungan, investasi, pinjaman, serta perencanaan keuangan. Pengetahuan yang baik membantu seseorang dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat sesuai dengan prinsip syariah dan terhindar dari transaksi yang mengandung riba, *gharar*, dan *maysir*. Sebagaimana dijelaskan dalam Q.S Al-alaaq ayat 1-5 yang berbunyi:

﴿١﴾ اَلْاٰكْرَمُ وَرَبُّكَ اَقْرٰٓ ؕ عَلٰٓى مِنَ الْاِنْسَانِ خَلَقَ ﴿٢﴾ خَلَقَ الَّذِىۤ رَّبَّكَ بِاَسْمِ اِقْرٰٓ  
﴿٣﴾ ۝ يَّعْلَمُ لَمْ مَّا الْاِنْسَانُ عَلَّمَ ﴿٤﴾ بِالْقَلَمِ عَلَّمَ الَّذِىۤ

*Artinya: Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan!, Dia menciptakan manusia dari segumpal darah, Bacalah! Tuhanmulah Yang Mahamulia, yang mengajar (manusia) dengan pena, Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.*

Menurut M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah, ayat ini menunjukkan bahwa proses memperoleh ilmu pengetahuan merupakan perintah pertama yang diberikan Allah kepada manusia. Perintah “*iqra*” (bacalah) tidak hanya bermakna membaca teks,

tetapi juga memahami, menelaah, dan mempelajari berbagai pengetahuan yang bermanfaat bagi kehidupan. Pengetahuan menjadi sarana bagi manusia untuk membedakan yang benar dan yang salah serta mengambil keputusan secara tepat.

Dalam konteks literasi keuangan syariah, ayat ini memberikan landasan bahwa setiap Muslim perlu memiliki pengetahuan yang memadai mengenai prinsip-prinsip syariah, produk dan layanan keuangan syariah, serta cara mengelola harta sesuai ketentuan Islam. Pengetahuan tersebut akan membantu seseorang dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih bijaksana, menghindari praktik yang mengandung riba, gharar, dan maysir, serta mengelola keuangan secara bertanggung jawab sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

## 2. Keterampilan (*Skill*)

Keterampilan keuangan adalah kemampuan individu dalam menerapkan pengetahuan keuangan yang dimiliki ke dalam praktik sehari-hari, seperti menyusun anggaran, mengelola pengeluaran, menabung, dan memilih produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan. Dalam perspektif syariah, keterampilan ini juga mencakup kemampuan mengelola keuangan secara halal dan bertanggung jawab. Sebagaimana dijelaskan dalam Al qur'an surat yusuf ayat 48 yang berbunyi:

﴿ تَأْكُلُونَ مِمَّا قَلِيلًا إِلَّا سُنُوبًا فِيهِ وَهُدًى فَدَرَّ حَصَدُكُمْ فَمَا دَابَّ سِنِينَ سَبْعَ تَرَزُّعُونَ قَالَ

*Artinya: (Yusuf) berkata, “Bercocoktanamlah kamu tujuh tahun berturut-turut! Kemudian apa yang kamu tuai, biarkanlah di tangkainya, kecuali sedikit untuk kamu makan (Q.S yusuf ayat 48).*

Ayat ini menjelaskan strategi Nabi Yusuf a.s. dalam mengelola hasil panen pada masa subur sebagai persiapan menghadapi masa paceklik. Perencanaan, penyimpanan, dan pengelolaan sumber daya tersebut menunjukkan pentingnya keterampilan dalam mengelola aset secara bijaksana dan berorientasi pada masa depan. Dalam konteks literasi keuangan syariah, nilai tersebut tercermin dalam kemampuan menyusun anggaran, mengelola pendapatan, menabung, serta merencanakan keuangan secara efektif sesuai dengan prinsip syariah.

### 3. Keyakinan (*Confidence*)

Keyakinan keuangan menunjukkan tingkat kepercayaan diri seseorang dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan keuangan. Semakin tinggi keyakinan yang dimiliki, semakin besar kemampuan individu untuk bertindak secara mandiri dalam mengelola keuangannya dengan tetap berpegang pada nilai-nilai dan ketentuan syariah. Sebagaimana dijelaskan dalam Al qur'an surat At-Thalaq Ayat 3 yang berbunyi:

قَدْ طُ أَمَرَهُ بِالْإِثْمِ إِنَّ طُ حَسْبُهُ فَهُوَ اللَّهُ عَلَى يَتَوَكَّلْ وَمَنْ طُ يَحْتَسِبْ لَا حَيْثُ مِنْ وَيَرْزُقُهُ  
قَدْ رَأَى شَيْءٍ لِكُلِّ اللَّهُ جَعَلَ

*Artinya : Dan dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangkanya. Dan barangsiapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu (Q.S At- Thalaq Ayat 3).*

Ayat ini mengajarkan bahwa Allah akan mencukupkan kebutuhan orang yang bertawakal kepada-Nya. Dalam literasi keuangan syariah, keyakinan atau confidence berkaitan dengan kepercayaan diri seseorang dalam mengambil keputusan keuangan berdasarkan prinsip syariah. Keyakinan tersebut mendorong individu untuk tetap memilih transaksi yang halal, menghindari riba, serta yakin bahwa keberkahan dan kecukupan rezeki berasal dari Allah SWT.

#### 4. Sikap (*Attitude*)

Sikap keuangan merupakan pandangan atau kecenderungan individu terhadap pengelolaan keuangan. Sikap yang positif, seperti disiplin dalam menabung dan berhati-hati dalam membelanjakan uang, akan mendorong terciptanya pengelolaan keuangan yang lebih baik serta mencerminkan prinsip Islam yang mengajarkan hidup sederhana dan menghindari perilaku boros (*israf*). Sebagaimana dijelaskan dalam al- qur'an surat Q.S. Al-Isra' 26-27 yang berbunyi:

إِخْوَانٌ كَانُوا الْمُبْذَرِينَ إِنَّ ۚ تَبْذِيرًا تَبْذَرُونَ وَلَا السَّبِيلَ وَابْنِ وَالْمِسْكِينَ حَقَّهُ الْقُرْبَىٰ ذَا وَأَتِ  
ۚ كَفُورًا لِرَبِّهِ الشَّيْطَانُ وَكَانَ ۚ الشَّيْطَانِ

*Artinya : Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya (Q.S Al-Isra' 26-27).*

Ayat ini memerintahkan manusia untuk menggunakan harta secara bijaksana dan melarang perilaku boros. Sikap keuangan yang baik tercermin dari kemampuan seseorang dalam mengendalikan pengeluaran, hidup sederhana, dan menggunakan harta secara bertanggung jawab. Nilai-nilai tersebut sejalan dengan konsep financial attitude yang menekankan pentingnya pola pikir positif dalam mengelola keuangan sesuai dengan ajaran Islam.

#### 5. Perilaku keuangan (*Behaviour*)

Perilaku keuangan adalah tindakan nyata yang dilakukan individu dalam mengelola keuangannya, seperti membuat anggaran, menabung secara rutin, mengendalikan pengeluaran, dan berinvestasi. Perilaku keuangan yang baik mencerminkan tingkat literasi keuangan yang tinggi serta menunjukkan penerapan prinsip syariah dalam penggunaan dan pengelolaan harta secara bijaksana.

Sebagaimana dijelaskan dalam Al- qur'an Al-Furqan 67 yang berbunyi:

قَوَامًا ذَلِكَ بَيْنَ وَكَانَ يَقْتَرُوا وَلَمْ يُسْرِفُوا لَمْ أَنْفَقُوا إِذَا وَالَّذِينَ

*Artinya: Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar (q.s Al- furqan : 67).*

Ayat ini menggambarkan perilaku orang beriman dalam membelanjakan harta secara seimbang, yaitu tidak berlebihan dan tidak pula kikir. Perilaku tersebut menunjukkan penerapan nyata dari pengelolaan keuangan yang baik. Dalam literasi keuangan syariah, financial behaviour diwujudkan melalui tindakan seperti membuat anggaran, mengontrol pengeluaran, menabung, berinvestasi secara syariah, dan menggunakan harta secara proporsional sesuai kebutuhan.

## **2.3 Cashless Society**

### **2.3.1 Pengertian Cashless Society**

Menurut (Visionida, 2021) *Cashless society* atau yang dikenal sebagai Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) merupakan suatu sistem transaksi pembayaran yang dilakukan tanpa menggunakan uang tunai, dengan mengedepankan aspek efisiensi, keamanan, keandalan, serta inklusivitas, dan tetap memperhatikan kepentingan nasional. Perkembangan *cashless society* didukung oleh

meningkatnya penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) serta pertumbuhan jumlah uang elektronik yang beredar di masyarakat. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran pola transaksi dari konvensional menuju digital. Dalam implementasinya, Generasi Z menjadi kelompok yang paling aktif dalam mendukung *cashless society*. Hal ini terlihat dari tingginya tingkat penggunaan digital payment yang mencapai 79,4%, sehingga menunjukkan bahwa generasi ini memiliki tingkat adopsi teknologi keuangan yang cukup tinggi dalam aktivitas sehari-hari.

*Cashless society* merupakan suatu kelompok masyarakat yang dalam melakukan transaksi keuangan tidak lagi menggunakan uang tunai, melainkan memanfaatkan instrumen non-tunai seperti kartu kredit, kartu debit, maupun kartu prabayar (*cash card*). Lebih lanjut, dalam memenuhi kewajiban pembayaran kepada pihak lain, transaksi juga dilakukan secara non-tunai. Seluruh aktivitas keuangan tersebut dijalankan melalui sistem elektronik, seperti internet banking, transfer melalui ATM, serta layanan phone atau SMS banking. Dalam kehidupan sehari-hari, kelompok masyarakat ini pada umumnya sudah tidak lagi bergantung pada uang tunai. Penggunaan uang tunai, jika masih ada, hanya terbatas pada transaksi kecil, seperti pembayaran parkir atau pembelian di pasar tradisional dan toko kelontong (Wijoyo *et al*, 2021).

Menurut *Oxford Dictionary*, *cashless society* diartikan sebagai sekelompok individu yang hidup dalam suatu sistem pemerintahan yang melakukan transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai, melainkan melalui instrumen seperti cek, kartu debit atau kredit, serta berbagai metode pembayaran elektronik sebagai pengganti uang fisik. Sejalan dengan itu, *World Economic Forum* (WEF) menyatakan bahwa perkembangan teknologi finansial (*fintech*) telah memicu terjadinya disrupsi dalam layanan keuangan tradisional, yang berdampak pada perubahan lanskap industri jasa keuangan secara global, baik dari sisi struktur industri maupun mekanisme intermediasinya (Utami, 2023).

Secara teori, penggunaan sistem pembayaran non-tunai dapat dijelaskan melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana seseorang akan menggunakan teknologi jika dianggap mudah dan bermanfaat. Dalam konteks ini, *cashless society* mempermudah transaksi sehingga meningkatkan frekuensi penggunaan oleh masyarakat, khususnya Generasi Z.

### **2.3.2 Indikator *Cashless Society***

Menurut (Sabrina, 2026) *cashless society* memiliki beberapa indikator utama yang mencerminkan keunggulan sistem pembayaran digital dibandingkan uang tunai. Efisiensi sistem pembayaran menurut *Bank for International Settlements* (BIS, 2016), meliputi:

1. Kecepatan transaksi

Kecepatan transaksi menunjukkan kemampuan sistem pembayaran digital dalam memproses pembayaran secara cepat dan *real-time*. Dengan adanya sistem cashless, pengguna tidak perlu menghitung uang tunai atau menunggu uang kembalian sehingga transaksi dapat diselesaikan dalam waktu yang lebih singkat.

2. Kemudahan penggunaan

Kemudahan penggunaan mengacu pada tingkat kemudahan pengguna dalam mengakses, memahami, dan mengoperasikan layanan pembayaran digital. Aplikasi yang memiliki fitur sederhana dan mudah dipahami akan memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja.

3. Biaya transaksi

Biaya transaksi berkaitan dengan besarnya biaya yang harus dikeluarkan pengguna saat menggunakan sistem pembayaran digital. Semakin rendah biaya transaksi yang dikenakan, semakin tinggi tingkat efisiensi sistem pembayaran tersebut bagi pengguna.

4. Kenyamanan dan keandalan sistem

Kenyamanan dan keandalan sistem menunjukkan kemampuan layanan pembayaran digital dalam menyediakan

transaksi yang aman, lancar, dan minim gangguan. Sistem yang andal mampu memproses pembayaran dengan cepat dan memberikan konfirmasi yang akurat, sehingga meningkatkan kepercayaan pengguna.

### 2.3.3 Landasan hukum *Cashless Society*

Dalam perspektif Islam, aktivitas ekonomi dan sistem pembayaran merupakan bagian dari muamalah yang harus dilaksanakan berdasarkan prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, dan kemaslahatan. Perkembangan teknologi pembayaran, termasuk penerapan sistem pembayaran non-tunai (*cashless society*), pada dasarnya diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariah. Salah satu dasar yang menunjukkan pentingnya kejelasan dan pencatatan dalam setiap transaksi keuangan terdapat dalam Al-Qur'an, yaitu pada Surah Al-Baqarah ayat 282 yang menegaskan kewajiban untuk mencatat transaksi secara benar sebagai bentuk perlindungan terhadap hak dan kewajiban para pihak yang bertransaksi.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ ۖ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ

وَأَدْنَىٰ إِلَّا تَرْتَابُوا<sup>ط</sup> إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا  
تَكْتُبُوهَا<sup>ل</sup> وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ<sup>ق</sup> وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ<sup>ر</sup> وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ<sup>س</sup>  
وَاتَّقُوا اللَّهَ<sup>ط</sup> وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ<sup>ق</sup> وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

*Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai*

*yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.*

Berdasarkan ayat tersebut, Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kejelasan, pencatatan, dan keamanan dalam setiap transaksi keuangan. Menurut Tafsir Ibnu Katsir, perintah untuk menuliskan transaksi bertujuan menjaga hak dan kewajiban para pihak, mencegah perselisihan, serta mewujudkan keadilan dalam aktivitas muamalah. Pencatatan transaksi merupakan bentuk perlindungan terhadap harta (*hifz al-māl*) dan menjadi bagian dari prinsip syariah dalam menjaga ketertiban kegiatan ekonomi.

Dalam konteks *cashless society*, penggunaan sistem pembayaran digital seperti *QRIS*, dompet elektronik (*e-wallet*), *mobile banking*, dan transfer elektronik dapat dipahami sebagai bentuk modern dari mekanisme pencatatan transaksi yang dianjurkan dalam ayat tersebut. Setiap transaksi non-tunai menghasilkan bukti pembayaran elektronik yang terdokumentasi secara otomatis, sehingga meningkatkan transparansi, efisiensi,

akurasi, dan keamanan transaksi. Oleh karena itu, penggunaan sistem pembayaran non-tunai sejalan dengan nilai-nilai Islam selama tidak mengandung unsur *riba*, *gharar*, *maysir*, penipuan, maupun kezaliman, serta memberikan kemaslahatan bagi para pihak yang bertransaksi.

## **2.4 Gen Z**

### **2.4.1 Pengertian Gen Z**

Generasi Z merupakan kelompok individu yang tumbuh dan berkembang di era digital dengan tingkat keterpaparan teknologi yang sangat tinggi sejak lahir. Francis & Hoefel (2018) menyatakan bahwa Generasi Z merupakan pengguna digital sejati, yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1995 hingga 2010. Hal ini disebabkan karena sejak lahir mereka sudah terbiasa dengan keberadaan internet, media sosial, dan perangkat seluler, sehingga teknologi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan mereka. Sejalan dengan itu, Stillman (2017) menjelaskan bahwa Generasi Z merupakan generasi kerja terbaru yang lahir pada periode 1995 hingga 2012. Generasi ini juga dikenal sebagai generasi internet atau generasi net karena kedekatan yang sangat kuat dengan teknologi digital sejak usia dini, baik dalam aktivitas belajar, berkomunikasi, maupun bekerja. (Octrina *et al.*, 2023).

