



## Pengaruh E-Wallet dan Gaya Hidup Konsumtif: Tantangan Manajemen Keuangan Pribadi di Era Digital

Buana Ramadhan<sup>1\*</sup>, Priscillia Annisa Clara<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia

[buanabunbun21@gmail.com](mailto:buanabunbun21@gmail.com)<sup>1</sup>, [priscilliaannisa@gmail.com](mailto:priscilliaannisa@gmail.com)<sup>2</sup>

\*Penulis Korespondensi: [buanabunbun21@gmail.com](mailto:buanabunbun21@gmail.com)

**Abstract.** Rapid adoption of cashless payments has reshaped everyday spending, especially among young consumers. While e-wallets deliver speed and convenience, constant exposure to discounts, cashbacks, and one-click checkouts may also foster more frequent discretionary purchases. This study examines the relationship between e-wallet usage intensity and consumptive lifestyle, focusing on how convenience and promotional stimuli relate to spending tendencies. Using a cross-sectional online survey of students and early-career workers, we collected self-reports on payment habits and consumption patterns with validated Likert-type instruments. Data were screened and analyzed with correlation and linear regression after basic assumption checks. The results indicate a positive and statistically meaningful association between e-wallet usage and consumptive lifestyle; respondents who transact more often via e-wallets tend to report stronger preferences for instant gratification, hedonic purchases, and impulse buying. Convenience features (e.g., stored cards, fast checkout) and promotional exposure (e.g., limited-time deals) emerged as salient correlates of the relationship. The findings add contextual evidence from Indonesia's digital economy and suggest practical implications for users, platforms, and educators. Financial-wellbeing interventions such as digital budgeting tips, in-app nudges, spend limits, or post-purchase reflections may help align seamless payments with healthier consumption decisions. Future work can test causal mechanisms and evaluate design features that encourage prudent, goal-consistent spending without diminishing user experience.

**Keywords:** Consumptive Lifestyle; Digital Financial Literacy; E-wallet; Impulsive Buying; Personal Finance.

**Abstrak.** Adopsi pembayaran nontunai yang kian masif mengubah pola belanja harian, khususnya pada konsumen muda. Di satu sisi, e-wallet menawarkan kemudahan dan kecepatan; di sisi lain, paparan diskon, cashback, serta checkout instan berpotensi mendorong pembelian non-esensial yang lebih sering. Penelitian ini menguji keterkaitan intensitas penggunaan e-wallet dengan gaya hidup konsumtif, sekaligus menelaah peran kemudahan dan stimulus promosi sebagai faktor yang berkaitan dengan kecenderungan belanja. Data diperoleh melalui survei potong-lintang berbasis daring pada mahasiswa dan pekerja awal karier, menggunakan instrumen skala Likert teruji. Setelah penyaringan data dan uji asumsi dasar, analisis dilakukan menggunakan korelasi dan regresi linear. Hasil menunjukkan adanya hubungan positif yang bermakna secara statistik antara intensitas penggunaan e-wallet dan gaya hidup konsumtif; responden yang lebih sering bertransaksi melalui e-wallet cenderung melaporkan preferensi lebih kuat terhadap gratifikasi instan, belanja hedonic, dan pembelian impulsif. Fitur kenyamanan (mis. penyimpanan kartu, checkout cepat) dan paparan promosi (mis. diskon waktu terbatas) tampak menjadi korelat penting hubungan tersebut. Temuan ini menambah bukti kontekstual pada ekosistem ekonomi digital Indonesia dan menyiratkan implikasi praktis bagi pengguna, platform, dan pendidik. Intervensi literasi keuangan digital—seperti penganggaran, pengingat dalam aplikasi, batas pengeluaran, atau refleksi pascabelanja—dapat membantu menyeimbangkan kemudahan bertransaksi dengan keputusan konsumsi yang lebih sehat. Riset lanjutan dapat menguji mekanisme kausal dan mengevaluasi fitur desain yang mendorong belanja selaras tujuan tanpa mengurangi kenyamanan pengguna.

**Kata kunci:** Dompet Digital; Gaya Hidup Konsumtif; Keuangan Pribadi; Literasi Keuangan Digital; Pembelian Impulsif.

## 1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi finansial telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku keuangan masyarakat, khususnya dalam hal bertransaksi. Salah satu bentuk inovasi yang berkembang pesat adalah penggunaan dompet digital (e-wallet). Kemudahan transaksi, promosi menarik, dan fitur pembayaran instan menjadikan e-wallet sebagai alat pembayaran yang populer di kalangan generasi muda, seperti mahasiswa dan pekerja muda.

