

**PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* DAN GAYA HIDUP
HEDONIS TERHADAP PERILAKU KEUANGAN
GENERASI Z DI KECAMATAN MEDAN DENAI**

TUGAS AKHIR

*Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen*



Oleh:

Nama : SABRINA FAJRIANI SIREGAR
NPM : 2105160203
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
M E D A N
2025**



PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Strata-I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 26 Juni 2025, pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya,

MEMUTUSKAN

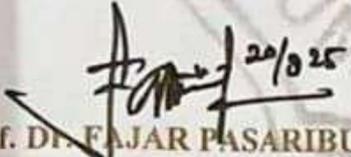
Nama : SABRINA FAJRIANI SIREGAR
NPM : 2105160203
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Digital Payment* Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Kecamatan Medan Denai

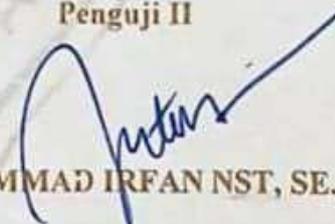
Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

TIM PENGUJI

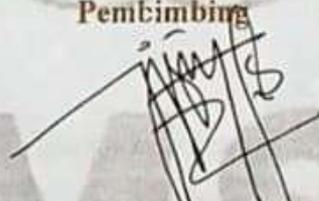
Penguji I

Penguji II

 20/6/25
Prof. Dr. FAJAR PASARIBU, SE., M.Si


Dr. MUHAMMAD IRFAN NST, SE., M.M

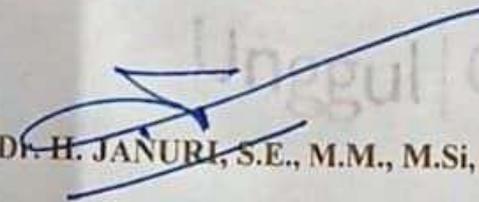
Pembimbing

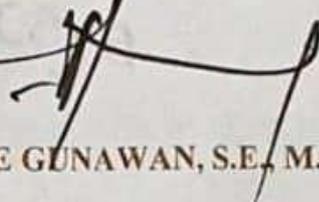

IRMA CHRISTIANA, SE., M.M

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris


Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si, CMA.


Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

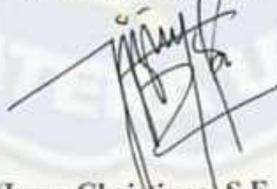
Tugas Akhir ini disusun oleh :

Nama : SABRINA FAJRIANI SIREGAR
N.P.M : 2105160203
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Tugas Akhir : PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* DAN GAYA HIDUP
HEDONIS TERHADAP PERILAKU KEUANGAN
GENERASI Z DI KECAMATAN MEDAN DENAI

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian
mempertahankan Tugas Akhir.

Medan, 19 April 2025

Pembimbing Tugas Akhir



(Irma Christiana, S.E., M.M.)

Diketahui/Disetujui

Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



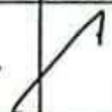
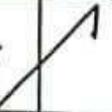
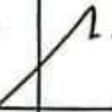
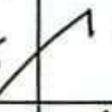
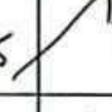
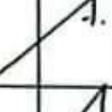
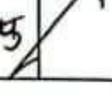
(Jasman Saripuddin Hasibuan, S.E., M.Si.)



(Assoc. Prof. Dr. H. Januri, S.E., M.M., M.Si., CMA.)

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Sabrina Fajriani Siregar
 NPM : 2105160203
 Dosen Pembimbing : Irma Christiana, S.E., M.M.
 Program Studi : Manajemen
 Konsentrasi : Manajemen Keuangan
 Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Digital Payment* dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Kecamatan Medan Denai

| Item | Hasil Evaluasi | Tanggal | Paraf Dosen |
|-------------------------------|---|---------|---|
| Bab 1 | Masukan hasil proses di latar belakang, Revisi identifikasi masalah | 8/1-25 |  |
| Bab 2 | Setiap variabel minimal berdasarkan 2 teori revisi kerangka konseptual | 30/1-25 |  |
| Bab 3 | Revisi definisi operasional Revisi pengujian | 6/2-25 |  |
| Bab 4 | Revisi deskripsi data. Revisi pembahasan | 27/2-25 |  |
| Bab 5 | Revisi kesimpulan, buat singkat padat jelas | 9/4-25 |  |
| Daftar Pustaka | - Gunakan mendeley - sitasi artikel dosen | 30/1-25 |  |
| Persetujuan Sidang Meja Hijau | Aec selesai bimbingan lanjut sidang | 19/4-25 |  |

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi



(Jasman Saripuddin Hasibuan, S.E., M.Si.)

Medan, 10 April 2025

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing



(Irma Christiana, S.E., M.M.)



PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Sabrina Fajriani Siregar
NPM : 2105160203
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Dengan ini menyatakan bawah Tugas Akhir saya yang berjudul "*Pengaruh Digital Payment dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Kecamatan Medan Denai.*" adalah bersifat asli (original), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan



Sabrina Fajriani Siregar

ABSTRAK

Pengaruh *Digital Payment* dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Kecamatan Medan Denai

**SABRINA FAJRIANI SIREGAR
NPM 2105160203**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Email : sabrinafajriani82@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Digital Payment* terhadap perilaku keuangan. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap perilaku keuangan. Dan untuk menguji *Digital Payment* dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Kecamatan Medan Denai. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berada di Kecamatan Medan Denai. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus lemeshow berjumlah 100 orang generasi Z di Kecamatan Medan Denai. Data menggunakan metode regresi linier berganda, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan software SPSS 25. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pada variabel *Digital Payment* didapatkan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku keuangan. Pada variabel Gaya Hidup Hedonis berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku keuangan. Variabel *Digital payment* dan gaya hidup hedonis berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku keuangan.

Kata Kunci : *Digital Payment*, Gaya Hidup Hedonis, dan Perilaku Keuangan.

ABSTRACT

The Influence of Digital Payment and Hedonistic Lifestyle on the Financial Behavior of Generation Z in Medan Denai Subdistrict

SABRINA FAJRIANI SIREGAR
NPM 2105160203

Management Study Program, Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University, North Sumatra
Email : sabrinafajriani82@gmail.com

This study aims to examine and analyze the influence of digital payment on financial behavior, to examine and analyze the influence of a hedonistic lifestyle on financial behavior, and to examine the influence of both digital payment and hedonistic lifestyle on the financial behavior of Generation Z in the Medan Denai Subdistrict. The population in this study consists of Generation Z individuals residing in Medan Denai Subdistrict. The sample was determined using the Lemeshow formula, resulting in 100 Generation Z respondents from the area. The data were analyzed using multiple linear regression analysis, including tests for normality, multicollinearity, heteroscedasticity, t-test, F-test, and coefficient of determination, with the help of SPSS version 25. The results of the study conclude that the digital payment variable has a significant partial effect on financial behavior. The hedonistic lifestyle variable also has a significant partial effect on financial behavior. Furthermore, both digital payment and hedonistic lifestyle variables have a significant simultaneous effect on financial behavior.

Keywords : Digital Payment, Hedonistic Lifestyle, and Financial Behavior.

KATA PENGANTAR



Assalamu'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt. yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh *Digital payment* Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Kecamatan Medan Denai”. Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan pemahaman, pengetahuan serta wawasan yang penulis miliki. Sehingga pada tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik itu dalam penyajian materi maupun penggunaan Bahasa. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini agar tidak terulang lagi dalam pembuatan tugas akhir berikutnya. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat kedua orang tua saya yang sangat luar biasa dan tersayang Ayahanda Syawaluddin Fadjri Siregar dan Ibunda Sri Wahyuni, yang selalu memberi dukungan dan doa sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik dalam penulisan, bentuk dan isi tugas akhir yang bertujuan untuk kesempurnaan tugas akhir ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani M.A.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah memberikan kesempatan kepada saya untuk mengenyam pendidikan tinggi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. H. Januri SE.,MM.,M.Si, CMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan SE.,M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung SE., M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Jasman Saripuddin Hasibuan, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Irma Christiana, S.E, M,M yang merupakan Dosen pembimbing saya yang telah banyak memberikan bantuan, dan dukungannya terhadap penyusunan tugas akhir ini.
7. Bapak Muslih, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan membimbing seluruh aktivitas akademik selama perkuliahan.
8. Bapak Prof. Dr. Fajar Pasaribu, SE., M.Si. selaku dosen penguji I yang telah menguji dan memberikan saran serta arahan terhadap tugas akhir ini.
9. Bapak Dr. Irfan Nasution, SE., M.M. selaku dosen penguji II yang telah menguji dan memberikan saran serta arahan terhadap tugas akhir ini.
10. Seluruh dosen dan staf karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan dan bimbingannya.
11. Kepada lingkungan tempat penulis mengembangkan diri yaitu Relawan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera, terkhusus rekan Pimpinan Umum P.A 2024/2025 saudari Adinda Haryanti Siregar dan

Herlina Harahap yang telah bersabar dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini di sela-sela menjabat.

12. Kepada Muhammad Ardian yang telah berperan besar dalam proses penyusunan tugas akhir ini untuk selalu memberikan dukungan dan perhatian penuh kepada penulis.
13. Kepada para teman baik penulis, yang selalu kebersamai dalam tawa, canda, suka duka, semangat, serta proses penulis hingga saat ini, Tika, Putri Adelia, Winda, dan Enggar terima kasih atas kebersamaannya
14. Kepada saya sendiri selaku penulis, terima kasih telah memilih untuk tidak menyerah dan bertahan sampai sejauh ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian tugas akhir ini semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya, serta pihak-pihak lain yang terkait dan dapat bermanfaat bagi penulis khususnya.

Medan, Juni 2025
Penulis

Sabrina Fajriani Siregar
2105160203

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 14.1 | Latar |
| Belakang Masalah..... | 1 |
| 14.2 | Identifika |
| si Masalah | 6 |
| 14.3 | Batasan |
| Masalah | 7 |
| 14.4 | Rumusan |
| Masalah | 7 |
| 14.5 | Tujuan |
| dan Manfaat Penelitian | 8 |
| 14.5.1 | Tujuan |
| Penelitian | 8 |
| 14.5.2 | Manfaat |
| Penelitian | 8 |
| BAB 2 KAJIAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Landasan Teori | 10 |
| 2.1.1 Perilaku Keuangan | 10 |
| 2.1.2 <i>Digital payment</i> | 16 |
| 2.1.3 Gaya Hidup Hedonis | 24 |
| 2.2 Kerangka Konseptual | 30 |
| 2.2.1 Pengaruh <i>Digital payment</i> Terhadap Perilaku Keuangan | 30 |
| 2.2.2 Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan | 31 |
| 2.2.3 Pengaruh <i>Digital payment</i> dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku | |
| Keuangan..... | 32 |
| 2.3 Hipotesis..... | 34 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 35 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 35 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel..... | 35 |
| 3.2.1 Perilaku Keuangan (Y)..... | 35 |

| | |
|---|----|
| 3.2.2 Variabel <i>Digital payment</i> (X1)..... | 36 |
| 3.2.3 Variabel Gaya Hidup Hedonis (X2)..... | 36 |

vi

| | |
|--|-----------|
| 3.3 Tempat dan Waktu Penelitian..... | 37 |
| 3.3.1 Tempat Penelitian..... | 37 |
| 3.3.2 Waktu Penelitian..... | 37 |
| 3.4 Populasi dan Sampel..... | 37 |
| 3.4.1 Populasi | 37 |
| 3.4.2 Sampel | 38 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 39 |
| 3.6 Teknik Analisis Data..... | 42 |
| 3.6.1 Regresi Linier Berganda | 42 |
| 3.6.3 Pengujian Hipotesis..... | 45 |
| 3.6.4 Koefisien Determinasi | 47 |
| BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 49 |
| 4.1 Deskripsi Data..... | 49 |
| 4.1.1 Deskripsi Variabel Penelitian | 49 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden | 49 |
| 4.1.3 Deskripsi Hasil Penelitian..... | 52 |
| 4.2 Analisis Data..... | 62 |
| 4.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda | 62 |
| 4.2.2 Uji Asumsi Klasik | 63 |
| 4.2.3 Pengujian Hipotesis..... | 67 |
| 4.2.4 Koefisien Determinasi (R-Square) | 69 |
| 4.3 Pembahasan..... | 70 |
| 4.3.1 Pengaruh <i>Digital payment</i> terhadap Perilaku Keuangan | 70 |
| 4.3.2 Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Keuangan..... | 71 |
| 4.3.3 Pengaruh <i>Digital payment</i> dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Keuangan..... | 73 |
| BAB 5 PENUTUP..... | 75 |
| 5.1 Kesimpulan | 75 |
| 5.2 Saran..... | 75 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA | 77 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual..... | 33 |
| Gambar 4. 1 Hasil P-Plot Uji Normalitas | 64 |
| Gambar 4. 2 Hasil Scatterplot Heteroskedastitas..... | 66 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Hasil Pra-Riset Mengenai Perilaku Keuangan Generasi Z di Kecamatan Medan Denai | 5 |
| Tabel 3. 1 Indikator Perilaku Keuangan | 36 |
| Tabel 3. 2 Indikator <i>Digital payment</i> | 36 |
| Tabel 3. 3 Indikator Gaya Hidup Hedonis | 36 |
| Tabel 3. 4 Waktu Penelitian..... | 37 |
| Tabel 3. 5 Skala Likert | 40 |
| Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden..... | 49 |
| Tabel 4. 2 Usia Responden | 50 |
| Tabel 4. 3 Pendidikan Responden | 50 |
| Tabel 4. 4 Pekerjaan/profesi Responden..... | 51 |
| Tabel 4. 5 Kelurahan Responden..... | 52 |
| Tabel 4. 6 Skor Angket Variabel X1 (Digital payment) | 53 |
| Tabel 4. 7 Skor Angket Variabel X2 (Gaya Hidup Hedonis) | 55 |
| Tabel 4. 8 Skor Angket Variabel Y (Perilaku Keuangan) | 57 |
| Tabel 4. 9 Uji Validitas | 60 |
| Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas..... | 61 |
| Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 62 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas | 65 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi | 66 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (Uji T)..... | 67 |
| Tabel 4. 15 Uji Simultan (Uji F)..... | 69 |
| Tabel 4. 16 Uji Koefisien Determinasi | 70 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern, teknologi digital telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dan memberikan dampak transformatif pada berbagai aspek kehidupan manusia. Era digitalisasi ini, telah mengubah cara masyarakat dalam berkomunikasi, bekerja, bahkan bertransaksi. Kemunculan teknologi keuangan seperti *digital payment* yang menggunakan uang elektronik (*e-money*) merupakan salah satu inovasi dari era digitalisasi saat ini. Berdasarkan data Bank Indonesia tahun 2024 (NN, 2023) Kinerja transaksi ekonomi dan keuangan digital pada Oktober 2024 terus tumbuh, Transaksi QRIS terus berkembang pesat sebesar 183,9% (*year over year*), dengan jumlah pengguna sampai dengan Oktober 2024 mencapai 54,1 juta dengan jumlah merchant 34,7 juta.

Terkhusus pada kalangan generasi Z sendiri yang merupakan kelompok yang sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi. Penelitian Bencsik, Csikos, dan Juhez pada tahun 2016 dalam (Putra, 2017), menyatakan bahwa generasi dapat dibagi menjadi beberapa kategori yaitu, (1) *Veteran Generation* dari tahun 1925-1946, (2) *Baby Boom Generation* dari tahun 1946-1960, (3) *X Generation* dari tahun 1960-1980, (4) *Y Generation* dari 1980-1995, (5) *Z Generation* dari tahun 1995-2010, (6) *Alfa Generation* dari tahun 2010 +. Generasi yang didefinisikan lahir antara tahun 1995 sampai 2010 ini dikenal dengan gaya hidup yang serba cepat, praktis, dan *mobile*. Sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan pesat dunia digital, generasi ini sangat terbiasa dengan penggunaan perangkat

mobile dan aplikasi yang memudahkan aktivitas sehari-hari, baik dalam aspek sosial, pekerjaan, maupun keuangan.

Generasi Z memiliki pemahaman dan adopsi teknologi yang tinggi terhadap finansial teknologi. Selain itu, Didukung dengan penelitian (Afista et al., 2024) menunjukkan bahwa pengguna aktif dari *digital payment* merupakan kalangan dari generasi Z yaitu sebanyak 65%. Angka ini semakin mempertegas bahwa generasi Z telah menjadikan teknologi sebagai bagian penting dari kehidupan mereka, termasuk dalam mengelola transaksi finansial secara praktis, aman, dan tanpa batasan waktu dan tempat.

Menurut Kotler dan Keller dalam buku *Marketing Management* pada tahun 2016, menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, termasuk faktor seperti usia dan tahap kehidupan. Kotler dan Keller mendefinisikan gaya hidup sebagai pola hidup yang mencerminkan preferensi, minat, dan perilaku konsumen yang sangat berpengaruh dalam menentukan pola konsumsi seseorang. Gaya hidup generasi pada tahap kehidupan sekarang, dapat dipengaruhi oleh bagaimana perilaku, minat, serta preferensi generasi Z dalam mengambil keputusan. Bersamaan dengan tingginya adopsi *digital payment*, tren gaya hidup hedonis juga berpengaruh dalam pola keuangan generasi Z.

