

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK, PEMBAYARAN DIGITAL, DAN  
PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z  
PENGGUNA MOBILE BANGKING DI KAWASAN MEGAMAS MANADO**

*THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY, DIGITAL PAYMENTS, AND SELF-CONTROL ON  
CONSUMPTIVE BEHAVIOR AMONG GENERATION Z MOBILE BANKING USERS IN THE  
MEGAMAS AREA, MANADO*

Oleh:

**Syalom Bianca Putri<sup>1</sup>**

**Willem J.F.A Tumbuan<sup>2</sup>**

**Lawren Julio Rumokoy<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

<sup>1</sup>[syalombiancap1@gmail.com](mailto:syalombiancap1@gmail.com)

<sup>2</sup>[alfa.tumbuan@unsrat.ac.id](mailto:alfa.tumbuan@unsrat.ac.id)

<sup>3</sup>[juliorumokoy@unsrat.ac.id](mailto:juliorumokoy@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Pembayaran digital, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z Pengguna Mobile Bangking di Kawasan Megamas Manado. Adapun pendekatan dalam penelitian ini, menggunakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan model penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan melalui kuisioner dan literatur. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yang dimana dalam pelaksanaan teknik ini menggunakan jenis *non probability sampling*. Responden pada penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan generasi Z di Kawasan Megamas Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kualitas layanan elektronik, pembayaran digital dan pengendalian diri secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna mobile banking di Kawasan Megamas Manado. 2) Kualitas layanan elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna mobile banking di Kawasan Megamas Manado. 3) Pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna mobile banking di Kawasan Megamas Manado. 4) Pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna mobile banking di Kawasan Megamas Manado.

**Kata Kunci:** Kualitas layanan elektronik, pembayaran digital, pengendalian diri, perilaku konsumtif

**Abstract:** This study aims to analyze the effect of electronic service quality, digital payment, and self-control on consumptive behavior in Generation Z Mobile Bangking users in the Megamas Manado area. The approach in this study, using research with a quantitative approach and a research model using multiple linear regression analysis. Data were collected through questionnaires and literature. The sampling technique uses purposive sampling technique, which in the implementation of this technique uses a type of non probability sampling. Respondents in this study were 100 respondents who were generation Z in the Megamas Manado area. The results showed that 1) Electronic service quality, digital payments and self-control simultaneously affect consumptive behavior in Generation Z mobile banking users in the Megamas Manado area. 2) Electronic service quality has a significant effect on consumptive behavior in Generation Z mobile banking users in the Manado Megamas Area. 3) Digital payments have a significant effect on consumptive behavior in Generation Z mobile banking users in the Manado Megamas Area. 4) Self-control has a significant effect on consumptive behavior in Generation Z mobile banking users in the Manado Megamas Area.

**Keywords:** E-service quality, digital payment, self-control, consumptive behavior

**Latar Belakang**

Seiring dengan kemajuan dalam ekonomi dan teknologi, kebiasaan konsumsi juga mengalami perubahan signifikan. Meskipun konsumsi yang tinggi di tingkat masyarakat dapat merangsang pertumbuhan ekonomi nasional, konsumsi berlebihan di tingkat individu yang didorong oleh keinginan dan kepuasan semata, bukan kebutuhan, dapat menimbulkan masalah (Nurjanah, 2019). Perilaku konsumtif, yang ditandai dengan kecenderungan untuk membeli barang secara berlebihan dan tidak rasional serta lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan, merupakan fenomena yang semakin umum (Wahyuni et al., 2019). Ketika individu membeli produk tanpa mempertimbangkan prioritas kebutuhan dan hanya untuk memuaskan keinginan, tindakan tersebut mencerminkan perilaku irasional dan kompulsif (Gunawan dan Carissa, 2021).

Sifat konsumtif dapat ditemukan di berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga dewasa. Dengan kemajuan zaman dan teknologi industri yang mampu menyediakan beragam kebutuhan, pertumbuhan industri yang pesat saat ini menarik minat masyarakat untuk mengonsumsi berbagai barang dan jasa. Pola perilaku konsumsi telah berevolusi dari sekadar memenuhi kebutuhan primer menjadi juga mencakup kebutuhan sekunder, tersier, bahkan komplementer, yang semakin menunjukkan kecenderungan konsumtif. Dalam beberapa kasus, masyarakat cenderung menghabiskan banyak uang hanya untuk memuaskan keinginan mereka, dan seringkali mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi mereka sendiri.

