



Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan dan Gaya Hidup Gen Z terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay (Survei pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta)

Maratus Sholikhah^{1*}, Edi Wibowo²

^{1,2}Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Sumpah Pemuda No.18, Kadipiro Kec. Banjarsari, Kota Surakarta

Korespondensi penulis: maratussholikhah894@gmail.com *

Abstract. *The development of technology in the digital era has a significant impact on the financial sector, especially in the payment system that is now shifting from cash to non-cash. One form of technological innovation is Financial Technology (Fintech), where E-Wallet is one of the popular classifications in Indonesia, such as ShopeePay, Dana, Gopay, OVO, and LinkAja. This study aims to analyze the influence of digital financial literacy, perception of convenience, and Gen Z lifestyle on the interest in using the ShopeePay E-Wallet among students of the Management Study Program, FEB UNISRI. This study uses a quantitative approach with primary data collected through questionnaires from 94 respondents. The sampling technique uses proportionate stratified random sampling. Data were analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination (R²). The results show that digital financial literacy and Gen Z lifestyle have a significant partial effect on the interest in using ShopeePay, while perception of convenience does not have a significant effect. Simultaneously, the three variables have a significant effect. The R² value of 65% shows that the independent variable is able to explain the interest in using ShopeePay, while the remaining 35% is influenced by other factors such as perceptions of security, risk, benefits, trust, and financial behavior.*

Keywords: *Digital Financial Literacy, Gen Z Lifestyle, Interest in Using ShopeePay E-Wallet, Perception of Ease.*

Abstrak. Perkembangan teknologi di era digital memberikan dampak signifikan pada sektor keuangan, khususnya dalam sistem pembayaran yang kini beralih dari tunai ke non-tunai. Salah satu bentuk inovasi teknologi tersebut adalah Financial Technology (Fintech), di mana *E-Wallet* menjadi salah satu klasifikasinya yang populer di Indonesia, seperti ShopeePay, Dana, Gopay, OVO, dan LinkAja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital, persepsi kemudahan, dan gaya hidup Gen Z terhadap minat penggunaan *E-Wallet* ShopeePay pada mahasiswa Prodi Manajemen FEB UNISRI. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dari 94 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan proportionate stratified random sampling. Data dianalisis dengan regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R²). Hasil menunjukkan bahwa literasi keuangan digital dan gaya hidup Gen Z berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan ShopeePay, sementara persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan. Nilai R² sebesar 65% menunjukkan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan minat penggunaan ShopeePay, sementara 35% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti persepsi keamanan, risiko, manfaat, kepercayaan, dan perilaku keuangan.

Kata kunci: Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup Gen Z, Minat Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay, Persepsi Kemudahan.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi di era digital ini memberikan dampak cukup besar di beberapa sektor, terutama di sektor keuangan pada bidang sistem pembayaran. Sistem Sistem pembayaran pada saat ini mulai beralih dari uang tunai menuju penggunaan alat pembayaran dalam bentuk non tunai, Hal Ini dibuktikan dengan salah satu keluaran sistem transaksi

elektronik yang menggunakan perkembangan teknologi atau disebut *Fintech* (*financial technology*). *E-Wallet* merupakan salah satu klasifikasi *fintech* dalam bidang pembayaran. *E-Wallet* merupakan aplikasi yang alternatif dalam transaksi pembayaran digital yang banyak digunakan, diminati dan populer serta menjadi trend masyarakat di Indonesia hingga saat ini. Aplikasi *E-Wallet* yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia meliputi ShopeePay, Dana, Go-pay, OVO, dan LinkAja. Salah satu aplikasi *E-Wallet* dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia adalah ShopeePay. ShopeePay merupakan salah satu fitur yang dimiliki oleh aplikasi Shopee yang merupakan marketplace terbesar di Indonesia, sebagai metode pembayaran secara online.

Berdasarkan hasil survei Populix dengan 1.000 responden, aplikasi dompet digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Gopay (88%), Dana (83%), OVO (79%), ShopeePay (76%), dan LinkAja (30%). Walaupun ShopeePay berada di rating ke-4, tetapi ShopeePay mempunyai keunikan dan keunggulan sendiri yaitu ShopeePay terintegrasi dengan Platform Shopee yang merupakan platform terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara sehingga selalu menciptakan keunggulannya yaitu promo dan diskon sepanjang waktu, voucher cashback, serta dapat digunakan sebagai pembayaran di berbagai merchant offline.

Berkembangnya *E-Wallet* ShopeePay dikalangan masyarakat terutama mahasiswa merupakan salah satu kemudahan yang diciptakan oleh kemajuan teknologi. *E-Wallet* ShopeePay tidak hanya menjadi sistem pembayaran saja, tetapi juga memberikan kemudahan dalam proses transaksi. Sehingga pengguna tidak perlu lagi memasukkan rekening secara manual, melainkan dapat langsung memilih opsi pembayaran melalui ShopeePay karena lebih efektif serta efisien. Fenomena tersebut tidak lepas dari pengguna *E-Wallet* oleh mahasiswa prodi manajemen yang mengalami kesulitan yang disebabkan oleh fitur-fitur yang ditawarkan oleh ShopeePay yang dinilai tidak sekomplit atau tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, jika dibandingkan dengan *E-Wallet* lainnya. Pengalaman pengguna yang kurang memuaskan, seperti: kesalahan transaksi, masalah teknis, atau layanan pelanggan yang kurang responsif, menjadi faktor penghambat yang signifikan bagi pengguna untuk terus menggunakan dompet digital ini.