Menurut Ajzen yang menciptakan Teori Perilaku Terencana pada tahun 1991 mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang dapat dijelaskan oleh sikap, norma subjektivitas, dan tingkat kontrol mereka (Nazarudin & Syad, 2023). Perilaku keuangan mempelajari bagaimana psikologi memengaruhi keputusan finansial seseorang. Sementara dalam penelitian (Sanny et al., 2023) mengatakan bahwa gaya hidup generasi Z yang dinamis cenderung

ditandai oleh perhatian yang lebih besar terhadap kehidupan saat ini dibandingkan dengan perencanaan untuk masa depan. Berdasarkan penelitian tersebut, mereka merasa takut tertinggal akan tren-tren yang sedang berjalan dan merasa bahwa hidup harus dinikmati serta lebih fokus pada kesenangan yang dianggap harus dipenuhi agar merasa nyaman dan diakui eksistensinya di kalangan sosial. Selain itu pada beberapa penelitian mengatakan, bahwa gaya hidup hedonis mempengaruhi perilaku keuangan generasi Z yang menimbulkan perilaku konsumtif. Kemudian gaya hidup hedonis dan kemudahan transaksi menggunakan *digital payment* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif generasi Z

Namun, pada beberapa penelitian lainnya pula terdapat hasil penelitian yang bertolak belakang dengan penelitian diatas, yang mengatakan bahwa seseorang akan terdorong agar memenuhi kebutuhan di tingkat hierarki yang lebih atas setelah cukup memenuhi tingkat kebutuhan yang lebih bawah (Pravitasari & Fauziyah, 2023). Selain itu, penelitian (Gunawan et al., 2020) juga mengatakan bahwa Gaya hidup memiliki pengaruh parsial terhadap cara mahasiswa program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara mengelola keuangan mereka. Yang berarti bahwa meskipun gaya hidup memiliki dampak pada cara mengelola keuangan, ada faktor lain yang juga berkontribusi pada pengelolaan keuangan seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku seseorang dapat diuraikan melalui sikap individu, norma subjektif, serta tingkat kendali yang mereka miliki.

Sikap individu terhadap uang dan teknologi pembayaran digital (seperti *paylater* atau uang elektronik) sebagai alat yang memudahkan transaksi sehingga meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif terlebih diperkuat dengan persepsi bahwa pembayaran non-tunai lebih aman dan fleksibel, meskipun berpotensi mengabaikan risiko utang. Kemudian, norma subjektif terbentuk dari tekanan sosial untuk mengikuti tren gaya hidup, seperti konsumsi barang mewah dan aktivitas yang memberikan kesenangan instan. Penelitian di Denpasar menunjukkan bahwa generasi milenial dan Z tidak memiliki perbedaan signifikan dalam penggunaan *paylater* untuk gaya hidup hedonis, menandakan bahwa norma sosial ini bersifat universal di kalangan generasi muda. Lalu, tingkat kendali dianggap meningkat karena kemudahan akses ke layanan pembayaran digital. Fitur seperti *One Click Payment* dan *Buy Now, Pay Later* (BNPL) menciptakan ilusi kontrol pengeluaran, meskipun mengurangi kesadaran akan batas keuangan. Penelitian di Surakarta menunjukkan bahwa e-money tidak langsung memengaruhi hedonisme, tetapi perilaku keuangan yang buruk berkorelasi dengan konsumsi berlebihan selama pandemik (Putri et al, 2022).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, untuk melihat bagaimana kondisi sebenarnya mengenai perilaku keuangan generasi Z di Kota Medan maka dilakukanlah pra riset dengan menyebarkan kuisisioner yang menyantumkan beberapa pernyataan. Berdasarkan hasil pra riset kuisisioner tersebut diperoleh data pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1. 1 Hasil Pra-Riset Mengenai Perilaku Keuangan Generasi Z di Kota Medan

| Variabel | Pernyataan | Ya (%) | Netral (%) | Tidak (%) |
|------------------------|---|--------|------------|-----------|
| <i>Digital payment</i> | Lebih mudah melakukan transaksi keuangan menggunakan pembayaran digital dibandingkan metode tradisional | 91,4% | 8,6% | 0% |
| | Pembayaran digital mendorong untuk lebih cenderung berbelanja impulsif | 57,1% | 40% | 2,9% |
| | Pembayaran digital membantu dalam mengelola keuangan pribadi menjadi lebih baik | 57,1% | 40% | 2,9% |
| Gaya Hidup Hedonis | Perlu mengikuti tren gaya hidup agar tidak dianggap kurang pergaulan | 42,9% | 51,4% | 5,8% |
| | Tertarik untuk mencoba aktivitas atau barang yang memberikan kesenangan instan, seperti makan di restoran mewah atau berbelanja barang-barang branded | 60% | 37,1% | 2,9% |
| | Mengeluarkan uang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki | 82,9% | 17,1% | 0% |
| Perilaku Keuangan | Selalu mencatat pengeluaran harian, mingguan dan bulanan | 51,4% | 40% | 8,6% |
| | Mampu menghindari pengeluaran impulsive meskipun ada godaan promosi atau diskon | 62,8% | 34,3% | 2,9% |
| | Berbelanja pada saat promo bulanan pada aplikasi akun shopee, tokopedia, dan lainnya | 91,5% | 5,7% | 2,9% |

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa generasi Z di Kota Medan menunjukkan tingkat adopsi *digital payment* yang tinggi, dengan manfaat dalam kemudahan transaksi dan pengelolaan keuangan. Namun, generasi Z juga rentan terhadap pengeluaran impulsif yang didorong oleh pembayaran digital dan gaya hidup hedonis. Meskipun sebagian besar mengendalikan pengeluaran sesuai

dengan kemampuan, tapi kebiasaan dalam mencatat pengeluaran masih perlu ditingkatkan untuk memperkuat perilaku keuangan yang lebih baik. Kebiasaan belanja pada saat promo dapat mencerminkan pola konsumsi generasi Z yang mengutamakan efisiensi dalam berbelanja.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada perilaku keuangan generasi Z di Kota Medan menjadi dasar dilakukannya studi kuantitatif untuk mengukur seberapa besar pengaruh *digital payment* dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku keuangan generasi Z di Kota Medan. Mengingat urgensi permasalahan tersebut, penelitian berjudul "Pengaruh *Digital payment* dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Kecamatan Medan Denai" menjadi sangat relevan untuk dilaksanakan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam merumuskan strategi edukasi keuangan dan kebijakan yang lebih efektif untuk mengelola dampak *digital payment* serta gaya hidup hedonis terhadap kesejahteraan finansial Generasi Z.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan yang telah penulis kemukakan dalam latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Generasi Z kini mendominasi penggunaan dalam ekosistem pembayaran digital, dengan pertumbuhan yang sangat pesat dan memiliki peluang besar dalam mempengaruhi pola perilaku keuangan mereka secara menyeluruh.
2. Generasi Z di Kecamatan Medan Denai menunjukkan kecenderungan dan minat gaya hidup yang lebih berorientasi pada kesenangan saat ini dan

pengakuan sosial, yang dapat mempengaruhi pola konsumsi dan keputusan keuangan mereka.

3. Terdapat kesenjangan penelitian terdahulu mengenai pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan, dimana beberapa penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan sementara penelitian lain menunjukkan hanya pengaruh parsial.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini tidak mencakup semua masalah yang teridentifikasi, mengingat keterbatasan waktu dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis membatasi fokus penelitian ini pada aspek tertentu terkait dengan objek penelitian 100 generasi Z di Kecamatan Medan Denai. Kemudian variabel penelitian *digital payment* yang diteliti dibatasi dengan penggunaan Qris pada generasi Z, Gaya hidup hedonis yang diteliti fokus pada pola konsumsi dan perilaku pembelian generasi Z, serta perilaku keuangan yang diteliti dibatasi pada aspek pengelolaan keuangan pribadi generasi Z.

1.4 Rumusan Masalah

Agar permasalahan lebih jelas sebagai dasar pembahasan dalam penelitian ini, maka penelitian ini merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z di Kecamatan Medan Denai?
2. Apakah gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z di Kecamatan Medan Denai?
3. Apakah *digital payment* dan gaya hidup hedonis secara simultan berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z di Kecamatan Medan Denai?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian tentunya memiliki tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti. Tujuan tersebut adalah memberikan referensi bagi objek penelitian dalam mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital payment* terhadap perilaku keuangan generasi Z di Kecamatan Medan Denai.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku keuangan generasi Z di Kecamatan Medan Denai.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital payment* dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku keuangan generasi Z di Kecamatan Medan Denai.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara langsung maupun tidak langsung, kepada pihak-pihak yang berkepentingan, sebagaimana dijelaskan berikut ini:

1. Secara teoritis, diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini dapat memperluas pemahaman generasi Z di Kecamatan Medan Denai mengenai penggunaan pembayaran digital dan penerapan gaya hidup hedonis yang efektif dan berpengaruh baik untuk perilaku keuangan, serta memberikan dasar bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian serupa di masa mendatang.

2. Secara praktis, untuk menerapkan teori yang telah dipelajari mengenai perilaku keuangan yang efektif, juga dapat berfungsi sebagai referensi dan evaluasi dalam menerapkan perilaku keuangan yang baik.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perilaku Keuangan

2.1.1.1 Pengertian Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan merupakan kajian mengenai cara individu atau kelompok mengambil keputusan terkait pengelolaan uang, investasi, pengeluaran, dan tabungan. Perilaku keuangan mencakup analisis mengenai bagaimana individu mengelola risiko dan ketidakpastian dalam pengambilan keputusan keuangan mereka (Hersh Shefrin, 2000). Perilaku keuangan juga dapat diartikan sebagai aplikasi ilmu psikologi dalam ilmu keuangan, yaitu suatu pendekatan yang menjelaskan bagaimana manusia melakukan investasi atau suatu kegiatan yang berhubungan dengan keuangan (Anisah, 2024).

Perilaku keuangan seseorang dapat dilihat dari bagaimana ia mengelola tabungan dan pengeluarannya secara keseluruhan, termasuk kemampuan untuk memprioritaskan kebutuhan, memastikan adanya dana darurat, serta mengatur alokasi keuangan untuk berbagai kebutuhan lainnya (Hilgert, Hogarth, & Beverly, 2003). Hal ini mencerminkan tingkat kedisiplinan, perencanaan, dan tanggung jawab seseorang dalam mengelola sumber daya keuangannya.

Profesor keuangan dan Profesor akuntansi yakni (Shim & Siegel, 1991) Dalam bukunya yang membahas teori dan masalah keuangan pribadi, penulis menekankan bahwa perilaku merupakan faktor kunci untuk mencapai kesuksesan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Selain itu, pengetahuan juga dianggap

sebagai variabel penting yang dapat membantu membentuk perilaku keuangan yang lebih bijak.

Pengertian perilaku keuangan menurut beberapa ahli dalam buku (Sadalia & Butar, 2016) sebagai berikut :

- a. Shefrin mendefinisikan perilaku keuangan sebagai studi yang mengkaji bagaimana fenomena psikologis memengaruhi perilaku keuangan seseorang.
- b. Menurut Lintner, perilaku keuangan adalah disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana individu merespons dan bereaksi terhadap informasi yang tersedia dalam pengambilan keputusan untuk memaksimalkan keuntungan, dengan tetap mempertimbangkan risiko yang terkait.
- c. Fuller menerjemahkan perilaku keuangan ke dalam tiga poin cara, yaitu sebagai berikut:
 1. Perilaku keuangan adalah perpaduan antara teori ekonomi klasik dan keuangan dengan psikologi serta ilmu pengambilan keputusan. Perlu dicatat bahwa ilmu pengambilan keputusan terus berkembang seiring waktu, sehingga penerapan ekonomi klasik yang sebelumnya dianggap standar juga mengalami perubahan dari waktu ke waktu.
 2. Perilaku keuangan bertujuan untuk memahami penyebab berbagai penyimpangan keuangan yang teridentifikasi dan dicatat dalam literasi keuangan. Studi kasus serta pengamatan terhadap peristiwa masa lalu diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan teori keuangan perilaku di masa mendatang. Dengan demikian, penyimpangan ekonomi tersebut dapat dijelaskan melalui teori-teori baru.

3. Perilaku keuangan adalah bidang studi yang membahas bagaimana investor secara sistematis melakukan kesalahan dalam penilaian atau kekeliruan mental.

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli di atas, perilaku keuangan dapat disimpulkan sebagai studi yang menggabungkan aspek psikologi dan ekonomi dalam pengambilan keputusan keuangan, baik oleh individu maupun kelompok. Studi ini mencakup aktivitas perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian keuangan secara efektif dan efisien, dengan mempertimbangkan kebutuhan saat ini dan masa depan, serta kemampuan untuk mengelola risiko dan menanggapi informasi keuangan yang tersedia.

2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat Perilaku Keuangan

Tujuan dari perilaku keuangan adalah untuk meningkatkan tanggung jawab keuangan individu dalam mengelola uang dan aset mereka secara produktif. Dengan memahami dan menerapkan perilaku keuangan yang baik, individu dapat lebih efektif dalam mengatur kewajiban keuangan mereka, sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidup dengan lebih baik sesuai dengan tingkat pendapatan yang diperoleh (Novianti, 2010).

Manfaat dari perilaku keuangan sangat signifikan, terutama dalam hal pengelolaan keuangan sehari-hari. Dengan kemampuan untuk merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola, mengendalikan, serta menyimpan dana untuk masa depan, individu dapat merasakan dampak positif dari pengelolaan keuangan yang baik. Hal ini tidak hanya membantu dalam memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga memberikan rasa aman dan stabilitas finansial bagi setiap orang yang mampu menjalankan perilaku keuangan dengan baik (Kholila & Rr, 2013).

Adapun beberapa manfaat yang bisa didapatkan dari memahami perilaku keuangan, menurut (Sadalia & Butar, 2016) yaitu:

1. Dalam konteks akademik atau kemajuan ilmu ekonomi, munculnya ekonomi berbasis perilaku dan perkembangannya dianggap sebagai sebuah inovasi yang signifikan. Hal ini dianggap penting karena menunjukkan bahwa selama ini ilmu ekonomi cenderung mengabaikan aspek-aspek psikologis. Selain itu, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang lebih luas, kita dapat lebih baik memahami peluang untuk penemuan pengetahuan baru yang akan memperkaya bidang ilmu ekonomi.
2. Bagi pelaku ekonomi dalam menjalankan aktivitas ekonominya, keberadaan ekonomi berbasis perilaku dianggap sangat bermanfaat untuk membantu mereka memahami perilaku diri mereka sendiri. Pelaku ekonomi dapat menyadari faktor-faktor seperti aspek kepribadian, termasuk emosi, suasana hati, dan faktor lainnya yang dapat memengaruhi perilaku yang tidak sesuai dengan harapan. Dengan demikian, setiap individu dapat lebih mudah mengendalikan diri, asalkan ada niat yang kuat untuk mengurangi penyimpangan perilaku tersebut.

2.1.1.3 Faktor-Faktor Perilaku Keuangan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan menurut Icek Ajzen dalam Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*, TPB) pada tahun 1985, sebagai berikut :

1. Sikap terhadap Perilaku (*Attitude toward the Behavior*)

Sikap menggambarkan penilaian individu terhadap suatu perilaku tertentu.

Ketika seseorang memiliki pandangan positif terhadap perilaku keuangan

tertentu, seperti menabung atau berinvestasi, mereka cenderung lebih mungkin untuk melakukannya. Sikap, terbentuk berdasarkan keyakinan individu tentang dampak atau hasil yang ditimbulkan oleh perilaku tersebut.

2. Norma Subjektif (*Subjective Norms*)

Norma subjektif melibatkan persepsi individu terhadap tekanan sosial yang berasal dari orang-orang di sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau komunitas, terkait keputusan untuk melakukan atau menghindari perilaku tertentu. Apabila seseorang merasa bahwa orang-orang yang berpengaruh dalam hidup mereka mendukung kebiasaan keuangan yang positif, mereka cenderung lebih termotivasi untuk menerapkannya.

3. Kontrol Perilaku yang Dirasakan (*Perceived Behavioral Control*)

Aspek ini menunjukkan sejauh mana seseorang merasa memiliki kendali atas suatu perilaku. Ketika individu yakin bahwa mereka memiliki sumber daya, keterampilan, dan kapasitas untuk menjalankan perilaku keuangan tertentu, seperti mengatur anggaran atau berinvestasi, mereka cenderung lebih termotivasi untuk melakukannya. Persepsi kontrol terhadap perilaku ini juga dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya serta faktor eksternal yang dapat mendukung atau menghambat pelaksanaan perilaku tersebut.

Sedangkan menurut Kotler & Keller (2016) terdapat Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Acton*) untuk menjelaskan faktor bagaimana individu berperilaku terhadap informasi keuangan dan membuat keputusan dalam bertransaksi, berikut model stimuli AIDA, yaitu:

1. Perhatian (*Attention*)

Minat individu yang diawali dengan tahap perhatian terhadap suatu produk setelah mendengar atau melihat produk yang dipromosikan oleh suatu sektor.

2. Minat (*Interest*)

Sikap yang muncul ketika individu terkesan dengan stimuli yang diberikan oleh suatu produk yang kemudian timbul ketertarikan terhadap produk yang dipromosikan.

3. Keinginan (*Desire*)

Dorongan untuk mencoba, setelah individu memahami tentang kelebihan suatu produk dan memiliki keinginan untuk membeli produk tersebut.