Selain itu, Csobanka (2016) menambahkan bahwa Generasi Z adalah generasi yang lahir setelah era milenium dan tidak pernah mengalami kehidupan tanpa internet. Generasi ini menjadikan media sosial sebagai sarana utama dalam berkomunikasi serta membangun relasi sosial dengan berbagai cara yang lebih fleksibel dan dinamis. Di samping itu, Generasi Z juga dikenal memiliki kemampuan multitasking yang tinggi, namun dalam beberapa aspek masih menunjukkan keterbatasan dalam pengelolaan emosi (Ramadhani, 2024)

#### **2.4.2 Karakteristik Genz Z**

Menurut (Mizanulhaq, 2024) Generasi Z memiliki beberapa karakteristik yang membedakan mereka dari generasi sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Fasih teknologi (*tech-savvy*)

Generasi Z merupakan generasi digital yang sangat akrab dengan teknologi informasi serta berbagai aplikasi digital. Mereka terampil dalam menggunakan internet, perangkat digital, dan berbagai platform teknologi.

2. Sosial

Generasi Z memiliki intensitas interaksi yang tinggi melalui media sosial. Mereka aktif berkomunikasi dengan berbagai kalangan melalui *platform* seperti Twitter, Instagram, dan TikTok untuk mengekspresikan pendapat dan perasaan secara spontan.

### 3. Ekspresif

Generasi Z cenderung lebih terbuka dalam mengekspresikan diri, memiliki

toleransi terhadap perbedaan budaya, serta menunjukkan kepedulian terhadap isu-isu lingkungan dan sosial.

### 4. Multitasking

Generasi Z terbiasa melakukan beberapa aktivitas secara bersamaan,

seperti membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu yang sama.

## 2.5 Penelitian Terkait

Berbagai penelitian terdahulu telah dilakukan untuk mengkaji pengaruh tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku *Impulsif buying*, khususnya pada generasi muda seperti Generasi Z. Penelitian-penelitian tersebut menjadi landasan konseptual sekaligus referensi utama dalam mendukung penyusunan penelitian ini.

Penelitian Chasanah dan Mathori (2021) yang berjudul *Impulsive Buying: Kajian Promosi Penjualan, Gaya Hidup, dan Norma Subyektif pada Marketplace di Yogyakarta* menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 mahasiswa di Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian impulsif melalui marketplace. Analisis data dilakukan menggunakan

*Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*, sedangkan norma subyektif tidak memoderasi pengaruh kedua variabel tersebut. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Chasanah dan Mathori (2021) terletak pada variabel independen dan objek penelitian. Penelitian sebelumnya menggunakan promosi penjualan, gaya hidup, dan norma subyektif, sedangkan penelitian ini menggunakan tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah sebagai variabel independen yang memengaruhi perilaku *impulsive buying* pada Generasi Z di Kota Banda Aceh. Persamaan kedua penelitian adalah sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan perilaku *impulsive buying* sebagai variabel dependen.

Penelitian oleh (Umami Setiyani, 2026) yang berjudul “Impulsive Buying dalam *Cashless Society*: Peran Aksesibilitas *Fintech*, Literasi Keuangan, dan *Self-Control*” menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 192 mahasiswa sebagai sampel penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas *fintech*, literasi keuangan, dan *self-control* terhadap perilaku *impulsive buying*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas *fintech* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*, karena kemudahan, kecepatan, dan akses transaksi digital melalui

layanan *fintech* dapat mendorong individu melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan. Sementara itu, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*, yang menunjukkan bahwa pemahaman keuangan belum sepenuhnya mampu mengendalikan perilaku konsumtif dalam lingkungan transaksi digital. Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan karena sama-sama membahas pengaruh perkembangan *cashless society* terhadap perilaku *impulsive buying*. Perbedaannya terletak pada variabel literasi keuangan yang digunakan, yaitu penelitian terdahulu menggunakan literasi keuangan umum, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan literasi keuangan syariah yang berfokus pada pemahaman prinsip-prinsip keuangan Islam. Selain itu, penelitian yang akan dilakukan memiliki objek penelitian yang berbeda, yaitu Generasi Z di Kota Banda Aceh, sehingga dapat memberikan perspektif baru mengenai hubungan antara *tren cashless society*, literasi keuangan syariah, dan perilaku *impulsif buying* dalam konteks ekonomi syariah.

Penelitian oleh (Suryati, 2025) berjudul “*Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (E-wallet) dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Impulsif buying pada Gen Z di Kota Malang*” menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 mahasiswa pengguna *e-wallet*. Hasil penelitian menganalisis

pengaruh penggunaan dompet digital dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku *impulsive buying* pada Generasi Z. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu pada variabel literasi keuangan syariah dan perilaku *impulsive buying* serta objek penelitian Generasi Z. Perbedaannya terletak pada variabel *cashless society*, di mana penelitian ini mengkaji sistem pembayaran non-tunai secara lebih luas, tidak hanya terbatas pada penggunaan *e-wallet*. Selain itu, penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh sehingga memberikan perspektif berbeda mengenai perilaku *impulsive buying* Generasi Z dalam konteks masyarakat dengan penerapan prinsip ekonomi syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Mahardisatya *et al.*, 2024) dengan judul *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Penggunaan E-wallet terhadap Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa UNNES* menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES) sebagai responden. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis pengaruh *shopping lifestyle* dan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku *impulsive buying*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *shopping lifestyle* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*. Demikian pula, penggunaan *e-wallet* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*. Secara simultan, kedua variabel tersebut

memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kemudahan transaksi melalui sistem pembayaran digital, yang didukung oleh gaya hidup berbelanja yang tinggi, mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian yang bersifat spontan tanpa perencanaan sebelumnya. Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan karena sama-sama mengkaji pengaruh sistem pembayaran non-tunai terhadap perilaku *impulsive buying*. Perbedaannya terletak pada variabel independen yang digunakan. Penelitian Aulia dkk. mengkaji *shopping lifestyle* dan penggunaan *e-wallet*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah sebagai faktor yang diduga memengaruhi perilaku *impulsive buying*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Bella *et al.*, 2026) dengan judul *Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Shopping Behavior terhadap Perilaku Impulse Buying Generasi Z di Bandar Lampung dengan Self Control sebagai Variabel Moderasi: Perspektif Kewirausahaan* menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian tersebut melibatkan 170 responden Generasi Z pengguna *e-wallet* di Kota Bandar Lampung yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Variabel yang dianalisis meliputi penggunaan *e-wallet*, *shopping behavior*, perilaku *impulse buying*,

serta *self-control* sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* dan *shopping behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* pada Generasi Z. Selain itu, *self-control* terbukti mampu memoderasi pengaruh penggunaan *e-wallet* dan *shopping behavior* terhadap perilaku *impulse buying*. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kemudahan transaksi melalui pembayaran digital dan tingginya kecenderungan berbelanja dapat meningkatkan perilaku pembelian impulsif. Namun, pengaruh tersebut dapat diminimalkan apabila individu memiliki tingkat pengendalian diri yang baik. Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan karena sama-sama mengkaji pengaruh pembayaran digital terhadap perilaku *impulsive buying*. Perbedaannya terletak pada variabel independen dan objek penelitian. Penelitian Cinthya Bella dkk. menggunakan variabel *shopping behavior* dan *self-control* pada Generasi Z di Kota Bandar Lampung, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah untuk menganalisis pengaruhnya terhadap perilaku *impulsive buying* pada Generasi Z di Kota Banda Aceh.

Secara keseluruhan, berbagai penelitian terdahulu tersebut memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di era digital. Meskipun demikian, penelitian ini berupaya untuk

memperluas cakupan kajian dengan mengintegrasikan fenomena *cashless society* dan literasi keuangan syariah secara simultan, khususnya pada Generasi Z di Kota Banda Aceh yang memiliki karakteristik yang berlandaskan nilai-nilai syariah. Untuk memperjelas hasil penelitian terkait dapat dilihat pada tabel berikut ini :