Hadirnya perkembangan dalam sistem pelayanan yang ditawarkan layanan perbankan digital seperti mobile banking dalam beberapa hal memberikan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi. Pelayanan digital ini dikenal dengan istilah Kualitas Layanan Elektronik. Keberadaan dari layanan secara digital ini dianggap sebagai bagian dari majunya sistem teknologi yang dipelopori oleh ilmu pengetahuan yang semakin luas. Kualitas Layanan Elektronik sendiri didefinisikan sebagai seberapa baik layanan yang ditawarkan, mulai dari aspek kemudahan, keandalan dan kecepatan dalam memberikan respon, keamanan privasi dan juga kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Di era mobile banking, pengguna menikmati akses yang lebih mudah dan cepat ke berbagai produk dan layanan keuangan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan risiko perilaku konsumtif. Kemudahan ini, ditambah dengan faktor-faktor seperti promosi online, notifikasi transaksi, dan tampilan produk yang menarik, secara signifikan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pengguna. Namun, kualitas layanan elektronik juga memiliki peran penting dalam mengurangi atau mengendalikan perilaku konsumtif. Platform mobile banking yang menawarkan antarmuka yang user-friendly, transaksi yang mulus, sistem keamanan yang kuat, dan layanan pelanggan yang responsif dapat membantu pengguna mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, sehingga mengurangi risiko perilaku konsumtif yang tidak diinginkan.

Beberapa observasi dan juga sekaligus merupakan pengalaman pribadi, saat ini banyak umkm, usaha-usaha dari berbagai bidang sudah mengintegrasikan sistem pembayaran digital untuk bertransaksi, yang dimana ini juga merupakan akses kemudahan yang sangat banyak membantu ketika tidak ada waktu untuk menarik uang ke bank, ataupun ketika pihak penjual tidak memiliki uang kembalian, dengan adanya sistem pembayaran seperti Qris ataupun sistem pembayaran transfer menggunakan mobile banking memudahkan untuk membayar dengan total biaya yang ada dan sesuai (Naibaho, Lopian & Tumewu, 2024).

Konteks Kualitas layanan elektronik (Kualitas Layanan Elektronik) merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan mobile banking. Kualitas Layanan Elektronik mencakup berbagai elemen seperti keandalan, kecepatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan layanan. Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong mereka untuk lebih sering menggunakan mobile banking. Namun, peningkatan penggunaan ini juga dapat memicu perilaku konsumtif yang tidak terkendali jika tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik.

Pembayaran digital (pembayaran digital) adalah salah satu fitur utama dalam layanan mobile banking yang menawarkan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi keuangan, seperti pembayaran tagihan, transfer dana, dan pembelian secara online. Dengan adanya pembayaran digital, transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah tanpa perlu menggunakan uang tunai. Meskipun demikian, kemudahan ini dapat menyebabkan pengguna cenderung untuk lebih sering berbelanja dan melakukan pembelian impulsif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan perilaku konsumtif.

Pengendalian Diri atau Pengendalian Diri adalah kemampuan individu untuk mengatur dan mengontrol dorongan serta keinginan yang muncul dalam diri mereka. Dalam konteks penggunaan mobile banking, Pengendalian Diri sangat penting untuk mencegah perilaku konsumtif yang berlebihan. Pengguna yang memiliki

tingkat Pengendalian Diri yang tinggi cenderung lebih mampu mengelola keuangan mereka dengan baik dan menghindari pembelian yang tidak perlu. Sebaliknya, pengguna dengan Pengendalian Diri yang rendah lebih rentan terhadap godaan untuk berbelanja secara impulsif, terutama ketika dihadapkan pada kemudahan akses dan berbagai promosi yang ditawarkan oleh layanan mobile banking.

## Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik, penggunaan pembayaran digital, dan Pengendalian Diri secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kawasan Megamas Manado.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kawasan Megamas Manado.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kawasan Megamas Manado.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pengendalian Diri terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kawasan Megamas Manado.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Model Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen merupakan konsep dalam ilmu ekonomi dan pemasaran yang menjelaskan bagaimana individu atau kelompok membuat keputusan untuk membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa. Teori ini mencakup berbagai faktor yang memengaruhi keputusan konsumen, seperti kebutuhan, motivasi, persepsi, sikap, emosi, serta pengaruh sosial dan budaya (Nugraha et al., 2021). Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, dan menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen merupakan aktivitas individu yang terlibat secara langsung dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan tersebut (Rahmawati, 2021).

### Kualitas Layanan Elektronik

Kualitas Layanan Elektronik (Kualitas Layanan Elektronik) merujuk pada tingkat keunggulan dan kepuasan pengguna terhadap layanan yang disediakan secara elektronik melalui berbagai platform digital, seperti situs web, aplikasi mobile, dan platform e-commerce. Chase et al. (2020) dalam penelitian (Riyadi, Suhud, & Usman, 2023) mendefinisikan Kualitas Layanan Elektronik sebagai sebuah konsep yang meliputi berbagai aspek kualitas layanan untuk platform internet yang menghubungkan penjual dan pembeli dengan tujuan memfasilitasi proses berbelanja secara optimal baik dari segi efektivitas maupun efisiensi.

### Penggunaan Persepsi TAM (*Technology Acceptance Model*)

Teori Penerimaan Teknologi atau Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah kerangka konseptual yang dikembangkan untuk memahami dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi baru. Tujuan utama dari Teori Penerimaan Teknologi (TAM) adalah untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi. Model ini menjelaskan proses di mana pengguna memutuskan untuk menerima serta memanfaatkan teknologi baru. Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi ini dapat berasal baik dari sisi pengguna maupun sistem yang digunakan. Dari perspektif pengguna, faktor-faktor tersebut meliputi aspek kognitif, karakteristik individu, kepribadian, dan tingkat kecemasan mereka terhadap dampak potensial dari teknologi (Subowo, 2020).