Maka dari itu perlu adanya faktor yang mendukung untuk menjadi peran penting dalam mempengaruhi pengguna terhadap minat penggunaan *E-Wallet* ShopeePay. Menurut penelitian Desvronita (2021) Minat penggunaan merupakan kecenderungan individu dalam menggunakan sebuah sistem, sehingga individu tersebut yakin dan tetap terus dalam menggunakan sistem tersebut. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang

terhadap minat penggunaan *E-Wallet* yaitu faktor yang pertama adalah Literasi keuangan digital, dengan adanya pengaruh literasi keuangan digital dapat membuka pintu bagi mahasiswa untuk memahami fitur dan fungsi berbagai aplikasi *fintech*. Hal ini meningkatkan minat dan kemauan mereka untuk memanfaatkan layanan tersebut dengan dibekali pengetahuan finansial yang mumpuni sehingga mahasiswa dapat mengevaluasi dan membandingkan produk *fintech* secara bijak.

Dengan literasi keuangan digital yang baik, mahasiswa dapat memanfaatkan *fintech* secara optimal untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan mencapai tujuan keuangan, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia Fatimah & Fathihani (2023). Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan Endrica & Sari (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-Wallet*. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh (Jenny Novita Sari *et al.*, 2023) dan (Pangestika & Achyani, 2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-Wallet*. Namun penelitian lainnya oleh Soleha & Nurhaeni (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam menggunakan aplikasi dompet digital Go-Pay.

Faktor selanjutnya adalah persepsi kemudahan, persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor mahasiswa dalam menggunakan *E-Wallet* ShopeePay. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi, dapat jelas digunakan dan tidak, membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya (Jogiyanto, 2019:934). Hal tersebut dibuktikan pada penelitian yang dilakukan oleh Lestari Endang Puji *et al* (2024), Alifia (2024) dan (Yang *et al.*, 2021) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *E-Wallet* ShopeePay. Sedangkan penelitian Mustofa & Kurniawati (2024) menyatakan bahwa bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Wallet* pada aplikasi dana.

Generasi Z (Gen Z) merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Mereka adalah generasi yang dikenal sering berinteraksi dengan dunia digital artinya sejak mereka lahir sudah mengenal teknologi dan tumbuh dengan smartphone dan media sosial. Hal tersebut berkaitan dengan gaya hidup generasi Z yang cenderung lebih simpel.

Gaya Hidup atau *Lifestyle* disebut sebagai sikap personal yang mengacu pada bagaimana suatu individu menjalani hidup mereka, mengelola uang mereka dan mengoptimalkan waktu dan kesempatan yang dimiliki, serta bagaimana seseorang berinteraksi dengan lingkungan dan orang lain (Aulianingrum & Rochmawati, 2021:200). Gaya hidup

konsumtif yang dipengaruhi oleh tren media sosial dan budaya belanja dapat mempengaruhi para generasi Z untuk selalu menggunakan *E-Wallet* sebagai layanan transaksi keuangan Sheldy Yasi Pralytha *et al* (2023). Hal ini dibuktikan pada penelitian yang dilakukan oleh Prena & Dewi (2023) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ShopeePay, berbeda dengan hasil penelitian Dewi & Rochmaniah (2022) menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat penggunaan *E-Wallet*.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan dengan adanya research gap atau penelitian-penelitian terdahulu maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ” Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan Dan Gaya Hidup Gen Z Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Survei Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta)”

2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen Keuangan

Menurut (Musthafa, 2017:3) Manajemen keuangan menjelaskan tentang beberapa keputusan yang harus dilakukan, yaitu keputusan pendanaan atau keputusan pemenuhan kebutuhan dana, dan keputusan kebijakan dividen. Sedangkan menurut (Siswanto, 2021:4) manajemen keuangan adalah kegiatan merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan dan mengawasi sumber daya organisasi berupa uang dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

Manajemen keuangan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang berkaitan dengan usaha untuk merencanakan, mencari dan mengalokasikan dana untuk memaksimalkan efisiensi operasi perusahaan aktivitas pengelolaan keuangan perusahaan yang berhubungan dengan upaya mencari dan menggunakan dana secara efisien dan efektif untuk mewujudkan tujuan perusahaan (Sumardi, 2020:2).

Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan adalah seni dalam mengelola seluruh kegiatan keuangan dalam perusahaan yang meliputi pendanaan, investasi dan pengelolaan aset.

Minat Minat Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay

Minat adalah gambaran seseorang ketika menginginkan sesuatu. Minat ini muncul karena adanya rasa kepemilikan dari konsumen, sehingga timbulnya hasrat setelah melihat suatu produk atau layanan jasa. Jadi, ketika seseorang telah melakukan penilaian terfokus pada suatu teknologi, dan dalam hasilnya menunjukkan bahwa teknologi tersebut layak digunakan,

maka akan menimbulkan minat penggunaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ardianto & Azizah (2021:16) bahwa minat penggunaan (*intention to use*) merupakan preferensi seseorang yang didorong oleh keinginannya untuk menggunakan suatu produk barang ataupun jasa guna untuk memenuhi kebutuhannya.