4. Tindakan (*Action*)

Individu yang sudah melewati beberapa tahap yaitu mulai dari melihat dan mendengar suatu produk yang dipromosikan, sehingga timbul perhatian, ketertarikan dan minat terhadap produk. Jika adanya keinginan untuk memiliki produk itu cukup kuat, maka individu tersebut akan memutuskan untuk membeli produk tersebut.

2.1.1.4 Indikator Perilaku Keuangan

Berdasarkan faktor-faktor dari beberapa ahli yang mempengaruhi perilaku keuangan diatas, terdapat beberapa indikator dalam perilaku keuangan yang meliputi penganggaran, pengendalian pengeluaran, dan pemikiran masa depan.

Dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Penganggaran

Proses perencanaan keuangan yang terstruktur untuk mendistribusikan pendapatan ke berbagai kategori pengeluaran dalam jangka waktu tertentu.

Perilaku penganggaran yang efektif tercermin dari kebiasaan memiliki anggaran tertulis yang secara rutin ditinjau dan diperbarui.

2. Pengendalian Pengeluaran

Kemampuan untuk mengendalikan dan mengatur pengeluaran agar tetap sejalan dengan anggaran yang telah ditentukan. Ini meliputi kemampuan untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta secara konsisten melacak setiap transaksi. Individu yang memiliki pengendalian pengeluaran yang baik akan secara teratur menyimpan bukti transaksi dan menghindari pembelian yang tidak direncanakan.

3. Pemikiran Masa Depan

Dalam ranah perilaku keuangan, hal ini merujuk pada kemampuan untuk merencanakan dan mempersiapkan kebutuhan keuangan untuk jangka panjang. Ini mencakup penentuan tujuan keuangan dalam berbagai periode waktu, persiapan dana darurat, perencanaan pensiun, dan perlindungan melalui asuransi.

2.1.2 *Digital payment*

2.1.2.1 *Pengertian Digital payment*

Digital payment merupakan metode pembayaran elektronik melalui internet. Pembayaran digital mengacu pada pembayaran dan transaksi yang dilakukan melalui platform digital, seperti transfer bank, kartu kredit, dompet digital, atau aplikasi pembayaran mobile (Evi, 2023). Metode pembayaran ini merupakan sebuah inovasi dalam transaksi pembayaran di era modern yang telah menjadi populer di berbagai lapisan masyarakat.

Digital payment memiliki sejumlah keunggulan, seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, peningkatan loyalitas pengguna, dan biaya administrasi yang rendah. Hanya berbekal internet dan *smartphone*, proses pembayaran bisa dilakukan dengan praktis. Dengan itu, banyak toko ataupun penjual yang memulai menggunakan sistem pembayaran digital sebagai metode pembayarannya (Surachman et al., 2024). Namun dibalik itu terdapat pula kelemahan, seperti rentan terhadap kebocoran data, tidak dimilikinya cadangan uang fisik apabila akun pembayaran digital diretas, dan penggunaan uang digital menuntut orang untuk mengikuti perkembangan teknologi yang sangat cepat, maka mereka yang tidak memiliki pengetahuan cukup akan semakin tertinggal (Andriani et al., 2022).

Pada dasarnya cara kerja *digital payment* adalah menghubungkan antara nasabah dan pihak *e-commerce* untuk tujuan transaksi pembayaran, baik berupa pembayaran belanja, tagihan maupun kebutuhan lainnya (Rahmawati, 2022). Konsep ini mencakup berbagai solusi teknologi dan platform yang memungkinkan individu, perusahaan, dan institusi untuk melakukan transfer uang, melakukan pembelian, serta mengelola aktivitas keuangan mereka secara digital (Utami & Kusumahadi, 2024).

Sistem pembayaran digital, atau teknologi keuangan, adalah inovasi terkini dalam layanan keuangan yang mengintegrasikan teknologi modern untuk memudahkan masyarakat dan meningkatkan efisiensi dalam proses pembayaran. Ini mencakup layanan seperti *e-money*, *e-wallet*, dan pembayaran melalui perangkat *mobile* (Ayustia, Nadapdap, & Trisilo, 2023). Salah satu fungsi dari pembayaran digital adalah untuk menyederhanakan aktivitas sehari-hari yang padat, seperti menghindari antrian di bank atau ATM, serta mengeluarkan

kendaraan, bahan bakar, dan tenaga, yang semuanya memakan waktu untuk menyelesaikan satu transaksi. Saat ini, hampir semua jenis transaksi pembayaran dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti kartu debit, kartu kredit, m-banking, e-banking, serta aplikasi seperti Ovo, Dana, Shopeepay, Gopay, QRIS, dan layanan lainnya (Dewani et al, 2024).

Adapun dampak dari penggunaan transaksi nontunai/*digital payment* menurut (Sriekaningsih, 2020), yaitu:

1. Mempermudah Transaksi

Melakukan transaksi secara nontunai menghilangkan kebutuhan untuk membawa uang tunai, yang memiliki berbagai kelemahan. Dari segi penyimpanan, metode ini lebih praktis, dan mutasi transaksi dapat dengan mudah dilacak.

2. Sirkulasi Uang Lebih Cepat

Masyarakat dapat melakukan berbagai transaksi dengan lebih mudah, sehingga sirkulasi uang dalam perekonomian Indonesia menjadi lebih cepat dan efisien dengan menggunakan uang elektronik.

3. Meningkatkan Keamanan

Penggunaan uang elektronik dapat mengurangi risiko terkait uang palsu serta menurunkan kemungkinan terjadinya perampokan dan pencurian, karena tidak ada uang tunai yang dibawa.

4. Pajak akan Meningkatkan

Kemudahan dalam melakukan transaksi dan sirkulasi uang yang lebih cepat dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan negara serta mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Transaksi keuangan melalui sistem pembayaran digital memberikan kemudahan.

Berdasarkan hasil teori diatas, dapat penulis simpulkan *digital payment* merupakan metode pembayaran elektronik modern yang memungkinkan transaksi keuangan melalui platform digital seperti transfer bank, kartu kredit, dan aplikasi mobile. Sistem ini menawarkan kemudahan bertransaksi dengan smartphone dan internet, menghemat waktu dan biaya, serta mempercepat sirkulasi uang dalam perekonomian. Inovasi ini mengubah cara bertransaksi dengan mengintegrasikan teknologi keuangan modern, memberikan kemudahan sekaligus menuntut adaptasi pengguna terhadap perkembangan teknologi.

2.1.2.2 Manfaat *Digital payment*

Adapun manfaat *digital payment* yang dikutip dari Direktorat Jenderal Perbendaharaan, Kementerian Keuangan (Nuranindita, 2023), sebagai berikut :

1. Modernisasi Pengelolaan Keuangan Negara

Dengan menggantikan proses manual dan berbasis kertas melalui sistem elektronik, pemerintah dapat meningkatkan efisiensi akurasi, dan transparansi dalam pengelolaan dana publik. Digitalisasi juga memungkinkan integrasi yang lebih baik antara berbagai sistem keuangan pemerintah, memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih tepat dan berbasis data.

2. Kemudahan dan Keamanan Bertransaksi

Transaksi dilakukan secara elektronik melalui *platform digital*, mengurangi risiko kesalahan perhitungan dan pemalsuan. Selain itu, *digital payment* seringkali dilengkapi dengan fitur keamanan canggih, seperti

enkripsi data dan autentikasi ganda, yang melindungi informasi keuangan dari ancaman *cyber*.

3. Otomatisasi Proses

Digital payment mengotomatisasi berbagai proses pembayaran, mulai dari pengajuan hingga penyelesaian. Hal ini mengurangi intervensi manual, meminimalkan kesalahan manusia, dan mempercepat waktu pemrosesan. Otomatisasi juga membebaskan sumber daya manusia untuk fokus pada tugas-tugas yang lebih strategis, seperti analisis data dan pengambilan keputusan.

2.1.2.3 Faktor-Faktor *Digital payment*

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *digital payment*, yang diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1989 yaitu teori Model Penerimaan Teknologi (*Technology Accepted Model*, TAM) dalam penelitian (Putri et al., 2023). Teori ini dirancang untuk memahami dan menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi niat pengguna dalam mengadopsi teknologi baru. Model ini menitikberatkan pada dua faktor utama yang menentukan niat pengguna dalam memanfaatkan teknologi, yaitu:

1. *Perceived Usefulness* (PU)

Hal ini merujuk pada tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Ketika pengguna yakin bahwa teknologi tersebut membawa manfaat yang signifikan, mereka lebih mungkin untuk menggunakannya.

2. *Perceived Ease of Use (PEOU)*

Ini mengacu pada sejauh mana seseorang yakin bahwa sistem tertentu dapat digunakan tanpa memerlukan banyak usaha. Jika teknologi dianggap sederhana dan mudah digunakan, pengguna akan lebih mungkin untuk memanfaatkannya.

Sedangkan menurut Ventakatesh pada tahun 2012 yang mengembangkan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)* merupakan evolusi dari model UTAUT untuk mengukur penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi dengan fokus pada konteks konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *digital payment* berdasarkan model UTAUT 2 dalam Yudawisatra et al. (2024), yaitu :

1. *Performance Expectancy*

Keyakinan bahwa menggunakan teknologi akan membantu mencapai kinerja yang lebih baik. Dalam penelitian ini, pengguna pembayaran digital akan berekspektasi bahwa pembayaran digital memungkinkan mereka untuk memperoleh kepraktisan dan kemudahan dalam melakukan pembayaran.

2. *Effort Expectancy*

Tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi akan menciptakan perasaan bahwa sistem tersebut bermanfaat, sehingga menghasilkan kenyamanan dalam penggunaannya.

3. *Social Influence*

Kepercayaan seseorang terhadap orang lain dapat mempengaruhi keyakinannya untuk mengadopsi sistem baru. Ketika individu merasa yakin terhadap rekomendasi atau pengalaman orang lain, mereka lebih cenderung

untuk mencoba dan menggunakan teknologi atau sistem yang belum familiar bagi mereka.

4. *Facilitating Conditions*

Sejauh mana individu percaya bahwa pengaruh dari sumber daya yang diperlukan, seperti akses internet, *smartphone*, dan perangkat keras serta pengetahuan yang berperan penting dalam meningkatkan niat untuk menggunakan teknologi.

5. *Hedonic Motivation*

Kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi berperan penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaannya. Dalam konteks penelitian ini, pengguna pembayaran digital tidak perlu memiliki uang tunai yang tepat untuk transaksi, tidak perlu menyimpan uang kembalian, dan dapat mengurangi kesalahan dalam menghitung kembalian. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi hedonis dapat mempengaruhi niat individu untuk menggunakan sistem pembayaran digital.

6. *Price Value*

Penggunaan pembayaran digital lebih bermanfaat dibanding dengan menggunakan pembayaran non tunai atau uang kartal karena penggunaan pembayaran digital dapat memperoleh diskon dan *cashback* saat melakukan transaksi.

7. *Habit*

Sejauh mana individu cenderung menggunakan teknologi atau penggunaan produk teknologi secara otomatis dipengaruhi oleh proses pembelajaran.

Kebiasaan mencakup tiga kriteria yaitu perilaku masa lalu, perilaku refleksi, dan pengalaman individu.

2.1.2.4 Indikator *Digital payment*

Indikator *digital payment* berdasarkan Teori Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance model*, TAM) oleh Fred Davis tahun 1989 dan Teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) oleh Venkatesh pada tahun 2012, yaitu:

1. Efisiensi Transaksi

Pengguna merasa meyakini bahwa sistem pembayaran digital mampu mempercepat proses transaksi, mengurangi biaya dibandingkan dengan metode konvensional, serta memberikan kemudahan dalam pengelolaan keuangan.

2. Kemudahan Akses

Sistem yang dirancang dengan antarmuka pengguna yang intuitif dan mudah dipahami, didukung oleh proses pendaftaran dan penggunaan yang sederhana. Selain itu, tersedia panduan atau dukungan teknis yang memadai untuk membantu pengguna baru memahami dan menggunakan layanan dengan lebih mudah.

3. Motivasi Hedonis

Kesenangan dari penggunaan teknologi sangat penting untuk penerimaan dan penggunaannya. Pengguna pembayaran digital tidak perlu memiliki uang tunai yang tepat, tidak perlu menyimpan kembalian, dan dapat mengurangi kesalahan dalam menghitung kembalian. Ini menunjukkan bahwa motivasi

hedonis dapat mempengaruhi niat individu untuk menggunakan sistem pembayaran digital.

4. Habit

Kebiasaan menggunakan pembayaran digital dapat terbentuk seiring waktu. Pengguna yang telah terbiasa dengan sistem ini akan lebih cenderung untuk terus menggunakannya, yang dapat mempengaruhi pola pengeluaran dan manajemen keuangan mereka.

5. Niat Adopsi

Pengguna menunjukkan niat untuk menggunakan sistem pembayaran digital dalam transaksi di masa depan, serta merasa akan merekomendasikannya kepada orang lain. Selain itu, mereka juga tertarik untuk mempelajari lebih lanjut mengenai fitur-fitur yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital.

2.1.3 Gaya Hidup Hedonis

2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup dalam perilaku individu merujuk pada pola hidup atau cara individu menghabiskan waktu, energi, dan uang. Gaya hidup mencerminkan kepribadian, nilai, dan preferensi seseorang dalam kehidupan sehari-hari, yang kemudian mempengaruhi perilaku individu. Gaya hidup dapat ditunjukkan melalui aktivitas, minat, dan opini yang sering mencerminkan identitas diri dan peran sosial (Nuryakin et al., 2025).

Gaya hidup hedonisme merupakan pola hidup seseorang sebagai proses penggunaan uang dan waktu yang dimiliki dan dinyatakan dalam aktivitas, minat, dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup antara individu dengan yang lainnya

akan berbeda, hal ini karena gaya hidup individu akan bergerak secara dinamis Wells dan Tigert dalam (Engel, et al., 1994).

Hedonisme, yang berasal dari kata Yunani "*hedone*" yang berarti kenikmatan atau kegembiraan, merujuk pada gaya hidup yang menjadikan pencarian kenikmatan atau kebahagiaan sebagai tujuan utama. Setiap aktivitas yang dilakukan seseorang bertujuan untuk mencapai kenikmatan, tanpa mempedulikan cara, saran, atau konsekuensi yang mungkin timbul. Orientasi hidup mereka difokuskan pada pencarian kenikmatan, dengan upaya untuk menghindari perasaan yang tidak menyenangkan atau menyakitkan (Kunto, 1999).

Hedon berarti kesenangan atau *pleasure*. Prinsip hedonisme berpendapat bahwa hal baik merupakan sesuatu yang memberikan kesenangan, sementara hal yang menyebabkan kesusahan, penderitaan atau ketidaknyamanan dianggap sebagai hal yang tidak baik (Salam, 2002). Banyak generasi Z cenderung menjalani gaya hidup hedonis, dipicu oleh kemudahan dan kecepatan memperoleh berbagai produk dan layanan melalui teknologi. Gaya hidup dinamis mereka sering kali ditandai dengan minimnya perhatian terhadap masa depan, dengan fokus utama pada kepuasan dan pengalaman saat ini.

Gaya hidup hedonis merupakan pola hidup yang mengarahkan pada semua aktivitasnya hanya untuk mencari kesenangan hidup. Aktivitas tersebut berupa lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, sering membeli barang-barang mahal untuk memenuhi kesenangannya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian (Susianto, 1993).

Berdasarkan beberapa pernyataan terkait gaya hidup hedonis, dapat penulis simpulkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan pola hidup yang menjadikan

pencarian kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan utama dalam kehidupan, tercermin dalam cara seseorang menggunakan waktu, energi, dan uang. Gaya hidup ini ditandai dengan perilaku konsumtif, keinginan menjadi pusat perhatian, serta kecenderungan menghabiskan banyak waktu untuk aktivitas rekreasi di luar rumah. Para penganutnya fokus pada kepuasan saat ini dengan sedikit perhatian pada masa depan, dan pola hidup ini semakin diperkuat oleh kemudahan akses terhadap berbagai produk dan layanan melalui teknologi, terutama di kalangan generasi Z.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Gaya Hidup Hedonis

Menurut Kotler dan Keller tahun 2012 dalam (Ananda et al., n.d.) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis dapat dibagi menjadi dua, yaitu faktor yang bersumber dari dalam diri individu (internal) dan dari lingkungan luar individu eksternal. Adapun faktor internal, meliputi :

1. Sikap

Penilaian individu terhadap suatu objek, orang, atau situasi tertentu dapat berupa pandangan positif maupun negatif. Perilaku tersebut berperan dalam menentukan cara individu merespons pengalaman yang berkaitan dengan kesenangan dan kemewahan.

2. Pengalaman dan pengamatan

Interaksi langsung melibatkan hubungan individu secara langsung dengan lingkungannya, sementara pengamatan merupakan proses mengamati dan memahami tindakan orang lain.

3. Kepribadian

Pola karakteristik psikologis yang stabil dan memengaruhi cara seseorang berpikir, merasakan, dan bertindak. Individu dengan kepribadian ekstrovert lebih mungkin terlibat dalam kegiatan sosial dan mencari kesenangan dibandingkan dengan individu yang cenderung introvert.

4. Konsep Diri

Merujuk pada persepsi individu terhadap dirinya sendiri, termasuk cara mereka ingin dipandang oleh orang lain. Individu dengan konsep diri yang positif dan rasa percaya diri cenderung lebih terbuka untuk mencoba pengalaman hedonis, sedangkan mereka dengan konsep diri yang negatif mungkin merasa tertekan saat terlibat dalam perilaku semacam itu.