### Pembayaran digital

Dengan kemajuan yang pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi, terutama dalam sistem pembayaran, terjadi inovasi yang memberikan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi bagi masyarakat. Salah satu inovasi tersebut adalah pembayaran digital, yang mencakup berbagai metode pembayaran

menggunakan media elektronik seperti SMS, internet banking, mobile banking, dompet elektronik, dan sebagainya. Penggunaan sistem pembayaran digital seperti yang telah disebutkan semakin meningkat secara signifikan dan terus mengalami perkembangan yang pesat seiring berjalannya waktu (Sari dan Novrianto, 2020).

### Pengendalian Diri

Pengendalian Diri adalah kemampuan untuk mengatur dan mengarahkan tindakan individu menuju hal-hal yang positif dengan membimbing serta mengendalikan diri sendiri. Ini berarti individu mampu mengelola emosi mereka secara efektif. Dalam konteks aktivitas sehari-hari, Pengendalian Diri sangat penting karena melibatkan aspek perencanaan, penyelesaian masalah, pengambilan keputusan, dan hal-hal lainnya yang terlibat dalam kehidupan sehari-hari setiap individu (Adinda, 2020).

### Perilaku Konsumtif

Menurut Rahmadani (2019) adapun yang mendorong orang berperilaku konsumtif adalah mencakup berbagai aspek, seperti pengaruh sosial, iklan yang menarik, dorongan emosional, dan keinginan untuk mengikuti tren atau status sosial tertentu. Selain itu, akses mudah ke kredit dan pembiayaan juga sering kali menjadi pendorong utama dalam perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan tindakan individu yang didorong oleh berbagai faktor sosiologis dalam hidupnya, yang mengarah pada konsumsi berlebihan atau pemborosan tanpa perencanaan terhadap barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan (Melinda, Lesawengen, & Waani, 2022).

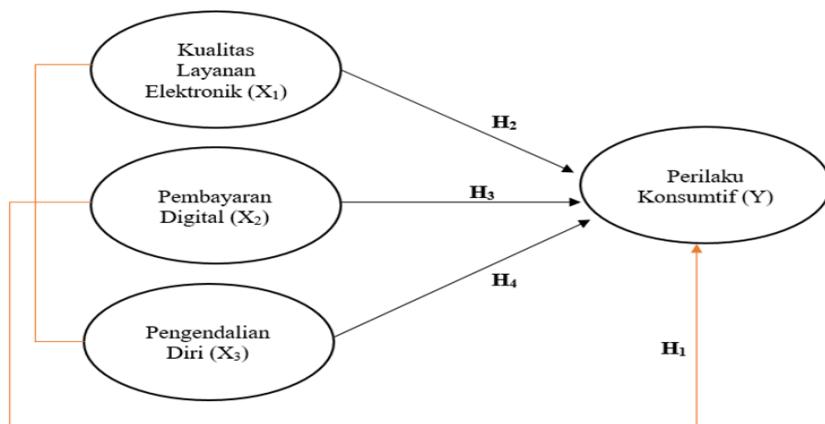
### Penelitian Terdahulu

Penelitian Andriani et al., (2023), penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh ShopeePay dan locus of control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sampel penelitian ini terdiri dari 85 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria mahasiswa yang menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran digital. Data variabel dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, ShopeePay dan locus of control memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara parsial, ShopeePay berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara locus of control tidak menunjukkan pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian Naufalia (2022), penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh pembayaran digital dan kualitas layanan elektronik (Kualitas Layanan Elektronik) terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee di wilayah DKI Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut, baik secara individual maupun simultan, memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara spesifik, pengaruh pembayaran digital lebih tinggi dibandingkan dengan kualitas layanan elektronik. Nilai koefisien determinasi untuk pembayaran digital adalah 12.6%, untuk kualitas layanan elektronik adalah 1.4%, dan secara bersama-sama adalah 13.7%. Temuan ini dapat membantu penyedia layanan e-commerce untuk meningkatkan kualitas layanan mereka dan memberikan masukan bagi masyarakat untuk menjadi konsumen yang lebih bijak.