**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terkait**

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian                                                                                                                                            | Metode Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Persamaan                                                                                                                                                                                                                                                                   | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | (Marchsada & Hindrayani, 2025) dengan judul <i>"Pengaruh Metode Pembayaran Kode QR dalam Fitur E-Wallet terhadap Perilaku Impulsif Berbelanja (Impulsive Buying) Gen-Z"</i> | Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden Generasi Z pengguna fitur pembayaran QR pada <i>e-wallet</i> , kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis statistik. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan metode pembayaran kode QR pada fitur <i>e-wallet</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku <i>impulsive buying</i> pada Generasi Z. Kemudahan dan kepraktisan transaksi digital terbukti meningkatkan kecenderungan konsumen melakukan pembelian secara spontan. | Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengkaji perilaku <i>impulsive buying</i> pada Generasi Z serta membahas penggunaan sistem pembayaran digital atau <i>cashless</i> sebagai variabel yang memengaruhi perilaku pembelian. | Perbedaannya terletak pada variabel independen dan objek penelitian. Penelitian Marchsada dkk. hanya berfokus pada metode pembayaran kode QR dalam fitur <i>e-wallet</i> , sedangkan penelitian penulis mengkaji tren <i>cashless society</i> dan literasi keuangan syariah sebagai variabel |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian                                                                                                                               | Metode Penelitian                                                                                                                                                                                                                                           | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                        | Persamaan                                                                                                                                                                                                               | Perbedaan                                                                                                                                                                                             |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                         | independen terhadap perilaku impulsive buying Generasi Z dengan objek penelitian di Kota Banda Aceh.                                                                                                  |
| 2. | (Zed <i>et al.</i> , 2025) dengan judul <i>"Pengaruh Penggunaan QRIS sebagai Alat Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumen di Era Cashless Society"</i> . | Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner skala Likert secara daring kepada 130 responden yang terdiri atas mahasiswa dan masyarakat umum yang memahami transaksi digital. Analisis data | Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh terhadap perilaku konsumen di era cashless society. Kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi membuat QRIS semakin banyak digunakan serta memengaruhi | Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengkaji implementasi cashless society melalui penggunaan pembayaran digital serta pengaruhnya terhadap perilaku konsumen, khususnya | Perbedaannya terletak pada variabel dependen dan objek penelitian. Penelitian Zed dkk. berfokus pada perilaku konsumen secara umum akibat penggunaan QRIS, sedangkan penelitian penulis secara khusus |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian                                                                                         | Metode Penelitian                                                                                                                                   | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                  | Persamaan                                                                                                                            | Perbedaan                                                                                                                                                           |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                          | dilakukan menggunakan statistik deskriptif.                                                                                                         | pilihan konsumen dalam berbelanja. Di sisi lain, kemudahan tersebut juga dapat meningkatkan perilaku konsumtif sehingga diperlukan peningkatan literasi keuangan untuk mengendalikan pengeluaran. | pada aspek perilaku pembelian.                                                                                                       | menganalisis pengaruh tren cashless society dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku impulsive buying Generasi Z dengan objek penelitian di Kota Banda Aceh. |
| 3. | (Penulis JUPE, 2026) dengan judul <i>"Impulsive Buying dalam Cashless Society: Peran Aksesibilitas Fintech, Literasi</i> | Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menggunakan | Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas fintech berpengaruh positif terhadap perilaku impulsive buying, sedangkan literasi keuangan dan                                                  | Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas pengaruh cashless society atau transaksi | Perbedaannya terletak pada variabel penelitian dan objek penelitian. Penelitian dalam JUPE menggunakan aksesibilitas fintech,                                       |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian    | Metode Penelitian                                                                                                                                                                                                         | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Persamaan                                                                                                                                                                             | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <i>Keuangan, dan Self-Control".</i> | layanan fintech dalam transaksi cashless, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis statistik untuk menguji pengaruh aksesibilitas fintech, literasi keuangan, dan self-control terhadap perilaku impulsive buying. | self-control berperan dalam mengurangi kecenderungan pembelian impulsif. Semakin mudah akses terhadap layanan pembayaran digital, semakin tinggi kecenderungan konsumen melakukan pembelian spontan. Sebaliknya, individu yang memiliki tingkat literasi keuangan dan pengendalian diri yang baik cenderung mampu mengendalikan perilaku konsumtif. | digital serta literasi keuangan terhadap perilaku impulsive buying. Selain itu, kedua penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan mengkaji perilaku konsumen dalam era digital. | literasi keuangan, dan self-control sebagai variabel independen, sedangkan penelitian penulis menggunakan tren cashless society dan literasi keuangan syariah sebagai variabel independen terhadap perilaku impulsive buying Generasi Z di Kota Banda Aceh. Selain itu, penelitian penulis menitikberatkan pada perspektif |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian                                                                                                                                  | Metode Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                        | Persamaan                                                                                                                                                                                                                                                    | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                           |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                              | literasi keuangan syariah, yang tidak dibahas dalam penelitian JUPE.                                                                                                                                                                |
| 4. | (Rachel & Yazid, 2026) dengan judul " <i>Fenomena Cashless Society di Indonesia: Analisis Deskriptif Perkembangan dan Dampaknya terhadap Perilaku Konsumen</i> ". | Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan studi literatur (library research). Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai jurnal ilmiah, laporan resmi, dan literatur yang berkaitan dengan perkembangan sistem pembayaran digital serta perilaku konsumen di | Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah mempercepat terbentuknya cashless society di Indonesia melalui penggunaan kartu elektronik, dompet digital, mobile banking, dan QRIS. Perubahan tersebut memberikan dampak positif berupa kemudahan, kecepatan, | Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas fenomena cashless society dan dampaknya terhadap perilaku konsumen. Selain itu, kedua penelitian menjadikan perkembangan sistem pembayaran digital sebagai fokus | Perbedaannya terletak pada jenis penelitian, variabel, dan objek penelitian. Penelitian Rachel dan Yazid menggunakan pendekatan deskriptif melalui studi literatur untuk menggambarkan perkembangan cashless society secara umum di |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian | Metode Penelitian     | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                               | Persamaan                                                   | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|----------------------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                  | era cashless society. | efisiensi, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, kemudahan pembayaran digital juga memengaruhi perubahan perilaku konsumen, seperti meningkatnya frekuensi transaksi dan kecenderungan perilaku konsumtif. | pembahasan dalam menjelaskan perubahan perilaku masyarakat. | Indonesia, sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh tren cashless society dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku impulsive buying Generasi Z di Kota Banda Aceh. Selain itu, penelitian penulis secara khusus menguji hubungan antarvariabel |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian                                                                                                                            | Metode Penelitian                                                                                                                                                            | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                               | Persamaan                                                                                                                                                       | Perbedaan                                                                                                                                                            |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                 | dengan analisis statistik, sedangkan penelitian Rachel dan Yazid bersifat deskriptif.                                                                                |
| 5. | (Ahmad, Rahmah, & Wahyuni, 2025) dengan judul <i>"Pengaruh QRIS terhadap Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam"</i> . | Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanator y research. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 97 mahasiswa Fakultas Ekonomi | Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi digital QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku impulsive buying mahasiswa. Kemudahan, kepraktisan, dan keamanan transaksi menjadi faktor utama | Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengkaji pengaruh sistem pembayaran digital (cashless society/QRIS) terhadap | Perbedaannya terletak pada variabel independen, objek, dan ruang lingkup penelitian. Penelitian Ahmad dkk. hanya menggunakan QRIS sebagai variabel independen dengan |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian | Metode Penelitian                                                                                                                                                                                                            | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Persamaan                                                                                                                                                       | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                  | dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang merupakan pengguna aktif QRIS. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh transaksi digital QRIS terhadap perilaku impulsive buying. | yang mendorong penggunaan QRIS, namun juga meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif. Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, penggunaan QRIS diperbolehkan selama tidak mengandung unsur riba, gharar, dan maysir, serta tetap memperhatikan prinsip kesederhanaan dan menghindari perilaku berlebihan. | perilaku impulsive buying. Selain itu, kedua penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan menyoroti perilaku konsumen dalam melakukan transaksi non tunai. | objek mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar serta ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Sementara itu, penelitian penulis menggunakan tren cashless society dan literasi keuangan syariah sebagai variabel independen terhadap perilaku impulsive buying Generasi Z di Kota |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian                                                                                                                            | Metode Penelitian                                                                                                                                                                                                      | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                        | Persamaan                                                                                                                                                                                                                                   | Perbedaan                                                                                                                                                                                                      |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                             | Banda Aceh, sehingga memiliki cakupan variabel dan responden yang lebih luas.                                                                                                                                  |
| 6. | (Raslina et al., 2026) dengan judul <i>"Pengaruh Cashless Society, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z"</i> . | Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden Generasi Z. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji | Hasil penelitian menunjukkan bahwa cashless society, gaya hidup, literasi keuangan, dan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Kemudahan transaksi non-tunai, gaya hidup yang mengikuti tren, serta paparan media sosial mendorong | Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengkaji pengaruh cashless society dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi Generasi Z menggunakan pendekatan kuantitatif. Kedua penelitian juga | Perbedaannya terletak pada variabel dependen, variabel independen, dan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen dengan tambahan variabel gaya hidup dan media |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian | Metode Penelitian                                                                                                  | Hasil Penelitian                                                                                                                                           | Persamaan                                                                                                  | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                  | pengaruh cashless society, gaya hidup, literasi keuangan, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. | meningkatnya perilaku konsumtif. Literasi keuangan juga menjadi faktor yang memengaruhi cara Generasi Z dalam mengambil keputusan konsumsi di era digital. | menempatkan transaksi digital sebagai salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumen di era digital. | sosial sebagai variabel independen. Sementara itu, penelitian penulis menggunakan perilaku impulsive buying sebagai variabel dependen serta tren cashless society dan literasi keuangan syariah sebagai variabel independen dengan objek penelitian Generasi Z di Kota Banda Aceh. |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian                                                                                                                              | Metode Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Persamaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7. | (Rahmatika, Ariani, & Susanti, 2024) dengan judul <i>"Pengaruh Cashless Society dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Kota Padang"</i> . | Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa Generasi Z dari Universitas Putra Indonesia YPTK Padang dan Politeknik Negeri Padang. Sampel penelitian berjumlah 178 responden. Analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi | Hasil penelitian menunjukkan bahwa cashless society dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, baik secara parsial maupun simultan. Kemudahan penggunaan pembayaran digital, berbagai promo seperti cashback dan diskon, serta tingkat literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi Generasi Z. Semakin tinggi intensitas penggunaan | Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengkaji pengaruh cashless society dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi Generasi Z menggunakan pendekatan kuantitatif. Selain itu, kedua penelitian menempatkan cashless society sebagai variabel independen utama yang memengaruhi perilaku konsumen di era | Perbedaannya terletak pada variabel dependen, jenis literasi keuangan, dan objek penelitian. Penelitian Rahmatika dkk. menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen dan literasi keuangan konvensional dengan objek Generasi Z di Kota Padang. Sementara itu, penelitian penulis menggunakan |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian             | Metode Penelitian                                         | Hasil Penelitian                                                                                                                            | Persamaan                                       | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                              | linier berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F. | sistem pembayaran non-tunai, semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. | digital.                                        | perilaku impulsive buying sebagai variabel dependen serta literasi keuangan syariah sebagai variabel independen dengan objek Generasi Z di Kota Banda Aceh, sehingga penelitian ini memberikan perspektif syariah yang tidak dibahas dalam penelitian terdahulu. |
| 8. | (Yulianti <i>et al.</i> , 2026) dengan judul | Penelitian menggunakan pendekatan                         | Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>cashless</i>                                                                                          | Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang | Perbedaannya terletak pada variabel                                                                                                                                                                                                                              |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian                                                                                                      | Metode Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Persamaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | "Pengaruh Cashless Lifestyle, Promosi Digital Payment, dan Kemudahan Transaksi terhadap Perilaku Impulsive Buying di Kalangan Gen Z". | kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden Generasi Z di Kota Medan yang aktif menggunakan pembayaran digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, sedangkan analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan | <i>lifestyle</i> , promosi <i>digital payment</i> , dan kemudahan transaksi secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku impulsive buying pada Generasi Z. Kemudahan sistem pembayaran digital, berbagai program promosi seperti cashback dan diskon, serta transaksi yang cepat dan praktis mendorong meningkatnya kecenderungan pembelian impulsif di kalangan Generasi Z. | dilakukan penulis adalah sama-sama mengkaji pengaruh sistem pembayaran digital (cashless society/cashless lifestyle) terhadap perilaku impulsive buying Generasi Z dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Kedua penelitian juga membahas bagaimana kemudahan transaksi digital memengaruhi perilaku pembelian spontan. | independen dan objek penelitian. Penelitian Yulianti dan Wardayani menggunakan cashless lifestyle, promosi digital payment, dan kemudahan transaksi sebagai variabel independen dengan objek Generasi Z di Kota Medan. Sementara itu, penelitian penulis menggunakan tren cashless society dan |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian                                               | Metode Penelitian                                                      | Hasil Penelitian                                                                          | Persamaan                                                                          | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                | kan IBM SPSS Statistics 22.                                            |                                                                                           |                                                                                    | literasi keuangan syariah sebagai variabel independen terhadap perilaku impulsive buying Generasi Z di Kota Banda Aceh, sehingga penelitian penulis memasukkan aspek literasi keuangan syariah yang tidak dikaji dalam penelitian terdahulu. |
| 9. | (Susilo, 2024) dengan judul <i>"Pengaruh Pengguna an E-Wallet dan Literasi</i> | Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif | Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan | Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama | Perbedaannya terletak pada variabel independen dan lokasi penelitian.                                                                                                                                                                        |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian                                                                      | Metode Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Persamaan                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <i>Keuangan Syariah terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Gen Z Pengguna E-Wallet di Jepara".</i> | asosiatif. Populasi penelitian adalah Generasi Z pengguna e-wallet di Kabupaten Jepara. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden merupakan Generasi Z yang lahir pada tahun 1997-2012, berdomisili di Jepara, dan menggunakan e-wallet. Data dikumpulkan melalui kuesioner | terhadap perilaku pembelian impulsif. Selain itu, literasi keuangan syariah juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif dengan nilai $R^2$ sebesar 0,215, yang berarti sebesar 21,5% variasi perilaku pembelian impulsif dapat dijelaskan oleh penggunaan e-wallet dan | mengkaji pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku impulsive buying. Generasi Z menggunakan pendekatan kuantitatif. Kedua penelitian juga menempatkan Generasi Z sebagai objek penelitian dan mengkaji perilaku konsumsi di era digital. | Penelitian Nihlatussi fa dan Susilo menggunakan penggunaan e-wallet sebagai variabel independen utama, sedangkan penelitian penulis menggunakan tren cashless society yang memiliki cakupan lebih luas, meliputi penggunaan QRIS, mobile banking, kartu elektronik, dan e-wallet. Selain itu, objek penelitian terdahulu |

| No | Nama, Tahun dan Judul Penelitian | Metode Penelitian                                                                                                                                               | Hasil Penelitian                                                                            | Persamaan | Perbedaan                                                                                                        |
|----|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                  | skala Likert dan dianalisis menggunakan IBM SPSS 25 melalui uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F. | literasi keuangan syariah, sedangkan 78,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. |           | adalah Generasi Z di Kabupaten Jepara, sedangkan penelitian penulis berfokus pada Generasi Z di Kota Banda Aceh. |

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu dari segi variabel, objek, dan fokus penelitian. Penelitian sebelumnya umumnya hanya mengkaji pengaruh *cashless society*, *e-wallet*, *QRIS*, *digital payment*, atau literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif maupun perilaku *impulsive buying* secara terpisah. Sementara itu, penelitian ini menggabungkan tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah sebagai variabel independen untuk menganalisis pengaruhnya secara simultan terhadap perilaku *impulsive buying* pada Generasi Z di Kota Banda Aceh. Selain itu, penelitian ini menggunakan literasi keuangan syariah sebagai

perspektif utama yang menekankan pengelolaan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip Islam, seperti menghindari *riba*, *gharar*, *maysir*; serta perilaku *israf* (berlebihan) dalam konsumsi. Pemilihan Kota Banda Aceh sebagai lokasi penelitian juga menjadi pembeda karena Aceh merupakan daerah yang menerapkan Syariat Islam berdasarkan Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah, sehingga penerapan nilai-nilai syariah dalam aktivitas ekonomi masyarakat menjadi konteks yang relevan untuk dikaji. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh *tren cashless society* dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku *impulsif buying* Generasi Z dalam konteks masyarakat yang menerapkan sistem ekonomi berbasis syariah.

## **2.6 Keterkaitan Antara Variabel**

### **2.6.1 Pengaruh Tren Cashless Society terhadap Perilaku Impulsif buying Generasi Z**

Tren *cashless society* memiliki keterkaitan yang erat dengan perilaku *impulsive buying* pada Generasi Z. Penggunaan sistem pembayaran digital, seperti *QRIS*, *e-wallet*, dan *mobile banking*, memberikan kemudahan, kecepatan, serta kepraktisan dalam bertransaksi sehingga proses pembayaran menjadi lebih sederhana dan dapat mengurangi pertimbangan rasional sebelum melakukan

pembelian. Kondisi tersebut mendorong Generasi Z untuk lebih mudah melakukan pembelian secara spontan, terutama ketika didukung oleh berbagai promosi digital, seperti diskon, *cashback*, dan gratis ongkos kirim. Semakin tinggi intensitas penggunaan transaksi non-tunai, semakin besar pula kecenderungan terjadinya perilaku *impulsive buying*. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian berjudul Pengaruh *Cashless Lifestyle*, Promosi *Digital Payment*, dan Kemudahan Transaksi terhadap Perilaku *Impulsive Buying* di Kalangan Gen Z (2026), yang menunjukkan bahwa variabel *cashless lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa meningkatnya ketergantungan Generasi Z terhadap transaksi digital berkontribusi pada semakin tingginya kecenderungan melakukan pembelian tanpa perencanaan (Yulianti *et al.*, 2026).

#### **2.6.2 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Impulsif buying Generasi Z**

Literasi keuangan syariah memiliki keterkaitan yang erat dengan perilaku konsumsi Generasi Z karena memberikan pemahaman mengenai prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang sesuai dengan syariat Islam, seperti menghindari perilaku *israf* (berlebihan), *tabzir* (pemborosan), berbelanja sesuai kebutuhan, serta mengutamakan konsumsi produk yang halal dan bermanfaat.

Pemahaman tersebut mendorong individu untuk mengambil keputusan konsumsi secara lebih rasional, bijaksana, dan bertanggung jawab. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian berjudul *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Teknologi Finansial Berbasis E-Wallet, dan Gaya Hidup Halal terhadap Perilaku Konsumsi Islami pada Generasi Z* (2026), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami Generasi Z. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki, semakin besar kecenderungan Generasi Z untuk menerapkan perilaku konsumsi yang selaras dengan nilai-nilai Islam, meskipun berada di tengah pesatnya perkembangan teknologi finansial dan tren pembayaran digital (Puspitasari, 2026).

Meskipun secara teoritis literasi keuangan syariah dapat mendorong individu untuk mengelola keuangan secara lebih bijak dan menghindari perilaku konsumsi berlebihan, hasil penelitian (Andiansyah & Zulkarnaen, 2025) menunjukkan temuan yang berbeda. Penelitian pada mahasiswa Universitas Gunung Leuser, Aceh, menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan syariah yang dimiliki, semakin tinggi pula kecenderungan individu melakukan pembelian secara impulsif.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Nihlatussifa dan Susilo (2025) pada Generasi Z pengguna *e-wallet* di Jepara yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulse buying*. Dengan demikian, meskipun literasi keuangan syariah secara konseptual diharapkan dapat mendorong pengelolaan keuangan yang lebih baik, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap perilaku *impulsive buying*.

### **2.6.3 Pengaruh Tren Cashless Society dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Impulsif buying Generasi Z**

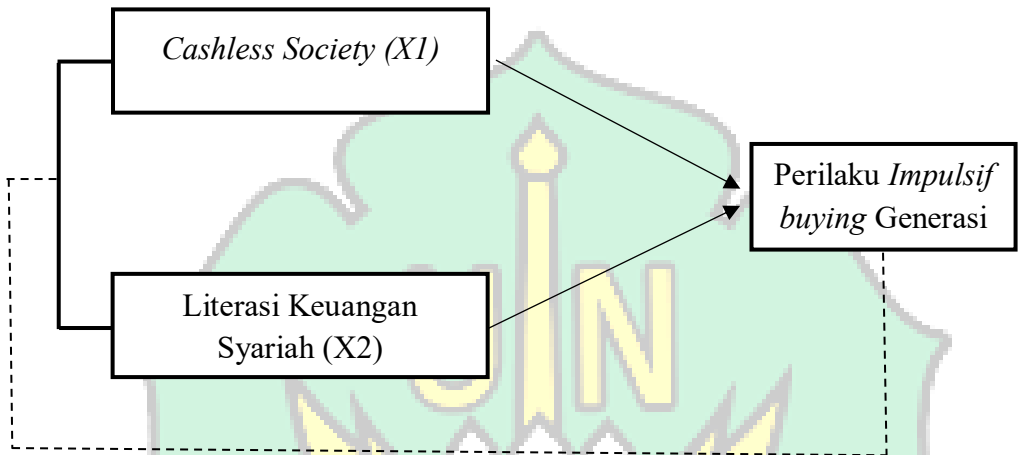
Penggunaan dompet digital (*e-wallet*) dan literasi keuangan syariah memiliki keterkaitan dengan perilaku *impulsive buying* pada Generasi Z. Kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh *e-wallet* menjadikan proses transaksi lebih praktis sehingga dapat mengurangi pertimbangan sebelum melakukan pembelian dan mendorong terjadinya pembelian secara spontan. Sementara itu, literasi keuangan syariah berperan dalam membentuk kemampuan individu untuk mengelola keuangan berdasarkan prinsip-prinsip Islam, seperti menghindari perilaku *israf* (berlebihan) dan *tabzir* (pemborosan), serta mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan dalam setiap keputusan konsumsi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian berjudul *Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (E-Wallet) dan Literasi Keuangan Syariah terhadap*

*Impulsive Buying pada Gen Z di Kota Malang (2025)*, yang menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital dan literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*, baik secara parsial maupun simultan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *e-wallet*, semakin besar kecenderungan Generasi Z melakukan pembelian impulsif, sedangkan tingkat literasi keuangan syariah berperan dalam membentuk kemampuan mereka untuk mengendalikan perilaku konsumtif saat bertransaksi secara digital (Suryati, 2025).