Namun, kemudahan ini juga menimbulkan tantangan baru, yakni meningkatnya kecenderungan gaya hidup konsumtif. Pengguna dapat dengan mudah melakukan pembelian tanpa melalui pertimbangan rasional yang matang, terutama karena tersedianya fitur *cashback*, diskon instan, dan kemudahan *checkout*. Beberapa studi sebelumnya, seperti oleh Faridah dan Kurniawan (2025), menunjukkan bahwa e-wallet memiliki potensi untuk mendorong pembelian impulsif dan mengganggu pengelolaan keuangan pribadi.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap keterkaitan antara intensitas penggunaan e-wallet dan gaya hidup konsumtif pada kelompok mahasiswa dan pekerja muda, yang merupakan pengguna aktif layanan keuangan digital. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya literasi keuangan digital sebagai variabel mitigatif dalam menghadapi pola konsumsi yang tidak terkontrol.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan e-wallet dan kecenderungan gaya hidup konsumtif pada mahasiswa dan pekerja muda, serta memberikan implikasi praktis mengenai perlunya edukasi keuangan digital dalam era ekonomi digital.

## 2. KAJIAN TEORITIS

E-wallet atau dompet digital merupakan inovasi dalam sistem pembayaran yang memanfaatkan teknologi informasi untuk memudahkan transaksi tanpa menggunakan uang tunai. Teori perilaku konsumen menyatakan bahwa kemudahan akses dan stimulus eksternal seperti promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, bahkan memicu pembelian yang impulsif.

Gaya hidup konsumtif adalah pola perilaku konsumsi yang berlebihan dan seringkali tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan keinginan. Hal ini diperkuat oleh pendekatan behavioral economics yang menyatakan bahwa kemudahan akses terhadap pembayaran dapat menurunkan hambatan psikologis dalam melakukan konsumsi.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung adanya hubungan antara penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif. Faridah & Kurniawan (2025) menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet dapat mempengaruhi perencanaan keuangan pribadi secara signifikan. Putri & Anwar (2022) menekankan bahwa literasi keuangan digital menjadi faktor penting dalam mengontrol gaya hidup konsumtif. Rizki & Maulana (2024) menemukan bahwa generasi Z cenderung melakukan pembelian impulsif saat menggunakan platform digital.

Penelitian ini dilakukan untuk melengkapi studi-studi sebelumnya dengan fokus pada responden mahasiswa dan pekerja muda, serta menilai secara kuantitatif tingkat hubungan antara intensitas penggunaan e-wallet dan gaya hidup konsumtif, yang belum banyak dikaji secara empiris di konteks Indonesia terkini.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan survei. Populasi mencakup mahasiswa dan pekerja muda pengguna e-wallet di wilayah urban. Sampel ditetapkan secara purposive dengan kriteria usia 18–30 tahun serta menggunakan e-wallet minimal sekali per minggu; total responden yang dianalisis berjumlah 120 orang.

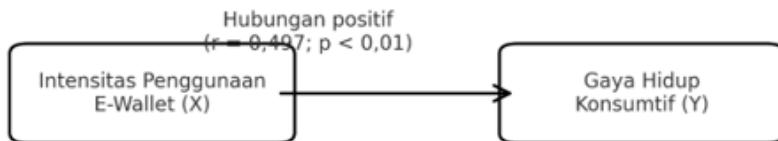
Instrumen berupa kuesioner daring (Google Form) yang mengukur dua konstruk: intensitas penggunaan e-wallet (variabel independen) dan gaya hidup konsumtif (variabel dependen). Respons dicatat pada skala Likert 1–5 dan diolah menjadi skor komposit per variabel.

Analisis data dilakukan dengan korelasi Pearson untuk menilai keeratan hubungan antarkonstruk dan regresi linear sederhana untuk mengestimasi kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen; model regresi dinyatakan secara umum sebagai  $Y=a+bX$ . Penafsiran signifikansi menggunakan  $\alpha = 0,01$ , dan uji validitas-reliabilitas instrumen sebelumnya menunjukkan hasil yang memenuhi kriteria kelayakan.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Proses Pengumpulan Data**

Survei dilaksanakan secara daring pada kelompok mahasiswa dan pekerja muda selama Mei–Juni 2025, dengan 120 responden yang memenuhi kriteria inklusi. Ini menjadi dasar seluruh analisis pada bagian berikut. Untuk memandu pembacaan hasil, Gambar 1 menampilkan skema hubungan antara intensitas penggunaan e-wallet (X) dan gaya hidup konsumtif (Y).