Penelitian Anggorowati dan Sari (2024), penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pembayaran digital dan kualitas layanan elektronik terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee, khususnya di kalangan siswa sekolah menengah kejuruan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan analisis terhadap dua variabel utama, yaitu pembayaran digital dan kualitas layanan elektronik, serta bagaimana kedua variabel tersebut mempengaruhi perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik pembayaran digital maupun kualitas layanan elektronik memiliki efek positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee. Temuan ini mendukung ketiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Selain itu, penelitian ini juga memberikan rekomendasi untuk memperluas metode pembayaran digital dan meningkatkan kualitas layanan guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu hanya berfokus pada dua variabel dan menggunakan ukuran sampel yang terbatas. Oleh karena itu, penelitian di masa depan disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan memperluas ukuran sampel untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

## Model Penelitian



**Gambar 1. Model Penelitian**

Sumber: Kajian Teori, 2025

## Hipotesis Penelitian

- H<sub>1</sub>: Kualitas Layanan Elektronik, Pembayaran digital dan Pengendalian Diri berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pengguna Mobile Banking di Kawasan Megamas Manado
- H<sub>2</sub>: Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pengguna Mobile Banking di Kawasan Megamas Manado
- H<sub>3</sub>: Penggunaan Pembayaran digital berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pengguna Mobile Banking di Kawasan Megamas Manado
- H<sub>4</sub>: Pengendalian Diri berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pengguna Mobile Banking di Kawasan Megamas Manado

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Metode penelitian adalah kerangka yang disusun untuk menjelaskan cara pelaksanaan penelitian. Dengan menggunakan desain ini, kita dapat memahami hasil yang ingin dicapai dari tujuan penelitian. Pengkajian ini memakai pendekatan kuantitatif. Penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif mengharuskan penggunaan angka-angka, yang dimana selama prosesnya seperti mengumpulkan data, melakukan penafsiran bahkan sampai pada interpretasi hasil juga melibatkan dan dibuktikan dengan angka.

### Populasi, Besaran Sampel dan Teknik *Sampling*

Berdasarkan data yang di terbitkan oleh Badan Pusat Statistik Kota Manado, rata – rata Generasi Z di Manado yang masuk dalam kategori generasi Z (usia 12-27 tahun) berjumlah kurang lebih 102.820 orang. Untuk mengukur besaran sampel dalam penelitian ini, digunakan rumus Slovin. Sampel yang didapatkan sejumlah 99.92 responden dibulatkan menjadi 100 responden

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka atau numeric dan dapat dihitung dan diukur yang diperoleh dari objek penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui wawancara atau kuesioner dilapangan.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket (kuesioner). Bentuk pertanyaan yang di disain dalam kuesioner yaitu pertanyaan tertutup dengan opsi jawaban sudah ditentukan. Skala instrumen diberlakukan untuk kuesioner tertutup, dengan skala instrumen dalam penelitian ini adalah Likert. Pada

skala Likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen pertanyaan atau pernyataan.

## Pengujian Instrumen dan Analisis Data

### Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuai instrumen. Suatu instrumen dikatakan baik jika mempunyai validitas tinggi. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jika Person correlation > 0.3 maka item pernyataan dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawabannya adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dinyatakan item reliabel bila mana nilai alpha cronbachnya 0.6.

### Uji Asumsi Klasik

Normalitas, bertujuan untuk mengetahui setelah perlakuan akan berdistribusi normal atau tidak, distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Multikolinearitas, menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolinearitas) dengan melihat nilai VIF pada output SPSS dimana jika nilai toleransi lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.00 maka antar variabel bebas tidak mengandung atau memiliki gejala multikolinearitas.

Heterokedastisitas, untuk menguji dalam sebuah model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SPRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatter plot antara SPRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang tidak diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-studentized

## Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan antara variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (variabel dependen). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

## Pengujian Hipotesis

### Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

### Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi kecil, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

**Hasil Penelitian****Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas****Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Items	Validitas			Reliabilitas	
		r hitung	Sig.	Status	Cronbach Alpha	Status
Kualitas Layanan Elektronik	X1.1	0.792	0.000	Valid	0.725	Realibel
	X1.2	0.718	0.000	Valid	0.725	Realibel
	X1.3	0.728	0.000	Valid	0.725	Realibel
	X1.4	0.732	0.000	Valid	0.725	Realibel
Pembayaran Digital	X2.1	0.784	0.000	Valid	0.782	Realibel
	X2.2	0.835	0.000	Valid	0.782	Realibel
	X2.3	0.662	0.000	Valid	0.782	Realibel
	X2.4	0.770	0.000	Valid	0.782	Realibel
	X2.5	0.618	0.000	Valid	0.782	Realibel
Pengendalian Diri	X3.1	0.828	0.000	Valid	0.829	Realibel
	X3.2	0.811	0.000	Valid	0.829	Realibel
	X3.3	0.829	0.000	Valid	0.829	Realibel
	X3.4	0.790	0.000	Valid	0.829	Realibel
Perilaku Konsumtif	Y1	0.902	0.000	Valid	0.813	Realibel
	Y2	0.943	0.000	Valid	0.813	Realibel
	Y3	0.769	0.000	Valid	0.813	Realibel
	Y4	0.880	0.000	Valid	0.813	Realibel
	Y5	0.885	0.000	Valid	0.813	Realibel
	Y6	0.917	0.000	Valid	0.813	Realibel