Minat penggunaan menjadi perhatian penting dalam menghadapi persaingan yang cukup ketat, karena konsumen memiliki dorongan emosional yang kuat untuk menggunakan sesuatu yang mereka inginkan. Sehingga setiap platform dompet digital kerap kali memperbarui strategi pemasaran yang tepat sasaran sebagai salah satu motivasi untuk terus mempelajari perilaku konsumen agar dapat bertahan di pasaran (Khoir & Soebiantoro, 2022:753). Minat menggunakan *E-Wallet* merupakan suatu tingkat individu dalam menggunakan layanan *E-Wallet* sebagai metode pembayaran secara digital. Layanan *E-Wallet* yang menawarkan kemudahan dalam proses bertransaksi sangat membantu masyarakat terutama Gen Z dalam memahami dan menggunakan teknologi baru.

Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan adalah keinginan seseorang untuk mengetahui, memiliki, mempelajari, dan membuktikan suatu produk atau layanan jasa.

Literasi Keuangan Digital

Literasi Keuangan Digital adalah kemampuan untuk menggunakan layanan keuangan digital dengan aman dan efisien. Literasi keuangan digital juga mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk memanfaatkan produk dan layanan keuangan digital (Kompasiana, 2024).

Digital Financial Literacy (DFL) merupakan kombinasi dari literasi keuangan dan platform digital. Dengan demikian, DFL dapat didefinisikan sebagai literasi keuangan dalam teknologi keuangan *digital* (Tony & Desai, 2020). Literasi keuangan digital mengacu pada pemahaman dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi menggunakan teknologi digital agar dapat mengoptimalkan potensi pertumbuhan kekayaan dan mengelola risiko finansial dengan baik (Sahamony, 2022:60).

Literasi keuangan digital adalah kegiatan layanan jasa sistem pembayaran atau keuangan terbatas yang dilakukan tidak melalui kantor fisik, namun dengan menggunakan sarana teknologi antara lain mobile based maupun web based dan jasa pihak ketiga (agen), dengan target layanan masyarakat *unbanked* dan *underbanked*. Tujuan dari literasi keuangan digital melalui jasa agen ini, yakni memberikan layanan keuangan ke suatu area yang selama ini tidak terjangkau. Untuk menjangkaunya, yakni melalui jaringan telekomunikasi telepon seluler.

Literasi keuangan digital dengan keterampilan yang tidak bisa diabaikan menjadi pondasi individu dalam mengambil suatu keputusan sehingga sadar dengan risiko – risiko yang akan muncul. Literasi keuangan digital menjadi isu yang sangat relevan dikalangan Gen Z, Gen Z yang lahir di era digital ini memiliki keunggulan dalam hal adaptasi terhadap teknologi baru. Dengan pemahaman literasi keuangan digital yang baik, masyarakat terutama Gen Z dapat lebih percaya diri serta menjaga keamanan dalam melakukan proses transaksi.

Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital adalah kegiatan layanan jasa sistem pembayaran atau keuangan yang dikombinasikan dengan platform digital yang mengacu pada pemahaman dan kemampuan individu dalam proses transaksi.

Persepsi Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2016:134) Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan atau tidak sulit untuk dipahami maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan atau sulit dipahami maka orang tersebut tidak akan menggunakannya.

Persepsi Kemudahan adalah konsep yang mengacu pada persepsi atau kesan individu tentang betapa mudahnya menggunakan suatu produk atau teknologi tertentu. Konsep ini memiliki peran penting dalam menentukan niat individu untuk menggunakan suatu produk atau teknologi dengan mudah dipahami dan dimanfaatkan. Persepsi ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman individu sebelumnya dengan teknologi serupa, keakraban mereka dengan produk atau teknologi yang dimaksud, dan keyakinan mereka pada kemampuan mereka sendiri untuk menavigasi dan memanfaatkan teknologi secara efektif.

Persepsi kemudahan penggunaan juga mempengaruhi sikap individu terhadap teknologi. Jika individu menganggap suatu teknologi mudah digunakan, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap penggunaannya. Selanjutnya, persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak yang signifikan terhadap niat perilaku individu untuk menggunakan teknologi. Jika individu menganggap suatu teknologi mudah digunakan, mereka cenderung mengembangkan sikap positif terhadap penggunaannya. Sikap positif ini kemudian diterjemahkan menjadi niat yang lebih tinggi untuk benar-benar menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari (Pratiwi *et al.*, 2023).

Menurut I'tishom Muhammad Fatih *et al.*, (2020) persepsi kemudahan adalah persepsi seseorang tentang penggunaan suatu sistem yang bebas dari usaha dan dengan mudah dilakukan. Menurut Atriani *et al.*, (2020) Persepsi kemudahan merupakan sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem dapat digunakan dengan mudah dan terbebas dari masalah. Dua komponen utama yang memengaruhi keputusan seseorang untuk mengimplementasikan teknologi adalah kemudahan untuk digunakan dan manfaatnya. Persepsi tentang teknologi diharapkan dapat mengukur kebermanfaatannya, terutama *E-Wallet*.