Sumber: Peneliti (skema konsep berbasis hasil analisis), 2025.

**Gambar 1.** Model hubungan  $X \rightarrow Y$  (diagram panah konseptual; bukan data mentah)

### **Ringkasan Statistik**

Secara deskriptif, intensitas penggunaan e-wallet memiliki rerata 4,08 (1–5), sedangkan gaya hidup konsumtif reratanya 3,40 (1–5). Rangkaian ukuran pemasukan dan sebaran disajikan pada Tabel 1 dalam naskah. Temuan awal ini mengindikasikan kemudahan transaksi yang tinggi pada sampel, bersamaan dengan kecenderungan konsumsi yang moderat. Statistik deskriptif kedua variabel disajikan pada Tabel 1, yang merangkum nilai rata-rata, median, dan rentang minimum–maksimum.

**Tabel 1.** Statistik Deskriptif Variabel Penelitian (mean, median, min–maks).

Variabel	Rata-rata	Median	Minimum
Skor E-Wallet	4.08	4.14	2.0
Skor Konsumtif	3.4	3.43	1.0

Sumber: Data primer (kuesioner), diolah penulis (2025).

### **Uji Hubungan (Korelasi Pearson)**

Terdapat hubungan positif sedang dan signifikan antara intensitas penggunaan e-wallet dan gaya hidup konsumtif ( $r = 0,497$ ;  $p < 0,01$ ). Rincian nilai koefisien dan signifikansinya disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Korelasi Pearson antar-variabel ( $r = 0,497$ ;  $p < 0,01$ ).

Variabel X	Variabel Y	r (Pearson)	p
Intensitas penggunaan e-wallet	Gaya hidup konsumtif	0.497	< 0.01

Sumber: Data primer (kuesioner), diolah penulis (2025).

Secara praktis, frekuensi transaksi lebih tinggi berkaitan dengan meningkatnya preferensi pembelian non-esensial/impulsif.

### **Interpretasi**

Hasil korelasional ini konsisten dengan ekspektasi teoritik bahwa kemudahan serta friksi pembayaran yang rendah dapat menurunkan “hambatan psikologis” untuk berbelanja—sejalan dengan pendekatan behavioral economics.

## Analisis Regresi Linier Sederhana

Model menunjukkan  $Y = 1,070 + 0,607X$  dengan  $R^2 = 0,247$ . Ringkasan kinerja dan kecocokan model ditunjukkan pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Ringkasan Model Regresi Linier Sederhana (Model =  $Y = 1,070 + 0,607X$ ;  $R^2 = 0,247$ ;  $p < 0,01$ ).

Model	R <sup>2</sup>	Keterangan signifikan
$Y = 1.070 + 0.607 X$	0.247	$p < 0.01$

Sumber: Data primer (kuesioner), diolah penulis (2025).

Dengan demikian, sekitar 24,7% variasi gaya hidup konsumtif dijelaskan oleh intensitas penggunaan e-wallet; sisanya kemungkinan terkait faktor lain di luar model (misalnya paparan promosi, pengaruh sebaya, atau norma konsumsi). Estimasi koefisien dan arah pengaruh variabel independen disajikan pada Tabel 4.

**Tabel 4.** Koefisien Regresi (Konstanta & Koef. X).

Prediktor	B (tak distandarisasi)	p
Konstanta (a)	1.07	< 0.01
Intensitas penggunaan e-wallet (X)	0.607	< 0.01

Sumber: Data primer (kuesioner), diolah penulis (2025).

### *Makna Koefisien*

Koefisien 0,607 menandakan setiap kenaikan satu unit skor penggunaan e-wallet berkaitan dengan kenaikan 0,607 unit skor konsumtif, dalam batasan model dan asumsi yang telah diuji di bagian metode.

### **Diskusi Temuan & Keterkaitan dengan Literatur**

Temuan empiris ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menyoroti peran akses digital yang mudah, promo, dan cashback dalam mendorong pembelian impulsif memperkuat argumen bahwa desain transaksi serba cepat dapat menggeser kontrol diri pada konteks tertentu.

### *Catatan Visualisasi*

Pola umum hubungan dan distribusi variabel telah divisualisasikan melalui scatter plot dan histogram, yang dirujuk pada bagian gambar naskah untuk mendukung interpretasi statistik.

### **Implikasi Praktis**

Walau bersifat korelasional, hasil ini menyiratkan perlunya literasi keuangan digital yang aplikatif (mis. pengingat pengeluaran, batas transaksi, atau umpan balik pascabelanja di aplikasi) agar kenyamanan transaksi tetap selaras dengan keputusan konsumsi yang lebih sehat.