## **2.7 Kerangka Berpikir**

Kerangka Berpikir adalah sebuah gambaran sistematis dari hubungan antar konsep atau variabel yang menjadi fokus dalam suatu penelitian. Kerangka ini disusun berdasarkan teori-teori yang relevan dan temuan penelitian sebelumnya, dan berfungsi sebagai dasar untuk menyusun hipotesis serta menyusun alur berpikir dalam penelitian. Kerangka konseptual pada penelitian ini menjelaskan hubungan antar variabel yaitu Pengaruh Tren *Cashless Society* Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku *Impulsif buying* Generasi Z Di Kota Banda Aceh.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Penelitian**



## 2.8 Hipotesis

Berdasarkan judul penelitian “Pengaruh Tren *Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh”, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Tren *cashless society* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

H<sub>2</sub>: Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

H<sub>3</sub>: Tren cashless society dan literasi keuangan syariah secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku Impulsif buying Generasi Z di Kota Banda Aceh.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang berlandaskan pada paradigma positivisme, yang bertujuan untuk mengkaji suatu fenomena melalui pengukuran variabel-variabel yang dapat dinyatakan secara kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian sebagai alat pengumpulan data, serta analisis data dilakukan secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2017:8).

Berdasarkan jenisnya, penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari tren cashless society dan literasi keuangan syariah, sedangkan variabel dependen adalah perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor

yang mempengaruhi perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh, khususnya dari aspek tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah, sehingga dapat diketahui sejauh mana kedua variabel tersebut berkontribusi terhadap perilaku *Impulsif buying* mereka.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kota Banda Aceh. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Kota Banda Aceh merupakan salah satu wilayah yang memiliki perkembangan penggunaan transaksi digital (*cashless society*) yang cukup pesat serta tingkat literasi keuangan syariah masyarakat yang relatif berkembang, khususnya di kalangan Generasi Z. Selain itu, Kota Banda Aceh juga merupakan pusat aktivitas ekonomi, pendidikan, dan teknologi di Provinsi Aceh, sehingga dinilai relevan dalam mendukung penelitian mengenai perilaku *Impulsif Buying* Generasi Z.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya terbatas pada jumlah

orang, tetapi juga mencakup seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek yang diteliti (Sugiyono, 2023:126).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z yang berada di Kota Banda Aceh dengan jumlah sebanyak 60.157 orang. Populasi tersebut dipilih karena Generasi Z merupakan kelompok yang paling aktif dalam penggunaan teknologi digital serta merupakan kelompok yang aktif menggunakan sistem pembayaran non-tunai (*cashless society*). Selain itu, Generasi Z juga mulai memiliki kesadaran dan pemahaman terhadap literasi keuangan syariah, sehingga dinilai relevan sebagai objek penelitian untuk menganalisis pengaruh tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z. Dengan demikian, populasi ini diharapkan mampu memberikan data yang akurat dan representatif dalam menggambarkan kondisi sebenarnya di Kota Banda Aceh.

### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penggunaan sampel dilakukan apabila populasi yang diteliti cukup besar sehingga peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari seluruh populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu (Sugiyono, 2023). Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu

yang telah ditetapkan oleh peneliti agar sesuai dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merupakan Generasi Z.
2. Berdomisili di Kota Banda Aceh.
3. Pernah menggunakan transaksi non-tunai (*cashless*) seperti *e-wallet*, *mobile banking*, atau *QRIS*.

Pemilihan transaksi non tunai berupa *e-wallet*, *mobile banking*, dan *QRIS* sebagai kriteria sampel dilakukan dengan mempertimbangkan bahwa ketiga metode pembayaran tersebut merupakan bentuk transaksi digital yang paling sering digunakan oleh masyarakat saat ini. Penggunaan ketiganya telah berkembang secara luas dalam berbagai kegiatan ekonomi, baik untuk pembayaran barang, jasa, maupun transaksi usaha. Selain itu, ketiga layanan tersebut dinilai dapat menggambarkan perkembangan sistem pembayaran non tunai di Indonesia. Dengan demikian, pemilihan kriteria tersebut diharapkan mampu menghasilkan data yang sesuai dan mendukung tujuan penelitian.

Pada penelitian ini jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus slovin dengan batas kesalahan 10% dapat dinyatakan dalam perhitungan dibawah ini:

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

$$n = \frac{60.157}{1 + 60.157 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{60.157}{1 + 601.57}$$

$$n = \frac{60.157}{602.57}$$

$$n = 99.83 = 100$$

**Keterangan:**

n = Ukuran sample

N = Jumlah populasi

e = Persentase kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sample (e = 10%)

Dengan populasi penelitian sebesar 60.157 generasi z yang berada di Banda Aceh dan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%, maka berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dengan demikian, jumlah tersebut dianggap telah mewakili populasi penelitian sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran yang cukup akurat mengenai populasi yang diteliti.

### **3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Sumber Data**

## **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama tanpa melalui perantara. Menurut Sugiyono (2023), data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data ini umumnya diperoleh melalui kuesioner, wawancara, maupun observasi langsung di lapangan.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara, observasi penelitian, serta penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner disusun untuk mengukur pendapat responden mengenai pengaruh *tren cashless society* dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh. Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Banda Aceh dan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian.

## **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, melainkan berasal dari sumber yang sudah ada seperti buku, jurnal, dokumen, arsip, maupun data dari instansi terkait yang mendukung penelitian. Kedua jenis data ini digunakan untuk melengkapi dan memperkuat hasil penelitian agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2023).

### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring (*online*) menggunakan *Google Form*. (Sugiyono, 2023).

Kuesioner tersebut berfungsi sebagai instrumen penelitian untuk memperoleh data primer yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Kuesioner atau angket merupakan metode pengumpulan data dengan cara menyajikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden guna memperoleh informasi yang sesuai dengan variabel penelitian. Metode ini dianggap efisien, terutama ketika jumlah responden relatif besar dan cakupan wilayah penelitian luas, serta memberikan fleksibilitas bagi responden untuk memberikan jawaban baik secara langsung maupun melalui *platform daring* (Sugiyono, 2023).

Dalam penelitian ini, angket disusun dalam bentuk beberapa pernyataan yang digunakan untuk mengukur pengaruh *tren cashless society* dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh, dengan Generasi Z sebagai responden yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.

### **3.5 Skala Pengukuran**

Menurut Sugiyono (2017), skala pengukuran merupakan pedoman yang digunakan untuk menentukan jarak atau interval antar nilai dalam suatu alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data yang

bersifat kuantitatif. Dalam penelitian ini digunakan skala Likert yang berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan rentang nilai 1 sampai 5, yang menunjukkan tingkat persetujuan responden, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

**Tabel 3. 1**  
**Pengukuran Skala Likert**

| Pilihan | Keterangan          | Skor |
|---------|---------------------|------|
| SS      | Sangat Setuju       | 5    |
| S       | Setuju              | 4    |
| N       | Netral              | 3    |
| TS      | Tidak Setuju        | 2    |
| STS     | Sangat Tidak Setuju | 1    |

*Sumber data penelitian 2026*

### **3.6 Operasional Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017), variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, yang kemudian ditarik kesimpulannya. Secara umum, variabel penelitian terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Variabel terikat atau variabel dependen (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang

dianalisis adalah perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh (Y).

2. Variabel bebas atau variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas tren cashless society (X1) dan literasi keuangan syariah (X2), yang berperan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini.



**Tabel 3. 2**  
**Operasional Variabel**

| Variabel                                           | Indikator                        | Pernyataan                                                                                              |
|----------------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Cashless Society (X1)</i><br>(Sabrina, 2026).   | Kecepatan Transaksi              | Penggunaan metode pembayaran non-tunai memungkinkan saya menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat.    |
|                                                    | Kemudahan Penggunaan             | Saya merasa metode pembayaran non-tunai mudah digunakan dalam berbagai aktivitas transaksi.             |
|                                                    | Biaya Transaksi                  | Biaya yang dikenakan pada penggunaan metode pembayaran non-tunai relatif rendah.                        |
|                                                    | Kenyamanan dan keandalan sistem  | Saya merasa menggunakan metode pembayaran non-tunai dalam bertransaksi lebih stabil dan minim gangguan. |
| Literasi Keuangan Syariah (X2)<br>(Gustati, 2023). | Pengetahuan ( <i>Knowledge</i> ) | Saya mengetahui prinsip-prinsip dasar yang digunakan dalam keuangan syariah.                            |
|                                                    | Keterampilan ( <i>Skill</i> )    | Saya mampu memilih produk keuangan syariah yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi keuangan saya.      |
|                                                    | Keyakinan ( <i>Confidence</i> )  | Saya yakin dapat mengelola layanan                                                                      |

|                                                          |                                                   |                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                          |                                                   | keuangan sesuai dengan prinsip syariah.                                                                                         |
|                                                          | Sikap ( <i>Attitude</i> )                         | Saya sangat hati hati dalam membelanjakan kebutuhan agar terhindar dari pemborosan.                                             |
|                                                          | Perilaku keuangan ( <i>Behaviour</i> )            | Saya menerapkan pengetahuan keuangan syariah dalam mengelola dan mengambil keputusan terhadap pengeluaran keuangan sehari-hari. |
| Perilaku <i>Impulsif buying</i> (Y)<br>(Chasanah, 2021). | Pembelian Secara Spontan                          | Saya sering membeli suatu produk secara tiba-tiba tanpa merencanakannya terlebih dahulu.                                        |
|                                                          | Dorongan Yang Dipengaruhi oleh Stimulus Eksternal | Saya terdorong membeli suatu produk karena melihat promo, diskon, atau iklan yang menarik.                                      |
|                                                          | Dorongan Untuk Segera Melakukan Pembelian         | Saya merasa ingin segera membeli suatu produk ketika melihat produk yang saya sukai.                                            |
|                                                          | Reaksi Emosional Setelah Pembelian                | Saya merasa senang setelah membeli suatu produk secara tiba-tiba.                                                               |

*Sumber Data diolah, 2026*

Instrumen penelitian ini disusun berdasarkan indikator yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel penelitian dan

dinilai menggunakan skala Likert lima poin. Variabel Cashless Society (X1) diukur melalui empat indikator, yaitu kecepatan transaksi, kemudahan penggunaan, biaya transaksi, serta kenyamanan dan keandalan sistem. Variabel Literasi Keuangan Syariah (X2) diukur melalui lima indikator, yaitu pengetahuan (*knowledge*) mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah, keterampilan (*skill*) dalam memilih produk keuangan syariah sesuai kebutuhan, keyakinan (*confidence*) dalam menggunakan layanan keuangan sesuai prinsip syariah, sikap (*attitude*) dalam mengelola pengeluaran secara bijaksana, serta perilaku keuangan (*behaviour*) dalam menerapkan pengetahuan keuangan syariah pada pengambilan keputusan keuangan sehari-hari.

Adapun variabel Perilaku *Impulsive Buying* (Y) diukur melalui empat indikator, yaitu pembelian secara spontan, dorongan yang dipengaruhi oleh stimulus eksternal, dorongan untuk segera melakukan pembelian, serta reaksi emosional setelah pembelian. Seluruh indikator tersebut dituangkan ke dalam bentuk pernyataan yang dirancang untuk mengukur tingkat persepsi, pemahaman, dan perilaku responden terkait penggunaan pembayaran non-tunai, literasi keuangan syariah, serta kecenderungan melakukan pembelian *impulsif*. Penilaian terhadap setiap pernyataan dilakukan menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban, yaitu

Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Seluruh data yang diperoleh dari responden akan diolah dan dianalisis untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh *tren cashless society* dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh. Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan program Eviews versi 12, sehingga hasil pengolahan data yang diperoleh diharapkan lebih akurat, objektif, dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

#### **3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data sebagaimana adanya tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang bersifat umum atau generalisasi (Hasibuan, *et al.*, 2023). Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai data variabel *tren cashless society*, literasi keuangan syariah, dan perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

Penyajian data dalam analisis statistik deskriptif dilakukan melalui beberapa ukuran statistik, yaitu nilai rata-rata (*mean*),

standar deviasi (*standard deviation*), nilai minimum, dan nilai maksimum, sehingga dapat memberikan informasi yang lebih jelas mengenai karakteristik data penelitian.

### 3.7.2 Pemilihan Model Regresi

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

Adapun persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

#### Keterangan:

Y = Perilaku *Impulsif buying* Generasi Z

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Tren *cashless society*

$X_2$  = Literasi keuangan syariah

e = Error term (kesalahan pengganggu)

### 3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menentukan ketepatan model serta mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk dianalisis lebih lanjut. Uji ini penting dilakukan sebelum analisis regresi agar model yang dihasilkan tidak bias dan memenuhi kriteria sebagai model yang baik. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolinearitas, uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

### **1. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang kuat antar variabel independen dalam model penelitian. Multikolinearitas dapat menyebabkan ketidakstabilan dalam estimasi koefisien regresi sehingga sulit untuk menginterpretasikan pengaruh masing-masing variabel. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai koefisien korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai  $VIF < 10$  (Hasibuan, 2023).

## **2. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian memiliki distribusi normal. Data yang baik dan layak digunakan dalam analisis regresi adalah data yang berdistribusi normal, karena hal ini akan mempengaruhi keakuratan hasil penelitian. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji Jarque-Bera untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Menurut Napitupulu *et al.* (2021: 140) yang dikutip dalam Hasibuan (2023), dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika nilai probabilitas Jarque-Bera lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi normal, sedangkan jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

## **3. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas atau memiliki varians residual yang konstan (homoskedastisitas). Pengujian ini dapat dilakukan menggunakan uji Glejser atau uji White dalam program Eviews. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka tidak

terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas dalam model penelitian.

#### **3.7.4 Uji Hipotesis**

Uji hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada hasil analisis data. Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah, terhadap variabel dependen, yaitu perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh. Seluruh proses pengujian dan analisis data dilakukan dengan bantuan program *Eviews* versi 12.

Uji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji simultan (uji F), dan uji parsial (uji t).

##### **1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen, atau dengan kata lain seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan seberapa besar perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh dapat dijelaskan oleh variabel tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah.

Menurut Napitupulu *et al.* (2021:80) yang dikutip dalam Hasibuan (2023), apabila nilai koefisien determinasi sama dengan 0, maka variabel independen tidak mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai koefisien determinasi sama dengan 1, maka seluruh variasi variabel dependen dapat dijelaskan secara sempurna oleh variabel independen.