5. Motif

Motivasi atau faktor pendorong yang mengarahkan individu untuk mengambil tindakan tertentu. Motif untuk mencari kesenangan dapat muncul dari kebutuhan untuk beristirahat, melarikan diri dari stres, atau keinginan untuk bersosialisasi, yang kesemuanya dapat memengaruhi perilaku hedonis.

6. Lemahnya Keyakinan Agama

Individu dengan keyakinan agama yang kurang kuat mungkin lebih rentan terlibat dalam perilaku hedonis karena minimnya pembatasan moral yang umumnya diajarkan dalam agama.

Sedangkan dengan Eksternal, meliputi :

1. Keluarga

Unit sosial yang terdiri dari individu-individu yang saling terhubung, umumnya melalui ikatan darah atau pernikahan. Nilai dan norma keluarga

dapat membentuk sikap individu terhadap kesenangan, seperti keluarga yang mendukung kebebasan dapat menghasilkan individu yang lebih hedonis.

2. Kelas Sosial

Kelompok dalam masyarakat yang memiliki kesamaan dalam status ekonomi, pendidikan, dan kekuasaan. Kelas sosial dapat mempengaruhi akses individu terhadap pengalaman hedonis. Misalnya, individu dari kelas sosial yang lebih tinggi mungkin memiliki lebih banyak sumber daya untuk mengejar kesenangan.

3. Kebudayaan

Sekumpulan nilai, norma, dan kebiasaan yang diterima oleh suatu kelompok orang. Kebudayaan dapat memengaruhi cara pandang individu terhadap kesenangan. Dalam budaya yang menghargai kesenangan, individu cenderung lebih terbuka untuk terlibat dalam perilaku hedonis.

4. Kelompok Referensi

Kelompok sosial yang berpengaruh terhadap sikap dan perilaku seseorang. Teman sebaya dan kelompok sosial lainnya dapat memberikan pengaruh sosial yang mendorong individu untuk terlibat dalam perilaku hedonis, seperti menghadiri pesta atau berbelanja.

5. Kelompok Minat dan Bakat

Kelompok yang terbentuk karena adanya kesamaan hobi, minat, atau bakat. Keikutsertaan dalam kelompok ini dapat mendorong individu untuk menjelajahi kesenangan dalam berperilaku hedonis.

2.1.3.3 Indikator Gaya Hidup Hedonis

Indikator gaya hidup hedonis berdasarkan Teori Darden dalam (Engle et al., 1994) yang juga memiliki persamaan dengan (Kotler dan Keller, 2012) terbagi atas 3 aspek, yaitu :

1. Minat

Minat dapat muncul dari berbagai hal yang menarik perhatian individu atau kelompok, baik itu terkait dengan peristiwa, objek, atau tema yang berkaitan dengan kesenangan hidup. Contohnya termasuk fashion, kuliner, barang-barang mewah, serta lokasi berkumpul yang membuat seseorang merasa ingin selalu menjadi pusat perhatian.

2. Aktivitas

cara yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memanfaatkan waktu mereka melalui tindakan nyata yang dapat diamati, seperti mengunjungi tempat hiburan seperti kafe atau bioskop, serta pergi ke lokasi belanja seperti mal, pasar, atau supermarket.

3. Opini

pandangan atau penilaian subjektif seseorang terhadap suatu isu atau fenomena, yang dipengaruhi oleh pengalaman dan nilai-nilai individu. Berbeda dengan fakta, opini tidak selalu didasarkan pada bukti objektif dan dapat bervariasi antar individu.

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Pengaruh *Digital payment* Terhadap Perilaku Keuangan

Sistem pembayaran digital merupakan inovasi berbasis internet yang memberikan kemudahan dan efisiensi dalam proses transaksi, yang telah diterima secara luas di berbagai sektor, mulai dari industri perbankan hingga perusahaan rintisan, dan telah digunakan untuk berbagai jenis transaksi. *Digital payment* berpengaruh secara positif signifikan terhadap perilaku keuangan generasi Z. dengan kata lain *digital payment* dan berbagai aspek dari pembayaran digital secara bersamaan mendorong individu untuk melakukan perilaku konsumtif atau mempengaruhi cara individu berperilaku dalam aspek keuangan (Mora & Sidiq, 2024).

Digital payment dengan faktor-faktor yang mendukung berdasarkan Teori Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance model*, TAM) oleh Fred Davis tahun 1989 dan Teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) oleh Venkatesh pada tahun 2012 seperti, kemudahan akses, efisiensi transaksi, motivasi hedonis, habit, serta niat adopsi, menjadi penyokong dalam pembentukan cara generasi z berperilaku dalam aspek keuangan.

Dimana kemudahan akses yang disediakan oleh berbagai aplikasi pembayaran digital memungkinkan mereka untuk melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja tanpa harus terikat pada metode tradisional. Tingkat efisiensi transaksi yang tinggi juga mempercepat proses pembayaran, sehingga mereka dapat lebih fokus pada aktivitas lain. Selain itu, motivasi hedonis dalam sistem pembayaran digital dapat meningkatkan kesenangan dalam bertransaksi yang mendorong generasi Z untuk melakukan perilaku konsumtif. Pengaruh

kebiasaan dalam menggunakan pembayaran digital juga berperan besar dalam pola perilaku keuangan generasi Z, di mana kebiasaan dalam bertransaksi digital dapat meningkatkan frekuensi transaksi dan berpengaruh dalam stabilitas keuangan mereka. Dengan semua faktor ini berkontribusi secara sinergis, generasi Z tidak hanya mengadopsi cara baru dalam bertransaksi, tetapi juga mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan uang.

Berdasarkan uraian teori diatas dan hasil penelitian tersebut dapat diduga bahwa *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku keuangan.

2.2.2 Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan

Gaya hidup hedonis merupakan pola hidup yang menjadikan kesenangan dan pemenuhan diri sebagai prioritas utama yang sering terlihat melalui perilaku konsumtif yang berlebihan serta kecenderungan untuk lebih mementingkan kepuasan sesaat daripada mempertimbangkan kewajiban untuk masa depan.

Menurut (Kotler dan Keller, 2012) menekankan bahwa gaya hidup bukan hanya tentang mencari kesenangan, tapi juga tentang bagaimana individu mengorganisasikan aktivitas, minat, dan opini mereka dalam kehidupan sehari-hari yang mencerminkan seluruh identitas individu dalam berhubungan dengan lingkungan sekitarnya serta dapat menunjukkan pola tindakan dan interaksi mereka. Generasi Z cenderung memiliki ketertarikan yang kuat terhadap barang dan aktivitas yang sedang tren, sehingga mereka tidak ragu untuk mengalokasikan lebih banyak dana demi mengikuti gaya hidup yang selaras dengan tren tersebut. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perilaku keuangan generasi Z semakin dipengaruhi oleh meningkatnya hedonisme dalam gaya hidup mereka (Meilani & Kusuma, 2024).

Gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z yang dikenal memiliki minat yang tinggi terhadap produk yang sedang populer, sehingga mereka tidak takut untuk mengeluarkan lebih banyak uang demi menjalani gaya hidup tersebut. Gaya hidup hedonis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan generasi Z yang didukung oleh penelitian (Gunawan et al., 2020). Dimana mahasiswa yang menjadi objek penelitian menunjukkan gaya hidup yang tergolong tidak sehat, dengan kecenderungan tinggi untuk mengejar kesenangan dan kenikmatan saat ini tanpa mempertimbangkan keamanan dan manfaat untuk masa depan. Berdasarkan uraian teori diatas dan hasil penelitian tersebut dapat diduga bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku keuangan.

2.2.3 Pengaruh *Digital payment* dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan

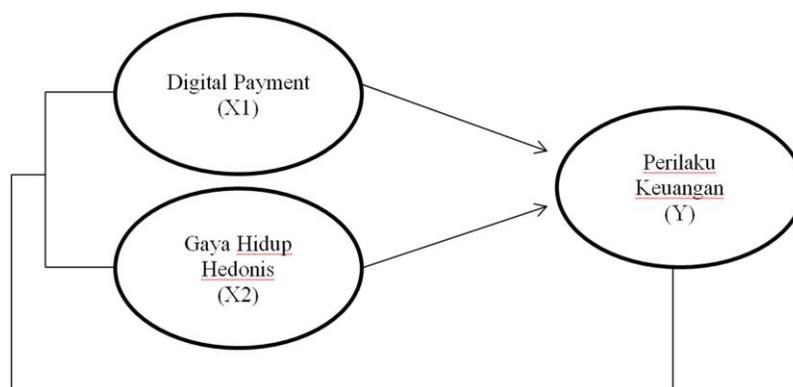
Dari penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan generasi Z saat ini, diantaranya adalah *digital payment* dan gaya hidup hedonis.

Digital payment dapat berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z dengan didukung oleh faktor-faktor yang berperan dalam membentuk cara generasi z mengelola dan membelanjakan uang mereka, seperti kemudahan akses, efisiensi transaksi, motivasi hedonis, habit, serta niat untuk menggunakannya. Walaupun ada tantangan dalam melakukan sistem tersebut seperti, ketergantungan pada teknologi dan terkait keamanan, tetapi sistem *digital payment* ini telah diterima secara luas oleh berbagai sektor untuk berbagai transaksi.

Menurut penelitian (Widiantari et al., 2023), permasalahan dalam perilaku keuangan adalah gaya hidup seperti yang kita ketahui, saat ini generasi Z dikenal dengan gaya hidup yang sangat energik dan cenderung hanya memusatkan perhatian pada keadaan saat ini tanpa mempertimbangkan konsekuensi di masa depan. Dengan pemikiran bahwa hidup hanya sekali, generasi ini merasa bahwa segala sesuatu yang dimiliki saat ini harus digunakan atau dihabiskan segera.

Digital payment dan gaya hidup hedonis sangat berpengaruh pada perilaku keuangan generasi Z. Penggunaan metode pembayaran digital yang semakin meningkat sejalan dengan gaya hidup hedonis, dimana generasi Z yang mencari pengalaman dan kesenangan cenderung memilih pembayaran yang lebih praktis dan mudah dengan melakukan *digital payment* yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku keuangan mereka melalui peningkatan pengeluaran untuk barang dan jasa yang memberikan kepuasan dan pengalaman yang singkat.

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian diatas, dapat diduga bahwa *Digital payment* dan Gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap Perilaku keuangan. *Digital payment* dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Keuangan dapat digambarkan dalam kerangka konseptual berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Hipotesis menunjukkan hubungan atau pengaruh yang ada pada penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah dan kerangka konseptual sebelumnya :

1. *Digital payment* berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z
2. Gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z
3. *Digital payment*, dan perilaku keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey, karena mengambil sampel dari satu populasi. Penelitian ini menerapkan pendekatan eksplanatori, yang bertujuan untuk menguraikan hubungan sebab akibat antara variable penelitian serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Nasution et al., 2020). Pendekatan yang diterapkan merupakan pendekatan kuantitatif, di mana penelitian ini menggunakan data dalam bentuk angka atau data yang telah diubah menjadi nilai numerik (*scoring*). Penelitian ini menggunakan kuisisioner yang disebarakan kepada sampel dan populasi yang telah ditentukan.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah elemen penelitian yang berfungsi sebagai panduan untuk mempermudah proses penelitian, sehingga setiap konsep yang digunakan dapat diuji dan keabsahannya dapat diketahui. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut:

3.2.1 Perilaku Keuangan (Y)

Perilaku keuangan merupakan cara individu melakukan aktivitas perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian keuangan yang dilakukan secara efektif dan efisien. Hal ini mencakup pertimbangan terhadap kebutuhan saat ini dan masa depan, kemampuan untuk mengelola risiko, serta respons terhadap informasi keuangan yang tersedia. Perilaku keuangan yang sehat tercermin melalui aktivitas perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian keuangan yang dilakukan dengan baik (Gunawan, A., & Syakinah, 2022).

Tabel 3. 1 Indikator Perilaku Keuangan

| No. | Indikator | Item Pertanyaan |
|-----|--------------------------|-----------------|
| 1. | Penganggaran | 2 |
| 2. | Pengendalian Pengeluaran | 3 |
| 3. | Pemikiran Masa Depan | 2 |

Sumber : (Ajzen, 1985)

3.2.2 Variabel *Digital payment* (X1)

Digital payment merupakan inovasi dalam sistem pembayaran berbasis internet yang memberikan kemudahan akses dan efisiensi waktu, serta telah diterapkan secara luas untuk mendukung berbagai jenis transaksi di beragam sektor mulai dari perbankan hingga startup digital, implementasi pembayaran digital terus berkembang seiring meningkatnya kebutuhan akan layanan yang cepat dan praktis di era modern.

Tabel 3. 2 Indikator *Digital payment*

| No. | Indikator | Item Pertanyaan |
|-----|---------------------|-----------------|
| 1. | Efisiensi Transaksi | 1 |
| 2. | Kemudahan Akses | 1 |
| 3. | Motivasi Hedonis | 1 |
| 4. | Habit | 1 |
| 5. | Niat Adopsi | 2 |

Sumber : (Davis, 1989) & (Ventakatesh, 2012)

3.2.3 Variabel Gaya Hidup Hedonis (X2)

Gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang memprioritaskan kesenangan dan kepuasan pribadi sebagai tujuan utama. Pola ini sering ditandai dengan perilaku konsumtif yang berlebihan serta kecenderungan untuk lebih mengutamakan kepuasan sesaat daripada memperhatikan kewajiban jangka panjang.

Tabel 3. 3 Indikator Gaya Hidup Hedonis

| No. | Indikator | Item Pertanyaan |
|-----|-----------|-----------------|
| 1. | Aktivitas | 3 |
| 2. | Minat | 1 |
| 3. | Opini | 2 |

Sumber : (Kotler dan Keller, 2012)

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Medan Denai. Yang menjadi sasarannya adalah seluruh generasi Z yang berada di Kecamatan Medan Denai yang menggunakan sistem pembayaran digital.

3.3.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian direncanakan mulai dari bulan Desember 2024 sampai dengan bulan April 2025. Untuk lebih jelasnya, jadwal kegiatan penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. 4 Waktu Penelitian

| No | Jenis Kegiatan | 2025 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|------------------------|---------|---|---|---|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|
| | | Januari | | | | Februari | | | | Maret | | | | April | | | | Juni | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Pengajuan Judul | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Prariset Penelitian | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Penyusunan Tugas akhir | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Bimbingan Tugas akhir | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Seminar Tugas akhir | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| 6 | Revisi Tugas akhir | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | |
| 7 | Penyusunan Tugas akhir | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| 8 | Bimbingan Tugas akhir | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 9 | Sidang Meja Hijau | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2025

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merujuk pada seluruh objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus penelitian untuk dianalisis serta disimpulkan (Sugiyono, 2018). Populasi dari penelitian ini merupakan seluruh generasi Z di Kecamatan Medan Denai, Kecamatan Medan Denai yang jumlahnya tidak diketahui dan menggunakan sistem pembayaran digital QRIS.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang terdiri atas sejumlah individu yang dipilih dari populasi dan berfungsi sebagai perwakilan dari keseluruhan anggota populasi (Sugiyono, 2018). Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dengan menggunakan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Z di seluruh Kecamatan Medan Denai, Kecamatan Medan Denai yang menggunakan sistem pembayaran digital QRIS.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, berhubung jumlah populasi yang tidak diketahui. Rumus Lemeshow adalah formula yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel ketika jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow.

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ digenapkan } 100 \text{ orang}$$

Dimana :

n : Jumlah sampel

z ; Nilai standart = 1,96

p : Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d : Alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Maka berdasarkan rumus Lemeshow diperoleh hasil jumlah minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden kemudian digenapkan menjadi 100 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow karena jumlah generasi Z di Kecamatan Medan Denai yang menggunakan pembayaran digital tidak diketahui atau populasi yang dituju terlalu besar dan berubah-ubah.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data lengkap dan teliti dalam penelitian ini, maka penelitian menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan :

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara pewawancara dan responden. Dalam teknik ini, peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan kepada responden, yang kemudian memberikan jawaban yang dicatat untuk dianalisis lebih lanjut. Wawancara ini dilaksanakan secara terstruktur dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya.

2. Kuisisioner

Metode penelitian yang diterapkan adalah kuisisioner, yang didistribusikan kepada seluruh sampel penelitian, yaitu generasi Z di Kecamatan Medan Denai yang menggunakan sistem pembayaran digital QRIS. Teknik skala yang digunakan adalah skala likert, yang dirancang untuk mengukur tingkat kesetujuan responden terhadap suatu pernyataan atau pertanyaan. Tingkat kesetujuan ini umumnya memiliki pernyataan

dengan gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, yang dibagi dalam 5 skor penelitian sebagai berikut :

Tabel 3. 5 Skala Likert

| Pernyataan | Bobot |
|---------------------|--------------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Kurang Setuju | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Untuk menguji apakah instrument yang diukur layak digunakan sehingga mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan pengukurannya maka, angket yang disusun akan diuji kelayakannya melalui pengujian Validitas dan Realibilitas :

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Dalam oertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya.

