

**PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (E-WALLET) DAN
LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP *IMPULSIF BUYING*
PADA GEN Z DI KOTA MALANG**

SKRIPSI



Oleh:

SURYATI

210503110122

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2025**

**PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (E-WALLET) DAN
LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP *IMPULSIF BUYING*
PADA GEN Z DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada: Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E)



Oleh:

SURYATI

210503110122

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

The effect of digital wallet or e-wallet and sharia financial literacy on impulsif buying among gen z in malang city

SKRIPSI

Oleh

SURYATI

NIM : 210503110122

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)

Pada 26 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1. Ketua Penguji

Barianto Nurasri Sudarmawan, ME

NIP. 199207202023211028



2. Anggota Penguji

Esy Nur Aisyah, M.M

NIP. 198609092019032014



3. Sekretaris Penguji

Rini Safitri, M.M

NIP. 199303282019032016



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M

NIP. 197708262008012011

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suryati

NIM : 210503110122

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

"PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (*E-WALLET*) DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP *IMPULSIF BUYING* PADA GEN Z DI KOTA MALANG"

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 15 Juni 2025

Hormat saya,



Suryati

210503110122

LEMBAR PERSETUJUAN

Pengaruh penggunaan dompet digital e wallet dan literasi keuangan syariah terhadap impulsif buying pada gen z di kota malang

SKRIPSI

Oleh

Suryati

NIM : 210503110122

Telah Disetujui Pada Tanggal 19 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Rini Safitri, M.M

NIP. 199303282019032016

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim,

Alhamdulillahirobbilalamin, segala puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, atas segala Rahmat, hidayah, serta karunia-Nya. Berkat ridho-Nya saya dapat menyelesaikan tugas ahir skripsi dengan judul “Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*) Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap *Impulsif Buying* Pada Gen Z Di Kota Malang” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi agung Nabi Muhammad SAW, nabi penuntun umat dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang yakni *addinul islam*.

Perjalanan dalam menyelesaikan pendidikan ini ahirnya telah sampai pada puncaknya. Berbagai suka dan duka telah dilalui, banyak pengorbanan yang telah diberikan, dan tak dapat dihitng pelajaran yang bisa dipetik. Dengan segala kerendahan hati dan ungkapan rasa terima kasih yang tulus, izinkan saya mempersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa syukur, terimakasih, dan apresiasi yang mendalam kepada:

1. Karya skripsi ini saya persembahkan untuk: Suryati, karena telah menjadi kuat hingga titik ini dan tidak menyerah dalam menyelesaikan seluruh tanggung jawab dalam perkuliahan. Kedua orang tua, Bapak Safraji dan Ibu Pusiyah yang telah mendidik dan membesarkan saya, yang telah memperjuangkan pendidikan saya untuk bisa merasakan nikmatnya sampai bangku perkuliahan ini sehingga saya mendapatkan pengetahuan yang lebih luas lagi
2. Untuk seluruh keluarga besar penulis yang telah mendukung dan memberikan arahan serta bantuan dalam terselesaikannya pendidikan ini.
3. Untuk seseorang yang belum bisa ditulis dengan jelas namanya disini, namun sudah tetulis di *lauhul mahfudz* untukku. Terimakasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini

sebagai salah satu bentuk penulis untuk memantaskan diri. Karena penulis meyakini bahwa sesuatu yang ditakdirkan untuk menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya.

4. Seluruh Dosen, Tenaga Pendidik Fakultas Ekonomi UIN Malang, seluruh teman dan sahabat dekat yang telah menjadi rumah kedua saya selama menjalani perkuliahan di UIN Malang. Semoga Allah SWT selalu menyertakan Rahmat, keberkahan, dan Kesehatan pada mereka semua.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

“Sesibuk apa pun kamu, jangan pernah tinggalkan shalat”

-Ummi

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji Syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*) Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap *Impulsif Buying* Pada Gen Z Di Kota Malang”

Shalawat dan Salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi agung Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan menuju zaman kebaikan yakni *ad-diin Al-Islam*.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas ahir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kedempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Dr. Yayuk Sri Rahayu, SE., M.M., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dan selaku dosen pembimbing telah banyak memberikan bimbingan, masukan, dan arahan selama penyusunan skripsi
4. Dosen pembimbing, Ibu Rini Safitri SE. M.M selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh bapak dan ibu dosen Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah berbagi ilmu serta pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tua saya Bapak Safraji dan Ibu Pusiyah yang telah memberikan dukungan penuh baik secara moril maupun spiritual. Terimakasih atas

segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senan tiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana, semoga ayah dan ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu.

7. Ketiga sepupu penulis Ulfatul muslimah yang saya sayangi, dan kepada para sepupu lainnya ummiyatun, yundari, intan yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis serta selalu setia mendengarkan curahan hati peneliti dalam pengerjaan skripsi.
8. Teman-teman se-perjuangan Lili, Naila, Elsa, Bhita, Lidya, Novi, Nadia dan seluruh teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2021 yang memberikan semangat dan menemani penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
9. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
10. Dan terakhir kepada diri sendiri, yang telah bertahan hingga saat ini, disaat tidak percaya terhadap diri sendiri namun tetap mengingat bahwa setiap langkah kecil yang telah diambil adalah bagian dari perjalanan, terimakasih sudah memilih berusaha sampai titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjad manusia yang selalu mau berusaha dan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal dan sebaik mungkin.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
SKRIPSI.....	iii
Oleh	iii
SURYATI.....	iii
NIM : 210503110122	iii
Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji.....	iii
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan.....	iii
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.).....	iii
Pada 26 Juni 2025	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Masalah.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 E-Wallet.....	15

2.2.2 Literasi Keuangan Syariah.....	20
2.2.3 Impulsif Buying	23
2.3 Kajian Keislaman	25
2.4 Kerangka Konsep	29
2.5 Pengaruh Antar Variabel dan Hipotesis	30
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis dan Pendekatan.....	32
3.2 Lokasi Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.5 Data dan Jenis Data	34
3.6 Teknis Pengumpulan Data	34
3.7 Definisi Operasional Variabel	35
3.8 Skala Pengukuran	37
3.9 Teknis Analisis Data.....	38
BAB IV	46
HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.2 Analisis Deskriptif	52
4.3 Uji Instrumen.....	55
4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	60
4.5 Uji hipotesis.....	62
4.6 Pembahasan	65
4.7 Kajian Keislaman	67
BAB V.....	69
PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1.....	46
Tabel 4. 2.....	47
Tabel 4. 3.....	48
Tabel 4. 4.....	49
Tabel 4. 5.....	50
Tabel 4. 6.....	52
Tabel 4. 7.....	53
Tabel 4. 8.....	54
Tabel 4. 9.....	55
Tabel 4. 10.....	56
Tabel 4. 11.....	58
Tabel 4. 12.....	59
Tabel 4. 13.....	60
Tabel 4. 14.....	61
Tabel 4. 15.....	62
Tabel 4. 16.....	64
Tabel 4. 17.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sistem Pembayaran yang populer dipakai di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Aplikasi Dompot Digital yang kerap dipakai di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 Pereferensi Merek Mobile Banking Millenial dan Gen Z	6
Gambar 2. 1 Kerangka konseptual.....	29
Gambar 4. 1	47
Gambar 4. 2	48
Gambar 4. 3	49
Gambar 4. 4	50
Gambar 4. 5	51
Gambar 4. 6 Histogram Normalitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 2. Uji Validitas
- Lampiran 3. Uji Reliabilitas
- Lampiran 4. Uji Normalitas Data
- Lampiran 5. Uji Multikolineraitas
- Lampiran 6. Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 7. Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 8. Uji T
- Lampiran 9. Uji R
- Lampiran 10. Uji R-Square

ABSTRAK

Suryati, 2025, Skripsi. Judul: pengaruh penggunaan dompet digital *E-wallet* dan Literasi Keuangan Syariah terhadap *Impulsif Buying* pada Gen Z di Kota Malang

Pembimbing: Rini Safitri, M.M

Kata Kunci: *E-wallet*, Literasi Keuangan Syariah, *Impulsif Buying* Gen Z, Kota Malang

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan dompet digital e-wallet dan literasi keuangan syariah terhadap impulsif buying pada gen z di kota malang. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survey. Sampel penelitian terdiri dari 100 mahasiswa yang aktif menggunakan transaksi *e-wallet*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner yang mengukur variabel e-wallet, literasi keuangan syariah, dan impulsive buying. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS untuk menguji hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh signifikan terhadap impulsif buying, literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap impulsif buying. E-wallet dan literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap impulsive buying pada Gen z di Kota Malang. Penelitian ini menunjukkan bahwa impulsive buying pada Gen Z di Kota Malang tidak hanya dipengaruhi oleh satu factor tunggal, tetapi merupakan hasil kontribusi simultan antara kemudahan penggunaan e-wallet dengan tingkat literasi keuangan syariah yang dimilikinya. Temuan ini menekankan pentingnya literasi keuangan syariah dalam membentuk perilaku konsumsi Gen Z yang lebih bijak di era digital. Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran finansial berbasis syariah merupakan kunci pengendalian impulsivitas, meskipun transaksi digital tersedia.

ABSTRACT

Suryati, 2025, *THESIS*. Title: The Influence of The Use E-wallet Digital Wallet and Sharia Financial Literacy on Impulsive Buying in Gen Z in Malang City

Advisor : Rini Safitri, M.M

Keywords : *E-Wallet*, Sharia Financial Literacy, *Impulsif Buying* Gen Z, Malang City

This study aims to analyze the influence of e-wallet digital wallet usage and sharia financial literacy on impulsive buying in gen z in Malang City. The method use is a quantitative approach with survey techniques. The research sample consistend of 100 students who actively use e-wallet transactions. Data werw collected using a questionnaire that measured the variables e-wallet, sharia financial literacy, and impulsive buying. Data analysis was carried out using SPSS to test the relationship between variables.

The results showed that e-wallet usage had a significant effect on impulsive buying. Sharia financial literacy had a significant effect impulsive buying. E-wallet and Islamic financial literacy have a significant influence on impulsive purchases among Gen Z in Malang City. This study show that impulsive purchases among Gen Z in Malang City are not only influenced by one single factor, but are the result of simultaneous contributions between the ease of using e-wallet and the level of Islamic financial literacy they have. This finding emphasizes the importance of Islamic financial literacy in shaping Gen Z's wiser consumption behavior in the digital era. This indicates thas Islamic-based financial awareness in the key to controlling impulsivity, even thought digital transactions are available.

الملخص

سورياتي، ٢٠٢٥، أطروحة. عنوانها: تأثير استخدام المحافظ الإلكترونية الرقمية والوعي المالي الشرعي على الشراء الاندفاعي لدى جيل زد في مدينة مالانغ

المشرف: ريني صفيتري، م.م.

الكلمات المفتاحية: المحفظة الإلكترونية، الثقافة المالية الإسلامية، الشراء الاندفاعي لجيل زد، مدينة مالانغ

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير استخدام المحافظ الإلكترونية والثقافات المالية الإسلامية على الشراء الاندفاعي لدى جيل زد في مدينة مالانغ. المنهج المستخدم هو منهج كمي مع أسلوب المسح. تكونت عينة البحث من 100 طالب يستخدمون المحافظ الإلكترونية بنشاط. جُمعت البيانات باستخدام استبيان لقياس متغيرات المحفظة الإلكترونية، والثقافات المالية الإسلامية، والشراء الاندفاعي. حُللت البيانات باستخدام برنامج SPSS لاختبار العلاقة بين المتغيرات.

أظهرت النتائج أن استخدام المحفظة الإلكترونية كان له تأثير كبير على الشراء الاندفاعي. كان للثقافات المالية الإسلامية تأثير كبير على الشراء الاندفاعي لدى جيل زد في مدينة مالانغ. تُظهر هذه الدراسة أن الشراء الاندفاعي لدى جيل Z في مدينة مالانغ لا يتأثر بعامل واحد فحسب، بل هو نتيجة مساهمة متزامنة بين سهولة استخدام المحافظ الإلكترونية ومستوى الثقافة المالية الإسلامية لديهم. تؤكد هذه النتائج أهمية الثقافة المالية الإسلامية في تشكيل سلوك استهلاكي أكثر حكمة لدى جيل Z في العصر الرقمي. وهذا يُشير إلى أن الوعي المالي الإسلامي أساسي للسيطرة على الاندفاعية، حتى مع توافر المعاملات الرقمية.

BAB I

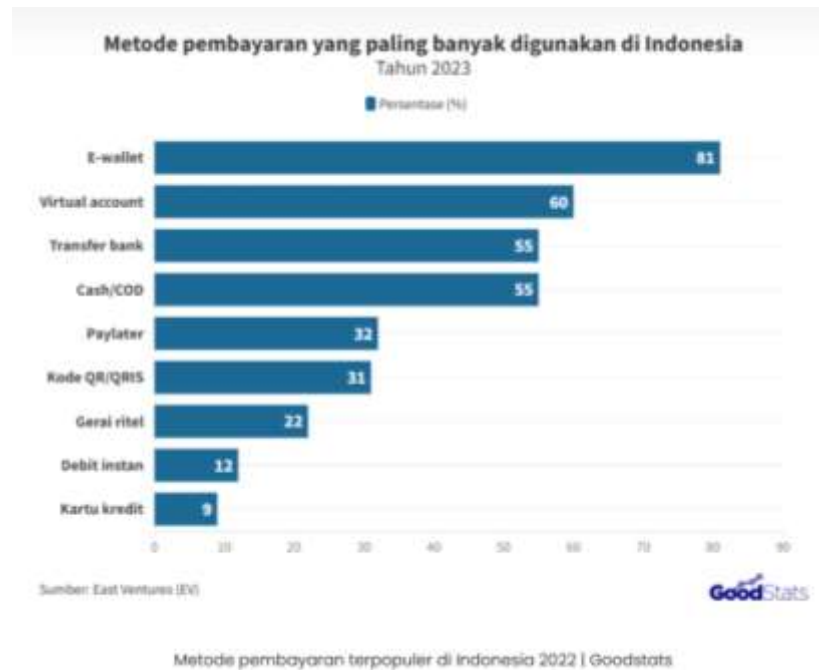
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era digital saat ini segala aktivitas masyarakat tidak terlepas dari penggunaan teknologi. Pertumbuhan teknologi dan informasi telah memicu perubahan pesat di era digital yang menyediakan kemudahan bagi masyarakat dalam menjalankan rutinitas mereka. Hampir semua bidang telah mengadopsi kemajuan teknologi untuk menghasilkan inovasi, termasuk bidang finansial. Adapun inovasi yang muncul dalam bidang finansial yaitu teknologi finansial atau *fintech*. Rahadi, (2020) menguraikan teknologi finansial merupakan pemanfaatan teknologi pada metode finansial demi menghasilkan barang, fasilitas, teknologi serta bentuk usaha baru yang mampu memengaruhi stabilitas moneter, stabilitas metode finansial dan efisiensi, kecepatan, kenyamanan serta kemahiran metode pembayaran.

Penggunaan uang elektronik untuk pembayaran digital semakin populer di Indonesia, sejalan dengan pertumbuhan bisnis teknologi finansial yang juga berkontribusi terhadap munculnya perusahaan-perusahaan *startup* di sektor keuangan digital. Semua transaksi pembelian tidak hanya menggunakan pembayaran secara tunai saja, namun pembayaran secara nontunai berbasis aplikasi seperti Dompet Digital atau *e-wallet* telah dapat digunakan. *e-wallet* memfasilitasi pengguna untuk menampung dana pada sebuah aplikasi serta menggunakannya selama pembayaran transaksi kepada pedagang secara langsung maupun tidak langsung (Suyanto, 2023).