## **2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk menguji apakah tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah secara simultan berpengaruh terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

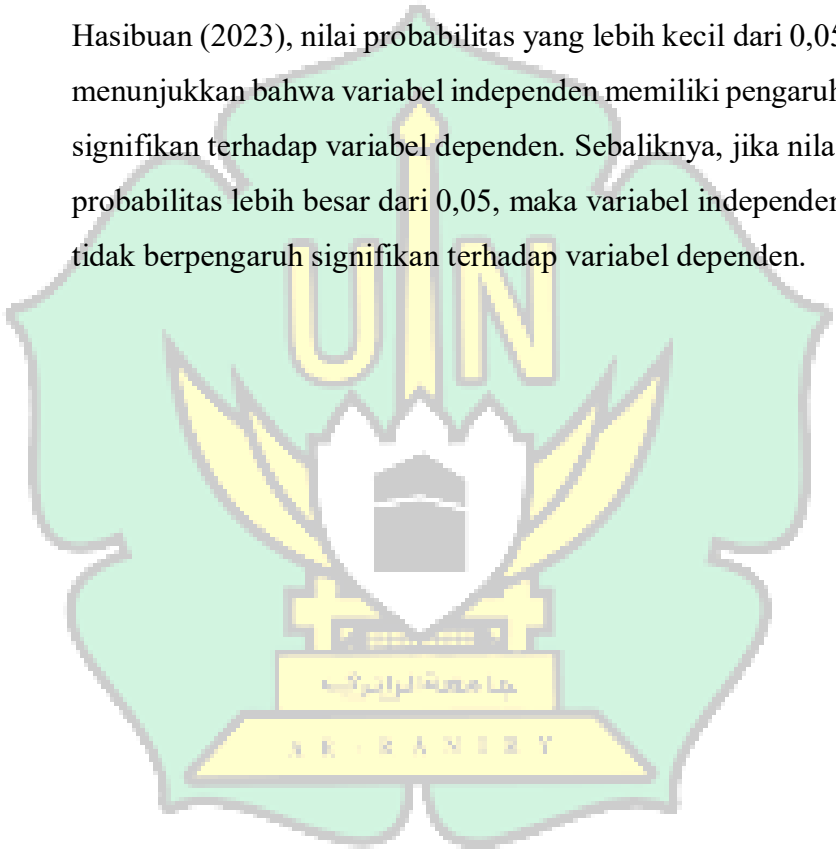
Menurut Napitupulu *et al.* (2021:80) yang dikutip dalam Hasibuan (2023), apabila nilai probabilitas F (Prob. F-statistic)  $< 0,05$ , maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## **3. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini,

uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial tren *cashless society* dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

Menurut Napitupulu *et al.* (2021) yang dikutip dalam Hasibuan (2023), nilai probabilitas yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Kota Banda Aceh**

Kota Banda Aceh merupakan salah satu kota tertua di Indonesia yang memiliki hubungan erat dengan sejarah kejayaan Kesultanan Aceh Darussalam. Pada masa pemerintahan kesultanan, kota ini dikenal dengan nama Bandar Aceh Darussalam. Kota tersebut didirikan oleh Sultan Johan Syah pada hari Jumat, 1 Ramadhan 601 Hijriah yang bertepatan dengan 22 April 1205 Masehi. Sebagai salah satu kota Islam tertua di Asia Tenggara, Banda Aceh memegang peranan penting dalam penyebaran agama Islam ke berbagai wilayah di Nusantara. Berdasarkan peran historis tersebut, Banda Aceh kemudian dikenal luas dengan julukan Serambi Mekkah.

Pada masa kejayaannya, Banda Aceh Darussalam berkembang sebagai pusat pemerintahan, perdagangan, dan pendidikan Islam yang memiliki pengaruh besar di kawasan regional. Posisi strategis kota ini menarik minat para pelajar dari berbagai wilayah, seperti Timur Tengah, India, dan sejumlah negara lainnya untuk menuntut ilmu. Selain menjadi pusat pendidikan Islam, Bandar Aceh Darussalam juga berperan sebagai pusat perdagangan internasional yang dikunjungi oleh para saudagar dari Arab, Turki, Tiongkok, Eropa, dan India. Puncak kejayaan Kesultanan Aceh terjadi pada

masa pemerintahan Sultan Iskandar Muda pada periode 1607 hingga 1636. Masa kepemimpinan tersebut hingga kini dikenal sebagai era keemasan sekaligus salah satu periode paling berpengaruh dalam sejarah Aceh.

Arus kedatangan pelajar dan pedagang dari berbagai negara tidak hanya memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan aktivitas perdagangan, tetapi juga mendorong terjadinya proses akulturasi budaya. Sebagian dari mereka kemudian menetap di Aceh dan membangun kehidupan bersama masyarakat setempat melalui ikatan pernikahan. Interaksi yang berlangsung secara berkelanjutan tersebut melahirkan keberagaman budaya yang masih dapat dijumpai hingga saat ini di berbagai kawasan Kota Banda Aceh. Jejak akulturasi tersebut dapat dilihat melalui sejumlah peninggalan sejarah, seperti kawasan Pecinan di Gampong Peunayong dan kompleks Makam Turki yang terletak di Gampong Bitai (Pemerintah Kota Banda Aceh, 2026).

#### **4.1.2 Keadaan Demografis**

Berdasarkan data terbaru, jumlah penduduk Kota Banda Aceh tercatat sebanyak 265.310 jiwa. Komposisi penduduk kota ini didominasi oleh kelompok usia muda, yang dipengaruhi oleh peran strategis Banda Aceh sebagai pusat pendidikan di Provinsi Aceh sekaligus salah satu pusat pendidikan terkemuka di Pulau Sumatra.

Selain menjadi destinasi bagi masyarakat yang ingin melanjutkan pendidikan, Kota Banda Aceh juga menjadi tujuan bagi penduduk usia produktif dari berbagai daerah yang datang untuk memperoleh peluang kerja dan meningkatkan taraf perekonomian mereka.

Dengan luas wilayah sekitar 61,36 km<sup>2</sup>, persebaran penduduk di Kota Banda Aceh belum tersebar secara merata. Kondisi ini merupakan salah satu dampak dari bencana gempa bumi dan tsunami tahun 2004 yang mendorong sebagian masyarakat berpindah dari kawasan pesisir ke wilayah yang dinilai lebih aman dan berada lebih jauh dari garis pantai. Berdasarkan struktur umur penduduk, kelompok usia produktif (15–64 tahun) mendominasi komposisi penduduk dengan persentase sebesar 65,93%, sedangkan sisanya sebesar 34,07% terdiri atas kelompok usia 0–14 tahun dan penduduk lanjut usia yang berumur di atas 65 tahun. Dari aspek pendidikan, lulusan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) atau sederajat merupakan kelompok dengan jumlah terbesar, yaitu mencapai 72.825 jiwa.

Secara administratif, Kota Banda Aceh terbagi ke dalam 9 kecamatan yang mencakup 90 gampong (desa). Mayoritas penduduk memeluk agama Islam, meskipun terdapat pula masyarakat yang menganut agama lain, seperti Kristen, Hindu, Buddha, dan kepercayaan lainnya. Keberagaman tersebut hidup berdampingan

dalam suasana yang harmonis dengan tingkat toleransi antarumat beragama yang tetap terpelihara. Sebagai bentuk dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan keagamaan, Kota Banda Aceh memiliki berbagai sarana peribadatan yang meliputi 104 masjid, 91 meunasah, 90 mushalla, 4 gereja, 1 kuil, dan 1 klenteng (Pemerintah Kota Banda Aceh, 2026).

## **4.2 Karakteristik Responden**

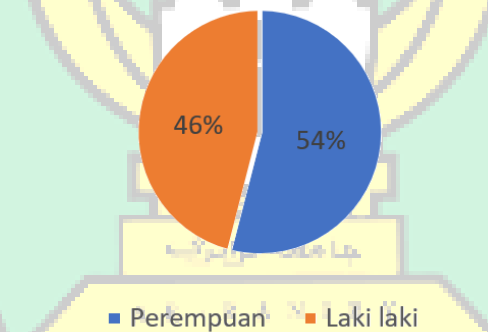
Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan *Google Forms* kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu Generasi Z yang berdomisili di Kota Banda Aceh. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui berbagai media sosial, seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok, sehingga memperoleh sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Melalui data yang terkumpul tersebut, penelitian ini menganalisis karakteristik responden berdasarkan beberapa aspek, yaitu jenis kelamin, usia, serta pernah menggunakan aplikasi pembayaran digital. Analisis karakteristik responden dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai profil Generasi Z di Kota Banda Aceh sebagai objek penelitian, sehingga dapat mendukung interpretasi hasil analisis mengenai pengaruh *tren cashless society* dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku

*impulsif buying*. Berikut merupakan data analisis statistik mengenai karakteristik responden penelitian:

#### 4.2.1 karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner online menggunakan *Google Forms*, penelitian ini berhasil mengumpulkan sebanyak 100 responden yang merupakan Generasi Z di Kota Banda Aceh. Data tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Berikut adalah hasil analisis karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

**Gambar 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



*Sumber: data primer (diolah 2026)*

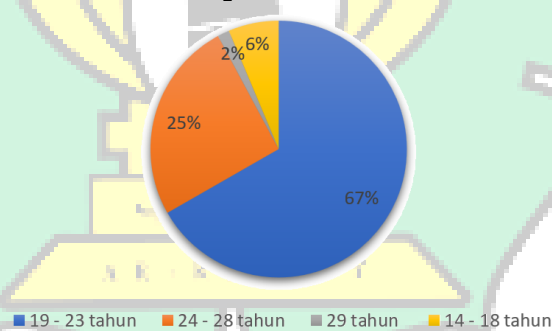
Berdasarkan Gambar 4.1 dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 54 orang (54%) dan merupakan kelompok dengan jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Generasi Z di

Kota Banda Aceh yang menjadi responden penelitian adalah perempuan. Sementara itu, responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 46 orang (46%), yang menunjukkan bahwa partisipasi responden laki-laki juga cukup besar meskipun jumlahnya lebih sedikit dibandingkan responden perempuan. Dengan demikian, komposisi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa perempuan memiliki tingkat partisipasi yang sedikit lebih tinggi dibandingkan laki-laki dalam penelitian ini.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian, klasifikasi karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat sebagai berikut.

**Gambar 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



*Sumber: data primer (di olah 2026)*

Berdasarkan Gambar 4.2 menunjukkan sebanyak 6 responden (6%) berada pada kelompok usia 14–18 tahun, sebanyak 67 responden (67%) berada pada kelompok usia 19–23 tahun, sebanyak

25 responden (25%) berada pada kelompok usia 24–28 tahun, dan sebanyak 2 responden (2%) berusia 29 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 19–23 tahun. Dominasi kelompok usia tersebut mengindikasikan bahwa partisipasi Generasi Z di Kota Banda Aceh paling banyak berasal dari responden yang berada pada rentang usia 19–23 tahun dalam penelitian mengenai *tren cashless society*, literasi keuangan syariah, dan perilaku *impulsif buying*.

#### 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh generasi z di Kota Banda Aceh.

##### 4.3.1. Variabel Cashless Society (X1)

Analisis *tren cashless society* terhadap perilaku *impulsif buying* pada Generasi Z di Kota Banda Aceh diukur berdasarkan sejumlah item pernyataan yang disusun sesuai dengan indikator penelitian. Adapun hasil pengukuran variabel *Cashless Society (X1)* disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik jawaban variabel cashless society**

| No. | Pernyataan                                          | Jawaban |    |    |    |    | Modus |
|-----|-----------------------------------------------------|---------|----|----|----|----|-------|
|     |                                                     | STS     | TS | N  | S  | SS |       |
| 1.  | Penggunaan metode pembayaran non-tunai memungkinkan | 2       | 1  | 11 | 40 | 46 | 5     |

|    |                                                                                                         |   |   |    |    |    |   |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|----|----|----|---|
|    | saya menyelesaikan transaksi lebih cepat dibandingkan pembayaran tunai.                                 |   |   |    |    |    |   |
| 2. | Saya merasa metode pembayaran non-tunai mudah digunakan dalam berbagai aktivitas transaksi.             | 2 | 3 | 6  | 42 | 47 | 5 |
| 3. | Biaya yang dikenakan pada penggunaan metode pembayaran non-tunai relatif rendah dan terjangkau.         | 1 | 3 | 22 | 41 | 33 | 4 |
| 4. | Saya merasa menggunakan metode pembayaran non-tunai dalam bertransaksi lebih stabil dan minim gangguan. | 3 | 4 | 21 | 35 | 37 | 5 |

*Sumber data diolah, 2026*

#### **4.3.2. Variabel Literasi Keuangan Syariah (X2)**

Analisis literasi keuangan syariah terhadap perilaku *impulsif buying* pada Generasi Z di Kota Banda Aceh diukur berdasarkan sejumlah item pernyataan yang disusun sesuai dengan indikator penelitian. Adapun hasil pengukuran variabel Literasi Keuangan Syariah (X2) disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik jawaban variabel literasi keuangan syariah (X2)**

| No. | Pernyataan                                                                                                                      | Jawaban |    |    |    |    | Modus |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----|----|----|----|-------|
|     |                                                                                                                                 | STS     | TS | N  | S  | SS |       |
| 1.  | Saya memahami bahwa transaksi keuangan syariah harus terhindar dari riba, gharar, dan maysir.                                   | 2       | 1  | 11 | 47 | 39 | 4     |
| 2.  | Saya mampu membandingkan produk keuangan syariah sebelum menggunakannya.                                                        | 1       | 5  | 15 | 41 | 38 | 4     |
| 3.  | Saya yakin dapat mengelola layanan keuangan sesuai dengan prinsip syariah.                                                      | 0       | 2  | 15 | 38 | 45 | 5     |
| 4.  | Saya mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan dalam menggunakan uang.                                                      | 0       | 2  | 12 | 40 | 46 | 5     |
| 5.  | Saya menerapkan pengetahuan keuangan syariah dalam mengelola dan mengambil keputusan terhadap pengeluaran keuangan sehari-hari. | 1       | 1  | 18 | 36 | 44 | 5     |

*Sumber data diolah, 2026*

#### 4.3.3. Variabel Impulsif buying (Y)

Analisis perilaku *impulsif buying* pada Generasi Z di Kota Banda Aceh diukur berdasarkan sejumlah item pernyataan yang disusun sesuai dengan indikator penelitian. Adapun hasil pengukuran variabel Perilaku *Impulsif buying* (Y) disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik jawaban variabel Impulsif buying (Y)**

| No. | Pernyataan                                                                                 | Jawaban |    |    |    |    | Modus |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----|----|----|----|-------|
|     |                                                                                            | STS     | TS | N  | S  | SS |       |
| 1.  | Saya sering membeli suatu produk secara tiba-tiba tanpa merencanakannya terlebih dahulu.   | 1       | 6  | 19 | 36 | 38 | 5     |
| 2.  | Saya terdorong membeli suatu produk karena melihat promo, diskon, atau iklan yang menarik. | 2       | 3  | 16 | 31 | 48 | 5     |
| 3.  | Saya merasa ingin segera membeli suatu produk ketika melihat produk yang saya sukai.       | 0       | 3  | 17 | 34 | 46 | 5     |
| 4.  | Saya merasa puas meskipun pembelian tersebut tidak direncanakan sebelumnya.                | 2       | 1  | 23 | 33 | 41 | 5     |

*Sumber data diolah, 2026*

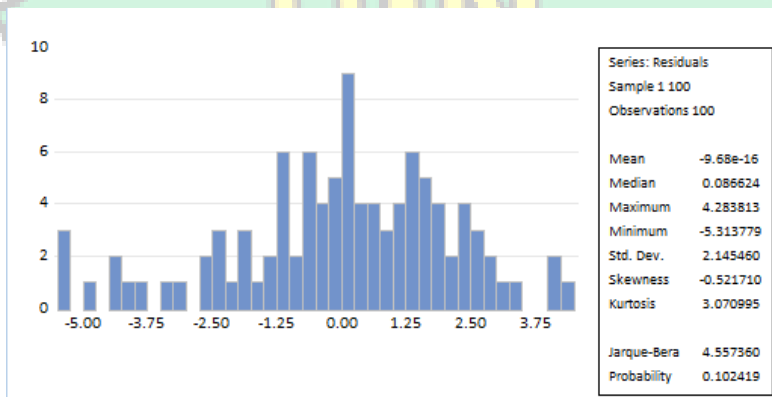
#### 4.4.Uji Asumsi Klasik

##### 4.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah data residual pada model regresi telah memenuhi asumsi

distribusi normal (Ghozali, 2016). Pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode Jarque-Bera (JB). Data residual dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai Jarque-Bera (JB) relatif kecil atau nilai probabilitas (*Probability*) lebih besar dari taraf signifikansi 5% (0,05). Sebaliknya, apabila nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka data residual dinyatakan tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas pada penelitian ini disajikan pada gambar berikut:

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**



*Sumber: Hasil Penelitian (diolah, 2026)*

Berdasarkan Gambar 4.3, hasil uji normalitas dengan metode Jarque-Bera menunjukkan nilai Jarque-Bera sebesar 4,557360 dan nilai probabilitas (*Probability*) sebesar 0,102419. Nilai probabilitas tersebut lebih besar daripada tingkat signifikansi 5% (0,05), yaitu  $0,102419 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual

pada model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi sehingga model regresi layak digunakan untuk pengujian hipotesis selanjutnya.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi berdasarkan uji Jarque-Bera. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, model regresi memenuhi salah satu syarat dalam analisis regresi linear berganda, sehingga estimasi parameter yang dihasilkan dapat digunakan sebagai dasar analisis lebih lanjut. Menurut Ghozali (2016), model regresi yang memiliki residual berdistribusi normal menunjukkan bahwa data telah memenuhi asumsi klasik normalitas, sehingga analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilanjutkan pada tahap pengujian asumsi klasik berikutnya serta pengujian hipotesis.