Dalam menggunakan suatu layanan aplikasi *E-Wallet*, kemudahan merupakan salah satu pertimbangan bagi penggunanya. Jadi, kemudahan pengguna adalah suatu penyelesaian aktivitas dengan memanfaatkan teknologi saat ini sehingga dapat dengan mudah menggunakan dan cepat terselesaikan. Persepsi Kemudahan penggunaan membuat seseorang yakin bahwa dalam menggunakan teknologi seperti *E-Wallet* tidak memerlukan banyak usaha dan waktu selain itu dapat dengan mudah digunakan dan di pahami. Jadi, kemudahan pengguna adalah suatu penyelesaian aktivitas dengan memanfaatkan teknologi saat ini sehingga dapat dengan mudah menggunakan dan cepat terselesaikan.

Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan adalah persepsi seseorang tentang penggunaan sistem yang berbasis digital untuk memberikan kemudahan dan manfaat dalam menggunakan teknologi seperti Dompot Digital (*E-Wallet*).

Gaya Hidup Gen Z

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya, beraksi dan berinteraksi di dunia (Kotler & Keller, 2018). Gaya Hidup dapat mempengaruhi kehidupan seseorang dan pada akhirnya dapat menentukan pilihan konsumsinya. Pola konsumsi gaya hidup mencerminkan pilihan seseorang mengenai penggunaan waktu dan uangnya (Ningsih, 2021:77).

Gaya hidup merupakan cara yang dijalankan oleh setiap masing-masing individu bagaimana mereka menghabiskan waktu, membelanjakan uang dan mengekspresikan diri terhadap lingkungan tempat tinggal sesuai dengan minat dan opini atau pendapat. Gaya hidup bisa kapan saja berubah sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu. Hal ini dikarenakan aktivitas serta opini yang dapat berubah tergantung lingkungannya (Lindratno & Anasrulloh, 2022).

Gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup yang ditentukan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan mereka (minat), dan bagaimana perasaan mereka tentang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka (opini) (Astuti & Hasbi, 2020).

Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah cara hidup yang ditentukan oleh seseorang dalam menjalani hidupnya dengan cara melakukan aktivitas yang dianggap penting dan yang disukai termasuk membeli produk yang diminati.

Ulasan penelitian yang relevan

Penelitian Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan Dan Gaya Hidup Gen Z Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Beberapa penelitian yang relevan dan memberikan acuan serta landasan bagi penelitian ini di antaranya adalah penelitian oleh Lestari, Fauzi, dan Fatmala (2024) yang menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ShopeePay di Kota Madiun. Selanjutnya, penelitian oleh Alifia (2024) mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan e-wallet ShopeePay sebagai sistem pembayaran digital pada Generasi Z di Kota Semarang. Prena dan Dewi (2023) juga menemukan bahwa secara simultan maupun parsial, variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat menggunakan ShopeePay. Selain itu, penelitian oleh Endrica dan Sari (2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap penggunaan e-wallet pada mahasiswa akuntansi di Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)..

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019:99) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan, berdasarkan hal tersebut perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* ShopeePay pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Menurut Tiffani (2023:113) Literasi keuangan digital merupakan kecakapan individu dalam memahami, memanfaatkan, dan mengakses informasi keuangan melalui teknologi digital. Kemampuan ini meliputi pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan digital seperti *mobile banking*, *e-wallet*, dan *fintech*, serta pemahaman tentang potensi risiko dan manfaatnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jenny Novita Sari *et al.*, 2023), (Pangestika & Achyani, 2022) menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *E-Wallet*. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Endrica & Sari, 2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap penggunaan *E-Wallet* pada Mahasiswa Akuntansi UNY.

H1: Literasi Keuangan Digital berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* ShopeePay pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta

b) Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Menurut (Silalahi, P. R., 2023:113) persepsi kemudahan merupakan ukuran keyakinan seseorang bahwa teknologi dapat dipahami dan digunakan dengan mudah. Apabila suatu teknologi dirasa tidak sulit dalam menggunakannya, pemahamannya, dan ketika dipelajari maka seseorang akan menggunakan teknologi tersebut. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa teknologi tersebut tidak mudah, maka mereka tidak akan menggunakannya. Kemudahan dalam menggunakan teknologi dianggap memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kemudahan dapat mengurangi usaha seseorang baik tenaga atau waktu dalam menggunakan suatu teknologi. Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Endang Puji Lestari *et al.*, 2024), (Alifia, 2024), (Marvello Yang *et al.*, 2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan atau positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* ShopeePay.

H2: Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta

c) Pengaruh Gaya Hidup Gen Z terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* ShopeePay pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan dompet digital adalah gaya hidup. (Ujang, 2018:45) menyimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (minat), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (opini). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prena & Dewi, 2023) menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan shopeepay.