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, setiap item memiliki nilai Rhitung yang lebih besar daripada Rtabel. Dengan jumlah derajat kebebasan (Df) sebesar  $n - 2$ , yaitu  $100 - 2 = 98$ , diperoleh Rtabel sebesar 0.1966. Karena nilai Rhitung > Rtabel dan tingkat signifikansi  $< 0.05$ , maka item-item tersebut dapat dinyatakan valid. Menurut Ghazali (2021), uji validitas bertujuan untuk menentukan apakah suatu kuesioner benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaannya mampu merepresentasikan variabel yang diteliti. Ghazali (2021) juga menyebutkan bahwa sebuah kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha  $> 0.06$ , dan tidak reliabel jika nilainya  $< 0.06$ . Berdasarkan data, nilai Cronbach's alpha untuk kualitas layanan elektronik adalah 0.725, untuk pembayaran digital adalah 0.782, untuk pengendalian diri 0.829 dan untuk perilaku konsumtif adalah 0.813. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap item dalam instrumen tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

**Analisis Uji Prasyarat/Uji Asumsi Klasik****Normalitas****Tabel 2. Smirnov Kolmogrov**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.37351030
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.064
	Negative	-.125
Test Statistic		.125
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.950
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.984
	Upper Bound	.956

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil olahan data di atas, nilai Asymp Sig (2-tailed) adalah sebesar 0,200, yang lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

### Multikolinearitas

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.522	2.922		1.890	.062		
Kualitas Layanan Elektronik	.534	.240	.219	2.228	.028	.463	2.161
Pembayaran Digital	.495	.129	.328	3.849	.000	.617	1.621
Pengendalian Diri	.680	.203	.329	3.345	.001	.462	2.166

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil olaham data SPSS, 2025

Hasil olahan data di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi penelitian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai tolerance masing-masing variabel independen yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel independen yang kurang dari 10.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel tersebut, nilai konstanta ( $\alpha$ ) adalah 5.552. Selain itu, nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan elektronik (X1) adalah 0.534, pembayaran digital (X2) adalah 0.495 dan untuk variabel pengendalian diri (X3) adalah 0.680. Oleh karena itu, persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 5.522 + 0.534X_1 + 0.495X_2 + 0.680X_3 + \varepsilon$$

1. Jika nilai kualitas layanan elektronik (X1), pembayaran digital (X2) dan pengendalian diri (X3) tidak berubah atau bernilai nol, nilai konstan ( $\alpha$ ) yang didapat sebesar 5.522 akan menjadi nilai koefisien perilaku konsumtif (Y).
2. Nilai  $\beta_1$  sebesar 0.534 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas layanan elektronik (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y). Artinya, setiap peningkatan satu satuan dalam variabel kualitas layanan elektronik (X1), dengan variabel lain tetap, akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0.534 pada variabel perilaku konsumtif (Y).
3. Nilai  $\beta_2$  sebesar 0.495 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara pembayaran digital (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y). Ini berarti, setiap peningkatan satu satuan dalam variabel pembayaran digital (X2), dengan variabel lain tetap, akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0.495 pada variabel perilaku konsumtif (Y).
4. Nilai  $\beta_3$  sebesar 0.680 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara pengendalian diri (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y). Ini berarti, setiap peningkatan satu satuan dalam variabel pengendalian diri (X3), dengan variabel lain tetap, akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0.680 pada variabel perilaku konsumtif (Y).

### Hasil Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 4. Hasil Uji Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1497.433	3	499.144	42.530	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	1126.677	96	11.736		
	Total	2624.110	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Pengendalian Diri, Pembayaran Digital, Kualitas Layanan Elektronik

Sumber: Hasil olaham data SPSS, 2025

Pada tabel diatas diketahui bahwa Fhitung > Ftabel dengan signifikansi kurang dari 0.05, maka dapat disimpulkan secara Bersama-sama variable bebas dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap variable perilaku konsumtif (Y). Maka H1 diterima.