#### **4.4.2. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Menurut Ghozali (2016), pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala multikolinearitas apabila nilai  $VIF < 10$ , sehingga asumsi klasik terpenuhi. Sebaliknya, apabila nilai  $VIF > 10$ , maka terdapat indikasi multikolinearitas yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat

antar variabel independen dan menyebabkan asumsi klasik tidak terpenuhi. Hasil pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini disajikan pada Tabel berikut.

**Tabel 4. 4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

| Variabel bebas                         | VIF   | Keterangan            |
|----------------------------------------|-------|-----------------------|
| <i>Tren Chasless Society</i> ( $X_1$ ) | 1.278 | Non Multikolinearitas |
| Literasi Keuangan Syariah ( $X_2$ )    | 1.278 | Non Multikolinearitas |

*Sumber: Hasil Penelitian (diolah, 2026)*

Berdasarkan Tabel 4.5, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa kedua variabel independen dalam penelitian ini, yaitu *Tren Cashless Society* ( $X_1$ ) dan Literasi Keuangan Syariah ( $X_2$ ), masing-masing memiliki nilai *Centered Variance Inflation Factor* (*VIF*) sebesar 1.278. Nilai *VIF* kedua variabel tersebut lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi. Dengan demikian, asumsi uji multikolinearitas telah terpenuhi dan kedua variabel independen layak digunakan dalam analisis regresi.

#### **4.4.3. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi yang digunakan. Model regresi yang baik adalah model yang memenuhi asumsi homoskedastisitas, yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode *White*. Apabila nilai probabilitas

*Chi-Square* lebih kecil dari 0,05, maka terdapat indikasi heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila nilai probabilitas *Chi-Square* lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas pada model regresi yang menguji pengaruh *Tren Cashless Society* (X1) dan Literasi Keuangan Syariah (X2) terhadap Perilaku *Impulsif buying* (Y) disajikan pada gambar 4.2 berikut:

**Gambar 4. 4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

|                                                |          |                     |        |
|------------------------------------------------|----------|---------------------|--------|
| Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey |          |                     |        |
| Null hypothesis: Homoskedasticity              |          |                     |        |
| F-statistic                                    | 0.900779 | Prob. F(2,97)       | 0.4096 |
| Obs*R-squared                                  | 1.823411 | Prob. Chi-Square(2) | 0.4018 |
| Scaled explained SS                            | 1.776548 | Prob. Chi-Square(2) | 0.4114 |

*Sumber data hasil penelitian diolah, 2026*

Bersadarkan gambar 4.4 hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Breusch-Pagan-Godfrey* menunjukkan bahwa nilai Prob. *Chi-Square* pada Obs\*R-squared sebesar 0,4018. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 5% (0,05), yaitu  $0,4018 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi, sehingga model regresi layak digunakan dalam analisis regresi dan pengujian hipotesis selanjutnya.

#### 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh variabel independen, yaitu *Tren Cashless Society* ( $X_1$ ) dan Literasi Keuangan Syariah ( $X_2$ ), terhadap variabel dependen, yaitu Perilaku *Impulsif buying* ( $Y$ ), yang dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian regresi linear berganda dalam penelitian ini disajikan pada tabel 4.7 berikut:

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

| Nama variabel                       | Coefficient | Std error | t statistik | Sig.   |
|-------------------------------------|-------------|-----------|-------------|--------|
| konstanta                           | 1.681955    | 1.638691  | 1.026401    | 0.3073 |
| Cashless society ( $X_1$ )          | 0.199866    | 0.084441  | 2.366932    | 0.0199 |
| Literasi keuangan syariah ( $X_2$ ) | 0.549297    | 0.082775  | 6.636015    | 0.0000 |

*Sumber data hasil penelitian diolah, 2026*

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 4.4, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,681955 + 0,199866X_1 + 0,549297X_2$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 1,681955 mengindikasikan bahwa apabila variabel *Tren Cashless Society* ( $X_1$ ) dan Literasi Keuangan Syariah

(X2) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai Perilaku *Impulsive Buying* (Y) diperkirakan sebesar 1,681955.

Koefisien regresi variabel *Tren Cashless Society* (X1) sebesar 0,199866 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *Tren Cashless Society* akan meningkatkan Perilaku *Impulsive Buying* sebesar 0,199866 satuan, dengan asumsi variabel Literasi Keuangan Syariah tetap. Nilai signifikansi sebesar 0,0199 lebih kecil dari 0,05 ( $0,0199 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa *Tren Cashless Society* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

Koefisien regresi variabel Literasi Keuangan Syariah (X2) sebesar 0,549297 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Literasi Keuangan Syariah akan meningkatkan Perilaku *Impulsive Buying* sebesar 0,549297 satuan, dengan asumsi variabel *Tren Cashless Society* tetap. Nilai signifikansi sebesar 0,0000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,0000 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

Secara keseluruhan, hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu *Tren Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah, memiliki arah

pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

## 4.6 Uji Hipotesis

### 4.6.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Nilai t tabel ditentukan pada tingkat signifikansi 5% (0,05) dengan derajat kebebasan (df) yang dihitung menggunakan rumus  $df = n - k - 1$ , di mana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen.

Berdasarkan penelitian ini, jumlah sampel sebanyak 100 responden dan jumlah variabel independen sebanyak 2, sehingga diperoleh nilai  $df = 100 - 2 - 1 = 97$ . Dengan demikian, nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% (uji dua sisi) adalah sebesar 1,985. Apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $Sig. < 0,05$ ), maka hipotesis penelitian diterima. Hasil uji t dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.8 berikut.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Analisis Uji T**

| <b>Nama Variabel</b>           | <b>t Hitung</b> | <b>t Tabel</b> | <b>Sig.</b> | <b>Keputusan</b>       |
|--------------------------------|-----------------|----------------|-------------|------------------------|
| Cashless society (X1)          | 2.366932        | 1.985          | 0.0199      | Berpengaruh Signifikan |
| Literasi keuangan syariah (X2) | 6.636015        | 1.985          | 0.0000      | Berpengaruh Signifikan |

*Sumber: Data Primer (diolah), 2026*

Berdasarkan Tabel 4.7, dapat diketahui bahwa variabel *Tren Cashless Society (X1)* memiliki nilai t hitung sebesar 2,366932 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985 ( $2,366932 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,0199 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,0199 < 0,05$ ), sehingga H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Tren Cashless Society* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

Selanjutnya, variabel Literasi Keuangan Syariah (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 6,636015 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985 ( $6,636015 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,0000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,0000 < 0,05$ ), sehingga H2 diterima. Dengan demikian, Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

#### 4.6.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 serta membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Jika nilai F hitung lebih besar daripada F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis penelitian diterima.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Analisis Uji F**

| Keterangan | F Hitung | FTabel | Sig.   | Adj. R-Squared | Keputusan              |
|------------|----------|--------|--------|----------------|------------------------|
| Nilai      | 41.11438 | 3.09   | 0.0000 | 0.447633       | Berpengaruh Signifikan |

*Sumber data hasil penelitian diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,0000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai F hitung sebesar 41,11438 lebih besar daripada nilai F tabel sebesar 3,09. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima, yang berarti bahwa *Tren Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi kedua variabel independen tersebut memiliki

peran yang signifikan dalam menjelaskan variasi Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh.

#### **4.6.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen, yaitu *Tren Cashless Society* ( $X_1$ ) dan Literasi Keuangan Syariah ( $X_2$ ), terhadap variabel dependen, yaitu Perilaku *Impulsive Buying* ( $Y$ ). Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 4.9, diperoleh nilai Adjusted R-squared sebesar 0,447633 atau 44,76%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Tren Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah mampu menjelaskan variasi Perilaku *Impulsive Buying* sebesar 44,76%, sedangkan sisanya sebesar 55,24% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, hasil ini mengindikasikan bahwa kedua variabel independen memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan variabilitas Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh, meskipun masih terdapat faktor lain di luar model yang turut memengaruhi perilaku tersebut.

### **4.7 Pembahasan**

#### **4.7.1 Pengaruh *Tren Cashless Society* terhadap Perilaku Impulsif buying Generasi Z di Kota Banda Aceh**

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa *Tren Cashless Society* berpengaruh terhadap Perilaku *Impulsive Buying*

Generasi Z di Kota Banda Aceh. Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda, diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 2,366932 yang lebih besar daripada  $t$  tabel sebesar 1,985 ( $2,366932 > 1,985$ ), dengan nilai signifikansi sebesar 0,0199 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,0199 < 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara parsial *Tren Cashless Society* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Dengan demikian, semakin tinggi intensitas penggunaan sistem pembayaran non-tunai, seperti dompet digital, QRIS, dan mobile banking, maka semakin tinggi pula kecenderungan Generasi Z untuk melakukan pembelian secara *impulsif*.

Berdasarkan tanggapan responden, kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran non tunai mendorong Generasi Z untuk melakukan transaksi dengan pertimbangan yang relatif lebih singkat. Berbagai fitur yang tersedia dalam aplikasi pembayaran digital, seperti promo, *cashback*, diskon, *flash sale*, dan notifikasi transaksi, berperan sebagai stimulus yang dapat memicu keputusan pembelian secara spontan. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan *Cashless Society* tidak hanya mengubah metode pembayaran, tetapi juga memengaruhi pola

konsumsi masyarakat, terutama dalam meningkatkan kecenderungan perilaku *impulsif* saat berbelanja.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi *et al.* (2023), Sari dan Rahma (2024), serta Chasanah (2021) menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital atau sistem *cashless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* pada Generasi Z maupun pengguna dompet digital. Kesamaan hasil tersebut memperkuat bahwa *Cashless Society* merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kecenderungan pembelian *impulsif*, karena kemudahan akses terhadap transaksi digital mampu mengurangi hambatan psikologis dalam mengeluarkan uang sehingga individu lebih mudah terdorong untuk membeli barang atau jasa yang sebelumnya tidak direncanakan.

#### **4.7.2 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh**

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh. Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda, diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 6,636015 yang lebih besar daripada  $t$  tabel sebesar 1,985 ( $6,636015 > 1,985$ ), dengan nilai signifikansi sebesar 0,0000 yang lebih kecil dari 0,05

( $0,0000 < 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara parsial Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Dengan demikian, Literasi Keuangan Syariah merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kecenderungan perilaku pembelian impulsif pada Generasi Z dalam penggunaan layanan keuangan digital.

Berdasarkan tanggapan responden, Literasi Keuangan Syariah memengaruhi cara Generasi Z dalam memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan produk serta layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pengetahuan mengenai konsep riba, *gharar*, *maysir*, pengelolaan keuangan, dan perencanaan keuangan syariah menjadi faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi responden. Dalam konteks penelitian ini, semakin baik pemahaman responden terhadap aspek-aspek keuangan syariah, semakin terlihat hubungan yang signifikan terhadap kecenderungan melakukan pembelian secara *impulsif*, terutama ketika berinteraksi dengan berbagai kemudahan transaksi digital yang tersedia.

Hasil positif dalam penelitian ini dapat dijelaskan karena literasi keuangan dan perilaku konsumsi tidak selalu berjalan searah. Seseorang dapat memiliki pengetahuan yang baik mengenai cara mengelola keuangan, tetapi belum tentu mampu menerapkan pengetahuan tersebut ketika menghadapi barang yang menarik,

promo, diskon, atau *cashback*. Kemudahan transaksi digital juga membuat proses pembelian menjadi lebih cepat dan praktis. Oleh karena itu, meskipun memiliki pemahaman yang baik mengenai keuangan syariah, seorang tetap dapat melakukan pembelian secara spontan. Kondisi tersebut dapat menjelaskan mengapa dalam penelitian ini Literasi Keuangan Syariah menunjukkan pengaruh yang positif terhadap Perilaku *Impulsive Buying*.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat & Siantria, 2026) menunjukkan bahwa *Islamic financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* pada Generasi Z pengguna *e-wallet* di Jepara. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian (Aulia *et al.*, 2023) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian *impulsif* pada pengguna dompet digital. Selain itu, Rahmatika, Ariani, dan Susanti (2024) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Kesamaan hasil tersebut memperkuat bahwa Literasi Keuangan Syariah memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi Generasi Z, khususnya dalam penggunaan layanan keuangan digital. Pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumsi, sehingga Literasi Keuangan Syariah menjadi salah satu faktor yang

berkontribusi terhadap terbentuknya perilaku *impulsif* dalam aktivitas pembelian.

#### **4.7.3 Pengaruh Tren *Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku *Impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh**

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa *Tren Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah secara simultan berpengaruh terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh. Berdasarkan hasil uji F pada analisis regresi linear berganda, diperoleh nilai F hitung sebesar 41,11438 yang lebih besar daripada F tabel sebesar 3,09 ( $41,11438 > 3,09$ ), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000000 < 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Tren Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara meningkatnya penggunaan sistem pembayaran non-tunai dan tingkat pemahaman keuangan syariah yang dimiliki oleh Generasi Z memberikan pengaruh terhadap kecenderungan melakukan pembelian secara impulsif. Kemudahan transaksi melalui dompet digital, *QRIS*, dan *mobile banking*, yang didukung oleh berbagai fitur promosi seperti *cashback*, diskon, dan *flash sale*, dapat mendorong

keputusan pembelian yang bersifat spontan. Di sisi lain, tingkat literasi keuangan syariah turut memengaruhi cara individu dalam memahami, mengevaluasi, dan mengambil keputusan konsumsi ketika menggunakan layanan keuangan digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor eksternal maupun internal. *Cashless Society* merupakan faktor eksternal yang berkaitan dengan kemudahan dan kenyamanan sistem pembayaran, sedangkan Literasi Keuangan Syariah merupakan faktor internal yang berkaitan dengan pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan sesuai prinsip syariah. Ketika kedua faktor tersebut hadir secara bersamaan, keduanya dapat memengaruhi perilaku konsumsi Generasi Z dalam aktivitas pembelian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah merupakan faktor yang secara simultan berkontribusi terhadap terbentuknya Perilaku *Impulsive Buying* pada Generasi Z di Kota Banda Aceh.