H3: Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan dan Gaya Hidup Gen Z terhadap Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan teknik *proportionate stratified random sampling* dimana populasi dalam penelitian ini merupakan anggota yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa aktif prodi manajemen dari semester 1 hingga semester 7 yang berjumlah 1.656 mahasiswa dan sampel yang didapatkan sebanyak 94 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melalui penyebaran kuesioner sebanyak 94 mahasiswa dari sampel yang didapatkan. Penelitian ini menggunakan uji instrumen dan uji asumsi klasik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil uji instrumen penelitian

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Digital (X1)

Item Kuesioner	ρ -value (signifikansi)	Kriteria	Keterangan
X1.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk kuesioner X1.1 sampai dengan X1.4 diperoleh nilai signifikansi (ρ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item kuesioner variabel literasi keuangan digital adalah valid.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

Item Kuesioner	ρ -value (signifikansi)	Kriteria	Keterangan
X2.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk kuesioner X2.1 sampai dengan X2.3 diperoleh nilai signifikansi (ρ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item kuesioner variabel persepsi kemudahan adalah valid.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Gen Z (X3)

Item Kuesioner	ρ -value (signifikansi)	Kriteria	Keterangan
X3.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk kuesioner X3.1 sampai dengan X3.3 diperoleh nilai signifikansi (ρ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item kuesioner variabel gaya hidup gen z adalah valid.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan *E-Wallet* ShopeePAY (Y)

Item Kuesioner	ρ -value (signifikansi)	Kriteria	Keterangan
Y.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk kuesioner Y.1 sampai dengan Y.4 diperoleh nilai signifikansi (ρ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item kuesioner variabel minat penggunaan *e-wallet* shopeepay adalah valid.

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan Digital (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,831	4

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Tabel diatas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Literasi Keuangan Digital (X1) sebesar $0,831 > 0,60$ maka kuesioner variabel Literasi Keuangan Digital (X1) reliable.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,884	3

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Tabel diatas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk Variabel Persepsi Kemudahan (X2) sebesar $0,884 > 0,60$ maka kuesioner Variabel Persepsi Kemudahan (X2) reliable.

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup Gen Z (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,827	3

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Tabel diatas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Gaya Hidup Gen Z (X3) sebesar $0,827 > 0,60$ maka kuesioner variabel Gaya Hidup Gen Z (X3) reliable.

Tabel 8 Hasil Uji Reabilitas Variabel Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,806	4

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2024

Tabel diatas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk Variabel Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Y) sebesar $0,806 > 0,60$ maka kuesioner Variabel Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Y) reliable.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak dalam model regresi apabila $VIF < 10$ dan nilai Tolerance ≥ 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 9 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
		Collinearity Statistics	
Model	Tolerance	VIF	
1	LITERASI KEU DIGITAL	,700	1,428
	PERSEPSI KEMUDAHAN	,512	1,954
	GAYA HIDUP	,595	1,682

a. Dependent Variable: MINAT PENGGUNAAN E WALLET

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Hasil menunjukkan nilai tolerance X1 (literasi keuangan digital) = 0,700, X2 (persepsi kemudahan) = 0,512 dan X3 (gaya hidup gen z) = 0,595 > 0,10 dan nilai VIF X1 (literasi keuangan digital) = 1,428, X2 (persepsi kemudahan) = 1,954 dan X3 (gaya hidup gen z) = 1,682 < 10. Hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.

Uji Autokorelasi adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Uji autokorelasi bisa digunakan menggunakan uji Runs Test. Bila p-value < 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak artinya antar residual terdapat korelasi sedangkan p-value \geq 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya antar residual tidak terdapat korelasi.

Tabel 10 Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test			Unstandardized Residual
Test Value ^a			,08177
Cases < Test Value			47
Cases \geq Test Value			47
Total Cases			94
Number of Runs			41
Z			-1,452
Asymp. Sig. (2-tailed)			,147
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	99% Confidence Interval	,176 ^b
		Lower Bound	,166
		Upper Bound	,186

a. Median

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Hasil p-value (signifikansi) *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,147 > 0,05 (menunjukkan keadaan yang tidak signifikan) hal ini berarti tidak terjadi autokorelasi (bebas autokorelasi)

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat yang lain. Apabila nilai probabilitas \geq 0,05 maka Ha ditolak, Ho diterima yang artinya tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Tabel 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,534	,743		2,064	,042
	LITERASIKEUDIGITAL	-,050	,047	-,122	-1,070	,288
	PERSEPSIKEMUDAHAN	,253	,066	,508	3,808	,000
	GAYAHIDUP	-,230	,059	-,487	-3,937	,000
	(Constant)	1,534	,743		2,064	,042

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Hasil menunjukkan p-value (signifikansi) dari variabel X1 (literasi keuangan digital) = 0,288, X2 (persepsi kemudahan) = 0,000 dan X3 (gaya hidup gen z) = 0,000 < 0,05, ini berarti terjadi Heteroskedastisitas (tidak lolos uji heteroskedastisitas). Kemudian dilakukan uji Spearman Rho hasilnya sebagai berikut:

Tabel 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Correlations			Unstandardized Residual
		Literasi Keu Digital	Persepsi Kemudahan	Gaya Hidup	
Spea rman's rho	Correlation Coefficient	1,000	,568**	,578**	,052
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,616
	N	94	94	94	94
Persepsi Kemudahan	Correlation Coefficient	,568**	1,000	,715**	,095
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,363
	N	94	94	94	94
Gaya Hidup	Correlation Coefficient	,578**	,715**	1,000	,109
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,294
	N	94	94	94	94
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,052	,095	,109	1,000
	Sig. (2-tailed)	,616	,363	,294	.
	N	94	94	94	94

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

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Hasil menunjukkan *p-value* (signifikansi) dari variabel X1 (literasi keuangan digital) = 0,616, X2 (persepsi kemudahan) = 0,363 dan X3 (gaya hidup gen z) = 0,294 > 0,05, ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).