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i) (\sum y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \cdot \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Dimana :

n = Banyaknya pasangan pengamatan

$\sum x$ = Jumlah pengamatan variabel x

Σy = Jumlah pengamatan variabel y

(Σx^2) = Jumlah kuadrat pengamatan variabel x

(Σy^2) = Jumlah kuadrat pengamatan variabel y Σ

Σxy = Jumlah hasil kali variabel x dan y

Kinerja penerima/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Tolak H_0 jika nilai korelasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung < nilai probabilitasnya yang ditetapkan sebesar 0,05 (sig 2-tailed < α 0,05).
2. Tolak H_0 jika nilai korelasi adalah negatif dan probabilitas yang dihitung > nilai probabilitas yang diterapkan sebesar 0,05 (sig 2-tailed > α 0,05).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui reliabel atau tidaknya instrumen penelitian yang telah dibuat. Reliabel berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai koefisien reliabilitas *cronbach alpha* > 0,6, maka instrument dinyatakan reliable (terpercaya).
2. Jika nilai koefisien reliabilitas *cronbach alpha* < 0,6, maka instrument dinyatakan tidak reliable (tidak terpercaya).

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[\frac{\Sigma \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Dimana :

r : Reliabilitas instrumen

k : Banyak butir pertanyaan

$\Sigma \sigma^2$: Jumlah varians butir

σ^2 : Varian total

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang akan diteliti, yaitu apakah variabel *Digital payment* dan Gaya Hidup Hedonis mempengaruhi variabel terikat Perilaku Keuangan, baik secara parsial maupun secara simultan. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini tidak diolah secara manual, namun menggunakan *software Statistical Package for Social Sciences (SPSS)*.

3.6.1 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regresional analysis*) (Juliandi et al., 2018) Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Dimana:

Y : Perilaku Keuangan

a : Nilai Konstanta Y bila $X_1, X_2 = 0$

X_1 : *Digital payment*

X_2 : Gaya Hidup Hedonis

Metode regresi merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linier yang tidak bias yang terbaik. Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan uji asumsi klasik.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas dan heterokedastitas.

3.6.2.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji normalitas ini memiliki dua cara untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, yaitu melalui pendekatan Grafik dengan ketentuan uji sebagai berikut :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflasi Factor*) antara variabel independen dan nilai *tolerance*. Batasan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual pengamatan yang lain tetap, disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi dengan cara melihat grafik scatterplot antara lain prediksi variabel terikat dengan nilai residual.

Dasar analisis adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang berbentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah adalah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas.

3.6.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya untuk menguji keberadaan autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji statistik Durbin Watson. Salah satu cara mengidentifikasi adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W):

- a. Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b. Jika nilai D-W diantara -2 sampai $+2$ berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Jika nilai D-W diatas $+2$ berarti ada autokorelasi negative.

3.6.3 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu proses dari pendugaan parameter dalam populasi, yang dapat membawa pada suatu keputusan akhir yaitu menolak atau menerima pernyataan tersebut. Adapun pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dengan cara sebagai berikut :

3.6.3.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji-t digunakan untuk melihat apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05, penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $>0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independent tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent.
2. Jika nilai signifikan maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independent tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent.
3. Nilai koefisien beta (β) harus searah dengan hipotesis yang diajukan.

Uji-t dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen. Alasan lainnya uji-t dipergunakan yaitu untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat dengan uji-t, maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Sumber : (Sugiyono 2019 hal 184)

Dimana :

t : nilai t hitung

r : koefisien korelasi

n : jumlah sampel

Tahap – tahap :

1. Bentuk pengujian

$H_0 : r_s = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel (Y) .

$H_0 : r_s \neq 0$, artinya terdapat hubungan signifikan antara bvariabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

2. Kroteria pengambilan keputusan

- a. Bila $>$, maka H_0 ditolak, menunjukkan ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Bila $<$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.6.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan secara serentak apakah variabel bebas atau dependent variabel (Xi) mempunyai pengaruh yang positif atau negatif, serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependent variabel (Y). Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi ganda dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Sumber : (Sugiyono 2019 hal 257)

Dimana :

F_h : Nilai f hitung

R^2 : Koefisien koefisien ganda

n : Jumlah variabel

F : F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

Adapun tahapan – tahapannya sebagai berikut :

1. Bentuk pengujian

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel independet tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.

$H_0 : \beta \neq 0$, artinya variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent.

2. Pengambilan keputusan

a. Tolak H_0 apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$.

b. Tolak H_0 apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} \geq -F_{tabel}$.

3.6.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin kecil (mendekati nol) berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas atau memiliki pengaruh yang kecil, dan jika nilai R^2 semakin besar (mendekati satu) berarti variabel – variabel independen

memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen atau memiliki pengaruh yang besar dengan rumus determinasi sebagai berikut :

$$D = R^2 \times 100\%$$

Sumber : (Sugiyono 2019 hal 277)

Dimana :

D : Koefisien determinasi

R : Koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

100% : Presentase kontribusi

Untuk mempermudah peneliti dalam pengelolaan penganalisaan data, peneliti menggunakan program computer yaitu *Statistical Program For Social Science* (SPSS).

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menjadikan pengelolaan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 19 pernyataan, yaitu 6 pernyataan untuk variabel X1 (*Digital payment*), 6 pernyataan untuk variabel X2 (*Gaya Hidup Hedonis*) dan 7 pernyataan untuk variabel Y (*Perilaku Keuangan*). Angket diberikan kepada responden melalui *Google Form*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden generasi Z di Kecamatan Medan Denai yang dihitung dengan menggunakan rumus Lemeshow.

Hasil data angket penelitian yang disebarkan kemudian diberikan nilai dengan metode skala likert kemudian ditabulasi dan diolah menggunakan SPSS. Setiap responden untuk menjawab angket memiliki skor tertinggi 5 poin dan skor terendah 1 poin, selanjutnya data penulis deskripsikan melalui data primer berupa angket yang telah di uji di bawah ini

4.1.2 Karakteristik Responden

4.1.2.1 Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

| No. | Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase |
|-------|---------------|--------|------------|
| 1 | Laki-laki | 51 | 51% |
| 2 | Perempuan | 49 | 49% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden terdapat 49 orang responden laki-laki (49%) dan 51 orang responden perempuan (51%). Hal

ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah generasi Z perempuan.

4.1.2.2 Identitas Berdasarkan Umur

Tabel 4. 2 Usia Responden

| No. | Umur | Jumlah | Presentase |
|-------|---------|--------|------------|
| 1 | 13 - 18 | 1 | 1% |
| 2 | 19 - 24 | 59 | 59% |
| 3 | 25 - 30 | 40 | 40% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 responden terdiri dari generasi Z yang berumur 13-18 tahun sebanyak 1 orang (1%), berumur 19 – 24 tahun sebanyak 59 orang (59%) dan berumur 25 – 30 tahun sebanyak 40 orang (40%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah yang berumur 19 – 24 tahun pada generasi Z di Kecamatan Medan Denai.

4.1.2.3 Identitas Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4. 3 Pendiidkan Responden

| No. | Pendidikan | Jumlah | Presentase |
|-------|------------|--------|------------|
| 1 | SMP | 1 | 1% |
| 2 | SMA | 20 | 20% |
| 3 | DIPLOMA | 15 | 15% |
| 4 | SARJANA | 53 | 53% |
| 5 | MAGISTER | 11 | 11% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 100 responden terdiri dari generasi Z sedang menempuh pendidikan ataupun dengan pendidikan terakhir, SMP sebanyak 1 orang (1%), SMA sebanyak 20 orang (20%), DIPLOMA sebanyak 15 orang (15%), SARJANA sebanyak 53 orang (53%), serta MAGISTER sebanyak 11 orang (11%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah generasi Z di Kecamatan Medan Denai dengan pendidikan/sedang menempuh pendidikan SARJANA.

4.1.2.4 Identitas Berdasarkan Pekerjaan/Profesi

Tabel 4. 4 Pekerjaan/profesi Responden

| No. | Pekerjaan/Profesi | Jumlah | Presentase |
|-------|--------------------|--------|------------|
| 1 | PNS/TNI/POLRI | 18 | 18% |
| 2 | Buruh/Tani/Nelayan | 17 | 17% |
| 3 | Pelajar/Mahasiswa | 38 | 38% |
| 4 | Wiraswasta | 27 | 27% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 100 responden terdiri dari generasi Z yang bekerja/berprofesi PNS/TNI/POLRI sebanyak 18 orang (18%), Buruh/Tani/Nelayan sebanyak 17 orang (17%), Pelajar/Mahasiswa sebanyak 38 orang (38%), serta Wiraswasta sebanyak 27 orang (27%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah generasi Z dengan Pekerjaan/Profesi sebagai Pelajar/Mahasiswa.

4.1.2.5 Identitas Berdasarkan Kelurahan

Tabel 4. 5 Kelurahan Responden

| No. | Kelurahan | Jumlah | Presentase |
|-------|------------------------|--------|------------|
| 1 | Binjai | 16 | 16% |
| 2 | Medan Tenggara | 15 | 15% |
| 3 | DENAI | 24 | 24% |
| 4 | Tegal Sari Mandala III | 15 | 15% |
| 5 | Tegal Sari Mandala II | 15 | 15% |
| 6 | Tegal Sari Mandala I | 15 | 15% |
| TOTAL | | 100 | 100% |

Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari 100 responden terdiri dari generasi Z yang berasal dari Kecamatan Medan Denai diantaranya dari Kelurahan Binjai sebanyak 16 orang (16%), Kelurahan Medan Tenggara sebanyak 15 orang (15%), Kelurahan DENAI sebanyak 24 orang (24%), Kelurahan Tegal Sari Mandala III sebanyak 15 orang (15%), Kelurahan Tegal Sari Mandala II sebanyak 15 orang (15%), Kelurahan Tegal Sari Mandala I sebanyak 15 orang (15%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berasal dari Kelurahan DENAI.

4.1.3 Deskripsi Hasil Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu *Digital Payment* (X1), Gaya Hidup Hedonis (X2) dan Perilaku Keuangan (Y). Deskripsi pernyataan akan menampilkan opsi jawaban setiap responden terhadap item pernyataan yang dirangkum dalam tabel berikut :

4.1.3.1 Variabel *Digital payment* (X1)

Deskripsi atau penyajian data variabel *Digital payment* generasi Z yang dirangkum didalam tabel frekuensi adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 6 Skor Angket Variabel X1 (Digital payment)

| No | Sangat Setuju | | Setuju | | Kurang Setuju | | Tidak Setuju | | Sangat Tidak Setuju | | Jumlah | |
|----|---------------|-----|--------|-----|---------------|-----|--------------|----|---------------------|----|--------|------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 20 | 20% | 43 | 43% | 33 | 33% | 4 | 4% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| 2 | 14 | 14% | 68 | 68% | 16 | 16% | 2 | 2% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| 3 | 16 | 16% | 69 | 69% | 13 | 13% | 1 | 1% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| 4 | 22 | 22% | 73 | 73% | 4 | 4% | 1 | 1% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| 5 | 32 | 32% | 56 | 56% | 11 | 11% | 1 | 1% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| 6 | 16 | 16% | 48 | 48% | 28 | 28% | 8 | 8% | 0 | 0% | 100 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian 2025 (Data Diolah)

Berdasarkan pada tabel 4.6 dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel pengelolaan keuangan adalah sebagai berikut :

1. Pada pernyataan pertama dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju bahwa kemudahan dalam pembayaran digital mendorong untuk melakukan pembelian impulsif. Responden yang menjawab setuju sebanyak 43 orang (43%). Yang artinya dengan kemudahan dari sistem pembayaran digital generasi Z di Kecamatan Medan Denai dapat melakukan pembelian secara spontan dan tidak terencana.
2. Pada pernyataan kedua dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju bahwa mereka terbiasa untuk menggunakan sistem pembayaran digital sehingga pengeluaran keuangan menjadi lebih stabil. Responden yang menjawab setuju sebanyak 68 orang (68%). Yang artinya generasi Z di Kecamatan Medan Denai memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan sistem pembayaran digital karena

lebih praktis, mudah , dan memberikan manfaat dalam pengelolaan keuangan.

3. Pada pernyataan ketiga dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju bahwa penggunaan pembayaran digital membantu dalam proses transaksi serta mengelola keuangan pribadi. Responden yang menjawab setuju sebanyak 69 orang (69%). Yang artinya generasi X di Kecamatan Medan Denai menganggap bahwa pembayaran digital memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi sehari-hari serta membantu dalam mengatur keuangan pribadi dengan lebih efisien, seperti melacak pengeluaran secara *real-time* dan mengatur anggaran.
4. Pada pernyataan keempat dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju akan merekomendasikan penggunaan sistem pembayaran digital serta manfaat-manfaatnya kepada orang lain. Responden yang menjawab setuju sebanyak 73 (73%). Yang artinya dengan adanya manfaat yang dirasakan serta kemudahan dalam penggunaan pembayaran digital dapat mempengaruhi niat adopsi yang kemudian cenderung untuk merekomendasikannya kepada orang lain.
5. Pada pernyataan kelima dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju bahwa generasi Z di Kecamatan Medan Denai selalu menggunakan fitur-fitur yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital, seperti diskon/promo, pembayaran tagihan serta layanan keuangan lainnya. Responden yang menjawab setuju sebanyak 56 orang (56%). Yang artinya generasi Z di Kecamatan Medan Denai memiliki niat adopsi menggunakan teknologi pembayaran digital yang

tidak hanya untuk transaksi dasar, tetapi juga memanfaatkan berbagai keuntungan yang ditawarkan untuk meningkatkan pengalaman.

6. Pada pernyataan keenam dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju bahwa setelah merasakan kesenangan saat berbelanja menggunakan fitur-fitur yang ditawarkan dalam sistem pembayaran digital mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian impulsif. Responden yang menjawab setuju sebanyak 48 orang (48%). Yang artinya pengalaman yang dihasilkan dari penggunaan fitur seperti diskon, promo, dan kemudahan transaksi dapat memicu dorongan untuk membeli barang secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya.

4.1.3.2 Variabel Gaya Hidup Hedonis (X2)

Deskripsi atau penyajian data dari variabel Gaya Hidup Hedonis generasi Z yang dirangkum didalam tabel frekuensi adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 7 Skor Angket Variabel X2 (Gaya Hidup Hedonis)

| No | Sangat Setuju | | Setuju | | Kurang Setuju | | Tidak Setuju | | Sangat Tidak Setuju | | Jumlah | |
|----|---------------|-----|--------|-----|---------------|-----|--------------|-----|---------------------|----|--------|------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 4 | 4% | 37 | 37% | 34 | 34% | 20 | 20% | 5 | 5% | 100 | 100% |
| 2 | 14 | 14% | 52 | 52% | 26 | 26% | 6 | 6% | 2 | 2% | 100 | 100% |
| 3 | 44 | 44% | 41 | 41% | 14 | 14% | 1 | 1% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| 4 | 11 | 11% | 48 | 48% | 25 | 25% | 11 | 11% | 5 | 5% | 100 | 100% |
| 5 | 11 | 11% | 24 | 24% | 45 | 45% | 14 | 14% | 6 | 6% | 100 | 100% |
| 6 | 48 | 48% | 41 | 41% | 8 | 8% | 2 | 2% | 1 | 1% | 100 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian 2025 (Data Diolah)

Berdasarkan pada tabel 4.7 dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel gaya hidup hedonis adalah sebagai berikut :

1. Pada pernyataan pertama dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju dengan memakai produk mahal bermerk dapat mencerminkan selera tinggi dan kelas status sosial, serta meningkatkan

rasa percaya diri. Responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 37 orang (37%). Yang artinya mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai beranggapan bahwa salah satu faktor kepercayaan diri adalah dengan menggunakan atau mengonsumsi barang-barang bermerk.

2. Pada pernyataan kedua dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju bahwa akan berbelanja setiap promo bulanan pada aplikasi pembayaran yang dimiliki. Responden yang menjawab setuju sebanyak 52 orang (52%). Yang artinya generasi Z di Kecamatan Medan Denai sangat memperhatikan kesempatan untuk mendapatkan harga lebih baik dan memanfaatkan momen-momen tertentu untuk melakukan pembelian.
3. Pada pernyataan ketiga dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai sangat setuju untuk selalu mengeluarkan uang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang (44%). Yang artinya generasi Z di Kecamatan Medan Denai cenderung melakukan aktivitas konsumsi yang lebih terencana dan memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pengelolaan keuangan pribadi.
4. Pada pernyataan keempat dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju bahwa tertarik untuk mencoba aktivitas atau barang yang memberikan kesenangan instan, seperti makan di restoran mewah atau berbelanja barang-barang branded. Responden yang setuju sebanyak 48 orang (48%). Yang artinya generasi Z di Kecamatan Medan Denai cenderung mencari pengalaman yang memberikan kepuasan cepat dan menyenangkan.

5. Pada pernyataan kelima dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai kurang setuju dengan pernyataan perlu mengikuti tren gaya hidup agar tidak dianggap kurang pergaulan. Responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 45 orang (45%). Yang artinya generasi Z di Kecamatan Medan Denai cenderung tidak merasa tertekan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma sosial yang berkaitan dengan gaya hidup tertentu.
6. Pada pernyataan keenam dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai sangat setuju bahwa banyak cara untuk memperoleh kesenangan dan tidak harus berjalan-jalan yang menghabiskan uang. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 48 orang (48%). Yang artinya generasi Z di Kecamatan Medan Denai memiliki kesadaran dan menghargai alternative hiburan yang lebih hemat yang tidak memerlukan pengeluaran besar.