Selain itu, nilai Adjusted R-squared sebesar 0,447633 menunjukkan bahwa *Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi Perilaku *Impulsive Buying* sebesar 44,76%, sedangkan sisanya sebesar 55,24%

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan perilaku *impulsif buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh, meskipun masih terdapat faktor lain seperti promosi digital, gaya hidup, pengaruh media sosial, kondisi ekonomi, dan faktor psikologis yang turut memengaruhi perilaku tersebut.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial, *Tren Cashless Society* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan sistem pembayaran non-tunai, maka kecenderungan perilaku *impulsif* dalam melakukan pembelian pada Generasi Z juga semakin meningkat.
2. Secara parsial, Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah memiliki pengaruh terhadap perilaku *impulsif* dalam berbelanja pada Generasi Z.
3. Secara simultan, *Tren Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota Banda Aceh. Hal ini berarti kedua variabel secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan perilaku impulsif dalam berbelanja pada Generasi Z.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti generasi z

Disarankan untuk lebih bijak dalam memanfaatkan kemudahan transaksi digital dan meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi. Generasi Z perlu membangun kebiasaan menyusun anggaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta mengendalikan dorongan pembelian secara spontan agar terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

2. Bagi pemerintah daerah

Disarankan agar hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan dan program edukasi literasi keuangan, khususnya bagi masyarakat usia muda di Kota Banda Aceh. Pemerintah daerah dapat memperluas program sosialisasi mengenai pengelolaan keuangan yang sehat dan penggunaan transaksi digital secara bertanggung jawab.

3. Bagi lembaga keuangan syariah

Disarankan agar hasil penelitian ini menjadi masukan dalam mengembangkan layanan keuangan digital yang tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga mendorong perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab. Lembaga keuangan syariah dapat memperkuat edukasi mengenai pengelolaan keuangan sesuai prinsip syariah

melalui aplikasi, media sosial, maupun program literasi yang menasar Generasi Z.

#### 4. Bagi institusi pendidikan

Disarankan agar hasil penelitian ini dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam pengembangan kurikulum dan kegiatan edukasi mengenai literasi keuangan syariah. Institusi pendidikan diharapkan dapat meningkatkan pembelajaran yang bersifat praktis mengenai pengelolaan keuangan, penggunaan instrumen pembayaran digital, serta pengendalian perilaku konsumtif agar mahasiswa dan pelajar lebih siap menghadapi perkembangan ekonomi digital.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior. Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Aceh, P. (2018). *Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 Tentang Lembaga Keuangan Syariah*.
- Adnan, M., Riza, A., Andaiyani, N., Islam, U., & Banda, N. A. (2025). *Analysis Of Qris Usage Among Generation Z*. 9, 279–290.
- Ahmad, A. (2025). *Pengaruh Qris Terhadap Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa Feb Unismuh Makassar Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 09(04), 1–11.
- Akhmal, A., & Lutviani, M. (2024). *Model Perilaku Pengguna Aplikasi Qris*. 13(September), 1592–1606.  
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1207>
- Anasilla, C., Haqi, W., Trisnarningsih, S., Konsumtif, P., & Generasi, Z. (2025). *Tinjauan Literatur : Literasi Keuangan , Kemudahan dan Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Pembayaran Digital Literature Review : Financial Literacy , Convenience and Consumptive Behavior of Generation Z in the use of Digital Payments Pendahulua*.
- Andiansyah, F., & Zulkarnaen, D. (2025). *Analysis Of Islamic*

*Financial Literacy In Controlling Impulsive Buying Behavior In Gunung Leuser University Students , ACEH.* 105–114.

Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). *Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif.* 7, 2010–2020.

Bella, C., Maharani, N. P., Alivia, M., Ekonomi, F., Indonesia, U. T., & Lampung, B. (2026). *Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Shopping Behavior terhadap Perilaku Impulse Buying Generasi Z di Bandar Lampung dengan Self Control sebagai Variabel Moderasi : Perspektif Kewirausahaan berlangsung pesat . Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik ( BPS ), struktur penduduk. April.*

BPS kota banda aceh. (2025). *Kota Banda Aceh dalam Angka 2025.*

Chasanah, U. (2021). *Impulsive Buying : Kajian Promosi Penjualan , Gaya Hidup , dan Norma Subyektif pada Marketplace di Yogyakarta.* *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |, 12(2), 231–255.

Dedy Ansari Harahap, et al. (2022). *Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen.* *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa),* 19(01), 31–55., 19(28), 31–55.

- Elsalonika, A. (2025). *Perilaku Keuangan Generasi z: Peran Penerapan Financial Tecnology , Literasi*. 365–379.
- Fajri, R. (2026). *Nominal transaksi QRIS di Aceh capai Rp2,7 triliun selama* 2026.  
<https://aceh.antaranews.com/berita/407931/bank-indonesia-nominal-transaksi-qris-di-aceh-capai-rp27-triliun-selama-2026>
- Fuad, A., Puspitawati, I., & Nur, M. (2022). *Impulsive Buying Pada Konsumen Tanaman Hias Dimasa Pandemi*. 1(2), 58–64.
- Gustati. (2023). *Literasi keuangan syariah sebagai pemoderasi religiusitas dalam mempengaruhi minat menggunakan produk keuangan syariah*. 16(1), 100–109.
- Harahap, G. rizky. (2022). *Analisis Literasi Keuangan Syariah Pada Generasi Z Di Kota*.
- Heny, S. (2013). *Pembelajaran Literasi Dalam Mata Pelajaran Bahasa Indonesia*. 111–123.
- Hidayat, R., & Siantria, N. (2026). *J URISMA : Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Islamic Financial Literacy Influence on Generation Z E-Commerce Impulsive Buying*. XX, 133–143.
- Imbal, M., Antara, H., Dan, B., & Hasil, B. (2026). *Jurnal Ilmiah M-Progress Vol. 16, Nomor 1 Januari 2026*. 16(1), 34–43.

<https://doi.org/10.35968/m-pu>

Indonesia, B. (2023). *Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP)*.

<https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/default.aspx>

Istiqbal, A. hatta. (2019). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Impulse Buying*.

Kartini T, M. U. (2022). *Literasi Keuangan (Financial Literacy) Mahasiswa Indeks Calon Pendidik Ekonomi FKIP Universitas Jember*. 10(2), 154–164.

Kurniawan, M. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Kepercayaan Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Variabel Moderasi Dalam Perspektif Ekonomi Dan Bisnis Islam (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung*.

Mahardisatya, A. W., Nuraeni, S., Listiani, D., & Ningtias, D. R. (2024). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Penggunaan E-wallet*. 3(2), 203–215.

Marchsada, M., & Hindrayani, A. (2025). *Pengaruh metode pembayaran kode qr dalam fitur e-wallet terhadap perilaku impulsif berbelanja ( impulsive buying ) gen-z*. 6(1), 89–99.

- Mardhiyah, A., Mirati, E., Terapan, P., Akuntansi, J., & Jakarta, P. N. (2025). *Pengaruh Kemanfaatan dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Depok*. 6(1).
- Muksal, Nevi Hasnita, P. N. (2023). Tingkat Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 7(1), 18–34.
- Mustofa. (2021). Analisis Literasi Keuangan Syariah Dan Perilaku. *Analisis Literasi Keuangan ... (Mustofa)*, 2016, 183–191.
- Nur hidayah. (2021). *literasi keuangan syariah, teori dan praktik di indonesia*.
- Octrina, F., Rizal, N. A., Krisnawati, A., & Hendayani, R. (2023). Sosialisasi Literasi Keuangan Dan Investasi Bagi Gen Z. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(5), 4195. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i5.16751>
- Pratama. (2024). *Literasi Keuangan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Ekonomi Yang Akan Datang*. 1(3), 514–519.
- Pratomo, D., Kunci, K., & Pendahuluan, A. (2019). Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau dari Perspektif Islam ( Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta ). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(2), 240–252.

- Puspitasari, N. (2026). Pengaruh literasi keuangan syariah, teknologi finansial berbasis. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(204), 100–115.
- Putri, D. (2025). *Program studi perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri ar-raniry tahun 2025 m/1446 h.*
- Raslina, G., Setiawati, E., & Surakarta, U. M. (2026). *The effect of cashless society, lifestyle, financial literacy, and social media demographics on the consumptive behavior of gen z.* 9.
- Rurkinantia, A. (2021). *Peranan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Aisa*, 6(2), 89–96.
- Sabrina, L. (2026). *QRIS Dan Fenomena Cashless Society : Efisiensi Pembayaran Digital Terhadap Perspektif Gen Z.* 10, 509–526.
- Salsabila, K. C., & Herawati, W. (2026). *Pengaruh Transaksi Digital dan Kemudahan Penggunaan Qris Terhadap Pembelian Impulsif ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya ).* 4(4), 11315–11324.
- Siti Nur Zahra, Yuhana Astuti, D. S. H. (2023). *Digital payment qris.* 6.

Susilo, E. (2024). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Penggunaan E-wallet dan Islamic Financial Literacy Terhadap Perilaku Impulse Buying pada Gen Z pengguna E- wallet di Jepara*. 5(2).

Umami Setiyani, S. (2026). Impulsive Buying Dalam Cashless Society: Peran Aksesibilitas. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 14(2), 158–167.

Utami, F. H. (2023). Blockchain Based Scheme Cashless Society. *Jurnal Media Infotama*, 19(1), 211–216.  
<https://doi.org/10.37676/jmi.v19i1.3813>

Visionida, J. (2021). *Jurnal Visionida, Volume 7 No.2, Desember 2021*. 7(2), 96–109.

Wahyu et al. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Almana)*, VOL. 2 NO.(3), 156.

Wijoyo et al. (n.d.). *Dampak Pandemi terhadap Kehidupan Manusia*.

Yulianti, E., Tinggi, S., Manajemen, I., Article, I., Article, H., Payment, P. D., Payment, P. D., Payment, P. D., Transaksi, K., Buying, I., Lifestyle, C., Promotion, D. P., Lifestyle, C., & Promotion, D. P. (2026). Pengaruh Cashless Lifestyle , Promosi Digital Payment , dan Kemudahan Tranaksi Terhadap Perilaku

Impulsive Buying di Kalangan Gen Z. *Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 4(1), 166–178.

Zed, E. Z., Hanifah, N. N., Fera, C. Z., & Prihayanti, E. (2025). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan Pengaruh Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Terhadap Perilaku Konsumen di Era Cashless Society Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*. 02(02), 615–620.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuisioner penelitian

#### **Pengaruh *Tren Cashless Society* Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Kota Banda Aceh**

Kepada Yth.  
Saudara/i responden  
Di Banda Aceh

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Dengan ini saya:

Nama : Putri Nahrisah  
Nim : 220602083  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul skripsi  
“Pengaruh *Tren Cashless Society* dan Literasi Keuangan Syariah  
Terhadap Perilaku Impulsif Buying Generasi Z di Kota Banda Aceh.”  
Penelitian ini merupakan syarat untuk kelulusan di jenjang  
pendidikan Strata Satu (S1).

Saya mohon bantuan saudara/saudari untuk bersedia mengisi  
kuesioner ini sesuai dengan petunjuk yang diberikan. Bantuan  
saudara/saudari sangat saya harapkan demi terlaksananya penelitian  
ini. Semua informasi responden akan dijamin kerahasiaannya dan  
hanya akan digunakan untuk penelitian ini. Saya mengucapkan

terima kasih atas kesediaan saudara/saudari untuk berkontribusi dalam mengisi kuesioner ini.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Hormat saya,

Putri nahrisah



## A. Identitas Responden

Petunjuk: Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan anda

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia Responden :

## B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Jawablah pertanyaan dibawah ini mengenai Pengaruh *Tren Cashless Society* Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku *Impulsif Buying* Generasi Z Di Kota Banda Aceh. Dengan memberikan tanda silang (✓) pada kolom jawaban dengan memperhatikan nilai dan arti sebagai berikut:

1. Sangat tidak setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

## C. Daftar Pernyataan

### 1. Variabel *Tren Cashless Society (X1)*

| No | pernyataan                                                                                                                  | STS | TS | KS | S | SS |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
| 1. | Penggunaan metode pembayaran non-tunai memungkinkan saya menyelesaikan transaksi lebih cepat dibandingkan pembayaran tunai. |     |    |    |   |    |
| 2. | Saya merasa metode pembayaran non-tunai mudah digunakan dalam berbagai aktivitas transaksi.                                 |     |    |    |   |    |
| 3. | Biaya yang dikenakan pada penggunaan metode pembayaran non-tunai relatif rendah dan terjangkau.                             |     |    |    |   |    |
| 4. | Saya merasa menggunakan metode pembayaran non-tunai dalam bertransaksi lebih stabil dan minim gangguan.                     |     |    |    |   |    |

### 2. Variabel literasi keuangan syariah (X2)

| No | pernyataan                                                                                    | STS | TS | KS | S | SS |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
| 1. | Saya memahami bahwa transaksi keuangan syariah harus terhindar dari riba, gharar, dan maysir. |     |    |    |   |    |
| 2. | Saya mampu membandingkan produk keuangan syariah sebelum menggunakannya.                      |     |    |    |   |    |
| 3. | Saya yakin dapat mengelola layanan keuangan sesuai dengan prinsip syariah.                    |     |    |    |   |    |
| 4. | Saya mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan dalam menggunakan uang.                    |     |    |    |   |    |

|    |                                                                                                                                 |  |  |  |  |  |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 5. | Saya menerapkan pengetahuan keuangan syariah dalam mengelola dan mengambil keputusan terhadap pengeluaran keuangan sehari-hari. |  |  |  |  |  |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|

**3. Variabel perilaku *Impulsif Buying*(Y)**

| No | pernyataan                                                                                 | STS | TS | KS | S | SS |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
| 1. | Saya sering membeli suatu produk secara tiba-tiba tanpa merencanakannya terlebih dahulu.   |     |    |    |   |    |
| 2. | Saya terdorong membeli suatu produk karena melihat promo, diskon, atau iklan yang menarik. |     |    |    |   |    |
| 3. | Saya merasa ingin segera membeli suatu produk ketika melihat produk yang saya sukai.       |     |    |    |   |    |
| 4. | Saya merasa puas meskipun pembelian tersebut tidak direncanakan sebelumnya.                |     |    |    |   |    |