Gambar 1. 1 Sistem Pembayaran yang populer dipakai di Indonesia

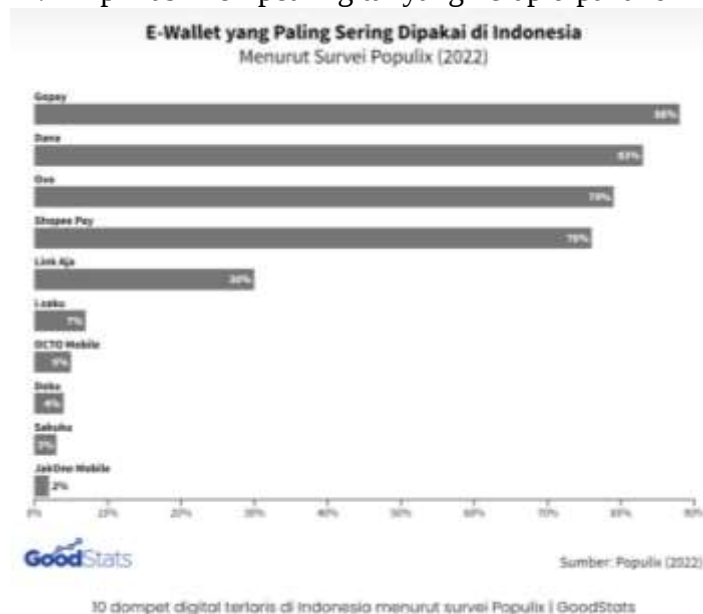


Sumber: GoodStats dari East Ventures (2022)

Berdasarkan Data Persentase GoodStats yang dilansir dari laporan East Ventures (EV) diatas, *e-wallet* menjadi sistem pembayaran yang populer dipakai di Indonesia dengan persentase sebesar 81%. Menurut Populix tahun 2022, perkembangan penggunaan *e-wallet* ini dipicu karena potensi ekonomi digital Indonesia sangat besar. Dengan penetrasi internet dan pertumbuhan informasi serta teknologi yang semakin luas, Indonesia telah menjadi pasar yang matang untuk layanan keuangan digital terutama karena mayoritas penduduknya belum memiliki akses ke layanan perbankan. Hal ini terbukti dengan kesuksesan Indonesia yang menjadi pemain utama dalam ranah digital di kawasan Asia Tenggara pada Tahun 2022. Selain itu, kegunaan *e-wallet* yang nyaman dan praktis menjadi alasan lain masyarakat Indonesia banyak menggunakan *e-wallet* dalam kegiatan transaksi sehari-harinya. Pengguna tidak perlu membawa uang tunai secara langsung, tidak perlu menyimpan kembalian uang receh di setiap transaksi karena pembayaran dapat dilaksanakan secara cepat melalui pemindaian QRIS.

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Salah satu inovasi yang paling menonjol dalam *fintech* adalah penggunaan *e-wallet*, yang semakin populer di kalangan generasi muda, khususnya generasi Z. *E-wallet* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi, baik untuk pembelian barang maupun jasa, yang sebelumnya membutuhkan waktu dan tenaga lebih. Dengan hanya menggunakan *smartphone*, pengguna dapat dengan mudah melakukan pembayaran, transfer uang, dan berbagai transaksi lainnya dengan beberapa ketukan (Suyanto, 2023).

Gambar 1. 2 Aplikasi Dompot Digital yang kerap dipakai di Indonesia



Sumber: GoodStats dari Populix (2022)

Berdasarkan Data Persentase GoodStats yang dilansir dari Populix diatas, menunjukkan bahwa *e-wallet* GoPay berhasil menduduki peringkat pertama dari penggunaan *e-wallet* yang sering diakses pada tahun 2022 dengan persentase sebanyak 88%, disusul oleh aplikasi Dana sebanyak 83%, OVO sebanyak 79%, ShopeePay sebanyak 76% dan disusul oleh *e-wallet* lainnya. Menurut survei yang dilakukan oleh Populix, berbagai alasan utama yang membuat masyarakat memilih untuk menggunakan *e-wallet* adalah karena kepraktisan (81%), integrasi dengan perdagangan elektronik atau *e-commerce* (80%), kemudahan penggunaan (79%),

penawaran *cashback* (70%), efisien waktu (69%), integrasi dengan aplikasi pemesanan transportasi online atau *ride-hailing* (67%), kenyamanan (59%), memiliki beragam fitur (55%), keamanan (41%) dan rekomendasi dari keluarga atau teman (17%). Dalam menggunakan *e-wallet* masyarakat Indonesia menghabiskan dua sampai tiga kali seminggu untuk transaksi pembelian di layanan perdagangan elektronik, transaksi di aplikasi pemesanan transportasi online, isi ulang pulsa atau kuota, membayar tagihan antara lain listrik, air serta kartu kredit, pengiriman uang ke keluarga lainnya, transaksi untuk tujuan investasi, transaksi penginapan, makan, tiket bioskop, tiket tol dan berlangganan hiburan sesuai permintaan. Hampir seluruh kegiatan perekonomian sudah menggunakan uang elektronik sebagai sistem pembayaran.

Kemudahan dalam sistem pembayaran mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi terlebih lagi pada kelompok Generasi Z. KIC dan Zigi melakukan survei pada tahun 2021, ditemukan bahwa sebanyak 68% dari Generasi Z menggunakan *e-wallet* sebagai sarana pembayaran. Menurut Wijoyo, (2020). Generasi Z juga dikenal sebagai *iGeneration* atau Generasi Internet. Generasi Z terdiri dari remaja, pemuda, pelajar, mahasiswa, pekerja yang lahir pada Tahun 1998-2012 berumur 13-28 Tahun. Adapun jumlah penduduk Generasi Z di Kota Malang , terdapat 257.423 jiwa Generasi Z di Kota Malang. Data tersebut menjadi data terakhir Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang yang belum diperbarui, namun BPS akan kembali melanjutkan sensus penduduk yang sempat tertunda tersebut.

Penggunaan uang tunai sebagai sistem pembayaran pada saat ini diyakini mulai menimbulkan masalah, terutama dalam hal biaya penanganan uang tunai, risiko perampokan atau pencurian, kesehatan, kepraktisan, dan peredaran uang palsu. Di era digital seperti saat ini eksistensi uang tunai dalam penggunaannya mulai digeser oleh sistem pembayaran yang bersifat non-tunai karena keinginan akan kepraktisan bertransaksi berdasarkan kepentingan dan kebutuhan masyarakat. Sistem pembayaran *cashless* memungkinkan pengguna melakukan transaksi tanpa harus membawa uang tunai dengan jumlah banyak, mengingat maraknya pencopet

atau perampokan terhadap orang-orang yang membawa uang dalam jumlah besar, tidak diragukan lagi ini lebih aman. Keunggulan lain yang didapatkan dari sistem pembayaran non tunai ini yaitu pengguna tidak perlu repot menyiapkan denominasi atau uang pecahan untuk ditukar sebagai kembalian sehingga transaksi bisa cepat selesai (Nawawi, 2020).

Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan adalah literasi keuangan syariah. Dalam konteks Indonesia yang mayoritas penduduknya Muslim, literasi keuangan syariah menjadi sangat relevan. Pengetahuan tentang prinsip-prinsip keuangan yang sesuai dengan syariah dapat mempengaruhi pengambilan keputusan finansial, termasuk dalam penggunaan *e-wallet*. Literasi keuangan syariah tidak hanya mencakup pemahaman tentang produk keuangan, tetapi juga tentang cara mengelola uang, perencanaan keuangan, dan konsekuensi dari perilaku konsumtif.

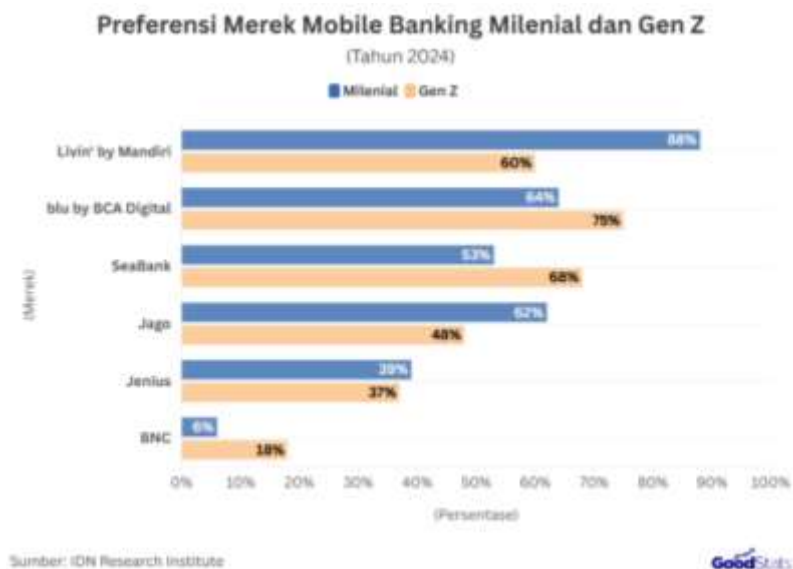
Respon emosional seseorang dapat diminimalisir apabila memiliki literasi keuangan yang baik. Pemahaman antara literasi keuangan dengan literasi keuangan syariah memiliki kesamaan yaitu, pemahaman yang diikuti sebuah cara untuk memunculkan kesadaran, dan pemahaman dalam mengatur keluar masuknya uang, agar pemanfaatan jasa keuangan dapat dirasakan oleh masyarakat demi tercapainya kesejahteraan dan siap dalam menghadapi perubahan keuangan di masa depan. Berdasarkan survei nasional literasi keuangan syariah pada tahun 2022 dinyatakan hasilnya 9,14%, hasil tersebut menunjukkan meningkat dari pada tahun 2019 yakni sebesar 8,93% (OJK, 2022). Meningkatnya indeks literasi keuangan syariah sangat penting, karena menjadi dasar seseorang dalam mengelola pengeluaran.

Tingkat literasi keuangan di Kota Malang menunjukkan hasil yang menggembirakan, dengan angka yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata nasional. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2023, sekitar 75% penduduk Malang memiliki pemahaman yang baik tentang konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan anggaran, tabungan, dan investasi. Hal ini mencerminkan upaya yang konsisten dari pemerintah daerah lembaga keuangan dalam mengedukasi masyarakat melalui berbagai program literasi keuangan, seperti seminar, workshop, dan kampanye informasi

yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang bijak. Selain itu, tingginya tingkat literasi keuangan di Malang juga mendorong kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk lembaga pendidikan, pemerintahan, dan sektor swasta, untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan pengetahuan keuangan. Dengan demikian, Kota Malang berpotensi menjadi model daerah lain dalam upaya meningkatkan literasi keuangan di Indonesia.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi yang sangat akrab dengan teknologi digital. Mereka tumbuh di era internet dan *smartphone*, sehingga tidak mengherankan jika mereka lebih cenderung menggunakan *e-wallet* dibandingkan metode pembayaran tradisional. Menurut survei terbaru, penggunaan *e-wallet* di kalangan generasi Z di Indonesia meningkat pesat, menunjukkan bahwa mereka lebih memilih transaksi yang cepat dan praktis (Sulistyowati, 2024).

Gambar 1. 3 Preferensi Merek Mobile Banking Milenial dan Gen Z



Pada posisi tiga teratas, aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri berhasil meraih posisi pertama dengan total pengguna terbanyak. Diikuti oleh merek-merek terkemuka seperti blu by BCA Digital dan SeaBank yang menempati urutan kedua dan ketiga secara berturut-turut. Meskipun demikian, preferensi pengguna dari kedua generasi tersebut menunjukkan tren yang berbeda. Milenial lebih condong

menggunakan Livin' by Mandiri (88%), sementara gen Z lebih memilih blu by BCA Digital (75%). Sebaliknya, hanya 60% gen Z yang menggunakan Livin' by Mandiri, sedangkan 64% milenial menggunakan blu by BCA Digital. Seabank juga lebih populer di kalangan gen Z (68%) dibandingkan milenial (53%). Aplikasi Jago dan Jenius secara konsisten menempati posisi keempat dan kelima dalam preferensi kedua generasi yang disurvei. BNC, di sisi lain, kurang diminati, dengan tingkat penggunaan di bawah 20%.

Fenomena ini membuka peluang bagi penelitian untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *impulsif buying* pada generasi ini Sulistyowati, (2024). *Impulsive buying* pada situs belanja online terjadi karena ketika pembeli masuk kedalam aplikasi maka segala jenis barang tersedia untuk dijual, mulai dari pakaian, alat rumah tangga, makanan, kosmetik dan sebagainya. Kemudahan dalam satu aplikasi inilah yang membuat pembeli merasa bahwa membeli secara online lebih menguntungkan dan menghemat waktu. Beberapa jenis produk yang paling dominan di konsumsi masyarakat Indonesia adalah produk fashion seperti pakaian, aksesoris dan perhiasan. Produk fashion berkaitan erat dengan karakteristik pribadi, terutama pada generasi muda atau gen Z dan millenial sehingga mereka cenderung membeli tanpa ada perencanaan sebelumnya, meskipun ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan untuk benar-benar melakukan transaksi (Almasyhari *et al.*, 2024).

Peningkatan literasi keuangan syariah dari tahun 2019 ke 2022, diharapkan mampu untuk merepresentasikan perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan yang baik. Penelitian sebelumnya mengenai literasi keuangan syariah dengan *impulsive buying*, terdapat perbedaan hasil. Penelitian yang dilakukan oleh Rafidah *et al.*, (2020) mengatakan bahwa literasi keuangan syariah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan perilaku pembelian impulsif. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurzianti, (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Pengetahuan keuangan syariah adalah pengetahuan keuangan yang mempengaruhi sikap dan perilaku dalam meningkatkan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dimana semakin tinggi literasi keuangan syariah maka

semakin tinggi perilaku keuangannya. Namun berdasarkan fakta seseorang yang memiliki pemahaman literasi keuangan syariah masih belum dapat mengendalikan perilaku konsumtifnya (Insani *et al.*, 2020). Dengan memahami hubungan antara penggunaan *e-wallet*, literasi keuangan syariah, dan perilaku impulsif buying, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam *e-commerce*. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pendidikan keuangan dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, terutama di kalangan generasi muda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh *E-Wallet* terhadap *impulsive buying* pada generasi Z di kota Malang
2. Apakah ada pengaruh literasi keuangan syariah terhadap *impulsif buying* pada generasi Z di kota Malang
3. Apakah ada pengaruh *E-Wallet* dan literasi keuangan syariah terhadap *impulsif buying* pada generasi Z di kota Malang

1.3 Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh *E-Wallet* terhadap *Impusif Buying* pada generasi Z di kota Malang
2. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap *Impulsif Buying* pada generasi Z di kota Malang
3. Untuk mengetahui pengaruh *E-Wallet* dan literasi keuangan syariah terhadap *impulsive buying* pada generasi Z di kota Malang

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi yang berkaitan dengan dunia pendidikan. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini

diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan atas kesesuaian teori dengan kondisi lapangan, sehingga dapat dikembangkan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pengguna *e-commerce* dalam mengelola keuangan menjadi lebih baik. Skala prioritas dapat disusun berdasarkan tingkat kepentingan kebutuhan sehingga lebih selektif dalam memilih antara kebutuhan dan keinginan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merujuk pada serangkaian penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti, baik secara referensi maupun untuk perbandingan. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini telah disusun sebagai panduan dalam penelitian ini adalah table sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Hasil – hasil penelitian terdahulu

NO	Nama peneliti, Tahun, Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Nihlatussifa & Susilo, 2024), “Pengaruh Penggunaan <i>E-wallet</i> dan <i>Islamic Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku <i>Impulsif Buying</i> pada Gen Z pengguna <i>Ewallet</i> di Jepara”	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode <i>analisis regresi linier berganda</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan <i>E-wallet</i> dan literasi keuangan syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku <i>impulsif buying</i> .
2.	(Prakasiwi & Nuvriasari, 2024) “ <i>The Influence Of Store Atmosphere And Lifestyle On Impulsif Buying</i> ”	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode sampling jenuh	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan store atmosphere dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>impulsif buying</i>

	<i>at Miniso Mall Olympic Garden Kota Malang”</i>		
3.	(Nuratika <i>et al.</i> , 2022) “ <i>The Effect Of Using Digital Wallets and Financial Literacy on Consumptive Behavior Of Students In DKI Jakarta</i> ”	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif
4.	(Nisa & Solekah, 2022) “ <i>The Influence of TAM, Social influence, Security Relationship Toward Intention to Use E Wallet through Attitude and Trust</i> ”	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Perceived Usefulness</i> (PU), <i>Social Influence</i> (SI), dan <i>Security</i> (S) tidak berpengaruh terhadap <i>Intention to use</i> (IU) <i>E-wallet</i> , hanya <i>Perceived Ease of Use</i> (PEU) yang berpengaruh langsung terhadap <i>Intention to use</i> (IU) <i>E-wallet</i> , <i>Attitude</i> tidak dapat memediasi <i>Perceived Usefulness</i> (PU) dan <i>Perceived Ease of Use</i> (PEU) pada <i>Intention to use</i> (IU) <i>E-wallet</i> , tetapi <i>Trust</i> dapat sepenuhnya memediasi

			Keamanan terhadap <i>Intention to use</i> (IU).
5.	(Hermawan & Rofiq, 2024) <i>“The Effect of Flash Sale on Impulsive Buying with Positive Emotion as Mediating Variable among Shopee Users in Malang City”</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode <i>purposive sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penjualan kilat memiliki efek positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif, Emosi positif juga secara positif dan signifikan mempengaruhi perilaku pembelian impulsif, Emosi positif secara signifikan memediasi hubungan antara penjualan kilat dan perilaku pembelian impulsif di Shopee.
6.	(Aulia et al., 2023) “Pengaruh Penggunaan <i>E-Wallet</i> dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif”	Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan <i>E-wallet</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif, namun literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif.
7.	(Sari & Nurhasanah, 2024) <i>“Analysis of The Influence of Shopping Lifestyle, Time</i>	Penelitian ini menggunakan <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) melalui <i>SmartPLS</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Shopping Lifestyle</i> dan <i>Time-Pressure</i> secara konsisten positif menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap <i>impulsif</i>

	<i>Pressure, Religious, and Islamic Financial Literacy on Impulsive Buying on Shopee Live Streaming</i>		<i>buying pada Shopee Live Streaming. Namun, religiusitas dan literasi keuangan syariah memiliki hubungan yang negatif dan tidak signifikan terhadap Impulsif Buying pada Shopee Live Streaming.</i>
8.	(Rafidah <i>et al.</i> , 2020) “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa”	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. <i>religiusitas</i> berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
9.	(Mardatillah <i>et al.</i> , 2024) “Peranan Literasi Keuangan Syariah Dalam Memoderasi Pengaruh	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Hedonic Shopping Motivation</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Impulsif Buying</i> . <i>social media</i> berpengaruh positif dan signifikan

	<i>Hedonic Shopping Motivation dan sosial media terhadap Impulsif Buying”</i>		terhadap <i>Impulsif Buying</i> . <i>Hedonic Shopping Motivation</i> dan social media berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Impulsif Buying</i> . Literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi hubungan <i>Hedonic Shopping Motivation</i> terhadap <i>Impulsif Buying</i> . Literasi keuangan syariah mampu memoderasi hubungan sosial media terhadap <i>Impulsif Buying</i> .
10	(Mukti <i>et al.</i> , 2024) <i>“Financial Literacy, Financial Management, Social Legitimacy and Being FOMO on Impulsive Buying: Evidence on Leisure Activity Coldplay Concert Euphoria on Indonesian Gen Z Generation”</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif <i>Partial Least Squares (PLS)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan yang rendah dan <i>FOMO</i> yang tinggi berkontribusi pada perilaku pembelian impulsif, sedangkan manajemen keuangan yang baik tidak selalu mencegah pembelian impulsif.