4.1.3.3 Variabel Perilaku Keuangan (Y)

Tabel 4. 8 Skor Angket Variabel Y (Perilaku Keuangan)

| No | Sangat Setuju | | Setuju | | Kurang Setuju | | Tidak Setuju | | Sangat Tidak Setuju | | Jumlah | |
|----|---------------|-----|--------|-----|---------------|-----|--------------|-----|---------------------|----|--------|------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 11 | 11% | 34 | 34% | 42 | 42% | 12 | 12% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| 2 | 32 | 32% | 57 | 57% | 9 | 9% | 2 | 2% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| 3 | 17 | 17% | 25 | 25% | 42 | 42% | 13 | 13% | 3 | 3% | 100 | 100% |
| 4 | 33 | 33% | 55 | 55% | 11 | 11% | 0 | 0% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| 5 | 19 | 19% | 53 | 53% | 23 | 23% | 4 | 4% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| 6 | 15 | 15% | 26 | 26% | 35 | 35% | 17 | 17% | 7 | 7% | 100 | 100% |
| 7 | 32 | 32% | 60 | 60% | 4 | 4% | 4 | 4% | 0 | 0% | 100 | 100% |

Sumber : Hasil Penelitian 2025 (Data Diolah)

Berdasarkan pada tabel 4.8 dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel gaya hidup hedonis adalah sebagai berikut :

1. Pada pernyataan pertama dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai kurang setuju bahwa selalu mencatat pengeluaran harian, mingguan, dan bulanan. Responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 42 orang (42%). Yang artinya mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai cenderung kurang disiplin dalam mencatat pengeluaran harian, mingguan, dan bulanan, yang menunjukkan kurangnya kesadaran atau kebiasaan dalam mengelola keuangan secara terstruktur.
2. Pada pernyataan kedua dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju bahwa selalu membatasi pengeluaran dengan membagi keuangan dalam beberapa rekening (*bank/e-wallet*) yang dimiliki. Responden yang menjawab setuju sebanyak 57 orang (57%). Yang artinya mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai memiliki kesadaran dan kebiasaan yang baik dalam membatasi pengeluaran dengan cara membagi keuangan ke dalam beberapa rekening, baik bank maupun e-wallet, sebagai upaya pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur dan terkendali.
3. Pada pernyataan ketiga dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai kurang setuju bahwa membeli barang sesuai dengan apa yang diinginkan meskipun kurang dibutuhkan. Responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 42 orang (42%). Yang artinya mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai cenderung lebih mempertimbangkan kebutuhan daripada keinginan dalam pengambilan keputusan pembelian.

4. Pada pernyataan keempat dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju bahwa hanya membeli barang yang dibutuhkan saja. Responden yang menjawab setuju sebanyak 55 orang (55%). Yang artinya mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai memiliki kesadaran yang baik dalam berbelanja dengan hanya membeli barang yang benar-benar dibutuhkan.
5. Pada pernyataan kelima dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju bahwa merasa mampu menghindari pengeluaran impulsif meskipun ada godaan promo/diskon. Responden sebanyak 53 orang (53%). Yang artinya mayoritas generasi Z menunjukkan tingkat kesadaran dan pengendalian diri yang cukup baik dalam mengelola keuangan pribadi di tengah kemudahan akses *digital payment* dan berbagai tawaran menarik.
6. Pada pernyataan keenam dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai kurang setuju bahwa saat ini belum fokus merencanakan keuangan masa depan karena masih fokus dalam mengejar pendidikan/masih memiliki tanggung jawab lain. Responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 35 orang (35%). Yang artinya mayoritas generasi Z sudah mulai memberikan perhatian dan berusaha memfokuskan diri pada perencanaan keuangan masa depan meskipun memiliki kesibukan lain.
7. Pada pernyataan ketujuh dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai setuju bahwa sudah/akan mempersiapkan tabungan untuk masa depan. Responden yang menjawab setuju sebanyak 60 orang (60%). Yang artinya mayoritas generasi Z di Kecamatan Medan Denai sudah

atau berencana mempersiapkan tabungan untuk masa depan, menunjukkan kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang.

4.1.4 Uji Validitas dan Reabilitas

4.1.4.1 Uji Validitas

Untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam daftar pertanyaan (angket) yang telah disajikan pada responden, maka perlu dilakukan uji validitas. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu sendiri.

Berdasarkan hasil pengujian validitas data instrumen penelitian pada variabel *Digital Payment* (X1), Gaya Hidup Hedonis (X2) dan Perilaku Keuangan (Y) yang sudah di uji yaitu :

Tabel 4. 9 Uji Validitas

| Item Pertanyaan | | r hitung | r tabel | Probabilitas Item | Keterangan |
|-----------------------------|------|----------|---------|-------------------|------------|
| Perilaku Keuangan (Y) | P1 | 0,640 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | P2 | 0,535 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | P3 | 0,512 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | P4 | 0,530 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | P5 | 0,607 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | P6 | 0,543 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | P7 | 0,553 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| <i>Digital payment</i> (X1) | DP1 | 0,652 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | DP2 | 0,515 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | DP3 | 0,565 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | DP4 | 0,721 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | DP5 | 0,695 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | DP6 | 0,656 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| Gaya Hidup Hedonis (X2) | GHH1 | 0,659 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | GHH2 | 0,515 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | GHH3 | 0,387 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | GHH4 | 0,791 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | GHH5 | 0,793 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |
| | GHH6 | 0,405 | 0,196 | 0,000 < 0,05 | VALID |

Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

1. Dari semua butir pertanyaan untuk masing-masing pernyataan pada variabel Perilaku Keuangan (Y) ternyata semua pertanyaan mempunyai status valid.
2. Dari semua butir pertanyaan untuk masing-masing pernyataan pada variabel *Digital payment* (X1) ternyata semua pertanyaan mempunyai status valid.
3. Dari semua butir pertanyaan untuk masing-masing pernyataan pada variabel Gaya Hidup Hedonis (X2) ternyata semua pertanyaan mempunyai status valid.

4.1.4.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah penentuan, akurasi atau tingkat yang ditunjukkan oleh alat pengukur. Jika jawaban seseorang terhadap suatu kuesioner konsisten, maka item kuesioner tersebut dinyatakan kredibel. Di dalam penelitian ini, Cronbach's Alpha digunakan untuk menentukan apakah kuesioner tersebut reliabel. Jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, maka kuesioner dianggap reliabel sedangkan jika kurang dari 0,60 maka kuesioner dianggap tidak reliabel. Keandalan kuesioner yang penulis sampaikan kepada responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel statistik reliabilitas yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas

| Variabel | Nilai Alpha | Status |
|------------------------|-------------|----------|
| Perilaku Keuangan | 0,616 | Reliable |
| <i>Digital payment</i> | 0,691 | Reliable |
| Gaya Hidup Hedonis | 0,657 | Reliable |

Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

1. Perilaku Keuangan memiliki nilai reliabilitas sebesar $0,615 > 0,600$ maka variabel Perilaku Pengelolaan Keuangan adalah reliabel.
2. *Digital payment* memiliki nilai reliabilitas sebesar $0,691 > 0,600$ maka variabel Literasi Keuangan adalah reliabel.
3. Gaya Hidup Hedonis memiliki nilai reliabilitas sebesar $0,651 > 0,600$ maka variabel Sikap Keuangan adalah reliabel.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan pengujian menggunakan SPSS, maka hasil persamaan regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 10.384 | 2.799 | | 3.710 | .000 |
| <i>Digital payment</i> (X1) | .371 | .121 | .292 | 3.060 | .003 |
| Gaya Hidup Hedonis (x2) | .329 | .096 | .326 | 3.418 | .001 |

a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan (Y)

Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 10,384 + 0,371X_1 + 0,329X_2$$

Persamaan di atas memperlihatkan bahwa semua variabel X (*Digital payment* dan Gaya Hidup Hedonis) memiliki koefisien yang positif, berarti seluruh variabel bebas mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel Y (Perilaku Keuangan).

Model penelitian dalam bentuk persamaan regresi linear berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut :

1. Jika *Digital payment* dan Gaya Hidup Hedonis diasumsikan sama dengan nol, maka perilaku keuangan bernilai sebesar 10,384.
2. Jika *Digital payment* ditingkatkan 100%, maka akan diikuti dengan peningkatan Perilaku Keuangan sebesar 0,371 atau 37,1%.
3. Jika Gaya Hidup Hedonis ditingkatkan 100%, maka akan diikuti dengan peningkatan Perilaku Keuangan sebesar 0,329 atau 32,9%.

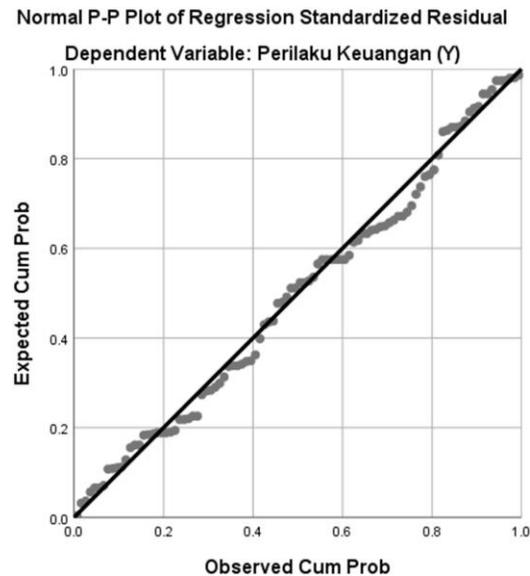
4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Data yang berdistribusi normal tersebut dapat dilihat melalui grafik p-plot. Menurut model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Kriteria pengujiannya adalah :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Normalitas dapat dilihat melalui pendekatan grafik sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Hasil P-Plot Uji Normalitas

Gambar 4.1 memperlihatkan grafik normal probability plot, yang menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar mengikuti arah garis diagonal. Hal ini tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

4.2.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat Faktor Inflasi Varian (VIF) dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Bila $VIF > 10$, maka terdapat multikolinieritas.
2. Bila $VIF < 10$, berarti tidak terdapat multikolinieritas.
3. Bila Tolerance $> 0,1$, maka tidak terjadi multikolinieritas.
4. Bila Tolerance $< 0,1$, maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas**Coefficients^a**

| Model | | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------------------|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | <i>Digital payment (X1)</i> | .827 | 1.209 |
| | Gaya Hidup Hedonis (X2) | .827 | 1.209 |

a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan (Y)

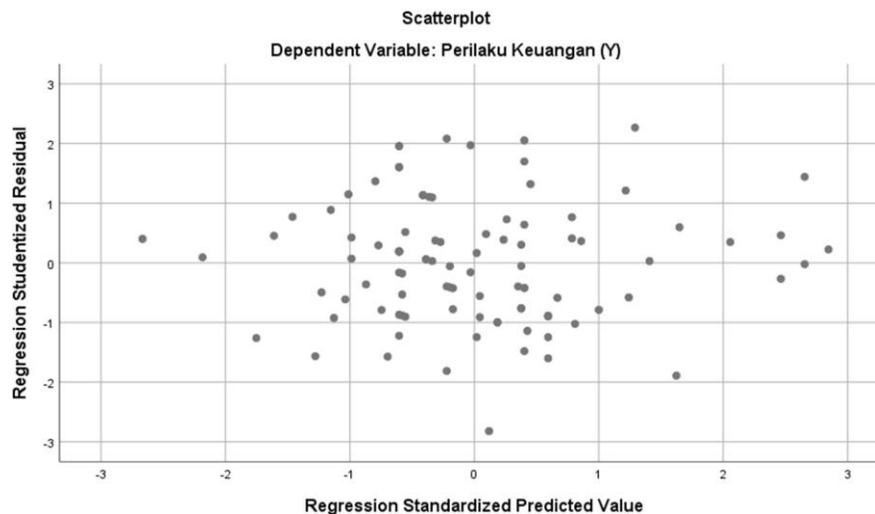
Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan dari tabel diatas, hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai VIF dan nilai Tolerance untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Nilai toleransi *Digital payment* sebesar $0,827 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,209 < 10$ maka variabel *Digital payment* dinyatakan bebas dari Multikolinieritas.
2. Nilai toleransi Gaya Hidup Hedonis sebesar $0,827 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,209 < 10$ maka variabel Gaya Hidup Hedonis dinyatakan bebas dari Multikolinieritas.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastistas

Uji heteroskedastistas bertujuan apakah model regresi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual pengamatan yang lain tetap, disebut homokedasitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastistas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastistas.



Gambar 4. 2 Hasil Scatterplot Heteroskedastitas

Gambar 4. 2 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka 0 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastitas pada model regresi.

4.2.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari auto korelasi.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .520 ^a | .271 | .256 | 2.851 | 1.103 |

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonis (X2), *Digital payment* (X1)

b. Dependent Variable: Perilaku Keuangan (Y)

Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai durbin Watson (D-W) sebesar 1,103 diantara -2 sampai 2 ($-2 < 1,103 < 2$). Maka dapat disimpulkan bahwa dari angka durbin Watson (D –W) tersebut tidak terjadi autokorelasi.

4.2.3 Pengujian Hipotesis

4.2.3.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel (Y). Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 100 dan jumlah parameter (k) adalah 3, sehingga diperoleh :

$$df = n - k = 100 - 3 = 97, \text{ maka pada } \alpha = 0,05 \text{ diperoleh } t_{\text{tabel}} 1,661.$$

Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (Uji T)

| Model | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|-----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 10.384 | 2.799 | | 3.710 | .000 |
| <i>Digital payment</i> (X1) | .371 | .121 | .292 | 3.060 | .003 |
| Gaya Hidup Hedonis (x2) | .329 | .096 | .326 | 3.418 | .001 |

a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan (Y)

Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

Berdasarkan hasil Uji-t pada Tabel 4.12 diatas, maka diperoleh hasil :

1. Pengaruh *Digital payment* Terhadap Perilaku Keuangan

Dari tabel uji-t diatas dapat dipahami bahwa pengaruh *Digital payment* terhadap Perilaku Keuangan diperoleh $t_{\text{hitung}} = 3,060$ dan $t_{\text{tabel}} = 1,661$ selanjutnya terlihat pula nilai sig. adalah $0,003 < 0,05$. Dengan demikian variabel *Digital payment* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan pada generasi Z di Kecamatan Medan Denai.

2. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan

Dari tabel uji-t diatas dapat dipahami bahwa pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Keuangan diperoleh $t_{hitung} = 3,418$ dan $t_{tabel} = 1,661$ kemudian nilai sig. adalah $0,001 < 0,05$. Dengan demikian variabel Gaya Hidup Hedonis berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan pada generasi Z di Kecamatan Medan Denai.

4.2.3.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan secara serentak apakah variabel bebas atau independent variabel mempunyai pengaruh yang positif atau negative, serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependent variabel. Dasar pengambilan keputusan Uji-F (Simultan) adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai f_{hitung} dan f_{tabel}
 - a. Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$, hipotesis diterima maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (maka tolak H_0).
 - b. Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ hipotesis ditolak maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (maka terima H_0).
2. Berdasarkan nilai signifikan
 - a. Jika nilai sig. $< 0,05$ maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai sig. $> 0,05$ maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4. 15 Uji Simultan (Uji F)

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 Regression | 292.481 | 2 | 146.240 | 17.990 | .000 ^b |
| Residual | 788.519 | 97 | 8.129 | | |
| Total | 1081.000 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan (Y)

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonis (X2), *Digital payment* (X1)

Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

Dari tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa nilai F adalah 17,990, kemudian nilai sig nya adalah 0,000. Taraf signifikan yang digunakan adalah 5%, uji dua pihak dan $df = n - k$ dan $k - 1$.

$$F_{\text{tabel}} = df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$$

$$F_{\text{tabel}} = 3,09$$

Didalam hal ini $F_{\text{hitung}} = 17,990 > F_{\text{tabel}} 3,09$ dengan nilai sig adalah 0,000 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan *Digital payment* dan Gaya Hidup Hedonis berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Perilaku Keuangan generasi Z di Kecamatan Medan Denai.

4.2.4 Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi (R-Square) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Apabila nilai korelasi sebesar -1 atau 1 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sempurna antara kedua variabel, sedangkan nilai koefisien korelasi 0 menunjukkan hubungan antara kedua variabel sama sekali tidak sempurna.

Berikut ini adalah hasil pengujian statistiknya :

Tabel 4. 16 Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .520 ^a | .271 | .256 | 2.851 | 1.103 |

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonis (X2), *Digital payment* (X1)

b. Dependent Variable: Perilaku Keuangan (Y)

Sumber : Data Penelitian Diolah (2025)

Semakin tinggi nilai R-Square maka akan semakin baik bagi model regresi, karena berarti kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikatnya juga semakin besar. Nilai R-Square 0,271 menunjukkan 27,1% variabel Perilaku Keuangann generasi Z dipengaruhi *Digital payment* dan Gaya Hidup Hedonis sisanya 72,9% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh *Digital payment* terhadap Perilaku Keuangan

Digital payment merupakan metode transaksi yang memungkinkan individu atau bisnis untuk melakukan pembayaran secara elektronik tanpa menggunakan uang tunai. Sistem ini memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memfasilitasi transfer dana, baik melalui aplikasi mobile seperti *e-wallet* maupun perangkat lainnya.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh *Digital payment* (X1) terhadap Perilaku Keuangan (Y) dengan nilai $t_{hitung} 3,060 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai sig $0,003 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *Digital payment* berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Keuangan generasi Z di Kecamatan Medan Denai. Maka dari itu H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dengan demikian, *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z yang artinya dalam hal indikator-indikator yang terdapat pada *digital*

payment, generasi Z merasa mudah dalam melakukan transaksi keuangan menggunakan *digital payment*, generasi Z juga mayoritas telah terbiasa dan merasa terbantu untuk menggunakan sistem pembayaran digital demi menstabilkan pengeluaran. Namun, pada beberapa indikator menjelaskan tentang motivasi dan niat adopsi yang diberikan dari kesenangan serta kemudahan dalam menggunakan pembayaran digital dapat mempengaruhi generasi Z di Kecamatan Medan Denai dalam melakukan pembelian impulsif.