## Lampiran 2. Tabulasi Data

Variabel *Cashless Society (X1)*

| X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1 |
|------|------|------|------|----|
| 3    | 5    | 2    | 5    | 15 |
| 5    | 5    | 4    | 2    | 16 |
| 5    | 5    | 2    | 5    | 17 |
| 4    | 2    | 5    | 4    | 15 |
| 2    | 2    | 3    | 1    | 8  |
| 4    | 3    | 1    | 5    | 13 |
| 5    | 4    | 2    | 5    | 16 |
| 5    | 5    | 1    | 4    | 15 |
| 3    | 4    | 3    | 1    | 11 |
| 3    | 5    | 3    | 2    | 13 |
| 3    | 4    | 3    | 2    | 12 |
| 2    | 2    | 4    | 3    | 11 |
| 4    | 5    | 2    | 5    | 16 |
| 5    | 4    | 1    | 5    | 15 |
| 4    | 3    | 1    | 3    | 11 |
| 4    | 4    | 3    | 3    | 14 |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 18 |
| 2    | 2    | 2    | 2    | 8  |
| 3    | 1    | 1    | 5    | 10 |
| 5    | 3    | 5    | 4    | 17 |
| 5    | 5    | 2    | 5    | 17 |
| 4    | 1    | 4    | 5    | 14 |
| 4    | 3    | 2    | 5    | 14 |
| 5    | 2    | 4    | 3    | 14 |
| 5    | 3    | 2    | 1    | 11 |
| 4    | 2    | 3    | 5    | 14 |
| 4    | 4    | 3    | 1    | 12 |

| X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1 |
|------|------|------|------|----|
| 4    | 1    | 4    | 2    | 11 |
| 5    | 1    | 4    | 3    | 13 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 20 |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 17 |
| 4    | 4    | 4    | 3    | 15 |
| 4    | 3    | 2    | 4    | 13 |
| 5    | 4    | 4    | 3    | 16 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 20 |
| 4    | 3    | 4    | 2    | 13 |
| 5    | 4    | 4    | 3    | 16 |
| 4    | 4    | 5    | 4    | 17 |
| 5    | 5    | 4    | 5    | 19 |
| 4    | 4    | 5    | 5    | 18 |
| 5    | 5    | 1    | 5    | 16 |
| 5    | 4    | 2    | 5    | 16 |
| 5    | 1    | 5    | 4    | 15 |
| 5    | 5    | 2    | 5    | 17 |
| 5    | 5    | 2    | 4    | 16 |
| 5    | 5    | 3    | 5    | 18 |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 17 |
| 5    | 4    | 2    | 2    | 13 |
| 5    | 5    | 4    | 5    | 19 |
| 5    | 3    | 3    | 3    | 14 |
| 3    | 1    | 3    | 4    | 11 |
| 5    | 5    | 4    | 5    | 19 |
| 2    | 2    | 1    | 1    | 6  |
| 5    | 5    | 3    | 5    | 18 |
| 5    | 5    | 3    | 3    | 16 |
| 5    | 5    | 4    | 5    | 19 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 20 |

| X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1 |
|------|------|------|------|----|
| 4    | 4    | 4    | 3    | 15 |
| 3    | 4    | 4    | 3    | 14 |
| 4    | 4    | 5    | 4    | 17 |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 17 |
| 5    | 4    | 3    | 3    | 15 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 20 |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 19 |
| 4    | 5    | 5    | 4    | 18 |
| 4    | 4    | 4    | 5    | 17 |
| 4    | 4    | 3    | 4    | 15 |
| 4    | 5    | 3    | 3    | 15 |
| 4    | 5    | 5    | 3    | 17 |
| 3    | 1    | 2    | 5    | 11 |
| 5    | 3    | 3    | 3    | 14 |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 19 |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 18 |
| 5    | 3    | 4    | 3    | 15 |
| 5    | 4    | 4    | 5    | 18 |
| 4    | 4    | 2    | 1    | 11 |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 18 |
| 5    | 4    | 3    | 5    | 17 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 20 |
| 5    | 4    | 3    | 4    | 16 |
| 5    | 1    | 5    | 4    | 15 |
| 4    | 4    | 5    | 5    | 18 |
| 3    | 2    | 3    | 1    | 9  |
| 4    | 4    | 3    | 3    | 14 |
| 3    | 4    | 4    | 5    | 16 |
| 5    | 5    | 4    | 5    | 19 |
| 4    | 4    | 3    | 4    | 15 |

| X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1 |
|------|------|------|------|----|
| 5    | 4    | 4    | 5    | 18 |
| 5    | 1    | 5    | 4    | 15 |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16 |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 18 |
| 4    | 2    | 3    | 4    | 13 |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 17 |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 16 |
| 3    | 4    | 4    | 4    | 15 |
| 4    | 5    | 5    | 4    | 18 |
| 5    | 4    | 3    | 4    | 16 |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 18 |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 18 |
| 5    | 4    | 4    | 5    | 18 |



Variabel Literasi keuangan Syariah (X2)

| X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2 |
|------|------|------|------|------|----|
| 4    | 4    | 1    | 4    | 3    | 16 |
| 3    | 4    | 5    | 3    | 2    | 17 |
| 4    | 3    | 4    | 5    | 5    | 21 |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 |
| 5    | 2    | 3    | 5    | 3    | 18 |
| 5    | 1    | 5    | 5    | 4    | 20 |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 24 |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 22 |
| 5    | 4    | 5    | 3    | 4    | 21 |
| 3    | 4    | 3    | 2    | 3    | 15 |
| 3    | 2    | 3    | 5    | 3    | 16 |
| 5    | 3    | 3    | 4    | 3    | 18 |
| 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 22 |
| 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 22 |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 15 |
| 4    | 3    | 3    | 4    | 3    | 17 |
| 5    | 5    | 4    | 2    | 4    | 20 |
| 4    | 3    | 4    | 4    | 3    | 18 |
| 3    | 3    | 5    | 4    | 4    | 19 |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 23 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 |
| 3    | 2    | 2    | 5    | 3    | 15 |
| 5    | 3    | 4    | 5    | 4    | 21 |
| 4    | 3    | 4    | 5    | 4    | 20 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 22 |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 24 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 |

| X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2 |
|------|------|------|------|------|----|
| 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 24 |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20 |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 22 |
| 5    | 4    | 3    | 5    | 5    | 22 |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 21 |
| 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 24 |
| 2    | 2    | 4    | 4    | 3    | 15 |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20 |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 23 |
| 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 24 |
| 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 24 |
| 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 23 |
| 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 24 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 23 |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 23 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 |
| 5    | 3    | 3    | 5    | 3    | 19 |
| 4    | 4    | 4    | 2    | 2    | 16 |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 24 |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 15 |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 24 |
| 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 19 |
| 5    | 2    | 4    | 3    | 3    | 17 |
| 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 19 |
| 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 21 |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 24 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 23 |
| 4    | 3    | 3    | 4    | 3    | 17 |

| X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2 |
|------|------|------|------|------|----|
| 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 22 |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 22 |
| 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 23 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 |
| 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 20 |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 22 |
| 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 23 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25 |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 22 |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 15 |
| 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 23 |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23 |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 23 |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20 |
| 4    | 4    | 5    | 5    | 3    | 21 |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 22 |
| 3    | 5    | 4    | 4    | 5    | 21 |
| 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 22 |
| 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 23 |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20 |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 23 |
| 1    | 2    | 3    | 2    | 3    | 11 |
| 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 21 |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 22 |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 22 |
| 3    | 4    | 5    | 4    | 3    | 19 |
| 3    | 5    | 5    | 4    | 4    | 21 |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20 |

| X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2 |
|------|------|------|------|------|----|
| 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 19 |
| 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 23 |
| 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 19 |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 20 |
| 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 22 |
| 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 22 |
| 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 23 |
| 5    | 4    | 2    | 5    | 5    | 21 |
| 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 24 |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 23 |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 22 |



Variabel Perilaku *Impulsif Buying* (Y)

| Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y  |
|-----|-----|-----|-----|----|
| 4   | 5   | 2   | 5   | 16 |
| 5   | 4   | 5   | 3   | 17 |
| 5   | 2   | 5   | 5   | 17 |
| 5   | 4   | 5   | 4   | 18 |
| 2   | 1   | 5   | 5   | 13 |
| 5   | 2   | 4   | 5   | 16 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 5   | 4   | 5   | 5   | 19 |
| 4   | 2   | 4   | 4   | 14 |
| 3   | 1   | 3   | 3   | 10 |
| 4   | 5   | 4   | 4   | 17 |
| 2   | 2   | 4   | 1   | 9  |
| 3   | 4   | 3   | 3   | 13 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 3   | 3   | 3   | 3   | 12 |
| 3   | 4   | 4   | 1   | 12 |
| 5   | 2   | 4   | 5   | 16 |
| 3   | 3   | 4   | 3   | 13 |
| 3   | 3   | 3   | 3   | 12 |
| 5   | 4   | 3   | 5   | 17 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 3   | 5   | 3   | 3   | 14 |
| 4   | 3   | 2   | 3   | 12 |
| 4   | 5   | 5   | 4   | 18 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 5   | 2   | 5   | 5   | 17 |
| 4   | 3   | 5   | 5   | 17 |
| 4   | 5   | 4   | 5   | 18 |
| 4   | 5   | 5   | 4   | 18 |

| Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y  |
|-----|-----|-----|-----|----|
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 16 |
| 5   | 4   | 5   | 5   | 19 |
| 3   | 3   | 4   | 4   | 14 |
| 3   | 3   | 4   | 2   | 12 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 16 |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 16 |
| 5   | 5   | 4   | 5   | 19 |
| 5   | 5   | 4   | 5   | 19 |
| 4   | 5   | 5   | 5   | 19 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 4   | 4   | 4   | 5   | 17 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 4   | 5   | 5   | 4   | 18 |
| 3   | 4   | 4   | 4   | 15 |
| 2   | 4   | 2   | 2   | 10 |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 16 |
| 3   | 3   | 3   | 3   | 12 |
| 5   | 5   | 5   | 4   | 19 |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 16 |
| 3   | 2   | 3   | 3   | 11 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 5   | 5   | 3   | 2   | 15 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 4   | 5   | 5   | 5   | 19 |
| 2   | 3   | 3   | 4   | 12 |
| 3   | 3   | 3   | 3   | 12 |

| Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y  |
|-----|-----|-----|-----|----|
| 4   | 5   | 4   | 5   | 18 |
| 4   | 4   | 4   | 4   | 16 |
| 3   | 3   | 3   | 3   | 12 |
| 5   | 5   | 5   | 4   | 19 |
| 3   | 3   | 4   | 4   | 14 |
| 2   | 4   | 4   | 3   | 13 |
| 4   | 5   | 5   | 5   | 19 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 3   | 4   | 4   | 4   | 15 |
| 5   | 4   | 5   | 5   | 19 |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 20 |
| 3   | 3   | 3   | 3   | 12 |
| 5   | 4   | 3   | 5   | 17 |
| 4   | 5   | 4   | 5   | 18 |
| 2   | 3   | 4   | 3   | 12 |
| 5   | 5   | 4   | 4   | 18 |
| 4   | 5   | 4   | 5   | 18 |
| 5   | 5   | 5   | 4   | 19 |
| 5   | 5   | 5   | 4   | 19 |
| 4   | 5   | 5   | 4   | 18 |
| 4   | 5   | 4   | 5   | 18 |
| 4   | 4   | 5   | 4   | 17 |
| 4   | 4   | 5   | 3   | 16 |
| 3   | 1   | 2   | 3   | 9  |
| 5   | 4   | 4   | 5   | 18 |
| 4   | 5   | 5   | 4   | 18 |
| 4   | 3   | 5   | 4   | 16 |
| 4   | 4   | 3   | 3   | 14 |
| 5   | 5   | 3   | 3   | 16 |
| 4   | 5   | 4   | 4   | 17 |

| Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y  |
|-----|-----|-----|-----|----|
| 4   | 5   | 5   | 3   | 17 |
| 5   | 5   | 4   | 4   | 18 |
| 4   | 4   | 4   | 3   | 15 |
| 4   | 5   | 5   | 5   | 19 |
| 4   | 4   | 4   | 5   | 17 |
| 5   | 3   | 4   | 4   | 16 |
| 4   | 4   | 5   | 5   | 18 |
| 2   | 4   | 5   | 5   | 16 |
| 5   | 5   | 4   | 5   | 19 |
| 5   | 4   | 5   | 4   | 18 |
| 4   | 4   | 3   | 4   | 15 |



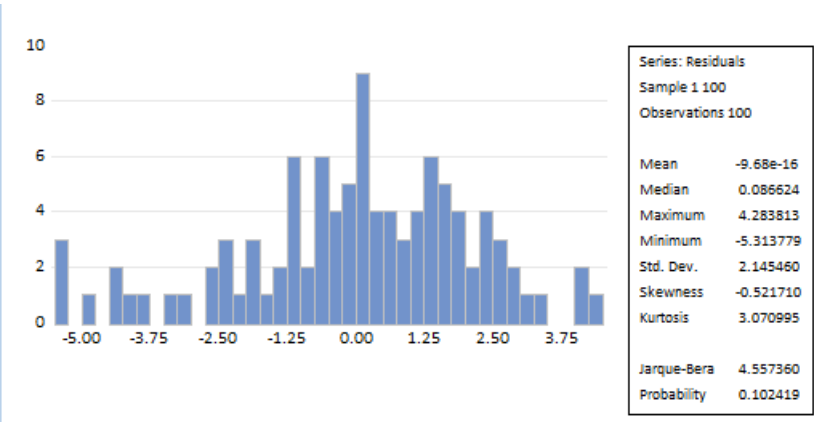
### Lampiran 3. Hasil Uji Validitas

| Correlation |          |          |          |          |          |
|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|
|             | X1_1     | X1_2     | X1_3     | X1_4     | X1       |
| X1_1        | 1.000000 | 0.351792 | 0.205734 | 0.396805 | 0.683207 |
| X1_2        | 0.351792 | 1.000000 | 0.083700 | 0.257732 | 0.673151 |
| X1_3        | 0.205734 | 0.083700 | 1.000000 | 0.145370 | 0.560624 |
| X1_4        | 0.396805 | 0.257732 | 0.145370 | 1.000000 | 0.695789 |
| X1          | 0.683207 | 0.673151 | 0.560624 | 0.695789 | 1.000000 |

| Correlation |          |          |          |          |          |
|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|
|             | X2_1     | X2_2     | X2_3     | X2_4     | X2_5     |
| X2_1        | 1.000000 | 0.333198 | 0.280554 | 0.349334 | 0.442606 |
| X2_2        | 0.333198 | 1.000000 | 0.425340 | 0.213467 | 0.633574 |
| X2_3        | 0.280554 | 0.425340 | 1.000000 | 0.262354 | 0.464656 |
| X2_4        | 0.349334 | 0.213467 | 0.262354 | 1.000000 | 0.531323 |
| X2_5        | 0.442606 | 0.633574 | 0.464656 | 0.531323 | 1.000000 |
| X2          | 0.658527 | 0.745564 | 0.681434 | 0.643049 | 0.857626 |

| Correlation |          |          |          |          |          |
|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|
|             | Y_1      | Y_2      | Y_3      | Y_4      | Y        |
| Y_1         | 1.000000 | 0.473719 | 0.443026 | 0.556098 | 0.806737 |
| Y_2         | 0.473719 | 1.000000 | 0.362247 | 0.333965 | 0.736721 |
| Y_3         | 0.443026 | 0.362247 | 1.000000 | 0.488695 | 0.730459 |
| Y_4         | 0.556098 | 0.333965 | 0.488695 | 1.000000 | 0.775465 |
| Y           | 0.806737 | 0.736721 | 0.730459 | 0.775465 | 1.000000 |

Lampiran 4. Hasil Uji Normalitas



Lampiran 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors  
Date: 07/31/26 Time: 23:04  
Sample: 1 100  
Included observations: 100

| Variable | Coefficient Variance | Uncentered VIF | Centered VIF |
|----------|----------------------|----------------|--------------|
| C        | 2.685309             | 57.15970       | NA           |
| X1       | 0.007130             | 37.41415       | 1.278723     |
| X2       | 0.006852             | 66.70430       | 1.278723     |

Lampiran 6. Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey  
Null hypothesis: Homoskedasticity

|                     |          |                     |        |
|---------------------|----------|---------------------|--------|
| F-statistic         | 0.900779 | Prob. F(2,97)       | 0.4096 |
| Obs*R-squared       | 1.823411 | Prob. Chi-Square(2) | 0.4018 |
| Scaled explained SS | 1.776548 | Prob. Chi-Square(2) | 0.4114 |

## Lampiran 7. Hasil uji Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: Y  
 Method: Least Squares  
 Date: 07/31/26 Time: 23:01  
 Sample: 1 100  
 Included observations: 100

| Variable           | Coefficient | Std. Error            | t-Statistic | Prob.  |
|--------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| C                  | 1.681955    | 1.638691              | 1.026401    | 0.3073 |
| X1                 | 0.199866    | 0.084441              | 2.366932    | 0.0199 |
| X2                 | 0.549297    | 0.082775              | 6.636015    | 0.0000 |
| R-squared          | 0.458792    | Mean dependent var    | 16.40000    |        |
| Adjusted R-squared | 0.447633    | S.D. dependent var    | 2.916342    |        |
| S.E. of regression | 2.167466    | Akaike info criterion | 4.414535    |        |
| Sum squared resid  | 455.6970    | Schwarz criterion     | 4.492690    |        |
| Log likelihood     | -217.7267   | Hannan-Quinn criter.  | 4.446166    |        |
| F-statistic        | 41.11438    | Durbin-Watson stat    | 1.922076    |        |
| Prob(F-statistic)  | 0.000000    |                       |             |        |