11	(Fitriyah & Putri, 2024) “Literasi Keuangan Syariah Dan <i>Religiusitas</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z Dengan Variabel Mediasi Penggunaan <i>Paylater</i> ”	Penelitian ini menggunakan Metode purpose sampling menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dan penggunaan <i>paylater</i> . religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dan penggunaan <i>paylater</i> .
----	---	--	---

Sumber : diolah peneliti (2025)

2.2 Landasan Teori

2.2.1 E-Wallet

Dompot digital (*e-wallet*) merupakan suatu bentuk teknologi yang memungkinkan individu menyimpan, mengelola, dan menggunakan mata uang elektronik melalui perangkat digital seperti handphone. *e-wallet* ini memiliki fungsi yaitu sebagai pengganti fisik dari dompet konvensional (kartu kredit/kartu debit) yang biasanya digunakan masyarakat untuk menyimpan uang tunai. Suyanto, (2023) *E-wallet* merupakan dompet digital yang menawarkan berbagai manfaat salah satunya transaksi yang cepat dan aman, meningkatkan aksesibilitas, dan kenyamanan yang lebih baik. Berbagai jenis yang tersedia, dan bagaimana *E-wallet* digunakan untuk berbagai hal, mulai dari transfer, membayar tagihan, belanja online sehingga pembayaran internasional.

E-Wallet merupakan salah satu *fintech* dimana alat untuk bertransaksi tidak menggunakan uang cash, akan tetapi menggunakan saldo didalam *e-wallet* pelanggan. *e-wallet* juga dapat disebut sebagai alat transaksi secara digital dengan menggunakan media yang berupa *server*

based. Melalui dompet digital dapat dihubungkan antara *mobile phone* dengan sistem pembayaran guna mempermudah pengguna untuk melakukan transaksi baik pembelian maupun penjualan.

Menurut Kuganathan & Wikramanayake, *e-wallet* merupakan layanan pembayaran yang dioperasikan dibawah regulasi keuangan dan dilakukan melalui perangkat mobile. *e-wallet* merupakan layanan yang sangat tepat bagi penggunanya untuk mempercepat dan mempermudah dalam bertransaksi. Dwiantari *et al.*, (2022) *e-wallet* merupakan dompet yang terhubung dengan server dalam bentuk sebuah aplikasi yang ada di *smartphone* yang memungkinkan untuk menyimpan sejumlah uang untuk dapat digunakan kapan dan dimana saja selama layanan pembayaran tersedia dengan baik. Aplikasi yang ada didalam *e-wallet* sangat memudahkan penggunanya dalam bertransaksi karena dengan hal tersebut konsumen tidak perlu membawa uang tunai dengan jumlah banyak, hanya dengan memiliki deposit didompet digital yang terpasang dalam *handphone* dengan jaringan internet, yang mana pembayaran dapat dilakukan secara mudah atau dikenal dengan istilah cashless transaction. Secara garis besar terdapat dua jenis model pembayaran dengan dompet digital yaitu dengan kode OTP dan dengan QR code. Kode OTP atau *one time password* dalam dompet digital ialah kode yang dikirimkan oleh provider dompet digital kepada seseorang yang berhak melakukan pembayaran, provider mengirimkan kode verifikasi ke nomor *handphone* pengguna untuk memastikan bahwa pengguna benar-benar ingin menggunakan uang dalam dompet digitalnya untuk melakukan pembayaran.

Cara ini digunakan untuk meminimalisir adanya pencurian uang didompet digital oleh pihak ketiga karena kode yang dikirimkan bersifat rahasia dan hanya diketahui oleh orang yang nomor *handphone* nya terhubung dengan dompet digital. Berbeda dengan QR code yang mana jauh lebih mudah dan praktis, karena untuk memastikan pengguna benar-benar ingin melakukan pembayaran hanya perlu untuk melakukan scan *barcode*

yang terdaftar pada *merchant* belanja lalu provider akan memverifikasi dengan meminta pin pengguna.(Singh *et al.*, 2020)

Keunggulan *E-Wallet*

Apabila dibandingkan antara penggunaan uang cash maupun alat elektronik pembayaran non tunai lainnya, maka *E-wallet* berbasis server ini memiliki banyak keunggulan antara lain:(Suyanto, 2023)

1) Kemudahan, praktis dan efisien

Pengguna *e-wallet* menawarkan kemudahan yang tidak terbatas baik dalam hal melakukan transaksi keuangan. Dengan hanya menggunakan yang ada didalam perangkat handphone, pengguna dapat mengakses dompet digital mereka dan melakukan berbagai transaksi seperti pembayaran tagihan, transfer uang dan pembelian *online*. Sehingga masyarakat tidak perlu repot membawa uang dengan jumlah banyak, *ATM*, kartu debit ataupun kartu kredit ketika sedang berpergian. Karena dengan adanya *e-wallet* pada handphone maka transaksi dapat dilakukan dimana dan kapan saja.

2) Kecepatan transaksi

Salah satu manfaat utama dari penggunaan *e-wallet* adalah kecepatan dan efisiensi pengguna dalam melakukan transaksi. Pengguna dapat melakukan pembayaran di berbagai merchant dengan mudah dan cepat dengan beberapa ketukan dilayar perangkat seluler pengguna. Suatu transaksi yang cepat dan efisien ini dapat menghemat waktu dan tenaga bagi pengguna yang sebelumnya hanya dihabiskan untuk proses manual.

3) Fleksibilitas

Dompet digital non bank memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai jenis pembayaran, seperti membayar tagihan, mengisi pulsa dan tranfer uang kepada keluarga maupun teman. Selain itu pengguna juga dapat melakukan pembelian produk atau layanan secara *online* dengan mudah dan cepat.

4) Program loyalti dan diskon

Seiring dengan perkembangan popularitas yang ada pada *e-wallet*, banyak berbagai media layanan telah memunculkan program loyalitas dan diskon khususnya bagi pengguna dompet digital. program ini banyak sekali memberikan penghargaan kepada pengguna dalam bentuk, *point reward*, *cashback*, khususnya dalam bentuk pembelian pengguna *e-wallet*.

5) Keamanan

Dompet digital non bank memiliki lapisan keamanan yang kuat, termasuk enkripsi data dan perlindungan PIN atau pengenalan wajah atau sidik jari dari pengguna. Selain itu pengguna juga lebih mudah memantau riwayat transaksi mereka melalui aplikasi dompet digital, sehingga meminimalisir resiko adanya penipuan atau penggunaan yang tidak sah.

6) Integrasi dan layanan lainnya

Beberapa dompet digital non bank memiliki fitur integrasi dengan layanan lain, seperti pemesanan tiket pesawat, tiket kereta api, hotel dan layanan makanan. Hal ini memudahkan pengguna untuk mengakses berbagai layanan secara terpadu melalui satu aplikasi saja.

Dengan adanya keuntungan-keuntungan tersebut dompet digital non bank atau *e-wallet* telah mengubah cara masyarakat khususnya para generasi gen Z dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari. Pengguna tidak lagi perlu membawa uang tunai secara fisik ataupun menghadapi keterbatasan kartu kredit dalam melakukan pembayaran, karena dompet digital *e-wallet* telah memberikan fleksibilitas, kecepatan, dan kemudahan mengelola keuangan pribadi.

Kekurangan Dompet Digital (*E-Wallet*)

Selain terdapat keunggulan, *E-Wallet* juga memiliki kekurangan diantaranya: (Lestari *et al.*, 2023)

1) Layanan terbatas

Marchant rekanan masih terbatas dan belum merata khususnya diindonesia. Sehingga masih memerlukan uang tunai untuk melakukan pembayaran di toko yang belum terdaftar sebagai rekanan *E-Wallet*.

2) Ada biaya transaksi

Beberapa *E-Wallet* masih memberikan beban biaya administrasi pada setiap kegiatan transaksinya. Jumlah nominal biaya transaksi ini berbeda-beda pada setiap *E-Wallet*.

Jenis – Jenis *E-Wallet*

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia No.16/8/PBI/2014, berdasarkan tempat penyimpanan nilai dana uang elektronik, maka terbagi dua jenis yaitu:

1) Uang elektronik berbasis kartu atau *chip*

Nilai dana uang ini bersifat tercatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media elektronik dikelola oleh pemegang. Sistem catatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis kartu atau chip dan memungkinkan setiap transaksi dilakukan secara offline.

2) Uang elektronik berbasis server

Nilai dana pemegang tersimpan pada data base penerbit dan dalam melakukan transaksi membutuhkan media berupa handphone pengguna untuk mengirim nomor sandi dan nilai transaksi yang dibutuhkan dan menerima nomor token untuk melakukan transaksi. Sistem ini hanya dapat dilakukan secara online, yang mana uang elektronik berbasis server ini dikenal dengan dompet digital *E-Wallet*.

Indikator *E-Wallet*

Menurut Assauri berikut indikator penggunaan dompet digital *e-wallet*:

1) Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah kecenderungan untuk memilih serta nilai dari produk dalam suatu perusahaan yang ditawarkan diatas tawaran nilai produk perusahaan pesaing. Yang dimaksud disini ialah seberapa intens konsumen atau pelanggan dalam menggunakan dompet digital untuk mempermudah setiap proses transaksi yang mereka gunakan.

2) Respon Positif

Respon positif yaitu suatu tanggapan yang diterima oleh seorang penjual dari anggota yang dapat dimengerti sehingga anggota mendukung, menyepakati, menyetujui pesan ataupun ajakan, serta bagaimana upaya konsumen untuk merekomendasikan layanan dompet digital pada orang lain

3) Kenyamanan

Kenyamanan pelanggan merupakan keadaan dimana perorangan yang mana orang tersebut sebagai konsumen merasa senang pada saat mereka menggunakan dan merasakan hasil dari teknologi dalam aktivitasnya. Dalam menciptakan suatu kenyamanan konsumen terdapat dimensi kenyamanan keputusan yang meliputi kepuasan, waktu yang digunakan, biaya yang dikeluarkan, serta proses usaha untuk memunculkan keputusan pembelian atau pemakaian jasa.

2.2.2 Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah adalah bagaimana seorang individu memiliki kemampuan dari berbagai aspek, seperti pengetahuan, sikap dan perilaku dalam keuangan islam untuk mengelola keuangan berdasarkan prinsip keuangan syariah Insani *et al.*, (2020). Literasi Keuangan Syariah merupakan pengetahuan mengenai dasar-dasar keuangan serta keahlian dalam menyikapi problematika seputar keuangan. Baik terkait pengelolaan maupun keputusan seseorang terkait perilaku keuangan, yang nantinya akan berpengaruh kepada perilaku ekonomi seseorang (Liebowitz, 2018).

Konsep literasi keuangan syariah sendiri merupakan pengembangan dari konsep *financial knowledge* dan juga konsep ekonomi syariah, yang mana dalam hal ini tentu dimasukkan aspek-aspek keislaman di dalamnya. Pengertian dari literasi keuangan syariah sendiri sebagaimana dijelaskan oleh (Liebowitz, 2018) merupakan tingkat kemampuan seseorang dalam memahami, bersikap, serta berperilaku sesuai dengan kaidah-kaidah keuangan syariah dalam pengelolaan keuangan yang didasari oleh prinsip Islam.

Literasi keuangan islam adalah kecakapan dalam mencerna dan mengimplementasikan rancangan keuangan islam, serta mampu memanfaatkan produk dan layanan keuangan islam Sari & Nurhasanah, (2024) Literasi keuangan syariah merupakan perluasan dari unsur-unsur yang ada dalam literasi keuangan secara umum, namun, unsur-unsur tersebut disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam.

Tujuan literasi keuangan syariah adalah agar masyarakat luas dapat menentukan produk dan jasa keuangan Syariah sesuai dengan kebutuhan, terutama dapat memahami dengan baik dari segi manfaat dan risiko. Literasi keuangan syariah mengacu pada syariat islam berdasarkan pada hukum islam, ada tiga kategori produk untuk muslim meliputi, halal, haram dan syubhat. Hal ini ditujukan guna untuk meningkatkan kesejahteraan sesuai dengan prinsip Syariah yang halal dan menguntungkan. Oleh karena itu adanya literasi syariah diharapkan membuat masyarakat mampu dalam mengelola keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan (Nasution & Fatira, 2019). Berikut manfaat literasi keuangan dari berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi institusi keuangan.
 - a. Semakin tinggi potensi transaksi keuangan yang dilakukan masyarakat maka potensi keuangan yang diperoleh lembaga jasa keuangan (LJK) semakin besar.
 - b. Cara memotivasi lembaga jasa keuangan untuk mengembangkan produk dan layanan apakah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
2. Bagi masyarakat
 - a. Memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan baik.
 - b. Terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas.
 - c. Mampu memilih dalam produk jasa keuangan.

- d. Mendapatkan pengetahuan tentang manfaat dan risiko suatu produk dan jasa keuangan.

3. Bagi ekonomi makro.

- a. Bertambahnya masyarakat yang *well literate* akan semakin banyak minat produk dan jasa keuangan akan menciptakan kesejahteraan.
- b. Bertambahnya masyarakat dalam minat menabung dan berinvestasi maka dana untuk pembanguann semakin meningkat.
- c. Bertambahnya masyarakat dalam minat menabung dan berinvestasi pada lembaga jasa keuangan, maka menjadi peluang besar bagi sektor jasa keuangan untuk terus berkembang.

Indikator Literasi Keuangan Syariah

Menurut Kusumaningtuti Sandriharmy & Setiawan, (2018) berikut indikator literasi keuangan syariah:

1) Pengetahuan keuangan

Pengetahuan keuangan adalah bagian penting dari pengetahuan keuangan pribadi, yang dapat menolong mereka membedakan produk dan layanan financial serta bernai mengambil keputusan. Dasar Syariah adalah pengetahuan yang berkaitan dengan prinsipprinsip dasar pengelolaan keuangan yang nantinya harus digunakan oleh seseorang sebagai pribadi untuk mengelola keuangan pribadi, keluarga, dan bisnis.

2) Perilaku keuangan

Perilaku konsumen pada akhirnya akan mempengaruhi status keuangan dan kesejahteraan dalam jangka pendek dan panjang.

3) Sikap keuangan

Sikap keuangan adalah tahap rencana financial yang bertujuan di masa akan datang.

4) Tingkat literasi keuangan

Tingkat literasi keuangan bersifat kompleks dan bagian dari gabungan perilaku keuangan, pengetahuan dan sikap.