Sesuai dengan hasil penelitian (Negara dan Sunaryo, 2024) yang menyatakan bahwa *Financial Technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Keuangan. Dengan kata lain, adopsi teknologi keuangan digital tidak hanya memudahkan transaksi, tetapi juga mendorong perilaku keuangan yang lebih bijak dan terencana di kalangan generasi muda. Apabila pembayaran digital tidak dimanfaatkan secara bijak, kemudahan penggunaannya justru dapat menyebabkan generasi Z menjadi lebih boros (Citra, R. Y., & Komara, E.F, 2025). Seperti hasil penelitian (Siskawati dan Ningtyas, 2022) yang mengatakan bahwa *financial technology* berpengaruh negative dan signifikan di level 10% terhadap perilaku keuangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Yang disebabkan oleh mahasiswa sekarang ini memanfaatkan kemudahan *financial technology* jenis *payment* hanya untuk kebutuhan konsumsi dan transaksi pembayaran tagihan yang mana hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

4.3.2 Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Keuangan

Gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang berfokus pada pencarian kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan utama dalam hidup seseorang. Gaya

hidup hedonis sering ditandai dengan perilaku konsumtif serta keinginan untuk menikmati kesenangan yang bersifat instan dan mewah tanpa memperhatikan konsekuensi jangka panjang.

Berdasarkan hasil pengujian Gaya Hidup Hedonis (X1) terhadap Perilaku Keuangan (Y) dengan nilai t_{hitung} 3,418 > t_{tabel} 1,661 kemudian nilai sig. adalah $0,001 < 0,05$. Dengan demikian Gaya Hidup Hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Keuangan pada generasi Z di Kecamatan Medan Denai. Dengan itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi Z yang artinya dalam hal indikator-indikator yang terdapat pada gaya hidup hedonis, generasi Z tertarik serta merasa menggunakan produk mahal bermerk dapat mencerminkan kelas sosial dan meningkatkan rasa percaya diri. Namun, generasi Z juga selalu mengeluarkan uang sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki dan beranggapan bahwa kesenangan tidak harus berjalan-jalan yang menghabiskan uang.

Sesuai dengan hasil penelitian (Furoidah, A. A. et al., 2024) menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan dimana generasi muda cenderung menganggap belanja merupakan aktivitas sosial yang menyenangkan. Dalam penelitian (Siahaan & Waluyo, 2023) menunjukkan hasil bahwa *lifestyle hedonis* memiliki pengaruh tinggi sehingga mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa di Jawa Tengah.

4.3.3 Pengaruh *Digital payment* dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan merupakan tindakan dalam mengatur, mengelola, dan menggunakan sumber daya keuangan yang dimiliki mencakup berbagai aktivitas seperti perencanaan, penganggaran, pengendalian pengeluaran, serta pemikiran masa depan. Perilaku keuangan juga berkaitan dengan tanggung jawab seseorang dalam mengelola uang secara efektif sesuai kebutuhan tanpa menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh dimana $F_{hitung} 17,990 > F_{tabel} 3,09$ dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *Digital payment* dan Gaya Hidup Hedonis berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Perilaku Keuangan generasi Z di Kecamatan Medan Denai. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *digital payment* dan gaya hidup hedonis secara bersama-sama memiliki hubungan yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan generasi Z di Kecamatan Medan Denai. Penting bagi generasi Z untuk mengelola penggunaan *digital payment* dan gaya hidup hedonis secara bijak agar dapat membentuk perilaku keuangan yang sehat dan berkelanjutan.

Digital payment dan gaya hidup hedonis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan generasi Z di Kecamatan Medan Denai dibuktikan dengan jawaban responden yang membeli barang hanya ketika dibutuhkan saja, selanjutnya merasa mampu dalam menghindari pengeluaran impulsif meskipun ada godaan promosi dan diskon, serta selalu membatasi

pengeluaran dengan membagi keuangan dalam beberapa rekening (e-wallet/bank) yang dimiliki.

Selanjutnya beberapa penelitian lain sejalan dengan penelitian ini, *digital payment* membantu meningkatkan perilaku keuangan dengan memudahkan transaksi, pemantauan dan pengendalian pengeluaran sehari-hari (Sari & Patmarina, 2025). Dalam penelitian (Indah, 2024) mengatakan bahwa semakin banyaknya transaksi digital yang dilakukan, maka akan semakin meningkat pula kinerja keuangannya.

Menurut penelitian (Satrio et al., 2024) Gaya hidup hedonis cenderung mengubah cara pandang mahasiswa terhadap uang, dari yang awalnya untuk memenuhi kebutuhan, menjadi alat untuk mengejar kesenangan sesaat. Penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian ini dimana gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan.

Secara simlutan bahwa variabel *digital payment* dan gaya hidup hedonis memiliki pengaruh dalam perilaku keuangan. Hal ini menjelaskan bahwa kemudahan seseorang dalam bertransaksi menggunakan pembayaran digital serta pengendalian dalam melakukan gaya hidup hedonis dapat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka peneliti dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh *digital payment* dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku keuangan generasi Z di Kecamatan Medan Denai. Kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Secara parsial *digital payment* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan pada generasi Z di Kecamatan Medan Denai.
2. Secara parsial gaya hidup hedonis berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan pada generasi Z di Kecamatan Medan Denai.
3. Secara simultan *digital payment* dan gaya hidup hedonis berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan pada generasi Z di Kecamatan Medan Denai.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah :

1. Pada penelitian ini, *digital payment* atau pembayaran digital yang dilakukan generasi Z di Kecamatan Medan Denai termasuk tinggi. Sehingga diharapkan generasi Z lebih meningkatkan dan menahan diri dalam berkonsumsi berlebihan menggunakan *digital payment* agar tidak terjadi masalah di masa depan.

2. Gaya hidup hedonis generasi Z Kecamatan Medan Denai dinilai cukup baik. Generasi Z tertarik dan memakai produk mahal bermerk untuk meningkatkan rasa percaya diri dan kelas status sosial, namun generasi Z mengeluarkan uang masih sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan yang dimiliki.
3. Generasi Z harus lebih aktif lagi dalam mengontrol keinginan dan ketertarikan mereka dalam mencoba aktivitas yang memberikan kesenangan instan dengan memanfaatkan teknologi finansial dengan baik dan terkontrol.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Keuangan dalam penelitian hanya terdiri dari 2 variabel, yaitu *Digital payment* dan Gaya Hidup Hedonis, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Perilaku Keuangan seperti literasi keuangan, kontrol diri, pendapatan, dan sebagainya.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuisisioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.
3. Keterbatasan waktu dan pengetahuan dari penulis sehingga populasi dan sampel yang diteliti pada penelitian ini hanya 100 responden pada generasi Z di Kecamatan Medan Denai.
4. Penyebaran kuisisioner dengan menggunakan *google form* yang membuat responden lama dalam mengisi jawaban kuisisioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Afista, T. L., Fuadina, A. L., Aldi, R., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis perilaku konsumtif gen-z terhadap digital e-wallet DANA. *Jurnal Pendidika Tambusai*, 8(1), 3344–3350.
- Ananda, R., Ratnaningtyas, A., Prihandini, G. R., Psikologi, F., Esaunggul, U., & Jeruk, K. (n.d.). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswi Pengguna E-Commerce Shopee*. 67–77.
- Andriani, A. D., Yuniawati, R. I., Pandriadi, D., Hamidin, D., Priambodo, A., Suhardi, M., Sulaeman, M., Susanti, L., & Darmawan, A. (2022). *Transformasi Indonesia menuju cashless society*. TOHAR MEDIA.
- Anisah, A. (2024). *Financial Behavior : Tinjauan Melalui Financial Learning Experience* (M. P. Prof, Dr.Suwatno, M.Si., dan Kodri (ed.)). Penerbit Adab.
- Ayustia, R., Nadapdap, J. P., & Trisilo, R. G. (2023). *Literasi keuangan dan adopsi financial technology untuk usaha kecil dan menengah di daerah perbatasan*. Mega Press Nusantara.
- Citra, R. Y., & Komara, E. F. (2025). Pengaruh literasi keuangan, fintech payment dan perilaku konsumtif terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi generasi Z di Jawa Barat. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1). <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1393>
- Davis, F. D. (1987). *User acceptance of information systems: The technology acceptance model (TAM)*. (Digitalisasi tahun 2005)
- Dewani, S. L., Fardani, M., Dharma, F. P., Chrisananda, R. A., Mahmud, A. K., Syamsu, N., Segati, A., Trimulato, & Rusanti, E. (2024). *Pengantar ekonomi digital*. DIY Yogyakarta : Selat Media.
- Engel, J.F., Blackwell R.D., Miniard, P.W. (1994). *Perilaku Konsumen : Jilid 1*. Alih Bahasa : Budijanto. Jakarta : Binarupa Aksara. (Edisi keenam)
- Evi, Tiolina. (2023). *Transformasi transaksi tunai ke digital di Indonesia*. (n.p.): CV. AA. Rizky.
- Furoidah, A. A., Supardi, & Setiyono, W. P. (2024). Pengaruh gaya hidup hedonisme, financial teknologi dan locus of control terhadap perilaku keuangan anak muda. *COSTING: Journal of Economic, Business and*

Accounting, 7(4), 8973-8995.

- Gunawan, A., & Syakinah, U. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 3(1), 146–170.
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(2), 23–35. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v4i2.1196>
- Hilgert, M. A., Hogarth, J. M., & Beverly, S. G. (2003). *Household financial management: The connection between knowledge and behavior*. Federal Reserve Bulletin, 309-322
- Indah. (2024). Pengaruh pembayaran digital dan literasi keuangan terhadap perspektif kinerja keuangan UMKM di Kota Pangkalpinang. *Accounting Journal of Ibrahimy (AJI)*, 2(1), 58-69.
- Kholila, N. Al, & Rr, I. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking, Vol 3*(No. 1), 69–80. <https://doi.org/DOI:10.14414/JBB.V3I1.255>
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Meilani, I. G. A. R., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar. *Accounting Research Unit (ARU Journal)*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.30598/arujournalvol5iss1pp1-10>
- Mora, N., & Sidiq, S. S. (2024). *Digital payment* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 10260–10268. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5924>
- Nasution, M. I., Fahmi, M., Jufrizen, Muslih, & Prayogi, M. A. (2020). The Quality of Small and Medium Enterprises Performance Using the Structural Equation Model-Part Least Square (SEM-PLS). *Journal of Physics:*

Conference Series, 1477(5), 1–8. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1477/5/052052>

- Nazarudin, H., & Syad, A. I. (2023). Penerapan Teori Planned of Behavior untuk Memprediksi Niat Berkunjung pada Obyek Wisata Kabupaten Lembata di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 8(1), 104–110.
- Negara, A. K., & Sunaryo, D. (2024). Pengaruh fintech payment dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan karyawan. *Digital Business Journal (DIGIBIS)*, 2(2), 72-86. <https://doi.org/10.31000/digibis.v2i2>
- NN. (2023). Tinjauan Kebijakan Moneter. *Bank Indonesia*, November, 2–15.
- Novianti, S. (2010). Pengaruh Locus of Control, Financial Knowledge, Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v2i1.278>
- Nuranindita, M. (2023). Peran Dan Manfaat Marketplace Dan *Digital payment* Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Umkm Di Provinsi Bangka-Belitung. *Indonesian Treasury Review Jurnal Perbendaharaan Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 8(1), 17–31. <https://doi.org/10.33105/itrev.v8i1.590>
- Nuryakin, R. A., Negara, A. K., Nurcholifah, I., Andayani, S. U., Muhiban, A., Gunawan, F. X. C., Nurhayati, L., Helviani, S., Purbaningsih, Y., & Sudarsono, S. E. (2025). *Perilaku konsumen dan gaya hidup*. Batam : Cendikia Mulia Mandiri.
- Pravitasari, E., & Fauziah, A. (2023). The Influence of Lifestyle, Perceived Convenience, And Promotion on The Decision to Use Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Return : Study of Management, Economic and Bussines*, 2(8), 784–794. <https://doi.org/10.57096/return.v2i8.131>
- Putri, I. D., Hindrayani, A., & Totalia, S. A. (2023). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerapan Metode Pembayaran Digital Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Surakarta Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(2), 202–211. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n2.p202-211>
- Putri, E., Pramudita, A. E., & Akbar, A. M. (2022). *Financial behavior dan e-money pada perilaku hedonisme di era pandemi COVID-19*. Equilibrium.

<https://journal.stiem.ac.id/index.php/jureq/article/download/989/526>

- Salam, B. (2002). *Etika Individual : Pola Dasar Filsafat Moral*. c. 1. Jakarta : Rineka Cipta
- Sanny, L., Chandra, G. R., Chelles, K., & Santoso, L. A. (2023). the Impulse Buying of Gen Z When Using E-Wallet in Indonesia. *Journal of Applied Engineering and Technological Science*, 5(1), 88–100. <https://doi.org/10.37385/jaets.v5i1.2600>
- Sari, D. P., & Patmarina, H. (2025). Pengaruh financial literacy dan fintech payment terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. *Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang*, 5(1), 225-234.
- Sari, W. A., Fiorintari, F., & Ardhi, Q. (2023). Persepsi Generasi-Z Dalam Penggunaan Fintech Payment. *Eksos*, 19(1), 17–26. <https://doi.org/10.31573/eksos.v19i1.509>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(1), 44-57. <https://doi.org/10.1234/jrbi.v7i1.2058>
- Satrio, R., Wati, K. A., Destiyana, A., & Sanjaya, R. (2024). Pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 26-35.
- Shim, J. K., & Siegel, J. G. 1991. *Schaum's outline of theory and problems of personal finance*. New York: McGraw-Hill.
- Siskawati, E. N., & Ningtyas, M. N. (2022). Financial literature, financial technology and student financial behavior. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 7(2), 102–113. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1334>
- Sriekaningsih, A. (2020). *QRIS dan era baru transaksi pembayaran 4.0*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Surachman, A. E., Zuhra, S., Tarmizi, R., Anantadjaya, S. P. D., Nagari, A., Pekerti, R. D., Yuliasuti, H., Languyu, N. Y., Devila, R., Annas, M., Munir, S., Anggraini, D. T., Tadjie, G. S., Basmar, E., Ayuandiani, W., Meliana, & Sutanti. (2024). *Manajemen keuangan di era digital*. Banten: Sada Kurnia Pustaka.

- Susianto, H. 1993. Studi Gaya Hidup Sebagai Upaya Mengenal Kebutuhan Anak Muda. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat*. Jakarta : PT Gramedia.
- Utami, N., & Kusumahadi, T. A. (2024). *Financial technology 2*. Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Widiantari, K. S., Mahadewi, I. A. G. D. F., Suidarma, I. M., & Arlita, I. G. A. D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 429–447.
<https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.2802>

KUISIONER PENELITIAN TUGAS AKHIR
PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* DAN GAYA HIDUP HEDONIS
TERHADAP PERILAKU KEUANGAN
GENERASI Z DI KECAMATAN MEDAN DENAI

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,

Perkenalkan Saya Sabrina Fajriani Siregar, dan saat ini saya sedang menjalankan penelitian sebagai bagian dari tugas akhir/studi saya di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Program Studi Manajemen dengan konsentrasi Keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana *Digital Payment* dan Gaya Hidup Hedonis memengaruhi Perilaku Keuangan Generasi Z di Kecamatan Medan Denai.

Saya mengadakan riset ini untuk mengumpulkan informasi yang akan membantu saya mendapatkan wawasan yang lebih mendalam terkait Perilaku Keuangan pada Generasi Z di Kecamatan Medan Denai. Partisipasi Anda sangat berharga dan berkontribusi langsung pada kelengkapan data penelitian ini.

Dengan berpartisipasi, Anda turut membantu saya menyelesaikan penelitian ini, dan saya sangat menghargai waktu serta partisipasi Anda.

Terima kasih atas waktu dan partisipasi Anda,

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, Mei 2025

SABRINA FAJRIANI SIREGAR

1. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu
2. Pilihlah jawaban dari tabel daftar pertanyaan dengan memberi tanda
3. checklist pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut saudara/i.