Uji Normalitas berguna untuk menguji apakah dalam satu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. apabila hasil signifikansi > 0,05 yang berarti residual berdistribusi normal.

Tabel 13 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		94	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,65601006	
Most Extreme Differences	Absolute	,072	
	Positive	,065	
	Negative	-,072	
Test Statistic	,072		
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}		
Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig.	,692 ^e		
99% Confidence Interval	Lower Bound	,680	
	Upper Bound	,704	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Besarnya p-value (signifikansi) *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,200 > 0,05 artinya bahwa residual berdistribusi normal (lolos uji normalitas).

a) Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1,712	1,253		1,367	,175
	LITERASI KEU DIGITAL	,186	,079	,173	2,363	,020
	PERSEPSI KEMUDAHAN	,117	,112	,089	1,041	,301
	GAYA HIDUP	,820	,099	,661	8,307	,000

a. Dependent Variable: MINATPENGGUNAANEWALLET

Sumber: Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Tabel di atas diperoleh Persamaan Regresi:

$$Y = 1,712 + 0,186 X_1 + 0,117 X_2 + 0,820 X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah:

$$a = 1,712 \text{ (positif)}$$

artinya: jika X_1 (literasi keuangan digital), X_2 (persepsi kemudahan) dan X_3 (gaya hidup gen z) konstan maka Y (minat penggunaan *E-Wallet*) adalah positif.

$b_1 = 0,186$ Literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-Wallet*

artinya: jika literasi keuangan digital meningkat maka Y (minat penggunaan *E-Wallet*) akan meningkat, dengan asumsi variabel X_2 (persepsi kemudahan) dan X_3 (gaya hidup gen Z) konstan/tetap.

$b_2 = 0,117$ Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-Wallet*

artinya: jika persepsi kemudahan meningkat maka Y (minat penggunaan *E-Wallet*) akan meningkat, dengan asumsi variabel X_1 (literasi keuangan digital) dan X_3 (gaya hidup gen Z) konstan/tetap.

$b_3 = 0,820$ Gaya hidup gen Z berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-Wallet*

artinya: jika gaya hidup gen Z meningkat maka Y (minat penggunaan *E-Wallet*) akan meningkat, dengan asumsi variabel X_1 (literasi keuangan digital) dan X_2 (persepsi kemudahan) konstan/tetap.

b) Hasil Uji t

Tabel 15 Hasil Analisis Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,712	1,253		1,367	,175
	LITERASI KEU DIGITAL	,186	,079	,173	2,363	,020
	PERSEPSI KEMUDAHAN	,117	,112	,089	1,041	,301
	GAYA HIDUP	,820	,099	,661	8,307	,000

a. Dependent Variable: MINATPENGGUNAANEWALLET

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

1. UJI –t Variabel X1 (literasi keuangan digital)

Diperoleh nilai p -value (signifikansi) = 0,020 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet*

Kesimpulan: H_1 yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* Shoppepay pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta terbukti kebenarannya.

2. UJI –t Variabel X2 (persepsi kemudahan)

Diperoleh nilai p -value (signifikansi) = 0,301 > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya persepsi kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet*

Kesimpulan: H_2 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* Shoppepay pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta tidak terbukti kebenarannya.

3. UJI –t Variabel X3 (gaya hidup gen Z)

Diperoleh nilai p -value (signifikansi) = 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya gaya hidup gen Z berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet*

Kesimpulan: H_3 yang menyatakan bahwa gaya hidup gen Z berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* Shoppepay pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta terbukti kebenarannya.

c) Hasil Uji F

Tabel 16 Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	497,949	3	165,983	58,573	,000 ^b
	Residual	255,040	90	2,834		
	Total	752,989	93			

a. Dependent Variable: MINATPENGGUNAANEWALLET

b. Predictors: (Constant), GAYAHIDUP, LITERASIKEUDIGITAL, PERSEPSIKEMUDAHAN

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 58,573 dengan nilai signifikansi (*p. value*) sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model yang digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas X1 (literasi keuangan digital), X2 (persepsi kemudahan) dan X3 (gaya hidup gen Z) secara simultan (secara bersama-sama) terhadap variabel terikat yaitu minat penggunaan *E-Wallet* (Y) tepat.

d) Koefisien Determinasi (R^2)**Tabel 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,813 ^a	,661	,650	1,683

a. Predictors: (Constant), GAYAHIDUP, LITERASIKEUDIGITAL, PERSEPSIKEMUDAHAN

b. Dependent Variable: MINATPENGGUNAANEWALLET

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2025

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) untuk model ini adalah sebesar 0,650, artinya besarnya sumbangan pengaruh independen X1 (literasi keuangan digital), X2 (persepsi kemudahan) dan X3 (gaya hidup gen Z) terhadap Y (minat penggunaan *E-Wallet*) sebesar 65 %. Sisanya ($100\% - 65\%$) = 35 % yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui seperti persepsi keamanan, persepsi risiko, persepsi manfaat, kepercayaan dan perilaku keuangan.

Pembahasan**Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* ShopeePAY**

Diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) $0,020 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* ShopeePAY. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* ShopeePAY yang terbukti kebenarannya.