2.2.3 Impulsif Buying

Menurut Albarry dalam Fatmawatie, (2022.) Perilaku Konsumtif merujuk pada kebiasaan menghabiskan uang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan, lebih mengutamakan keinginan tanpa adanya prioritas atau bisa dianggap sebagai gaya hidup yang mewah. Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Perilaku Konsumtif merupakan sikap boros, sehingga penting bagi individu untuk meningkatkan kesadaran akan perilaku konsumtif dan mengembangkan strategi pengelolaan keuangan yang lebih seimbang dan bertanggung jawab.

Menurut Fatmawatie, (2022), Perilaku Konsumtif merupakan kecenderungan untuk mengonsumsi produk dan layanan lebih dari yang sebenarnya diperlukan, dengan lebih menekankan pada keinginan dari pada kebutuhan. Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Perilaku Konsumtif berfokus pada keinginan dari pada kebutuhan dasar, sehingga dapat menyebabkan pemborosan sumber daya, penumpukan barang yang tidak perlu dan tekanan finansial.

Menurut Fatmawatie, (2022), faktor-faktor yang memengaruhi Perilaku Konsumtif baik dari faktor internal maupun faktor eksternal, mencakup:

1. Faktor internal yang terdiri dari:

a) Motivasi

Dorongan dalam individu yang mempengaruhi untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.

b) Proses serta Pengalaman Belajar Konsumen

Melibatkan pengamatan serta pembelajaran dari informasi yang diperoleh, sehingga dapat memengaruhi Perilaku Konsumtif.

c) Kepribadian

Kepribadian adalah kebiasaan dan karakteristik yang melekat pada individu.

d) Konsep Diri

Konsep diri diartikan seperti cara individu memandang dan menggambarkan mengenai dirinya.

e) Keadaan Ekonomi

Pengaruh situasi keuangan individu terhadap keputusan pembelian.

f) Gaya Hidup

Gaya hidup berarti Cara individu memilih untuk menggunakan waktu dan uangnya. Konsep gaya hidup *happy shopping* adalah salah satu pola perilaku yang banyak diadopsi oleh remaja saat ini, yang berkontribusi pada Perilaku Konsumtif.

2. Faktor Eksternal antara lain:

a. Faktor Budaya

Sikap yang dimiliki bersama dan terbentuk dalam kelompok masyarakat.

b. Faktor Kelas Sosial

Struktur hierarki dalam masyarakat yang mempengaruhi nilai, minat dan sikap individu terhadap konsumsi.

c. Faktor Keluarga

Peran fundamental keluarga dalam membentuk Perilaku Konsumtif individu.

d. Grup Referensi

Pengaruh kelompok atau individu lain dalam membentuk perilaku dan konsep pribadi seseorang serta memberikan tekanan terhadap pilihan produk dan merek.

Indikator *Impulsif Buying*

Menurut Engel *et al.* pembelian berdasarkan *impulsif buying* mengemukakan indikator sebagai berikut: (Yulinda *et al.*, 2022)

1) Spontanitas pembelian

Spontanitas pembelian adalah keadaan pelanggan tidak merencanakan terlebih dahulu untuk membeli sesuatu dan mengambil keputusan yang relatif cepat.

2) Pembelian terburu-buru

Pembelian terburu-buru adalah keadaan pembeli merasa sering terburu-buru dalam membeli sesuatu.

3) Ketidakpedulian akan konsekuensi

Konsumen tidak sering memikirkan resiko negatif akan timbul dari kegiatan *impulsif buying* mereka.

4) Pembelian dipengaruhi keadaan emosional

Pembelian dipengaruhi keadaan emosional adalah penilaian pembeli yang merasa bahwa pembeli melakukan pembelian yang dipengaruhi oleh keadaan emosional yang dirasakannya. Pembeli yang sangat berperilaku *impulsif buying* cenderung tidak berpikir panjang dalam melakukan pembelian, untuk secara emosional tertarik terhadap suatu barang yang dilihatnya, dan ingin segera memenuhi kepuasan dan keinginan.

2.3 Kajian Keislaman

1. *E-Wallet* dalam Islam

Penggunaan transaksi *e-wallet* sudah menjadi sesuatu yang lazim di masa sekarang, karena dalam penggunaan transaksi *e-wallet* tersebut memberikan banyak ruang dan kemudahan bagi masyarakat untuk menggunakan transaksi *e-wallet*. Tetapi di balik kemudahan dan keunggulan dari penggunaan transaksi *e-wallet* tersebut, sebagian masyarakat khususnya kalangan umat muslim masih meragukan terkait ketentuan hukum dari mekanisme penggunaan transaksi *e-wallet* menurut ajaran Islam (Bariroh, 2016).

Ulama pada umumnya mengatakan bahwa segala jenis transaksi dalam majlis aqad yang bersifat merugikan salah satu pihak maka transaksi tersebut hukumnya haram. Bahkan segala transaksi atau akad yang tidak jelas dalam mekanisme pelaksanaannya, dan tidak sesuai dengan prinsip hukum Islam, juga tidak sesuai dengan transaksi-transaksi yang terdapat dalam hukum Islam, maka transaksi tersebut bersifat haram.

Dari penjabaran-penjabaran yang telah dipaparkan di atas, penulis berpendapat bahwa mekanisme transaksi e-wallet itu hukumnya boleh berdasarkan dalil Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Qur'an Kemenag, 2019)

Diisyaratkan dari dalil Al-Qur'an diatas bahwa dalam konteks bermuamalah dalam bidang ekonomi itu diperbolehkan, dengan syarat cara yang benar dan tidak dilakukan dengan cara yang salah menurut syara, juga didasari rasa saling ridha meridhai (Bariroh, 2016).

Berikut merupakan beberapa jenis mekanisme transaksi yang memiliki persamaan antara transaksi *e-wallet* dengan transaksi Islam, yaitu:

1) Transaksi *e-wallet* dengan transaksi wakalah

Transaksi yang dilakukan antara perusahaan dengan agen atau merchant yang bekerjasama secara langsung, adanya transaksi wakalah, karena adanya pemberian kuasa dari penerbit atau perusahaan kepada agen atau merchant. Seperti akad kerjasama antara aplikasi DANA dengan Alfamart, GoPay dengan Indomaret, dan lain sebagainya.

2) Transaksi *e-wallet* dengan transaksi sharf

Mekanisme transaksi *e-wallet* pada metode top-up yang dilakukan antara agen atau merchant dengan pengguna layanan *e-wallet*, adanya jenis transaksi sharf, karena adanya penukaran mata uang tunai dengan mata uang digital. Seperti penukaran mata uang tunai kepada mata uang digital pada layanan aplikasi DANA di Alfamart, aplikasi OVO dan GoPay di Indomaret.

3) Mekanisme transaksi *e-wallet* dengan transaksi wadi'ah yad amanah

Mekanisme transaksi *e-wallet* pada metode top-up yang dilakukan antara penerbit atau perusahaan dengan pengguna layanan *e-wallet*, adanya jenis transaksi wadiah yad amanah, karena adanya penitipan uang tunai kepada bentuk uang digital, lalu uang tersebut tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak penerbit atau perusahaan. Seperti penitipan uang digital pada layanan aplikasi DANA, OVO, dan ShoopePay.

- 4) Mekanisme transaksi *e-wallet* dengan transaksi wadiah yad dhamanah
Mekanisme transaksi *e-wallet* pada metode top-up yang dilakukan antara penerbit atau perusahaan dengan pengguna layanan *e-wallet*, adanya jenis transaksi wadiah yad dhamanah, karena adanya penitipan uang tunai kepada bentuk uang digital, lalu uang tersebut dikelola oleh penerbit atau perusahaan dengan penuh tanggung jawab tanpa mengurangi uang digital pengguna, lalu adanya nisbah atau bagi hasil antara penerbit atau perusahaan dengan pengguna. Seperti penitipan uang digital pada aplikasi Aladin, dimana titipan uang tunai dengan bentuk digital akan adanya bagi hasil pada akhir bulan.
- 5) Mekanisme transaksi *e-wallet* dengan transaksi ba'i
Mekanisme transaksi *e-wallet* dengan transaksi ba'i terjadi pada aplikasi yang memiliki fitur jual beli, transaksi ini terjadi antara pengguna dengan penjual barang, jasa, ataupun produk lainnya. Seperti pembelian pakaian pada aplikasi Shoope, LAZADA, Bukalapak, dan lain sebagainya, jasa pembayaran wifi, pembelian kuota, pulsa dan token listrik pada aplikasi DANA.
- 6) Mekanisme transaksi *e-wallet* dengan transaksi qardh
Mekanisme transaksi *e-wallet* dengan transaksi qardh dapat ditemukan pada aplikasi khusus yang menyediakan jasa pinjaman online, transaksi ini terjadi antara pengguna dengan penerbit atau perusahaan. Seperti transaksi pinjaman online pada aplikasi AdaKami, ShoopePayLatter, AkuLaku, EasyCash, dan lain sebagainya.
- 7) Mekanisme transaksi *e-wallet* dengan transaksi ijarah

Mekanisme transaksi *e-wallet* dengan transaksi ijarah dapat ditemukan pada aplikasi khusus yang menyediakan jasa sewa menyewa, seperti tempat, dan transportasi, transaksi ini terjadi antara pengguna dengan penjual jasa. Seperti OYO, RedDoorz, Traveloka, Trevo, Skyscanner, dan lain-lain.

2. Literasi Keuangan Syariah dalam Islam

Literasi keuangan syariah dalam islam merujuk pada pemahaman dan pengetahuan tentang prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam. Ini mencakup pemahaman tentang cara mengelola harta, berinvestasi, dan bertransaksi dengan cara yang halal dan etis. Dalam Islam, penting untuk menghindari riba (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan praktik-praktik yang merugikan orang lain. Sebagaimana di jelaskan pada (Surah Al –Baqarah: 275)

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَاللَّهُ الْبَیْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى
اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kesurupan setan karena gila.¹ Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah di perolehnya dahulu menjadi miliknya² dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”

3. Impulsif Buying dalam Islam

Impulsive buying dalam islam dipahami sebagai tindakan membeli barang atau jasa tanpa perencanaan yang matang dan sering kali didorong oleh emosi atau dorongan sesaat. Dalam ajaran Islam, penting untuk mengelola keuangan dengan bijak dan tidak berlebihan dalam pengeluaran. Al-Qur'an mengingatkan kita untuk tidak menjadi pemboros,

karena pemboros dianggap sebagai saudara setan. Sebagaimana di jelaskan pada (Surah Al-Isra: 27) yaitu:

(27) إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

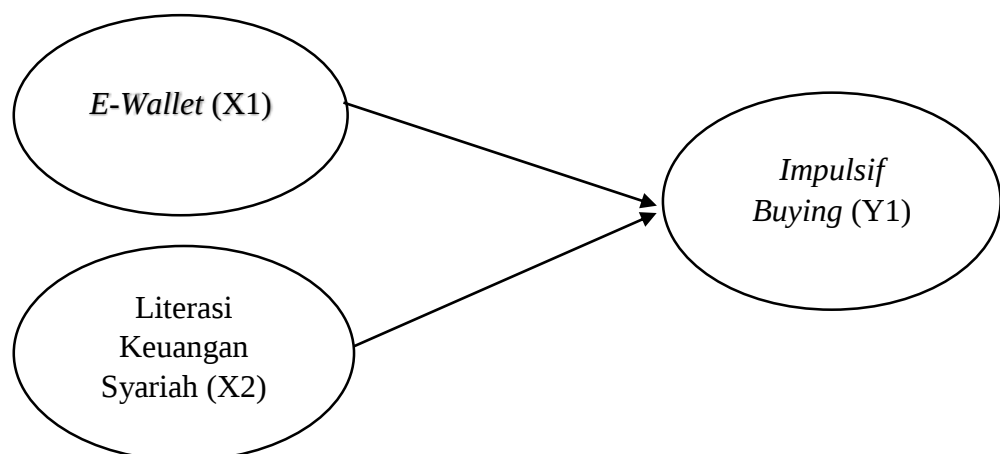
“*Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya*”

Ayat al-Qur'an tersebut menjelaskan bahwa islam mendorong umatnya untuk berbelanja dengan tujuan yang jelas, memberikan hak kepada yang berhak, dan menjaga keseimbangan dalam pengeluaran. Dengan demikian, kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan dan pengendalian diri dapat membantu individu menghindari perilaku impulsif yang dapat merugikan kondisi keuangan mereka.

2.4 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan susunan logis dari struktur mental yang disusun untuk menjelaskan variabel penelitian yang akan diteliti. Aulia *et al.*, (2023) Pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas tersebut dapat mempengaruhi variabel terikat yakni *E-Wallet* (X1) dan Literasi Keuangan Syariah (X2) terhadap *Impulsif Buying*, serta memberikn wawasan tentang perilaku konsumen di era digital, khususnya di kalangan generasi Z di kota malang. Sehingga kerangka konsep pada penilitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2. 1 Gambar Kerangka konseptual



2.5 Pengaruh Antar Variabel dan Hipotesis

Hipotesis merupakan upaya awal untuk menjawab permasalahan dari sebuah penelitian. Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini maka hipotesisnya sebagai berikut:

2.4.1 Pengguna *E-Wallet* terhadap *Impulsif Buying*

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Aulia *et al.*, (2023) *Pengaruh “Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif”* menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Pengguna *E-wallet* terhadap perilaku konsumtif, Nuratika *et al.*, (2022) *“The Effect Of Using Digital Wallets and Financial Literacy on Consumptive Behavior Of Students In DKI Jakarta”* Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh penggunaan dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa DKI Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan *E-Wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu disusun hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Pengguna *E-Wallet* (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Impulsif Buying* (Y) pada Gen Z di Kota Malang

2.4.2 Literasi Keuangan Syariah terhadap *Impulsif Buying*

Dalam penelitian ini dilakukan oleh Rafidah *et al.*, (2020) *“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa”* menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif, Fitriyah & Putri, (2024) *“Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z Dengan Variabel Mediasi Penggunaan Paylater”* Tujuan penelitian ini untuk mengeksplorasi pengaruh literasi keuangan syariah dan tingkat religiusitas terhadap perilaku konsumtif, dengan penggunaan paylater sebagai variabel mediasi, di antara mahasiswa S1 UIN Raden Mas Said Surakarta. Penelitian ini menggunakan Metode purpose sampling menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dan penggunaan *paylater*. Oleh karena itu, disusun hipotesis kedua sebagai berikut:

H2: Literasi Keuangan Syariah (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) pada Gen Z di Kota Malang

2.4.3 *E-Wallet* dan Literasi Keuangan Syariah terhadap *Impulsif Buying*

Dalam penelitian ini dilakukan oleh Nihlatussifa & Susilo, (2024) “Pengaruh Penggunaan E-wallet dan Islamic Financial Literacy Terhadap Perilaku Impulse Buying pada Gen Z pengguna E-wallet di Jepara” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengetahuan keuangan Islam dan perilaku pembelian impulsif mempengaruhi pengguna dompet digital Gen Z di Jepara. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif asosiatif menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-wallet dan literasi keuangan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap impulsive buying.

H2: *E-Wallet* (X1) dan Literasi Keuangan Syariah (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) pada Gen Z di Kota Malang

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif. Sugiyono, (2013) menyatakan Metode Kuantitatif merujuk pada pendekatan penelitian yang didasari pada filsafat positivisme. Metode ini dipakai guna menyelidiki populasi atau sampel khusus beserta pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, kemudian menganalisis data dengan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif atau statistik. Maksud dari pendekatan ini yaitu untuk menggambarkan dan melakukan uji hipotesis yang sudah dinyatakan. Salah satu tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh apakah variabel Penggunaan *e-wallet* dan *Islamic financial literacy* terhadap perilaku *impulsif buying* pada Gen Z pengguna *e-wallet* di kota malang.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan pada generasi Z di Kota Malang dengan objek penelitian khususnya di kecamatan lowokwaru. Pemilihan Lokasi untuk penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*). Alasan dipilihnya Kecamatan Lowokwaru sebagai Lokasi penelitian adalah karena kecamatan lowokwaru merupakan paling banyak mahasiswa dikota Malang.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sebuah populasi terdiri dari komponen-komponen yang dapat diukur. Populasi, seperti yang didefinisikan oleh Sugiyono, (2013), ialah wilayah generasi yang terdiri dari item atau individu dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang darinya peneliti dapat menarik kesimpulan.

Generasi Z di Kota Malang adalah subjek dalam penelitian ini. Tidak ada keputusan yang dibuat tentang ukuran sampel penelitian ini

2. Sampel

Sugiyono, (2013) menjelaskan Sampel merupakan sebagian dari total jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ketika populasi sangat luas serta peneliti tidak mampu untuk mengkaji seluruh elemen didalamnya seperti karena keterbatasan uang, sumber daya manusia atau waktu, maka peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi tersebut dan kesimpulan yang ditarik dari sampel tersebut dapat diterapkan pada populasi secara umum. Maka dari itu, penting bagi sampel yang dipakai dari populasi untuk benar-benar representatif artinya sampel tersebut harus mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini, digunakan teknik pengambilan sampel atau teknik sampling yang disebut Teknik *Nonprobability Sampling*. Sugiyono, (2013) mendefinisikan *Nonprobability Sampling* merupakan metode pengambilan sampel di mana tidak semua elemen atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dalam penelitian ini, teknik yang dipakai merupakan Sampling Purposive dimana sampel ditentukan berlandaskan pertimbangan tertentu. Sesuai penelitian yang akan dilakukan tentang *e-wallet* dan literasi keuangan syariah, maka sampel sumber datanya adalah Generasi Z di Kota Malang Pengguna *e-wallet*.

Dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Malhotra, pemakaian rumus Malhotra (2010), dimana dijelaskan jika populasi tidak diketahui, maka sampel dapat diambil dengan menghitung jumlah pertanyaan (n) dikali 5 (Khotimah & Febriansyah, 2018) keseluruhan dalam penelitian ini berjumlah 20 pertanyaan sehingga jika dikalikan dengan lima maka sampel yang diperoleh sebanyak 100 sampel.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Purposive sampling ialah teknik dalam penelitian yang digunakan apabila peneliti mempunyai kriteria tertentu bagi seseorang untuk dijadikan sampel dalam penelitian Asnawi & Masyhuri, (2011). *Non-probability* dengan Teknik *purposive sampling* merupakan prosedur yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini. Kriteria sampel pada penelitian ini, sebagai berikut:

- 1) Generasi Z di Kota Malang.
- 2) Memiliki akun *e-commerce* (Shopee, Tokopedia/tiktok, Lazada, Bukalapak dan Blibli).
- 3) Pernah melihat produk-produk yang dijual dan berbelanja dan bertransaksi menggunakan *e-wallet*.

3.5 Data dan Jenis Data

Pada penelitian ini, pengumpulan data yang dilaksanakan oleh peneliti memakai dua sumber data, yaitu:

1. Data Primer

Data Primer ialah jenis data yang didapatkan secara langsung oleh pengumpul data dari sumbernya. Pada penelitian ini, data diambil dari hasil kuesioner melalui *google* formulir yang diberikan kepada responden yaitu Generasi Z di Kota Malang dengan waktu yang ditentukan. Melalui kuesioner tersebut diharapkan peneliti mendapatkan data dari responden.

2. Data Sekunder

Data Sekunder ialah jenis data yang didapatkan oleh pengumpul data secara tidak langsung, contohnya melalui perantara seperti orang lain ataupun berkas. Pada penelitian ini, data sekunder yang dipakai adalah data yang didapatkan dari buku-buku, data-data internet, jurnal serta peneliti terdahulu yang berhubungan dengan topik pembahasan serta penelitian yang dilaksanakan.

3.6 Teknis Pengumpulan Data

Sugiyono, (2013) menguraikan bahwasannya pengumpulan data bisa dilaksanakan melalui beragam *setting*, sumber dan metode. Pada segi

sumber data, pengumpulan data bisa memakai sumber primer serta sumber sekunder. Selain itu, pada segi metode ataupun teknik pengumpulan data bisa dilaksanakan melalui wawancara, kuesioner, observasi ataupun gabungan dari ketiganya. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilaksanakan menggunakan kuesioner sebagai teknik utama. Sugiyono, (2013) menjelaskan Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan penyampaian sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mereka jawab. Kuesioner dapat terdiri dari pertanyaan yang bersifat tertutup atau terbuka dan bisa disampaikan kepada responden secara langsung melalui pos maupun internet.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Sugiyono, (2013) menjelaskan Variabel Penelitian merupakan semua hal yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diselidiki dengan tujuan mendapatkan data serta membuat simpulan. Variabel penelitian dapat berupa atribut, sifat serta nilai yang dimiliki oleh individu, objek, organisasi maupun kegiatan, kemudian dianalisis dan disimpulkan oleh peneliti.

Ada tiga variabel pada penelitian ini, Variabel Independen pada penelitian ini yaitu *E-Wallet* dan Literasi Keuangan Syariah Variabel Dependen pada penelitian ini yaitu Perilaku Konsumtif. Adapun operasionalisasi variabel pada penelitian ini, yaitu:

1. Variabel dependen (Y) merupakan variable yang dipengaruhi oleh variabel independent. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Impulsif Buying*
2. Variabel independent (X1) merupakan variable yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variable lain. Variabel independent pada penelitian ini adalah *E-Wallet*
3. Variabel independent (X2) merupakan variable yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variable lain. Variabel independent pada penelitian ini adalah Literasi Keuangan Syariah

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item	Sumber
----	----------	-----------	------	--------

1.	<i>E-Wallet</i>	Kemudahan	Selama penggunaan <i>e-wallet</i> sangat mudah dipahami	(Rizki Amalia & Mia Agustina Puspasari, 2022)
			Penggunaan <i>e-wallet</i> memudahkan dalam menyelesaikan transaksi	
			Penggunaan <i>e-wallet</i> meningkatkan performa kinerja dalam transaksi	
		Kepraktisan	Penggunaan <i>e-wallet</i> sangat fleksibel	
		Keamanan	Penggunaan <i>e-wallet</i> dapat memperjelas interaksi	
		Promo yang diberikan	Penggunaan <i>e-wallet</i> banyak keuntungan	
2.	Literasi Keuangan Syariah	Pengetahuan	Anda mengetahui aspek halal dan haram atas uang yang di dapatkan	(Salim <i>et al.</i> , 2021), (Aisyah & Saepuloh, 2019)
		Kemampuan	Anda mengatur pengeluaran anda agar tidak lebih besar dari pemasukkan anda.	
		Sikap	Anda menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk di tabung.	
		Kepercayaan	Anda memiliki kemampuan untuk mengatur perencanaan keuangan masa depan	
			Anda memiliki kemampuan untuk mengeluarkan uang sesuai kebutuhan	
			Anda selalu mengalokasikan dana untuk ditabung atau diinvestasikan	

			Anda selalu mempertimbangkan segala sesuatu hendak dibeli	
			Anda menyediakan uang untuk disumbangkan atau disedekahkan sebelum melakukan konsumsi	
			Anda mengetahui kewajiban mengeluarkan zakat sebagai seorang muslim	
			Anda mengetahui perbedaan antara zakat dan sedekah dalam islam	
3.	<i>Impulsif Buying</i>	Spontanitas	Saya cenderung berbelanja tanpa berpikir panjang terlebih dahulu atau spontanitas pembelian	(Yahmini, 2020), (Fadly Syahputra, 2023)
		Dorongan untuk membeli dengan segera	Saya cenderung terobsesi membelanjakan uang saya baik sebagian maupun seluruhnya untuk produk yang tersedia di shopee	
		Kesenangan dan stimulasi	saya cenderung berbelanja apabila terdapat tawaran khusus	
		Ketidakpedulian akan akibat	Saya cenderung berbelanja di shopee	

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

3.8 Skala Pengukuran

Sugiyono, (2013) menjelaskan Skala Pengukuran adalah konsensus yang dipakai sebagai pedoman guna menetapkan rentang interval pada suatu alat ukur, apabila dipakai saat mengukur akan menciptakan data kuantitatif. Pada penelitian ini, menggunakan Skala *Likert* sebagai jenis Skala Pengukuran.

Sugiyono, (2013) menguraikan Skala Likert dipakai untuk menilai perilaku, opini serta tanggapan individu maupun kelompok terhadap fenomena sosial. Pada konteks penelitian, fenomena sosial ini sudah diputuskan secara khusus oleh peneliti sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan Skala Likert, variabel yang akan diukur diuraikan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut kemudian dibuat dasar guna melakukan penyusunan item-item instrumen dan bisa berbentuk pernyataan atau pertanyaan. Nilai-nilai pilihan jawaban dalam kuesioner untuk penelitian ini dapat dilihat dalam tabel yang disajikan:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Pilihan Jawaban	skor
Sangat setuju	1
Setuju	2
Netral	3
Tidak setuju	4
Sangat tidak setuju	5

Sumber: (Sugiyono, 2013)

3.9 Teknis Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data kuantitatif. Agar data yang didapatkan memberikan informasi yang bermanfaat bagi penelitian ini, maka harus diolah dan di analisis terdahulu agar dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Tujuan dari teknik analisis data ini adalah untuk menginterpretasikan dan menarik sebuah kesimpulan dari data-data yang diperoleh.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu metode yang mengumpulkan data dasar dan menyajikannya hanya untuk memberikan penjelasan, tanpa menarik kesimpulan atau membuat prediksi. Teknik ini sering digunakan dalam penelitian yang bersifat eksploratif. Analisis ini dilakukan dengan menguji hipotesis deskriptif yang mana hasilnya

menentukan apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan (Riyanto & Arini, 2021).

2. Uji Instrumen

A. Uji validitas merupakan uji yang mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Atau bisa dikatakan suatu instrumen pengukur dapat dinyatakan validitas tinggi apabila alat ukur bisa menjalankan kinerja fungsi ukurnya atau bisa memberikan hasil ukur yang sesuai. Menurut (Sugiyono, 2013) menyatakan bahwa suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

1. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (tingkat signifikansi 5%). Maka dapat dikatakan item kuisisioner tersebut valid.
2. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (tingkat signifikansi 5%). Maka dapat dikatakan item kuisisioner tersebut tidak valid.

B. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali, (2016) dalam bukunya uji reliabilitas digunakan untuk menentukan apakah kuesioner tetap konsisten apabila digunakan lebih dari satu kali terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut.

1. Apabila nilai *Alpha Cronbach* hasil perhitungan $> 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa kuesioner penelitian adalah reliabel.
2. Apabila nilai *Alpha Cronbach* hasil perhitungan $< 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa kuesioner penelitian adalah tidak reliabel.

Dalam penelitian ini ujian reliabilitas dilakukan dengan SPSS dan dapat dilihat *alpha cronbach*.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan model analisis yang tepat. Dalam penelitian ini untuk mengolah data hasil penelitian. Menggunakan Analisis Inferensial (kuantitatif) di mana dalam analisis tersebut menggunakan program SPSS. Analisis data dilakukan dengan bantuan Metode Regresi Linier Berganda, namun sebelum melakukan analisis regresi linier berganda digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali, (2016) dalam bukunya menyebutkan uji

normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, model regresi yang baik memiliki distribusi data normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal dengan menggunakan uji statistic *Kolmogorov-smirnov*. Caranya adalah dengan menentukan terlebih dahulu hipotesis pengujian yaitu:

H₀: Data residual berdistribusi normal

H_a: Data residual tidak berdistribusi normal

Dalam penelitian ini menggunakan *exact test Monte Carlo* dalam melakukan pengujian *Kolmogrov Smirnov*. Menurut Ghozali, (2016) dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas menggunakan *exact test Monte Carlo* adalah sebagai berikut:

1. Apabila probabilitas signifikansi lebih besar daripada 0,05 maka data yang sedang diuji berdistribusi normal.

2. Apabila probabilitas signifikansi lebih kecil daripada 0,05 maka data yang sedang diuji tidak terdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, (2016) dalam bukunya mengatakan uji multikolinearitas yaitu untuk melihat ada dan tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Tidak terjadinya korelasi antar variabel bebas menunjukkan model regresi yang baik. Uji Multikolinieritas dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila $VIF < 10$, berarti tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai $VIF > 10$ maka terdapat multikolinieritas dalam data.

c) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu penelitian ke penelitian lain. Ketika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan yaitu untuk melihat apakah ada ketidaksamaan varian dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Pengujian ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat bermacam-macam diantaranya dengan menggunakan uji Glejser, pengujian ini dilakukan dengan meregresikan nilai residu terhadap variabel-variabel independen. Jika variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas atau sebaliknya. Kriteria pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai dari probabilitas dari $\text{Obs} \cdot R\text{-Squared} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai dari probabilitas dari $\text{Obs} \cdot R\text{-Squared} < 0,05$ maka artinya terdapat masalah heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali, (2016) dalam bukunya menyebutkan model analisis regresi berganda adalah proses menganalisis hubungan linier antara dua variabel independen atau lebih dengan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi ganda untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara pengguna *E-Wallet* dan literasi keuangan syariah terhadap *Impulsive Buying*, baik secara parsial maupun secara simultan. Teknik analisis berganda ini dilakukan dengan bantuan *software* statistik yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Dengan demikian, persamaan dari regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan

Y: *Impulsif Buying*

A: Bilangan Konstanta

X1: *E-Wallet*

X2: Literasi Keuangan Syariah

β_1, β_2 : Koefisien Variabel Bebas

e: Residual

5. Uji Hipotesis

Ketetapan fungsi regresi dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of Fit*-nya, setidaknya ini dapat diukur dengan nilai F, uji t, dan nilai koefisien determinasi. Perhitungan disebut secara signifikan apabila nilai uji F dan uji t berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilainya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

A. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau bisa disebut dengan uji t merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen Darma., (2021) Uji t dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$t = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Dalam penelitian ini digunakan uji t (*t-test*) dua arah (*two side* atau *1-tail test*). Dasar Pengambilan Keputusan uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig < 0,05, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai sig > 0,05, maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

B. Uji F

Menurut Darma., (2021) Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk menguji signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (bebas) secara simultan terhadap variabel dependen (terikat). Untuk melakukan uji F dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut;

$$F \text{ hitung} = \frac{MSR}{MSE}$$

Keterangan:

MSR: SSR/K

MSE: SSE / [n-(k+1)]

Dasar pengambilan keputusan uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai F hitung < F tabel, maka hipotesis F ditolak.
- 2) Jika nilai F hitung > F tabel, maka hipotesis F diterima.

C. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa tingginya pengaruh variabel independen (X) terhadap

variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Jika nilai R^2 yang kecil maka berarti kemampuan variabel – variabel dependen sangat terbatas. Makin tinggi nilai koefisien determinasi, maka semakin besar kemampuan variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Darma., 2021).

Dalam penelitian ini menggunakan *Adjusted R²* berkisar antara 0 dan 1. Nilai *Adjusted R²* yang semakin mendekati 1 maka kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependen semakin baik. Sebaliknya, bila nilai *Adjusted R²* menjauh dari 1 maka kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependen kurang baik.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Penelitian

Objek penelitian ini berfokus pada gen z mahasiswa Kota Malang. yaitu sebuah kota di Jawa Timur yang dikenal sebagai salah satu kota pendidikan terbesar di Jawa Timur, yang menarik ribuan mahasiswa dari berbagai daerah setiap tahunnya. mahasiswa gen z dikenal sebagai *early adopters* teknologi dan merupakan pengguna aktif dompet digital atau *e-wallet* dalam keseharian mereka, baik untuk transaksi di kampus, tempat makan, maupun aktivitas hiburan. Dan juga sebagai kelompok usia yang sedang dalam fase transisi menuju kemandirian finansial, mahasiswa gen z dihadapkan pada berbagai godaan konsumtif, termasuk kemungkinan pembelian impulsif, yang sering kali dipicu oleh kemudahan transaksi digital dan promosi. Dengan berbagai latar belakang ini menjadikan Kota Malang sebagai objek yang menarik bagi peneliti untuk menggali terkait fenomena yang diteliti. Penelitian ini menggunakan sampel dengan jumlah 100 responden melalui kuisioner.

4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dibedakan berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, dan pendidikan terakhir. Dibawah ini merupakan deskripsi data responden gen z mahasiswa di Kota Malang lebih lanjut.

A. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi jenis kelamin dibagi menjadi dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Deskripsi mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. 1

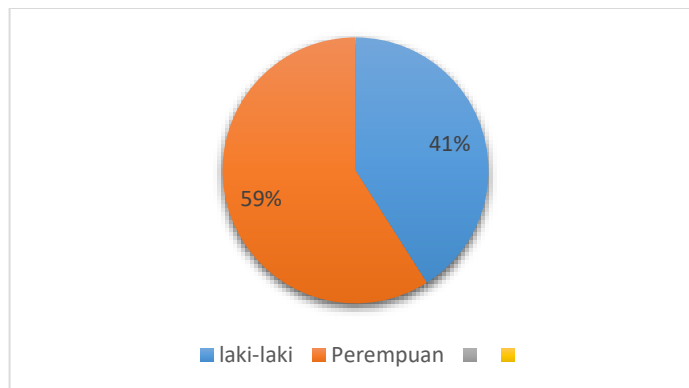
Karakteristik berdasarkan Gender

NO	Jenis Kelamin	Total Responden	Persentase
1.	Laki- laki	41	41%
2.	Perempuan	59	59%

Sumber : diolah peneliti (2025)

Gambar 4. 1

Diagram Lingkaran Berdasarkan Usia



Sumber : diolah peneliti (2025)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden berdasarkan frekuensi jenis kelamin adalah perempuan yaitu sebanyak 59 responden, sedangkan frekuensi jenis kelamin laki-laki sebanyak 41 responden.

B. Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan frekuensi usia, deskripsi karakteristik responden dibagi menjadi 3, dengan rentang usia 17-20 tahun, 21-24 tahun, dan 25-28 tahun yang disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 2

Karakteristik Berdasarkan Usia

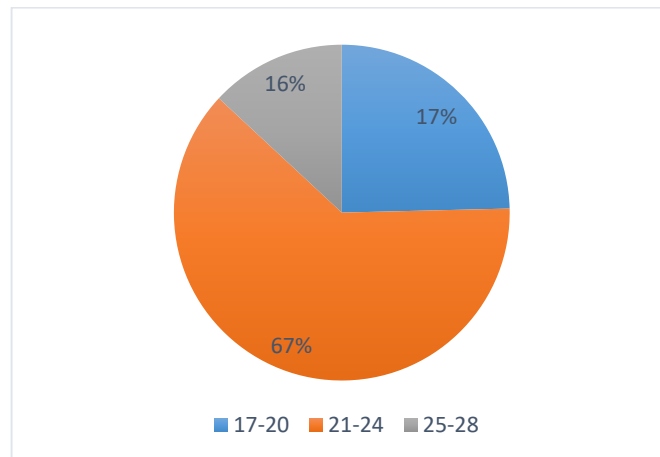
No	Tingkat Usia	Total Responden	Persentase
1.	17-20 tahun	17	17%
2.	21-24 tahun	67	67%

3.	25-28 tahun	16	16%
----	-------------	----	-----

Sumber : diolah peneliti (2025)

Gambar 4. 2

Diagram Lingkaran Berdasarkan Usia



Sumber : diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel dan gambar diatas jumlah responden pada penelitian ini berjumlah 100 responden terdiri dari 17-20 tahun 17 orang dengan presentase 17%, usia 21-24 tahun berjumlah 67 orang dengan presentase 67%, dan usia 25-28 tahun berjumlah 16 orang dengan presentase 16%

C. Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
Berdasarkan frekuensi pendidikan terakhir deskripsi karakteristik responden dibagi menjadi 1 yaitu S1 yang dapat disajikan dibawah ini.

Tabel 4. 3

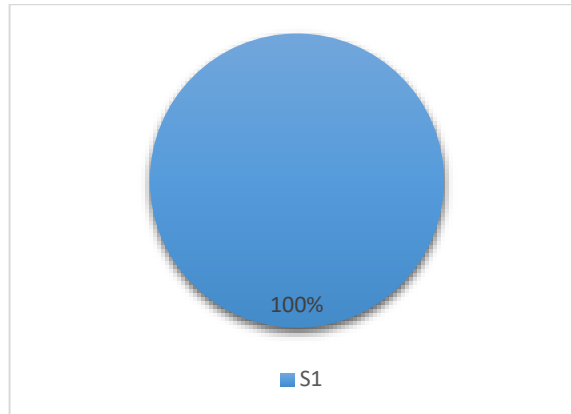
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Total Responden	Persentase
1.	S1	100	100%

Sumber: diolah peneliti (2025)

Gambar 4. 3

Diagram Lingkaran Berdasarkan Pendidikan



Sumber: diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel dan gambar diatas jumlah responden dalam penelitian ini yang pendidikan terakhir nya S1 berjumlah 100 responden dengan presentase 100%.

D. Frekuensi Responden Berdasarkan Asal Instansi

Berdasarkan frekuensi asal instansi deskripsi karakteristik dalam penelitian ini dibedakan menjadi 5 yaitu, Universitas Brawijaya, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Malang, Universitas Muhammadiyah Malang yang dapat disajikan di bawah ini.

Tabel 4. 4

Karakteristik Asal Instansi

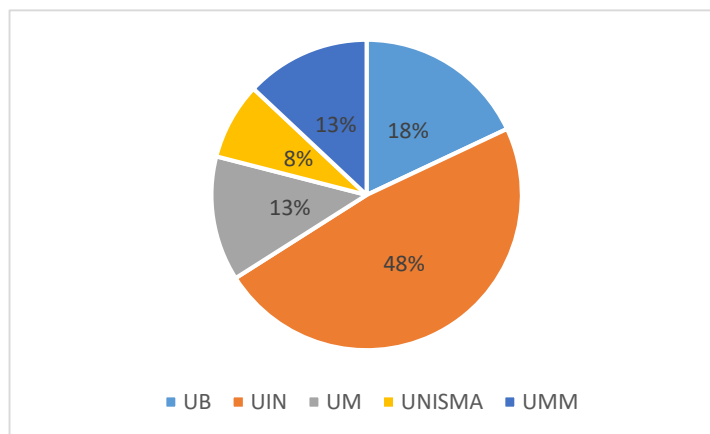
No	Asal Instansi	Total Responden	Persentase
1.	UB	18	18%
2.	UIN	48	48%
3.	UM	13	13%
4.	UNISMA	8	8%

5.	UMM	13	13%
----	-----	----	-----

Sumber: diolah peneliti (2025)

Gambar 4. 4

Diagram Lingkaran Berdasarkan Asal Instansi



Sumber: diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel dan gambar diatas frekuensi Asal Instansi dalam penelitian ini mahasiswa UB berjumlah 18 responden dengan persentase 18%, mahasiswa UIN berjumlah 48 responden dengan persentase 48%, mahasiwa UM berjumlah 13 responden dengan persentase 13%, mahasiswa UNISMA berjumlah 8 dengan persentase 8%, mahasiswa UMM berjumlah 13 responden dengan persentase 13%.

E. Frekuensi Responden Berdasarkan Akun *E-Wallet*

Berdasarkan frekuensi penggunaan akun e-wallet deskripsi karakteristik dalam penelitian ini dibedakan menjadi 5 yaitu, Gopay, Ovo, Dana, Shopeepay, LinkAja yang dapat disajikan di bawah ini.

Tabel 4. 5

Karakteristik Berdasarkan Akun *E-Wallet*

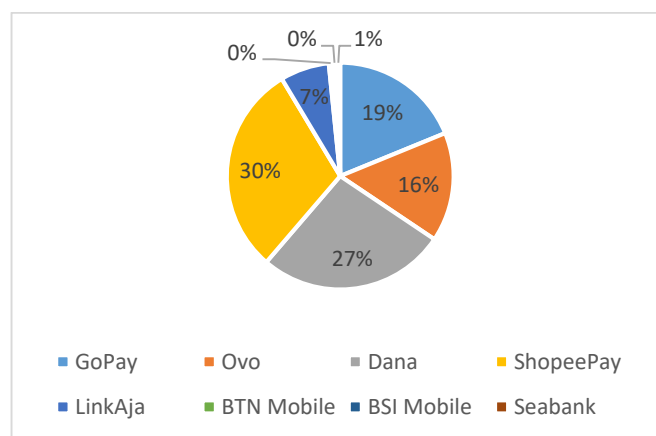
No	Pengguna <i>e-wallet</i>	Total Responden	Persentase
----	--------------------------	-----------------	------------

1.	Gopay	35	19%
2.	Ovo	29	16%
3.	Dana	50	27%
4.	Shopeepay	56	30%
5.	LinkAja	13	7%
6.	BTN Mobile Banking	1	0%
7.	BSI Mobile Banking	1	0%
8.	SeaBank	1	1%

Sumber: diolah peneliti (2025)

Gambar 4. 5

Diagram Lingkaran Berdasarkan Akun *E-Wallet*



Berdasarkan tabel dan gambar diatas frekuensi Akun *e-wallet* dalam penelitian ini pengguna Gopay 36 responden dengan persentase 19%, Ovo 29 responden dengan persentase 16%, Dana 50 responden dengan persentase 27%, ShopeePay 56 responden dengan persentase 30%, LinkAja 13 responden dengan persentase 7%, BTN Mobile 1 responden dengan persentase 0%, BSI Mobile 1 responden dengan persentase 0%, Seabank 1 responden dengan persentase 1%.

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum, rata-rata, serta deviasi dari variabel-variabel dalam penelitian, yang mencakup *e-wallet*, dan literasi keuangan syariah sebagai variabel independen, dan impulsif buying sebagai variabel dependen.

A. Distribusi Frekuensi Item Variabel *e-wallet* (X1)

Pada penelitian ini, variable *digital banking* memiliki 4 indikator diantaranya adalah Kemudahan, Kepraktisan, Keamanan dan Promo yang diberikan. Tabel dibawah ini adalah distribusi dari hasil jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4. 6
Analisis Deskriptif

	SS		S		N		TS		STS		N	Skor	Mean
	5		4		3		2		1				
X1.1	61	61%	36	36%	3	3%	0	0%	0	0%	100	458	4.58
X1.2	50	50%	43	43%	7	7%	0	0%	0	0%	100	443	4.43
X1.3	49	49%	43	43%	8	8%	0	0%	0	0%	100	441	4.41
X1.4	47	47%	43	43%	10	10%	0	0%	0	0%	100	437	4.37
X1.5	57	57%	38	38%	5	5%	0	0%	0	0%	100	451	4.51
X1.6	47	47%	46	46%	7	7%	0	0%	0	0%	100	440	4.40

Sumber: diolah peneliti (2025)

Dari table distribusi diatas dapat, dapat diketahui bahwa nilai tertinggi pada item X1.1 (Selama penggunaan *e-wallet* sangat mudah dipahami) dengan nilai rata-rata 4.37 dan nilai paling rendah ialah X1.4 (Penggunaan *e-wallet* sangat fleksibel) dengan nilai rata-rata 4.58. Item X1.1 memiliki

nilai rata-rata tertinggi dalam hasil penyebaran kuisioner yang berarti bahwa item tersebut memiliki pengaruh yang paling baik dari e-wallet serta dilakukan dengan baik, dan item X1.4 memiliki nilai rata-rata terendah dalam penyebaran kuisioner yang berarti item tersebut kurang berpengaruh dari e-wallet serta dilakukan dengan kurang baik.

B. Distribusi Frekuensi Item Variabel Literasi Keuangan Syariah (X2)

Pada penelitian ini, variabel literasi keuangan syariah memiliki 4 indikator diantaranya adalah pengetahuan, kemampuan, sikap dan kepercayaan. Tabel dibawah ini adalah distribusi dari hasil jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Analisis Deskriptif

	SS		S		N		TS		STS		N	Skor	Mean
	5		4		3		2		1				
X2.1	57	57%	36	36%	7	7%	0	0%	0	0%	100	450	4.50
X2.2	41	41%	51	51%	8	8%	0	0%	0	0%	100	433	4.33
X2.3	53	53%	38	38%	9	9%	0	0%	0	0%	100	443	4.43
X2.4	53	53%	41	41%	6	6%	0	0%	0	0%	100	446	4.46
X2.5	51	51%	46	46%	3	3%	0	0%	0	0%	100	447	4.47
X2.6	50	50%	44	44%	6	6%	0	0%	0	0%	100	444	4.44
X2.7	50	50%	47	47%	3	3%	0	0%	0	0%	100	446	4.46
X2.8	44	44%	48	48%	8	8%	0	0%	0	0%	100	436	4.36
X2.9	59	59%	39	39%	2	2%	0	0%	0	0%	100	456	4.56
X2.10	56	56%	42	42%	2	2%	0	0%	0	0%	100	453	4.53

Sumber: diolah peneliti (2025)

Dari tabel distribusi diatas dapat, diketahui bahwa nilai tertinggi pada item X2.9 (Anda mengetahui kewajiban mengeluarkan zakat sebagai seorang muslim) dengan rata-rata 4.56 dan nilai paling rendah ialah item X2.2 (Anda mengatur pengeluaran anda agar tidak lebih besar dari pemasukkan anda.) dengan nilai rata-rata 4.33. Item X2.9 memiliki nilai rata-rata tertinggi dalam hasil penyebaran kuisioner yang berarti bahwa item tersebut memiliki pengaruh yang paling baik dari literasi keuangan syariah serta dilakukan dengan baik, dan item X2.2 memiliki nilai rata-rata terendah dalam penyebaran kuisioner yang berarti item tersebut kurang berpengaruh dari literasi keuangan syariah serta dilakukan dengan kurang baik.

C. Distribusi Frekuensi Item Variabel impulsif buying

Pada penelitian ini, variabel impulsif buying memiliki 4 indikator diantaranya adalah Spontanitas, Dorongan untuk membeli dengan segera, Kesenangan dan stimulasi dan Ketidakpedulian akan akibat. Tabel dibawah ini adalah distribusi dari hasil jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4. 8
Analisis Deskriptif

	SS		S		N		TS		STS		N	Skor	Mean
	5		4		3		2		1				
Y.1	52	52%	39	39%	9	9%	0	0%	0	0%	100	443	4.43
Y.2	45	45%	49	49%	6	6%	0	0%	0	0%	100	439	4.39
Y.3	67	67%	30	30%	3	3%	0	0%	0	0%	100	463	4.63
Y.4	61	61%	34	34%	5	5%	0	0%	0	0%	100	455	4.55

Sumber: diolah peneliti (2025)

Dari tabel distribusi diatas dapat diketahui bahwa nilai tertinggi pada item Y.3 (saya cenderung berbelanja apabila terdapat tawaran khusus) dengan nilai rata-rata 4.63 dan nilai paling rendah ialah item Y.2 (Saya cenderung terobsesi membelanjakan uang saya baik sebagian maupun seluruhnya untuk produk yang tersedia di shopee) memiliki nilai rata-rata 4.39. Item Y.3 memiliki nilai rata-rata tertinggi dalam hasil penyebaran kuisioner yang berarti bahwa item tersebut memiliki pengaruh yang paling baik dari impulsive buying serta dilakukan dengan baik, dan item Y.2 memiliki nilai rata-rata terendah dalam penyebaran kuisioner berarti item tersebut kurang berpengaruh dari impulsive buying serta dilakuakn dengan kurang baik.

4.3 Uji Instrumen

4.3.1 Uji Validitas

Kuesioner dianggap valid jika pertanyaannya mampu menggambarkan apa yang dimaksud untuk diukur, memiliki korelasi positif dengan skor total variabel, serta menunjukkan signifikansi.

Tabel 4. 9

Uji Validitas

VARIABEL	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>E-Walet</i>	X1.1	0.513	0,194	Valid
	X1.2	0.523	0,194	Valid
	X1.3	0.591	0,194	Valid
	X1.4	0.320	0,194	Valid
	X1.5	0.487	0,194	Valid
	X1.6	0.632	0,194	Valid
Literasi Keuangan Syariah	X2.1	0.544	0.194	Valid
	X2.2	0.506	0.194	Valid

	X2.3	0.582	0.194	Valid
	X2.4	0.500	0.194	Valid
	X2.5	0.385	0.194	Valid
	X2.6	0.362	0,194	Valid
	X2.7	0.534	0,194	Valid
	X2.8	0.406	0,194	Valid
	X2.9	0.484	0,194	Valid
	X2.10	0.519	0,194	Valid
<i>Impulsif Buying</i>	Y.1	0.657	0.194	Valid
	Y.2	0.516	0.194	Valid
	Y.3	0.580	0.194	Valid
	Y.4	0.482	0.194	Valid

Sumber: diolah peneliti (2025)

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan masing-masing nilai pada setiap indikator dengan t-tabel. Pada uji validitas diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel yaitu *e-wallet* (X1), literasi keuangan syariah (X2) dan *impulsive buying* (Y1) dikatakan valid. Hal tersebut didasarkan pada nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan dengan r tabel dengan nilai 0,194. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel pada penelitian ini dapat diukur secara akurat dan valid dengan setiap indicator yang ada.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi kuisisioner jika pengukuran dilakukan berulang kali. Jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu maka kuisisioner dikatakan reliable atau handal

Tabel 4. 10
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Statistics	Standart	Ket.
<i>E-Wallet</i>	0,689	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan Syariah	0,686	0,60	Reliabel
<i>Impulsif Buying</i>	0,767	0,60	Reliabel

Sumber: diolah peneliti (2025)

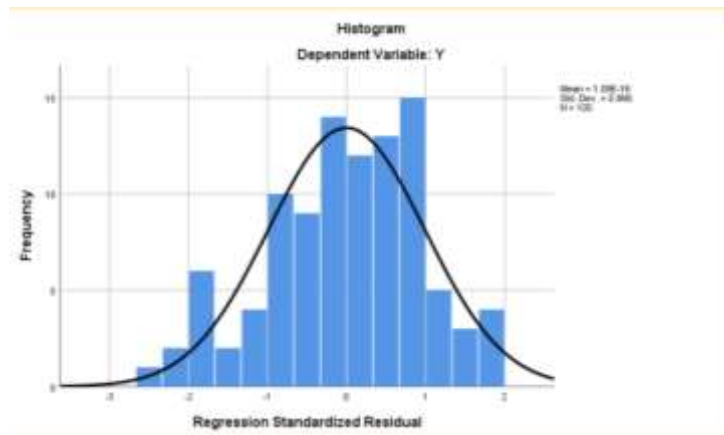
Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas semua variabel dalam penelitian ini, yaitu *e-wallet* (X1) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.689, literasi keuangan syariah (X2) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.686 dan *impulsive buying* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.767. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap riabel, karena mampu menghasilkan data yang konsisten meskipun digunakan berulang kali pada waktu yang berbeda.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.3.1 Uji Normalitas Data

Uji normlitas dilakukan untuk menguji apakah varaibel pengganggu atau residual dalam suatu model regresi memiliki distribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Keputusan pengujian berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut: jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka data penelitian dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05, maka data penelitian tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov- Smirnov pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Gambar 4. 6 Histogram Normalitas



Sumber: diolah peneliti (2025)

Gambar pada histogram diatas menunjukkan bahwa distribusi residual memiliki bentuk yang mendekati normal, dengan sebaran data yang simetris terhadap nilai nol. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4. 11

Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,16505818
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,073
	<i>Positive</i>	0,053
	<i>Negative</i>	-0,073
<i>Test Statistic</i>		0,073
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>		
<i>d. This is a lower bound of the true significance.</i>		

Sumber: diolah peneliti (2025)

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi residual sebesar 0,200, dengan nilai yang lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

4.3.3.2 Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan memeriksa nilai variance inflation factor (VIF) dan tolerance (Sugiyono, 2013). Kriteria pengujian multikolinearitas adalah jika nilai tolerance lebih besar dari 0,01 dan variance inflation factor (VIF) kurang dari 10, maka model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai tolerance kurang dari 0,01 dan variance inflation factor (VIF) lebih besar dari 10, maka model regresi menunjukkan adanya multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 12
Uji Multikolinieritas

<i>Coefficients^a</i>			
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1	X1	0,542	1,845
	X2	0,542	1,845
a. <i>Dependent Variable: Y</i>			

Sumber: diolah peneliti (2025)

Berdasarkan olah data diatas dapat diketahui bahwa nilai $> 0,1$ dan VIF dan nilai $VIF < 10,00$. Hal itu berarti bahwa variabel e-wallet(X1), dan literasi keuangan syariah (X2) tidak terjadi multikolinearitas atau dinyatakan tidak adanya korelasi.