### **Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Berdasarkan pada tabel 3 hasil uji multikolinearitas:

1. Hasil uji t untuk variabel kualitas layanan elektronik (X1) diperoleh nilai thitung sebesar 2.228 dengan nilai signifikansi 0.028, dengan tanda positif berarti pengujian hipotesis dilakukan di sisi kanan. Sehingga thitung 2.228 > ttabel 1.660 dengan nilai signifikansi  $0,028 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini berarti H2 diterima.
2. Hasil uji t untuk variabel pembayaran digital (X2) diperoleh nilai thitung sebesar 3.849 dengan nilai signifikansi 0.000. Dapat diketahui bahwa thitung  $3.849 > 1.660$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini berarti H3 diterima.
3. Hasil uji t untuk variabel pengendalian diri (X3) diperoleh nilai thitung sebesar 3.345 dengan nilai signifikansi 0.001. Dapat diketahui bahwa thitung  $3.345 > 1.660$  dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengendalian diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini berarti H4 diterima.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Pembayaran Digital dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kawasan Megamas Manado**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik, kemudahan pembayaran digital, dan tingkat pengendalian diri secara bersama-sama memiliki dampak besar terhadap perilaku konsumtif konsumen. Ketika layanan elektronik yang tersedia cepat, aman, dan mudah digunakan, konsumen cenderung merasa lebih nyaman dan percaya untuk bertransaksi lebih sering (Andriani et al., 2023). Selain itu, kemudahan pembayaran digital seperti beragamnya metode pembayaran, kecepatan transaksi, serta perlindungan keamanan membantu mempercepat proses pengambilan keputusan, yang pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif (Zhuoer, 2023). Dalam memahami fenomena ini, Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) dapat menjadi landasan teoritis. Model ini menjelaskan bahwa penerimaan teknologi sangat dipengaruhi oleh dua faktor utama: perceived usefulness (persepsi manfaat) dan perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan). Semakin bermanfaat dan mudah digunakan suatu layanan elektronik atau sistem pembayaran digital, semakin besar kemungkinan konsumen mengadopsinya dan melakukan transaksi secara lebih aktif (Davis, 1989). Namun, tidak semua individu bereaksi dengan cara yang sama. Faktor pengendalian diri menjadi elemen penting yang dapat membatasi atau justru memperkuat efek dari layanan elektronik dan pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif. Konsumen dengan pengendalian diri yang rendah lebih rentan terhadap keputusan pembelian impulsif, sementara mereka yang memiliki kontrol diri lebih baik akan cenderung lebih selektif dalam berbelanja, meskipun dihadapkan pada kemudahan teknologi (Naufalia, 2022). Sejalan dengan teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2022), keputusan belanja seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh teknologi, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial yang membentuk pola konsumsi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan elektronik, pembayaran digital, dan tingkat pengendalian diri secara bersamaan memainkan peran penting dalam membentuk kebiasaan belanja konsumen di era digital.

#### **Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kawasan Megamas Manado**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pengguna mobile banking di Kawasan Megamas Manado. Generasi Z, yang dikenal sebagai digital natives, cenderung mengutamakan efisiensi, kemudahan akses, dan keamanan dalam bertransaksi secara digital. Ketika mobile banking menawarkan layanan yang responsif, fitur yang user-friendly, serta sistem keamanan yang andal, pengguna merasa lebih percaya dan nyaman dalam melakukan transaksi keuangan, termasuk pembelian barang dan jasa secara online (Andriani et al., 2023). Selain itu, fleksibilitas dalam pembayaran serta kemudahan dalam mengakses informasi keuangan melalui aplikasi mobile banking mendorong perilaku konsumtif yang lebih tinggi, sejalan dengan kemajuan teknologi digital dan tren gaya hidup praktis yang dianut oleh Generasi Z (Qian dan Palvia, 2022). Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Soegoto et al. (2024).

yang menegaskan bahwa digitalisasi usaha dan pemanfaatan media sosial secara signifikan mampu mengubah perilaku ekonomi masyarakat, termasuk dalam hal konsumsi. Dalam studi tersebut, pelatihan digitalisasi kepada pelaku UMKM di Desa Motoboi Kecil mampu mendorong pemanfaatan teknologi informasi untuk pengelolaan usaha, pemasaran produk, dan peningkatan pendapatan. Dalam perspektif Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), penerimaan mobile banking oleh Generasi Z dipengaruhi oleh perceived usefulness (persepsi manfaat) dan perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan). Jika layanan mobile banking dirasa bermanfaat dan mudah digunakan, maka pengguna cenderung mengadopsinya dan lebih sering melakukan transaksi. Faktor lain yang turut berkontribusi adalah daya tarik fitur tambahan seperti cashback, promo eksklusif, dan kemudahan integrasi dengan e-commerce, yang semakin meningkatkan perilaku konsumtif (Andriani et al., 2023). Dengan demikian, kualitas layanan elektronik yang optimal dalam mobile banking menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong peningkatan transaksi digital di kalangan Generasi Z di Kawasan Megamas Manado. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Naufalia (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, namun pada tingkat pengaruhnya dinyatakan dalam penelitian Naufalia bahwa kualitas layanan elektronik dalam memberikan pengaruh hanya sebesar 1.4%. Hasil yang sama juga diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Anggorawati dan Sari (2024), yang menyatakan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

### **Pengaruh Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kawasan Megamas Manado**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pembayaran digital memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pengguna mobile banking di Kawasan Megamas Manado. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, Generasi Z cenderung memilih metode pembayaran yang cepat, praktis, dan aman. Keberadaan fitur pembayaran digital dalam mobile banking, seperti QRIS, transfer instan, dan dompet digital yang terintegrasi, semakin memudahkan mereka dalam melakukan transaksi tanpa harus menggunakan uang tunai (Anggorawati & Sari, 2024). Kemudahan ini berkontribusi pada peningkatan frekuensi transaksi serta pola konsumsi yang lebih impulsif, terutama ketika dihadapkan pada promo cashback, diskon eksklusif, atau sistem pembayaran cicilan yang semakin mendorong perilaku konsumtif (Naufalia, 2022). *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), keputusan Generasi Z untuk menggunakan pembayaran digital dalam mobile banking dipengaruhi oleh perceived usefulness (persepsi manfaat) dan perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan). Jika mereka merasa bahwa pembayaran digital memberikan manfaat dalam hal efisiensi dan kenyamanan, serta mudah digunakan dalam berbagai transaksi, maka mereka lebih cenderung menggunakan secara rutin. Selain itu, teori perilaku konsumen oleh Kotler dan Keller (2022) juga menjelaskan bahwa aspek psikologis, seperti kebiasaan dan dorongan sosial, turut membentuk pola konsumsi Generasi Z. Dengan semakin berkembangnya pembayaran digital yang menawarkan transaksi cepat dan seamless, perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z di Kawasan Megamas Manado semakin meningkat, terutama dalam aktivitas belanja online, hiburan digital, dan gaya hidup modern.