Literasi keuangan digital merupakan kombinasi dari literasi keuangan dan platform digital. Literasi keuangan dan teknologi merujuk pada kemampuan individu untuk memahami konsep dasar di kedua bidang tersebut dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Literasi keuangan mencakup pengetahuan tentang manajemen keuangan, investasi, pinjaman, dan manajemen resiko, sementara literasi teknologi melibatkan pemahaman tentang teknologi informasi dan komunikasi, internet, perangkat lunak, dan perangkat keras (Choerudin, 2023:91-92). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Endrica & Sari, 2021), (Damayanti, 2023), dan (Ristiana & Widyastuti, 2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* ShopeePay.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay

Diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) $0,301 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya persepsi kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* ShopeePay. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* ShopeePay tidak terbukti kebenarannya.

Menurut (Jogiyanto, 2019:934) Persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi, dapat jelas digunakan dan tidak, membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Mustofa & Kurniawati, 2024) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* ShopeePay.

Pengaruh Gaya Hidup Gen Z Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay

Diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya gaya hidup gen z berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* ShopeePay. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Gaya Hidup Gen Z berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* ShopeePay terbukti kebenarannya.

Menurut (Ujang, 2018:45) menyimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup Gen Z dipengaruhi trend media sosial sehingga berdampak pada perilaku konsumtif mereka dan sistem transaksi keuangan mereka yang sekarang lebih menggunakan *E-Wallet* ShopeePay sebagai transaksi pembayaran. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prena & Dewi, 2023) yang menyatakan

bahwa gaya hidup Gen Z berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* ShopeePay.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh literasi keuangan digital, persepsi kemudahan, dan gaya hidup gen z terhadap minat penggunaan *e-wallet* shopeepay (survei pada mahasiswa prodi manajemen fakultas dan bisnis ekonomi unisri). Maka dapat disimpulkan, Literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay. Sementara itu, persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay. Di sisi lain, gaya hidup Generasi Z terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat mereka dalam menggunakan e-wallet ShopeePay.

Saran

Saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Bagi mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI, penting untuk lebih meningkatkan pemahaman dan pengetahuan terkait literasi keuangan digital agar dapat meningkatkan minat dalam menggunakan layanan e-wallet ShopeePay. Selain itu, mahasiswa juga harus meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi, seharusnya layanan tersebut dapat digunakan dengan jelas, tidak membutuhkan banyak usaha, serta mudah dioperasikan. Mahasiswa juga perlu mengutamakan kebutuhan dan kemampuan finansial agar tidak tergoda untuk melakukan pembelian barang atau jasa hanya karena adanya penawaran diskon atau promosi, serta kemudahan pembayaran yang ditawarkan.

Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan guna mengetahui perubahan responden dari waktu ke waktu. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain, seperti persepsi keamanan, persepsi risiko, persepsi manfaat, kepercayaan, dan perilaku keuangan, agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Alifia, F. D. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, harga, dan daya tarik promosi terhadap intensi penggunaan e-wallet ShopeePay sebagai sistem pembayaran digital pada generasi Z di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 499–523.
- Apriliani, R. (2018). Literasi keuangan berbasis teknologi digital. *Repository-Penerbitlitnus.co.id*. <https://repository-penerbitlitnus.co.id/id/eprint/212/>
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis minat penggunaan dompet digital dengan pendekatan technology acceptance model (TAM) pada pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*.
- Astuti, R., & Hasbi, M. (2020). Pengaruh gaya hidup dan word of mouth terhadap keputusan pembelian sepeda pada situasi COVID-19 di Kota Medan. *Scenario: Seminar of Social Sciences Engineering & Humaniora*, 127–135.
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan dompet digital Ovo. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora)*.
- Aulianingrum, R. D., & Rochmawati. (2021). Pengaruh literasi keuangan, status sosial orang tua, dan gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan pribadi siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15(2), 198–206. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i2.24894>
- Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Noval, N., & Jalil, A. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat menggunakan financial technology (fintech) Gopay pada generasi milenial di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 57–71. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.93.57-71>
- Budiastuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis faktor-faktor pengaruh minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada aplikasi Shopee dengan menggunakan technology. *Diponegoro Journal of Accounting*, 9, 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/29074>
- Choerudin, A., et al. (2023). Literasi keuangan. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Damayanti, T. Y. D. (2023). Analisis pengaruh literasi keuangan digital mahasiswa terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology berupa e-wallet (Studi kasus pada mahasiswa di Kota Magelang, Semarang & DIY).
- Desvronita. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran e-wallet menggunakan technology acceptance model. *Jurnal Akmenika*, 18(2), 1–8.
- Dewi, A. P., & Rochmaniah, A. (2022). The effect of using e-wallet on attitudes and lifestyle pengaruh. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 14(1), 6–14.