4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya perbedaan varians residual pada setiap titik pengamatan dalam model regresi (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, pengujian tersebut dilakukan menggunakan metode Glejser yang memiliki tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas adalah bahwa model regresi dianggap bebas dari gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau 5%. Hasil pengujian Heteroskedastisitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 13
Uji Heteroskedastisitas

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,968	1,120		,864	0,390
	X1	-0,004	0,049	-0,012	-0,085	0,932
	X2	0,001	0,032	0,003	0,019	0,985
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber : diolah peneliti (2025)

Pada tabel diatas dapat dilihat hasil uji heteroskedastisitas pada variabel e-wallet (X1), dan literasi keuangan syariah (X2) menunjukkan bahwa nilai signifkn (Sig) lebih besar dari 5% atau 0,05 yang artinya dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan telah terbebas dari heteroskedastisitas.

4.4 Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan metode analisis data berupa regresi linear berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap varaibel dependen (Sugiyono, 2013). Hasil dari analisis regresi linear berganda tersebut

dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 14

Regresi Linier Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.088	1.850		3.291	.001
X1_TOTAL	.244	.081	.344	2.998	.003
X2_TOTAL	.121	.054	.260	2.264	.026
a. Dependent Variable: Y_TOTAL					

Sumber : diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa persamaan regresi penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y=a+\beta_1X_1+ \beta_2X_2+E$$

Keterangan:

Y : *Impulsif Buying*

a : Bilangan Konstanta

X1 : *E-wallet*

X2 : Literasi Keuangan Syariah

β_1, β_2 : Koefisien Variabel Bebas

E : Residual

Model regresi diatas bermakna sebagai berikut:

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 6,088 dan nilai koefisien e-wallet (X1) sebesar 0,244 dan nilai koefisien literasi keuangan syariah (X2) sebesar 0,121.

Nilai koefisien beta variabel e-wallet (X1) sebesar 0,344 jika nilai variabel lain konstan dan variabel X1 mengalami penurunan 1% maka variabel impulsive buying (Y) akan mengalami penurunan sebesar 34,4%.

Nilai koefisien beta variabel literasi keuangan syariah (X2) sebesar 0,260 jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami penurunan 1% maka variabel impulsive buying (Y) akan mengalami penurunan sebesar 26,0%

4.5 Uji hipotesis

4.5.1 Uji T

Uji statistik t bertujuan untuk mengukur sejauh mana masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, uji t dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Apabila nilai signifikansi ($\text{sig} \leq 0,05$), maka hipotesis dinyatakan diterima. Namun, jika nilai signifikansi ($\text{sig} > 0,05$), maka hipotesis ditolak. Hasil uji signifikansi parsial (uji t) adalah sebagai berikut

Tabel 4. 15

Uji T

<i>Coefficients^a</i>						
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.	<i>Collinearity Statistics</i>
	B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF

1	(Constant)	6,088	1,850		3,291	0,001		
	X1	0,244	0,081	0,344	2,998	0,003	0,542	1.845
	X2	0,121	0,054	0,260	2,264	0,026	0,542	1.845

Sumber : diolah peneliti (2025)

Hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- H1: *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap *impulsif buying*
- H2: literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap *impulsif buying*

Berdasarkan tabel hasil uji parsial atau uji T diatas maka hasilnya sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

Nilai sig = 0.005 < 0.05 pada variabel *e-wallet*, maka H0 diterima dan H1 ditolak. Kesimpulannya adalah *e-wallet* secara parsial berpengaruh terhadap impulsif buying (Y)

2. Hipotesis 2

Nilai sig = 0.001 < 0.05 pada variabel literasi keuangan syariah, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Kesimpulannya adalah literasi keuangan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap impulsif buying (Y)

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

- Nilai t hitung variabel *e-wallet* (X1) sebesar 2,847 < t tabel yaitu 1.657, maka variabel *e wallet* berpengaruh terhadap impulsif buying
- Nilai t hitung variabel literasi keuangan syariah (X2) sebesar 3,257 < t tabel yaitu 1.657, maka literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap impulsiff buying

Uji F

Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 16**Uji F**

Model		Sum of squares	df	Mean Square	F	sig
1	Regression	,005	2	,002	.005	,995 ^b
	Residual	45,237	97	,466		
	Total		99			
a. Predictors: (Constant), X2, X1						
b. Dependent Variable: Y						

Sumber : diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji f diatas menunjukkan bahwa nilai uji f ,005 lebih kecil dari 0,05 nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel X1 (e-wallet), X2 (literasi keuangan syariah) berpengaruh signifikan terhadap impulsif buying.

4.5.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur sejauh mana model yang digunakan mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen (Sugiyono, 2013). Nilai R^2 mencerminkan proporsi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model. Semakin mendekati angka satu, maka semakin besar kontribusi variabel-variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 17**R-Square**

<i>Model Summary^b</i>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.554 ^a	0,307	0,293	1,128	1,819

a. <i>Predictors: (Constant), X2, X1</i>
b. <i>Dependent Variable: Y</i>

Sumber : diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji koefisiensi determinasi diatas menunjukkan bahwa nilai R-square adalah 0.307 atau 31% nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel X1 (e-wallet), X2 (literasi keuangan syariah) berpengaruh 31% terhadap variabel Y (impulsif buying), sedangkan sisa yang 69% karena faktor lain.

4.6 Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *e-wallet* dan literasi keuangan syariah terhadap impulsif buying pada gen z di kota malang. Dari hasil penyebaran kuisioner didapat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan sebanyak 59% dan 41% lainnya berjenis kelamin laki-laki. Analisis data untuk menguji pengaruh *e-wallet* dan literasi keuangan syariah terhadap *impulsif buying* pada gen z di kota malang. Telah dilakukan dan pembahasan dari penelitian akan dibahas sebagaimana berikut:

1. Pengaruh *e-wallet* terhadap *impulsif buying*

Pada tabel hasil uji T menunjukkan bahwa hasil dari hipotesis adalah *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap *impulsif buying* pada gen z di kota malang. Artinya *e-wallet* memiliki pengaruh terhadap *impulsif buying*. Dengan kata lain *impulsif buying* dipengaruhi oleh *e-wallet*. Artinya *e-wallet* sangat mempengaruhi *impulsif buying*, kemudahan akses dan kepraktisan. Dengan *e-wallet*, proses pembayaran menjadi sangat cepat dan praktis, cukup dengan beberapa sentuhan jari atau *scan QR code*. daya tarik promosi dan keamanan. *e-wallet* seringkali gencar menawarkan *cashback*, diskon, atau poin rewards yang secara instan menarik perhatian dan memicu keinginan belanja mendadak, bahkan untuk barang yang sebelumnya tidak dibutuhkan. penelitian ini sejalan dengan Aulia *et al.*, (2023) mengatakan dompet digital atau *e-wallet*

berpengaruh signifikan terhadap *impulsif buying*. Namun bertentangan dengan penelitian (Kusnawan et al., 2019) bahwa *e-wallet* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsif buying*

2. Pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsif buying*

Pada tabel hasil uji T menunjukkan bahwa hasil dari hipotesis adalah literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap *impulsif buying* pada gen z di kota malang. Artinya literasi keuangan syariah memiliki pengaruh terhadap impulsif buying Dengan kata lain *impulsif buying* dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah. Penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman dan pengamalan prinsip-prinsip keuangan syariah seseorang, semakin rendah pula kecenderungannya untuk melakukan pembelian impulsif. Sebaliknya, individu dengan literasi keuangan syariah yang rendah akan lebih rentan terhadap perilaku belanja yang tidak terkontrol dan impulsif. Hasil penelitian ini bertentangan dengan Aulia *et al.*, (2023) mengatakan literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsif buying*. Namun penelitian ini sejalan dengan Ramadany & Artadita, (2022) mengatakan literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap *impulsif buying*. Bisa diartikan gen Z yang literasi keuangannya baik akan berkurang kemungkinannya berperilaku impulsive buying.

3. Pengaruh *e-wallet* dan literasi keuangan syariah terhadap impulsive buying

Pada tabel Uji F menunjukkan bahwa hasil dari hipotesis adalah *e-wallet* dan literasi keuangan syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap impulsif buying pada gen z di Kota Malang. Penelitian ini mengindikasikan bahwa *impulsif buying* Gen Z di Kota Malang tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil dari kontribusi simultan antara kemudahan penggunaan *e-wallet* dan tingkat literasi keuangan syariah yang mereka miliki. Artinya, kombinasi kedua faktor ini secara kolektif memainkan

peran krusial dalam membentuk atau memengaruhi kecenderungan *impulsif buying* pada generasi ini. Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan *impulsif buying* pada Gen Z memerlukan pendekatan yang mempertimbangkan baik aspek kemudahan transaksi digital maupun fondasi pengetahuan finansial yang berbasis syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan Nihlatussifa & Susilo, (2024) mengatakan bahwa *e-wallet* dan literasi keuangan syariah berpengaruh secara simultan terhadap *impulsif buying*. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan

4.7 Kajian Keislaman

كُلُوا وَاشْرَبُوا وَالْبَسُوا وَتَصَدَّقُوا فِي غَيْرِ إِسْرَافٍ وَلَا مَخِيلَةٍ

Artinya:

"Makan dan minumlah, dan berpakaianlah serta bersedekahlah tanpa berlebihan (pemborosan) dan tanpa kesombongan."

(Diriwayatkan oleh Ibnu Majah dalam Sunan Ibnu Majah No. 3605, dan dihasankan oleh Al-Albani)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh Penggunaan *E-wallet* dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Impulsif Buying pada Gen Z di kota malang.” dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut :

1. *E-wallet* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Artinya Hasil menunjukkan bahwa pengguna hipotesis ini diterima, hal ini dapat terjadi karena Generasi Z lebih cenderung melakukan *impulsive buying* karena kemudahan dan kenyamanan menggunakan *e-wallet*.
2. Hasil menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah juga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*. Artinya hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, Pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah membantu individu mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak dan sesuai dengan nilai-nilai etika dan tanggung jawab.
3. Hasil menunjukkan bahwa *e-wallet* dan literasi keuangan syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*. Artinya, kombinasi kedua faktor ini secara kolektif memainkan peran krusial dalam membentuk atau memengaruhi kecenderungan *impulsif buying* pada generasi ini. Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan *impulsif buying* pada Gen Z memerlukan pendekatan yang mempertimbangkan baik aspek kemudahan transaksi digital maupun fondasi pengetahuan finansial yang berbasis syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, Untuk mengurangi kebiasaan belanja

impulsif pada Gen Z mahasiswa di Kota Malang, ada beberapa hal yang bisa dilakukan.

1. Disarankan kepada Gen Z mahasiswa di Kota Malang untuk senantiasa meningkatkan literasi keuangan syariah mereka, tidak hanya pada aspek pengetahuan konseptual tetapi juga pada implementasi praktis dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman mendalam dan pengamalan prinsip syariah, seperti menghindari *israf* (pemborosan) dan memprioritaskan kebutuhan di atas keinginan, diharapkan dapat menjadi fondasi yang kuat dalam mengendalikan dorongan *impulsif buying*. Selain itu, penggunaan *e-wallet* sebaiknya diiringi dengan disiplin dan perencanaan keuangan yang matang agar kemudahan transaksi tidak mengarah pada pengeluaran yang tidak terkontrol.
2. Bagi peneliti selanjutnya, Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lainnya seperti (kontrol diri), pengaruh media sosial, atau *financial attitude*, yang mungkin berperan sebagai variabel mediasi atau moderasi, khususnya untuk menjelaskan mengapa literasi keuangan syariah menunjukkan pengaruh positif terhadap *impulsif buying* dalam beberapa kasus. serta bisa mencoba dengan menggunakan metode campuran (mix method) dengan wawancara langsung agar lebih paham alasannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, I., & Saepuloh, D. (2019). The implementation of Islamic financial literacy through “Kencleng” program in school. *KnE Social Sciences*, 148–157.
- Almasyhari, A. K., Sukesti, F., Sari, Y. P., & Ismi, G. (2024). *EDUKASI MASYARAKAT DALAM MENGENALI IMPULSIVE BUYING DI ERA DIGITAL EKONOMI Article History* : 4(2), 165–182.
- Asnawi, N., & Masyhuri, M. (2011). *Metodologi riset manajemen pemasaran: disertai dengan contoh hasil penelitian*. UIN-Maliki Press.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner*, 7(3), 2010–2020. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601>
- Bariroh, M. (2016). Tinjauan Hukum Islam Terhadap. *Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam*, 2(2), 102–126.
- Dwiantari, S., Permanasari, R., & Puspitasari, W. (2022). Penggunaan Aplikasi E-wallet Sebagai Sarana Pembayaran Transaksi Bisnis Kuliner Pada Masa PPKM Kota Semarang. *JURNAL STIE SEMARANG (EDISI ELEKTRONIK)*, 14(1).
- Fadly Syahputra, M. (2023). Analysis Hedonic Shopping Lifestyle and E-Impulse Buying For Shopee Platform Users. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 273–282. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Fitriyah, C. K., & Putri, R. N. A. (2024). Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z Dengan Variabel Mediasi Penggunaan Paylater. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7104–7117. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9346>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Hermawan, D., & Rofiq, A. (2024). *The Effect of Flash Sale on Impulsive Buying*

with Positive Emotion as Mediating Variable among Shopee Users in Malang City. 3(6), 2067–2078.

Insani, A. I., Bayuni, E. M., & Anshori, A. R. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Financial Behaviour (Perilaku Keuangan) Mahasiswa Fakultas Syariah. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 749–752.

Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>

Kusumaningtuti Sandriharmy, S., & Setiawan, C. (2018). *Literasi dan inklusi keuangan Indonesia*. Rajawali Pers.

Lestari, M., Soleh, A., & Nasution, S. (2023). Pengaruh E-Wallet dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Bengkulu. *Jurnal EMAK (Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan)*, vol.4(1), 85–94.

Liebowitz, J. (2018). *Financial literacy education: Addressing student, business, and government needs*. CRC Press.

Mardatillah, Awaluddin, M., & Amiruddin. (2024). Peranan Literasi Keuangan Syariah dalam Memoderasi Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Social Media terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(1), 130–140.

Mukti, A. H., Sastrodiharjo, I., & Hariyanto, O. I. . (2024). Financial Literacy, Financial Management, Social Legitimacy and Being FOMO on Impulsive Buying: Evidence on Leisure Activity Coldplay Concert Euphoria on Indonesian Gen Z Generation. *Atestasi : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(1), 639–660. <https://doi.org/10.57178/atestasi.v7i1.843>

Naning Fatmawatie, S. E. (n.d.). *E COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF*. Naning Fatmawatie.