### **Pengaruh Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kawasan Megamas Manado**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengendalian diri memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pengguna mobile banking di Kawasan Megamas Manado. Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi digital, memiliki akses mudah terhadap berbagai layanan keuangan digital, termasuk mobile banking dan pembayaran digital. Kemudahan ini sering kali mendorong mereka untuk berbelanja secara impulsif, terutama ketika dihadapkan pada promosi menarik seperti cashback, diskon, atau kemudahan kredit digital (Rahayu, 2021). Namun, tingkat pengendalian diri yang dimiliki setiap individu menjadi faktor kunci dalam menentukan bagaimana mereka mengelola kebiasaan belanja mereka. Individu dengan pengendalian diri yang tinggi cenderung lebih selektif dan mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan transaksi, sementara mereka yang memiliki pengendalian diri rendah lebih rentan terhadap keputusan pembelian yang impulsif (Li et al., 2019). Dalam perspektif Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2022), perilaku konsumtif sangat dipengaruhi oleh niat individu, yang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Pengendalian diri berperan dalam aspek perceived behavioral control, di mana individu yang merasa mampu mengendalikan keinginannya lebih cenderung menahan diri dari belanja yang tidak perlu. Selain itu, teori perilaku konsumen juga menjelaskan bahwa faktor psikologis, seperti kesadaran finansial dan kemampuan mengontrol keinginan, berkontribusi dalam membentuk pola konsumsi seseorang. Oleh karena itu, meskipun mobile banking menawarkan kemudahan dan aksesibilitas yang tinggi dalam transaksi keuangan,

tingkat pengendalian diri individu tetap menjadi faktor utama yang menentukan apakah Generasi Z di Kawasan Megamas Manado akan bersikap konsumtif atau lebih bijak dalam mengelola keuangan mereka.

## PENUTUP

### **Kesimpulan**

1. Secara simultan kualitas layanan elektronik, pembayaran digital dan pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna Mobile Banking di Kawasan Megamas Manado.
2. Kualitas layanan elektronik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna Mobile Banking di Kawasan Megamas Manado.
3. Pembayaran digital secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna Mobile Banking di Kawasan Megamas Manado.
4. Pengendalian diri secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna Mobile Banking di Kawasan Megamas Manado.

### **Saran**

Adapun yang menjadi saran pada keberlanjutan dalam penelitian ini untuk setiap pihak didalamnya, sebagai berikut:

1. Bagi penyedia Mobile Banking dan Layanan digital, diharapkan dapat menyediakan fitur edukasi keuangan dalam aplikasi untuk membantu Generasi Z mengelola keuangan mereka dengan lebih bijak.
2. Bagi Pemerintah, diharapkan mendorong kampanye literasi keuangan digital bagi Generasi Z untuk meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan mereka.
3. Bagi Generasi Z, diharapkan menggunakan fitur pencatatan keuangan dalam aplikasi mobile banking untuk memantau dan mengelola pengeluaran dengan lebih baik.
4. Bagi Peneliti selanjutnya, diharapkan melakukan penelitian di wilayah lain untuk membandingkan hasil dengan Generasi Z di luar Kawasan Megamas Manado, sehingga dapat melihat perbedaan perilaku konsumtif berdasarkan faktor geografis dan budaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, R. (Juny 2020). Apa Itu Pengendalian Diri & Manfaat Pengendalian Diri. *Hämtat från Gramedia Blog*: <https://www.gramedia.com/best-seller/self-control/>
- Aditya, R., & Ekyawan, F. (2020). Consumer Behavior Analysis in Using the Pembayaran digital Application. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 524-528.
- Andriani, B. F., Rosmanidar, E., & Diniah, Z. (2023). Pengaruh Pembayaran digital ShopeePay dan Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Student Research (JSR)* , 192-212.
- Anggorowati, A., & Sari, D. E. (2024). The Effect of Digital Payment and Service Quality Electronic on Consumptive Behavior Among Shopee Users. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 973-987.
- Anita, S. Y. (2023). *Perilaku Konsumen*. Bali: Intelektual. Manifes Media.
- Asmarani, A., Eryandra, A., & Widiasih, P. A. (2023). Consumptive Behavior in Youth Pay Later Users in Terms of Self-Esteem. *European Union Digital Library*.
- Budiawan, A. F., & Mustikasari, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Maresto Bandung Tahun 2023. *e-Proceeding of Applied Science*, 2894-2900.
- Duckworth, A. L., Jamie L. Taxer, L. E.-W., Galla, B. M., & Gross, J. J. (2019). *Self-Control and Academic Achievement*. USA: Annual Reviews.