- Endrica, A. Y. V., & Sari, R. C. (2021). Pengaruh performance expectancy, social influence, literasi keuangan digital dan computer self-efficacy terhadap penggunaan e-wallet pada mahasiswa akuntansi UNY. *Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(4), 1–16.
- Ericaningtyas, R. B., & Minarso, B. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam minat penggunaan sistem pembayaran e-wallet di masa pandemi COVID-19 (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang). *Jaka (Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Auditing)*, 2(2), 1–20. <https://doi.org/10.56696/jaka.v2i2.5412>
- Fatimah, S. N., & Fathihani, F. (2023). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan locus of control terhadap perilaku keuangan generasi Z pada cashless society. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(6), 868–877. <https://www.dinastirev.org/jimt/article/view/1637>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- I'tishom, M. F., Martini, S., & Novandari, W. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi harga terhadap sikap serta keputusan konsumen untuk menggunakan Go-Pay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(4), 514–532.
- Jenny Novita Sari, S., Grace Veranita Nainggolan, S., & Wulandari, T. (2023). Financial literacy and perceived ease of use on interest in using e-wallet (Case study of employees at PT Tanjung Timberindo Industry). *Proceeding International Business and Economics Conference (IBEC)*, 2(1), 128–138. <https://doi.org/10.47663/ibec.v2i1.97>
- Jogiyanto. (2016). *Sistem informasi keprilakuan*. Andi.
- Jogiyanto. (2019). *Sistem informasi keprilakuan*. Andi.
- Kesuma, P., & Nurbaiti, N. (2023). Minat menggunakan e-wallet Dana di kalangan mahasiswa di Kota Medan. *Jesya*, 6(1), 694–703. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.979>
- Khoir, M. M., & Soebiantoro, U. (2022). *J-Mas*, 7(2), 752–756. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.619>
- Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2020). *Manajemen pemasaran. Jurnal Manajemen Dan Interpreneurship*.

- Lestari, E. P., Fauzi, R. U. A., & Fatmala, I. A. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan persepsi resiko terhadap minat penggunaan ShopeePay (Studi kasus di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 6, September 2024.
- Lindratno, N. E. N., & Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif masyarakat Tulungagung (Studi kasus pada Rumah Putih Coffee House). *Jurnal Economina*, 1(2), 272–284. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.43>
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>
- Musthafa. (2017). *Manajemen keuangan*. CV. Andi Offset.
- Mustofa, F. J., & Kurniawati, L. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi Dana. *Yume: Journal of Management*, 7(1), 856–868.
- Ningsih, E. Rahayu. (2021). *Perilaku konsumen pengembangan konsep dan praktek dalam pemasaran*. Idea Press Yogyakarta.
- Pangestika, E. M., & Achyani, F. (2022). The influence of financial literacy, service features, ease of use, and financial abilities on interest in using ShopeePay digital wallets in financial transactions (Case study on accounting students at Muhammadiyah University of Surakarta Class of 2018-2). *American Journal of Sciences and Engineering Research*, 5(4), 114–126. www.iajournals.com
- Pratiwi, I. S., Fitria, D., & Burhanudin. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan e-wallet ShopeePay (Studi kasus pada karyawan PT Sarana Utama Adimandiri). *Journal of Social Science Research*, 3(3), 3795–3804.
- Prena, G. Das, & Dewi, N. K. S. G. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan, gaya hidup, persepsi keamanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan ShopeePay. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 22(2), 142–155. <https://doi.org/10.22225/we.22.2.2023.142-155>
- Rahayu, R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital: Studi pada generasi Z di Indonesia. 6(1). <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.142682>
- Ristiana, N., & Widyastuti, E. (2022). Analisis pengaruh literasi keuangan digital terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan e-banking. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 425–444.
- Rosita, I., Sutrisno, S., & Indiworo, H. E. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, efektivitas, dan fitur penggunaan terhadap minat menggunakan financial technology (fintech) pada aplikasi ShopeePay. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 3(1), 57–70. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v3i1.2716>

- Sahamony, N. F. (2022). Pengaruh literasi keuangan digital terhadap kemahiran digital mahasiswa Universitas Binawan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital*, 1(1), 58–67.
- Sheldy, Y. P., Sidanti, H., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi terhadap keputusan penggunaan e-wallet Dana (Studi kasus pada masyarakat Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 5*, September 2023, 1–14.
- Silalahi, P. R., & C. (2023). *Pekembangan bisnis digital, pemasaran digital, ecommerce, fintech berbasis syariah dan homoislamicus dalam perilaku konsumen*. Merdeka Kreasi.
- Siswanto, E. (2021). *Manajemen keuangan dasar*. Universitas Negeri Malang.
- Soleha, E., & Hartati, N. (2021). Analisis perilaku keuangan mahasiswa Universitas Pelita Bangsa dalam keputusan investasi. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(01), 59–70. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v2i01.124>
- Soleha, E., & Nurhaeni. (2023). Analisis pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap minat generasi Z dalam menggunakan dompet digital (Go-Pay). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(1), 36–48. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.12295>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumardi, R. (2020). *Dasar dasar manajemen keuangan*. LPU-Unas.
- Tiffani, I. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi bank digital. *MBIA*, 22(1), 152–167. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2039>
- Tony, N., & Desai, K. (2020). Impact of digital financial literacy on digital financial inclusion. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(1), 1911–1915.
- Ujang, S. (2018). Kepuasan, perilaku pembelian, gaya hidup, loyalitas, dan persepsi risiko. In *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. IPB Press.
- Umar, H. (2015). *Metode untuk penelitian skripsi dan tesis*. Rajawali.
- Wafiq Fadillah, & Saida Zainurossalamia Za. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan aplikasi Canva. *Mamen: Jurnal Manajemen*, 2(2), 231–240. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1808>
- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>