- Nasution, A. W., & Fatira, M. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 40.
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205.
- Nihlatussifa, & Susilo, E. (2024). Pengaruh Penggunaan E-wallet dan Islamic Financial Literacy Terhadap Perilaku Impulse Buying pada Gen Z pengguna Ewallet di Jepara. *Economics and Digital Business Review*, 5(2).
- Nisa, U. K., & Solekah, N. A. (2022). The influence of TAM, social influence, security relationship toward intention to use E wallet through attitude and Trust. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 18(1), 35–50.
- Nuratika, O., Mukhtar, S., & Wiralaga, H. K. (2022). The Effect of Using Digital Wallets and Financial Literacy on Consumptive Behavior of Students in Dki Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran, Dan Akuntansi*, 3(3), 257–268.
- Nurzianti, R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Takengon. *Gorontalo Development Review*, 1, 5(1).
- OJK. (2022). *Edukasi Keuangan*. <https://Ojk.Go.Id/Id/Kanal/Edukasi-Dan-Perlindungan-Konsumen/Pages/Literasi-Kuangan.AspX>.
- Prakasiwi, L., & Nuvriasari, A. (2024). The Impact of E-Wom, Shopping Lifestyle, and Sales Promotion on Online Impulsive Buying of Cosmetic Products at Shopee Marketplace. *Research Horizon*, 4(3), 169–182.
- Rafidah, R., Alawiyah, R., & Muliya, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Economina*, 1(1), 49–62. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i1.25>

- Rahadi, D. R. (2020). Financial Technology: It Is An Emerging Industry That Uses Technology To Improve Activities In Finance, Bogor: PT. *Filda Fikrindo*.
- Ramadany, C., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Generasi Z di Indonesia. *YUME : Journal of Management*, 6(1), 606–614.
- Riyanto, A., & Arini, D. P. (2021). Analisis Deskriptif Quarter-Life Crisis Pada Lulusan Perguruan Tinggi Universitas Katolik Musi Charitas. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 3(1), 12–19. <https://doi.org/10.33024/jpm.v3i1.3316>
- Rizki Amalia, & Mia Agustina Puspasari. (2022). Perilaku Penggunaan E-Wallet Karyawan Bagian Produksi Pt Pratama Abadi Industri (Jx) Sukabumi. *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 1(2), 120–126. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v1i2.100>
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.752>
- Sari, K., & Nurhasanah, S. (2024). Analysis of The Influence of Shopping Lifestyle, Time Pressure, Religius, and Islamic Financial Literacy on Impulsive Buying on Shopee Live Streaming. *Proceedings of Femfest International Conference on Economics, Management, and Business*, 2, 268–26=76. <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/FICCOMSS>
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50(April 2019), 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif*,

kualitatif dan R&D.

Sulistyowati, S. N. (2024). *The influence of Financial Technology on Impulse Buying in Gen Z moderated by Financial Literacy*. 562–571.

Suyanto, S. (2023). *Judul Buku: Mengenal Dompot Digital di Indonesia*. CV. AA. Rizky.

Yahmini, E. (2020). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga. *Exero: Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 41–56. <https://doi.org/10.24071/exero.v2i1.2110>

Yulinda, A. T., Rahmawati, R., & Sahputra, H. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1315–1326. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2456>

LAMPIRAN – LAMPIRAN

1. Kuisisioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan, nama saya Suryati, mahasiswa S1 Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka memenuhi penelitian tugas akhir skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (*E-Wallet*) dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap *Impulsif Buying* Pada Gen Z di Kota Malang”**

Saya sangat mengharapkan bantuan kepada para saudara/i sekalian, untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan ini sesuai dengan kondisi yang ada. Data yang para pihak berikan nantinya insyaallah sangat bermanfaat dalam membantu penelitian ini, sehingga sangat diharapkan kepada para saudara/i dapat mengisi apa adanya, tanpa paksaan dan tanpa rekayasa. Data dari para saudara/i insyaallah terjaga kerahasiaannya. Terimakasih Wassalamualaikum Wr. Wb.

1. Email:
2. Domisili
 - Malang
3. Jenis Kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
4. Usia
 - 17-20 tahun
 - 21-24 tahun
 - 25-28 tahun
 - Lainnya
5. Tingkat Pendidikan
 - S1

6. Asal Instansi

- Universitas Brawijaya (UB)
- Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- Universitas Negeri Malang (UM)
- Universitas Islam Malang (UNISMA)
- Universitas Muhammadiyah Malang (UMM)
- Lainnya

7. Aplikasi dompet digital apa saja yang paling sering anda gunakan?

(Pilih semua yang sesuai)

- GoPay
- Ovo
- Dana
- ShopeePay
- LinkAja
- Lainnya

STS: Sangat tidak setuju (1)

TS : Tidak setuju (2)

N : Ragu-ragu (3)

S : Setuju (4)

SS : Sangat setuju (5)

Daftar Pertanyaan

1. Saya merasa mudah menggunakan e-wallet dalam bertransaksi sehari-hari.
2. Saya menggunakan e-wallet karena tampilannya menarik dan mudah dipahami.
3. Saya lebih suka bertransaksi secara digital dari pada tunai.

4. Saya mengandalkan e-wallet saat berada di luar rumah.
5. Saya percaya bahwa data saya aman di aplikasi e-wallet.
6. Saya sering mendapatkan promo dari penggunaan e-wallet
7. Saya mengetahui aspek halal dan haram atas uang yang didapatkan.
8. Saya mengatur pengeluaran agar tidak lebih besar dari pemasukan
9. Saya menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk ditabung.
10. Saya memiliki kemampuan untuk mengatur perencanaan keuangan masa depan.
11. Saya memiliki kemampuan untuk mengeluarkan uang sesuai kebutuhan.
12. Saya selalu mengalokasikan dana untuk ditabung atau diinvestasikan.
13. Saya selalu mempertimbangkan segala sesuatu hendak dibeli
14. Saya mengendalikan uang untk disumbangkan atau disedekahkan sebelum konsumsi.
15. Saya mengetahui kewajiban mengeluarkan zakat sebagai seorang muslim.
16. Saya mengetahui perbedaan antara zakat dan sedekah dalam islam.
17. Saya merasa senang setelah melakukan pembelian spontan
18. Saya merasa terdorong membeli setelah melihat promo terbatas waktu
19. Saya mudah tergoda untuk membeli jika ada diskon besar.
20. Saya sering belanja tanpa mempertimbangkan kebutuhan jangka panjang.

Lampiran 1. Tabulasi Data Penelitian

E-Wallet (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
5	5	4	4	5	5
4	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	3
4	4	5	4	5	4
4	5	4	5	3	5
4	4	5	4	5	4

3	5	4	3	5	4
5	4	3	4	5	5
4	4	3	5	4	4
5	5	5	4	3	5
3	5	3	3	5	4
5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5
5	3	4	4	5	3
4	3	5	4	5	3
5	5	5	3	5	4
5	5	5	4	5	5
5	5	5	4	3	3
5	4	3	4	5	4
4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	5	3
4	5	3	4	4	3
5	4	4	3	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	5	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	5
5	3	5	5	4	4
5	5	5	5	4	5
5	3	5	5	3	4
5	5	5	5	5	5
5	4	5	3	5	4
5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	3
4	5	4	4	5	5
5	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	5	5
5	4	5	4	4	4
4	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	4
4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	5	4
5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	4	5
4	5	4	4	3	5
4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	5	5

5	4	4	5	4	4
5	4	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5
5	4	3	4	4	5
4	5	5	3	5	4
5	4	4	5	4	4
4	4	5	3	5	5
4	5	4	5	4	4
4	5	4	3	5	4
4	5	4	4	5	5
5	5	4	5	5	4
5	4	4	3	5	4
5	4	4	4	5	5
4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4
4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	4
5	4	5	5	4	4
5	4	5	3	5	4
5	4	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4
5	5	4	4	5	5
5	4	3	5	4	4
5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4

5	5	4	5	5	4
---	---	---	---	---	---

Literasi Keuangan Syariah (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
5	4	4	5	4	5	4	4	5	5
3	3	5	3	4	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	5	4	5	5	4	5	5
5	5	4	4	4	4	5	4	3	4
4	5	5	4	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
3	5	5	5	5	5	4	3	5	5
4	4	4	4	5	3	4	3	4	4
5	4	5	5	5	3	5	3	4	4
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
4	3	4	5	4	5	3	3	5	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5
3	4	3	4	4	5	5	4	5	5
4	4	3	4	5	5	4	4	4	5
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	3	5	4	4	5	5
4	4	3	4	4	4	4	5	4	5
5	3	3	5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	5	4	4	5	5	4	4	5	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	5	4	5	4
4	5	5	4	4	5	4	5	5	4
4	4	3	3	5	5	4	3	4	3
3	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4
5	4	4	5	4	4	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
5	5	4	4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
5	4	5	4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	5	4	4	5	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
4	5	5	3	5	5	4	4	5	5
5	3	4	4	5	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	4	5	3	5	5
4	5	4	4	5	5	3	4	4	5
4	5	3	5	4	4	5	5	3	5
5	4	4	5	5	3	4	5	5	4
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
5	3	4	4	5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	3	4	5	5	5
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
5	4	4	5	5	3	4	4	5	5
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5

5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	3
5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	5	5	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	5	5	4	3	5	4	4	5	5
4	5	5	4	4	5	4	5	5	4
4	4	4	5	4	4	3	5	5	4
4	5	5	4	3	5	4	4	5	5
4	3	4	5	5	5	4	4	5	4
4	5	3	4	4	5	4	4	5	5
5	4	5	3	5	4	5	5	5	4
3	3	5	5	5	3	4	5	4	4
4	5	5	4	4	4	5	4	4	4

Impulsif Buying (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4
5	4	5	5
5	4	5	4
4	5	5	4
5	5	5	5
4	5	4	5
3	5	3	4
4	4	4	5
4	4	3	5
4	3	5	4
3	4	5	4
5	5	5	3
4	5	5	4
4	3	4	5
4	4	4	4
5	3	4	5
3	4	5	5
3	4	5	5
5	5	5	4
5	5	3	4
3	3	4	5
4	4	4	5
4	5	5	4

5	5	5	5
4	5	4	5
4	4	5	4
5	3	4	4
5	5	4	4
4	5	5	5
4	4	5	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	3
5	5	5	5
5	5	5	5
3	3	5	4
5	5	5	5
4	4	4	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	5	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	4	4	5
5	4	4	5
4	5	5	5
5	4	4	5
5	4	5	5
5	5	5	5
5	4	4	3
5	5	5	5
5	4	5	5
5	5	4	5
5	4	5	5
3	5	5	5
4	4	5	5
5	5	5	5
4	5	5	4
5	4	5	4
4	5	5	5
4	5	4	4
4	4	4	5
4	4	5	4
4	4	5	5
4	5	5	4

5	4	5	5
5	5	4	4
5	4	5	5
3	4	4	5
4	5	4	5
3	4	5	5
4	5	4	4
5	4	5	5
4	5	5	4
4	5	4	4
5	4	5	5
4	4	5	5
5	4	4	3
5	4	5	5
4	5	4	4
4	5	4	4
5	4	5	5
5	4	5	5
5	4	5	5
5	5	5	5
5	4	5	5
4	4	5	5
5	4	5	5
4	5	5	4
5	4	5	3
5	5	4	5
5	4	5	5
5	5	5	5
5	4	5	5
4	4	5	5
4	4	5	5
5	5	5	4
5	4	5	4
5	5	5	4

Lampiran 2. Uji Validitas

VARIABEL	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>E-Walet</i>	X1.1	0.513	0,194	Valid
	X1.2	0.523	0,194	Valid
	X1.3	0.591	0,194	Valid

	X1.4	0.320	0,194	Valid
	X1.5	0.487	0,194	Valid
	X1.6	0.632	0,194	Valid
Literasi Keuangan Syariah	X2.1	0.544	0.194	Valid
	X2.2	0.506	0.194	Valid
	X2.3	0.582	0.194	Valid
	X2.4	0.500	0.194	Valid
	X2.5	0.385	0.194	Valid
	X2.6	0.362	0,194	Valid
	X2.7	0.534	0,194	Valid
	X2.8	0.406	0,194	Valid
	X2.9	0.484	0,194	Valid
	X2.10	0.519	0,194	Valid
<i>Impulsif Buying</i>	Y.1	0.657	0.194	Valid
	Y.2	0.516	0.194	Valid
	Y.3	0.580	0.194	Valid
	Y.4	0.482	0.194	Valid

Lampiran 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Statistics	Standart	Ket.
<i>E-Wallet</i>	0,689	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan Syariah	0,686	0,60	Reliabel
<i>Impulsif Buying</i>	0,767	0,60	Reliabel

Lampiran 4. Uji Normalitas Data

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,116505818
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,073
	<i>Positive</i>	0,053
	<i>Negative</i>	-0,073
<i>Test Statistic</i>		0,073
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>		
<i>d. This is a lower bound of the true significance.</i>		

Lampiran 5. Uji Multikolineraitas

<i>Coefficients^a</i>			
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1	X1	0,542	1,845
	X2	0,542	1,845
<i>a. Dependent Variable: Y</i>			

Lampiran 6. Uji Heteroskedastisitas

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,968	1,120		,864	0,390
	X1	-0,004	0,049	-0,012	-0,085	0,932
	X2	0,001	0,032	0,003	0,019	0,985
<i>a. Dependent Variable: ABS_RES</i>						

Lampiran 7. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a					
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.088	1.850		3.291	.001
X1_TOTALL	.244	.081	.344	2.998	.003
X2_TOTALL	.121	.054	.260	2.264	.026
a. Dependent Variable: Y_TOTAL					

Lampiran 8. Uji T

Coefficients^a								
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.	<i>Collinearity Statistics</i>	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,088	1,850		3,291	0,001		
	X1	0,244	0,081	0,344	2,998	0,003	0,542	1.845
	X2	0,121	0,054	0,260	2,264	0,026	0,542	1.845

Lampiran 9. Uji F

Model		Sum of squares	df	Mean Square	F	sig
1	Regression	,005	2	,002	.005	,995 ^b
	Residual	45,237	97	,466		
	Total		99			
a. Predictors: (Constant), X2, X1						
b. Dependent Variable: Y						

Lampiran 10. R-Square

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.554 ^a	0,307	0,293	1,128	1,819
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Lampiran 3
BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Suryati
Tempat, tanggal lahir : Pamekasan, 05 September 2003
Alamat asal : Jl. Laras RT.06 RW.02 Desa Bajang, Kecamatan Pakong,
Kabupaten Pamekasan Provinsi Jawa Timur
Telepon HP : 085648163625
E-mail : suryatipmr28@gmail.com

Pendidikan Formal

2007-2009 : TK Darmawanita
2009-2015 : SDN Bajang 1
2015-2018 : MTSN 3 Pamekasan
2018-2021 : SMAN 1 Pakong
2021-2025 : S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2021 – 2022 : Ma`had Sunan Ampel Al-`Ali Malang
2021 – 2022 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPB)
2021 – 2023 : English Language Center (ELC)

Lampiran 4

Surat Keterangan Bebas Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitriyah, MM
NIP : 197609242008012012
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Suryati
NIM : 210503110122
Konsentrasi : Entrepreneur
Judul Skripsi : **Pengaruh penggunaan dompet digital e-wallet dan literasi keuangan syariah terhadap impulsif buying pada gen z di kota malang**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
25%	23%	20%	15%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 1 Juli 2025

UP2M



Fitriyah, MM

Lampiran 5

Jurnal Bimbingan Skripsi

7/1/25, 8:44 AM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210503110122
 Nama : Suryati
 Fakultas : Ekonomi
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Dosen Pembimbing : Rini Safitri, M.M
 Judul Skripsi : The effect of digital wallet or e-wallet and sharia financial on impulsif buying among gen z in malang city

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	23 September 2024	pengajuan judul	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	25 September 2024	koreksi judul	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	1 Oktober 2024	ganti judul	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	24 Desember 2024	Bimbingan bab 2	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	30 Desember 2024	revisi abstrak keseluruhan bab 1	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	7 Januari 2025	revisi latar belakang, gap riset dan hasil penelitian	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	10 Januari 2025	revisi jumlah sampel dan analisis data	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

8	21 Maret 2025	konsultasi pengerjaan BAB 4	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	12 Mei 2025	konsultasi hasil running data	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
10	2 Juni 2025	bimbingan bab 1-5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
11	12 Juni 2025	konsultasi jurnal afirmasi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 12 Juni 2025

Dosen Pembimbing



Rini Safitri, M.M