- Dzakiyyah, A., Saptono, A., & Pratama, A. (2022). The Effect of Financial Literacy and Self-Control on the Consumptive Behavior of State Senior High School Students in East Jakarta. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 71-82.
- Fauziah, G. U., Nurochan, N., & Nopianti, N. (2022). Pengaruh Fasilitas (Fitur) E-Commerce Shopee terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa STEI Ar-Risalah Ciamis). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 254-267.
- Goldfried, & Merbaum. (2019). *Behavior Change Through Self-Control* (Oxford: APA, 1973). Oxford: APA.
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2019). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). UNIKOM, 106-120.
- Jain, A., Srivastava, D., & Shukla, A. (2023). Self-control and compulsive buying behavior: The mediating role of ill-being perception. *Cogent Business & Management*, 1-14.
- Laily, I. N. (den 25 Januari 2022). *Memahami Arti Konsumtif, Indikator, Faktor, dan Dampaknya*. Hämtat från Katadata: <https://katadata.co.id/berita/nasional/61ef7e4f41753/memahami-arti-konsumtif-indikator-faktor-dan-dampaknya>
- Lia, D. A. (2021). Buy-now-pay-later (BNPL): generation z's dilemma on impulsive buying and overconsumption intention. *Proceedings of the BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference (BISTIC 2021)*. Malang: 130-137.
- Limpo, L., Kamase, R., & Polimpung, L. J. (2024). The influence of Service Quality on Consumer Behavior -a Case Study at The PT XYZ Makassar. *Journal of Management, E-Business & Entrepreneurship Research*, 34-48.
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri : Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 65-69.
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2022). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado). *Unsrat e-journal*.
- Moorthy, D. D., J. M. C., & Anitha, D. R. (2023). A Study on the Impact of Pembayaran Digital in Behavioural Changes on Consumers and Vendors. *Journal of the Asiatic Society of Mumbai*, 195-202.
- Naibaho, R. Y., Lapian, S. J., & Tumewu, F. J. (2024). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif Virtual Skin Karakter Game Online Mobile Legends pada Generasi Z di Kelurahan Bahu. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(03), 1654-1666.
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Pembayaran Digital dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital dan Manajemen*, 1-9.
- Nisa, C. L., & Arief, S. (2019). The Impact of Self-Control, Self-Esteem and Peer Environment on Online Shopping Consumptive Behavior. *Journal of Advances in Information Systems and Technology*, 13-20.
- Nugroho, S. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Puntiroli, M., Moussaoui, L. S., & Bezençon, V. (2022). Are consumers consistent in their sustainable behaviours? A longitudinal study on consistency and spillover. *Journal of Business Research*, 322-335.
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumsi Islam masyarakat Surabaya pada masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 64-74.
- Qian, R., & Palvia, P. (2022). *The Impact of Mobile Payment on Consumer Behavior: A Unified Model*. AMCIS.

- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *TARGET : JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 39-50.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of Kualitas Layanan Elektronik and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 2-14.
- Riyadi, S. A., Suhud, U., & Usman, O. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Brand Image terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Keuangan*, 1-16.
- Rumokoy, L. J., Liu, B., & Chung, R. (2024). Do board networks matter for corporate cash holdings? Evidence from Australian firms. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*.
- Rumokoy, L. J., Neupane, S., Chung, R. Y., & Vithanage, K. (2019). Underwriter network structure and political connections in the Chinese IPO market. *Pacific-Basin Finance Journal*, 54, 199-214.
- Rumokoy, L. J., Omura, A., & Roca, E. (2023). Geopolitical risk and corporate investment in the metals and mining industry: Evidence from Australia. *Pacific-Basin Finance Journal*, 79, 101991.
- Satriadi, W. H. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Soegoto, A. S., Wenas, R. S., Soekromo, D., Soegoto, A. P., & Satria, A. W. (2024). Meningkatkan Kinerja UMKM melalui Digitalisasi Produk Usaha pada Kelompok Usaha Mikro di Desa Motoboi Kecil Kota Kotamobagu. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(3), 1519-1531.
- Subowo, M. H. (2020). Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Ojek Online XYZ. *Walisongo Journal of Information Technology*, 79-90.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sukma, E. A., Hadi, M., & Nikmah, F. (2023). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) dan Trust terhadap Intensi Pengguna Instagram. *Administrasi Negara*, 112-121.
- Wulandari, D. N., & Indrawati, K. R. (2023). Consumptive Behavior Pada Mahasiswa Yang Menjelajahi Media Sosial: Literature Review. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 2147-2157.
- Yusuf Blegur, 2. (2019). *Soft Skill untuk Prestasi Belajar*. Scopindo Media Pustaka.
- Zhuoer, W. (2023). The Impact of Pembayaran digital on Consumer Behavior in China. *Psychology Research*, 229-233.