## **Keterbatasan & Agenda Riset Lanjutan**

Generalisasi temuan perlu hati-hati mengingat ukuran sampel dan cakupan wilayah urban yang terbatas. Riset mendatang disarankan memperluas keragaman responden serta menguji variabel tambahan (mis. pengaruh media sosial, promosi digital, kondisi psikologis) untuk membangun model penjelas yang lebih komprehensif.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan e-wallet dan kecenderungan gaya hidup konsumtif pada kalangan mahasiswa dan pekerja muda. Hasil korelasi menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi penggunaan e-wallet, semakin besar pula kecenderungan individu melakukan pembelian impulsif. Selain itu, analisis regresi menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berkontribusi sebesar 24,7% terhadap variasi perilaku konsumtif responden.

Meskipun hubungan yang ditemukan bersifat korelasional, temuan ini memberikan implikasi praktis yang penting. Penggunaan e-wallet yang semakin luas perlu diimbangi dengan pemahaman yang memadai tentang literasi keuangan digital. Tanpa edukasi yang baik, pengguna berisiko terjebak dalam pola konsumsi yang tidak sehat dan tidak terkontrol.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang relatif kecil dan cakupan wilayah yang terbatas pada area urban. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk dilakukan dengan sampel yang lebih besar dan mencakup responden dari berbagai latar belakang demografis. Penelitian mendatang juga dapat mempertimbangkan variabel tambahan seperti pengaruh media sosial, promosi digital, dan kondisi psikologis individu dalam menjelaskan perilaku konsumtif yang lebih kompleks.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada rekan-rekan di Universitas Pamulang atas dukungan teknis dan administratif selama proses penelitian berlangsung. Sebagian proses penulisan artikel ini turut dibantu oleh alat kecerdasan buatan (AI), yaitu ScholarGPT, khususnya dalam hal visualisasi data dan pengeditan struktur artikel. Namun demikian, seluruh analisis dan interpretasi merupakan tanggung jawab penuh penulis.

## DAFTAR REFERENSI

- Andriani, D., & Prakoso, R. (2023). Promosi dan diskon pada e-wallet sebagai pemicu perilaku impulsif. *Jurnal Inovasi Digital*, 3(1), 33–45.
- Fadilah, I., & Siregar, T. (2021). Hubungan antara e-wallet, hedonisme, dan manajemen keuangan pribadi. *Jurnal Ekonomi Perilaku*, 6(3), 144–157.
- Faridah, A., & Kurniawan, T. (2025). E-wallet based finplan personal design: Consumer behavior analysis. *Jurnal Iqtishaduna, UIN Mataram*. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/12931>
- Hidayah, L., & Fauzan, A. (2021). Kebiasaan belanja impulsif di kalangan pengguna e-wallet. *Jurnal Riset Keuangan dan Perilaku Konsumen*, 6(1), 21–30.
- Irawan, R., & Lestari, M. (2024). Digital lifestyle and the emergence of unplanned spending. *International Journal of Consumer Studies*, 48(2), 179–193.
- Nabila, F., & Sari, D. (2023). Pengaruh e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma*, 14(1), 88–98.
- Nasution, A., & Amelia, P. (2024). Digital spending trap: Analisis psikologis transaksi non-tunai. *Jurnal Psikologi Finansial*, 4(1), 27–35.
- Putri, R., & Anwar, F. (2022). Gaya hidup konsumtif dan financial planning mahasiswa di era digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 10(2), 55–64.
- Ramdani, A. (2022). Fintech dan literasi keuangan digital: Tantangan masa kini. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 26(4), 541–556.
- Rizki, L., & Maulana, H. (2024). Impulse buying behavior and e-wallet usage in Gen Z. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 8(1), 43–58.
- Safitri, M. (2020). Dampak dompet digital terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 5(3), 12–20.
- Santoso, D., & Wulandari, N. (2023). Pengaruh cashback dan reward point terhadap keputusan pembelian via e-wallet. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 98–110. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.789>
- Suharya, M., & Fuadi, H. (2024). Cashless lifestyle dan pembelian impulsif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(1), 27–35.
- Sulastri, N. (2020). Perilaku konsumtif mahasiswa dalam era digitalisasi keuangan. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa*, 2(1), 9–15.
- Yuliana, R., & Saputra, E. (2021). Financial literacy and personal finance management among young adults using e-wallets. *Journal of Economic Behavior Studies*, 7(2), 100–111.