Adapun makna tanda jawaban tersebut sebagai berikut :

- a. SS : Sangat Setuju : dengan skor 5
- b. S : Setuju : dengan skor 4
- c. KS : Kurang Setuju : dengan skor 3
- d. TS : Tidak Setuju : dengan skor 2
- e. STS : Sangat Tidak Setuju : dengan skor 1

2. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

2. Usia

- a. 13 – 18
- b. 19 – 24
- c. 25 - 30

3. Pendidikan

- a. SMP
- b. SMA
- c. DIPLOMA
- d. SARJANA
- e. MAGISTER

4. Pekerjaan/Profesi

- a. PNS/TNI/POLRI
- b. Buruh/Tani/Nelayan
- c. Pelajar/Mahasiswa
- d. Wiraswasta

5. Kelurahan

- a. Binjai
- b. Medan Tenggara
- c. Denai
- d. Tegal Sari Mandala III
- e. Tegal Sari Mandala II
- f. Tegal Sari Mandala I

1. PERILAKU KEUANGAN (Y)

| No | Pertanyaan | Jawaban | | | | |
|---------------------------------|---|---------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| Penganggaran | | | | | | |
| 1 | Saya selalu mencatat pengeluaran harian, mingguan, dan bulanan. | | | | | |
| 2 | Saya selalu membatasi pengeluaran dengan membagi keuangan dalam beberapa rekening (bank/e-wallet) yang saya miliki | | | | | |
| Pengendalian Pengeluaran | | | | | | |
| 3 | Saya membeli barang sesuai dengan apa yang saya inginkan meskipun kurang dibutuhkan | | | | | |
| 4 | Saya hanya membeli barang yang saya butuhkan saja | | | | | |
| 5 | Saya merasa mampu menghindari pengeluaran impulsive meskipun ada godaan promo/diskon | | | | | |
| Pemikiran Masa Depan | | | | | | |
| 6 | Untuk saat ini, saya belum fokus merencanakan keuangan masa depan saya karena saya masih fokus dalam mengejar Pendidikan/Masih memiliki tanggung jawab lain | | | | | |
| 7 | Saya sudah/akan mempersiapkan tabungan untuk masa depan saya.100 jawaban | | | | | |

2. DIGITAL PAYMENT (X1)

| No | Pertanyaan | Jawaban | | | | |
|----------------------------|--|---------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| Kemudahan Akses | | | | | | |
| 1 | Kemudahan dalam menggunakan pembayaran digital mendorong saya untuk melakukan pembelian impulsif.. | | | | | |
| Habit | | | | | | |
| 2 | Saya terbiasa untuk menggunakan sistem pembayaran digital sehingga pengeluaran keuangan menjadi lebih stabil. | | | | | |
| Efisiensi Transaksi | | | | | | |
| 3 | Penggunaan digital payment membantu saya dalam proses transaksi serta mengelola keuangan pribadi saya dengan lebih baik. | | | | | |
| Niat Adopsi | | | | | | |
| 4 | Saya merasa akan merekomendasikan penggunaan sistem pembayaran digital serta manfaat-manfaatnya kepada orang lain. | | | | | |
| 5 | Saya selalu menggunakan fitur-fitur yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital yang saya miliki seperti diskon/promo, pembayaran tagihan serta layanan keuangan lainnya. | | | | | |
| Motivasi Hedonis | | | | | | |
| 6 | Kesenangan yang saya rasakan saat berbelanja menggunakan fitur-fitur yang ditawarkan dalam | | | | | |

| | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|
| | sistem pembayaran digital mempengaruhi saya untuk melakukan pembelian impulsif. | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|

3. GAYA HIDUP HEDONIS (X2)

| No | Pertanyaan | Jawaban | | | | |
|------------------|---|---------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| Aktivitas | | | | | | |
| 1 | Saya memakai produk mahal bermerk yang dapat mencerminkan selera tinggi dan kelas status sosial, serta meningkatkan rasa percaya diri. | | | | | |
| 2 | Saya akan berbelanja setiap promo bulanan pada aplikasi pembayaran yang saya miliki. | | | | | |
| 3 | Saya selalu mengeluarkan uang, sesuai dengan kemampuan yang saya miliki. | | | | | |
| Minat | | | | | | |
| 4 | Saya tertarik untuk mencoba aktivitas atau barang yang memberikan kesenangan instan, seperti makan di restoran mewah atau berbelanja barang-barang branded. | | | | | |
| Opini | | | | | | |
| 5 | Saya perlu mengikuti tren gaya hidup agar tidak dianggap kurang pergaulan. | | | | | |
| 6 | Menurut saya banyak cara untuk memperoleh kesenangan, tidak harus berjalan-jalan yang menghabiskan uang. | | | | | |

Tabulasi Data

| No | Perilaku Keuangan (Y) | | | | | | | Total |
|----|-----------------------|---|---|---|---|---|---|-------|
| 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 31 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 31 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 27 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 23 |
| 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 24 |
| 6 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 25 |
| 7 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 26 |
| 8 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 24 |
| 9 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 10 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 21 |
| 11 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 25 |
| 12 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 20 |
| 13 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 1 | 5 | 27 |
| 14 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 4 | 21 |
| 15 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 5 | 28 |
| 16 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 23 |
| 17 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 27 |
| 18 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 26 |
| 19 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| 20 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 21 | 1 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 5 | 19 |
| 22 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 24 |
| 23 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 24 | 3 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 22 |
| 25 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 23 |
| 26 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 27 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| 28 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 29 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 26 |
| 30 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 31 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 25 |
| 32 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 29 |
| 33 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 24 |
| 34 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 1 | 5 | 28 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 36 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 29 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 38 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 26 |
| 40 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 20 |
| 41 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 30 |
| 42 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 22 |

| | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 43 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 44 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 26 |
| 45 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 46 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 47 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 24 |
| 48 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 49 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 50 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 51 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 32 |
| 52 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 53 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 54 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 25 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 25 |
| 56 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 57 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 1 | 5 | 27 |
| 58 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 25 |
| 59 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 27 |
| 60 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 61 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 62 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 25 |
| 63 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 31 |
| 64 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 32 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 32 |
| 67 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 31 |
| 68 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 69 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 31 |
| 70 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 30 |
| 71 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 32 |
| 72 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 25 |
| 73 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 25 |
| 74 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 24 |
| 75 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 24 |
| 76 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 29 |
| 77 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 29 |
| 78 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 33 |
| 79 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 29 |
| 80 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 |

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 26 |
| 82 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 29 |
| 83 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 84 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 23 |
| 85 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 25 |
| 86 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 4 | 23 |
| 87 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 25 |
| 88 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 23 |
| 89 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 23 |
| 90 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 25 |
| 91 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 32 |
| 92 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 30 |
| 93 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 32 |
| 94 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 31 |
| 95 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 96 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 25 |
| 97 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 | 24 |
| 98 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 99 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 100 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 2 | 5 | 26 |

Tabulasi Data

| No | Digital Payment (X1) | | | | | | Total |
|----|----------------------|---|---|---|---|---|-------|
| 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 2 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 7 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 8 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 10 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 12 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 13 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 14 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 22 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 16 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 16 |

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 17 | 4 | 5 | 1 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 18 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 19 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 21 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 24 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 25 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 26 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 24 |
| 27 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 24 |
| 28 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 20 |
| 29 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 30 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 31 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 32 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 33 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 19 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 36 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 40 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 18 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 42 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 43 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 44 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 23 |
| 45 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 46 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 25 |
| 48 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 49 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 50 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 53 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 54 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 55 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 56 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 23 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 58 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 25 |
| 59 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 23 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 25 |
| 61 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 23 |
| 62 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 64 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 67 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 68 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 69 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 70 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 71 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 72 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 73 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 25 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 79 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 80 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 81 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 82 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 85 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 88 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 89 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 20 |
| 90 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 20 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 92 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|
| 93 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 94 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 95 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 96 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 97 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 27 |
| 98 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 24 |
| 99 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 25 |
| 100 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 25 |

Tabulasi Data

| No | Gaya Hidup Hedonis (X2) | | | | | | Total |
|----|-------------------------|---|---|---|---|---|-------|
| 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 25 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 24 |
| 6 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 7 | 3 | 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 21 |
| 8 | 2 | 2 | 5 | 2 | 4 | 5 | 20 |
| 9 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 19 |
| 10 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 16 |
| 11 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 12 | 1 | 1 | 5 | 1 | 2 | 5 | 15 |
| 13 | 2 | 3 | 5 | 1 | 2 | 5 | 18 |
| 14 | 2 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 23 |
| 15 | 2 | 3 | 5 | 2 | 5 | 5 | 22 |
| 16 | 2 | 1 | 5 | 2 | 2 | 5 | 17 |
| 17 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 18 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 21 |
| 19 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 22 |
| 20 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 21 | 1 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 18 |
| 22 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 23 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 24 |
| 24 | 1 | 5 | 4 | 1 | 1 | 4 | 16 |
| 25 | 3 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 20 |
| 26 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 5 | 19 |
| 27 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 28 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 29 | 1 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 | 19 |
| 30 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 20 |

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 31 | 4 | 2 | 5 | 3 | 1 | 4 | 19 |
| 32 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 33 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 34 | 2 | 3 | 5 | 3 | 1 | 5 | 19 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 36 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 21 |
| 37 | 2 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 22 |
| 38 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 18 |
| 39 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 21 |
| 40 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 41 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 42 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 24 |
| 44 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 22 |
| 45 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 23 |
| 46 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 48 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 49 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 50 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 51 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 52 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 53 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 12 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 55 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 25 |
| 57 | 1 | 4 | 5 | 1 | 1 | 5 | 17 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 59 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 25 |
| 60 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 24 |
| 62 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 23 |
| 63 | 3 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 22 |
| 64 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 23 |
| 65 | 3 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 23 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 67 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 21 |
| 68 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|
| 69 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 70 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 72 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 73 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 75 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 77 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 79 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 80 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 21 |
| 81 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 82 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 83 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 84 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 25 |
| 85 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 86 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 87 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 25 |
| 88 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 21 |
| 89 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 15 |
| 90 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 18 |
| 91 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 92 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 93 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 94 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 95 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 96 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 25 |
| 97 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 98 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 20 |
| 99 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 19 |
| 100 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 19 |

Distribusi Jawaban Responden Variabel Perilaku Keuangan (Y)

| Y.1 | | | | | |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | TS | 12 | 12.0 | 12.0 | 13.0 |
| | KS | 42 | 42.0 | 42.0 | 55.0 |
| | S | 34 | 34.0 | 34.0 | 89.0 |
| | SS | 11 | 11.0 | 11.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| Y.2 | | | | | |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | TS | 2 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | KS | 9 | 9.0 | 9.0 | 11.0 |
| | S | 57 | 57.0 | 57.0 | 68.0 |
| | SS | 32 | 32.0 | 32.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| Y.3 | | | | | |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 3 | 3.0 | 3.0 | 3.0 |
| | TS | 13 | 13.0 | 13.0 | 16.0 |
| | KS | 42 | 42.0 | 42.0 | 58.0 |
| | S | 25 | 25.0 | 25.0 | 83.0 |
| | SS | 17 | 17.0 | 17.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| Y.4 | | | | | |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | TS | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | KS | 11 | 11.0 | 11.0 | 12.0 |
| | S | 55 | 55.0 | 55.0 | 67.0 |
| | SS | 33 | 33.0 | 33.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| Y.5 | | | | | |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | TS | 4 | 4.0 | 4.0 | 5.0 |
| | KS | 23 | 23.0 | 23.0 | 28.0 |
| | S | 53 | 53.0 | 53.0 | 81.0 |
| | SS | 19 | 19.0 | 19.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| Y.6 | | | | | |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 7 | 7.0 | 7.0 | 7.0 |
| | TS | 17 | 17.0 | 17.0 | 24.0 |
| | KS | 35 | 35.0 | 35.0 | 59.0 |
| | S | 26 | 26.0 | 26.0 | 85.0 |
| | SS | 15 | 15.0 | 15.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| Y.7 | | | | | |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | TS | 4 | 4.0 | 4.0 | 4.0 |
| | KS | 4 | 4.0 | 4.0 | 8.0 |
| | S | 60 | 60.0 | 60.0 | 68.0 |
| | SS | 32 | 32.0 | 32.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Uji Validasi Variabel Perilaku Keuangan (Y)

| | | Correlations | | | | | | | |
|---------|---------------------|--------------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|---------|
| | | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | Y.7 | Total_Y |
| Y.1 | Pearson Correlation | 1 | .306** | .093 | .342** | .431** | .128 | .291** | .640** |
| | Sig. (2-tailed) | | .002 | .358 | .000 | .000 | .204 | .003 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.2 | Pearson Correlation | .306** | 1 | .109 | .177 | .219* | .070 | .476** | .535** |
| | Sig. (2-tailed) | .002 | | .281 | .078 | .029 | .490 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.3 | Pearson Correlation | .093 | .109 | 1 | -.079 | .062 | .363* | .171 | .512** |
| | Sig. (2-tailed) | .358 | .281 | | .435 | .543 | .000 | .088 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.4 | Pearson Correlation | .342** | .177 | -.079 | 1 | .404** | .156 | .292** | .530** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .078 | .435 | | .000 | .121 | .003 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.5 | Pearson Correlation | .431** | .219* | .062 | .404** | 1 | .097 | .305** | .607** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .029 | .543 | .000 | | .335 | .002 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.6 | Pearson Correlation | .128 | .070 | .363* | .156 | .097 | 1 | -.065 | .543** |
| | Sig. (2-tailed) | .204 | .490 | .000 | .121 | .335 | | .523 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.7 | Pearson Correlation | .291** | .476** | .171 | .292** | .305** | -.065 | 1 | .553** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | .000 | .088 | .003 | .002 | .523 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total_Y | Pearson Correlation | .640** | .535** | .512* | .530** | .607** | .543* | .553** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

Reliability Variabel Perilaku Keuangan (Y)

| Reability Statistics | |
|----------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of items |
| .616 | 7 |

Distribusi Jawaban Responden Variabel Digital Payment (X1)

| X1.1 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | TS | 4 | 4.0 | 4.0 | 4.0 |
| | KS | 33 | 33.0 | 33.0 | 37.0 |
| | S | 43 | 43.0 | 43.0 | 80.0 |
| | SS | 20 | 20.0 | 20.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| X1.2 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | TS | 2 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | KS | 16 | 16.0 | 16.0 | 18.0 |
| | S | 68 | 68.0 | 68.0 | 86.0 |
| | SS | 14 | 14.0 | 14.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| X1.3 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | TS | 1 | 1.0 | 1.0 | 2.0 |
| | KS | 13 | 13.0 | 13.0 | 15.0 |
| | S | 69 | 69.0 | 69.0 | 84.0 |
| | SS | 16 | 16.0 | 16.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| X1.4 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | TS | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | KS | 4 | 4.0 | 4.0 | 5.0 |
| | S | 73 | 73.0 | 73.0 | 78.0 |
| | SS | 22 | 22.0 | 22.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| X1.5 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | TS | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | KS | 11 | 11.0 | 11.0 | 12.0 |
| | S | 56 | 56.0 | 56.0 | 68.0 |
| | SS | 32 | 32.0 | 32.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| X1.6 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | TS | 8 | 8.0 | 8.0 | 8.0 |
| | KS | 28 | 28.0 | 28.0 | 36.0 |
| | S | 48 | 48.0 | 48.0 | 84.0 |
| | SS | 16 | 16.0 | 16.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Uji Validasi Variabel Digital Payment (X1)

| | | Correlations | | | | | | |
|----------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | Total_X1 |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | .035 | .069 | .317** | .094 | .710** | .652** |
| | Sig. (2-tailed) | | .727 | .497 | .001 | .351 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .035 | 1 | .324** | .434** | .375** | .006 | .515** |
| | Sig. (2-tailed) | .727 | | .001 | .000 | .000 | .950 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.3 | Pearson Correlation | .069 | .324** | 1 | .393** | .478** | .046 | .565** |
| | Sig. (2-tailed) | .497 | .001 | | .000 | .000 | .652 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.4 | Pearson Correlation | .317** | .434** | .393** | 1 | .607** | .196 | .721** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .000 | | .000 | .051 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.5 | Pearson Correlation | .094 | .375** | .478** | .607** | 1 | .245* | .695** |
| | Sig. (2-tailed) | .351 | .000 | .000 | .000 | | .014 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.6 | Pearson Correlation | .710** | .006 | .046 | .196 | .245* | 1 | .656** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .950 | .652 | .051 | .014 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total_X1 | Pearson Correlation | .652** | .515** | .565** | .721** | .695** | .656** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

Reability Variabel Digital Payment (X1)

| Reability Statistics | |
|----------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of items |
| .691 | 6 |

Distribusi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup Hedonis (X2)

| X2.1 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| | TS | 20 | 20.0 | 20.0 | 25.0 |
| | KS | 34 | 34.0 | 34.0 | 59.0 |
| | S | 37 | 37.0 | 37.0 | 96.0 |
| | SS | 4 | 4.0 | 4.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| X2.2 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 2 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | TS | 6 | 6.0 | 6.0 | 8.0 |
| | KS | 26 | 26.0 | 26.0 | 34.0 |
| | S | 52 | 52.0 | 52.0 | 86.0 |
| | SS | 14 | 14.0 | 14.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| X2.3 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | TS | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | KS | 14 | 14.0 | 14.0 | 15.0 |
| | S | 41 | 41.0 | 41.0 | 56.0 |
| | SS | 44 | 44.0 | 44.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| X2.4 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 5 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| | TS | 11 | 11.0 | 11.0 | 16.0 |
| | KS | 25 | 25.0 | 25.0 | 41.0 |
| | S | 48 | 48.0 | 48.0 | 89.0 |
| | SS | 11 | 11.0 | 11.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| X2.5 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 6 | 6.0 | 6.0 | 6.0 |
| | TS | 14 | 14.0 | 14.0 | 20.0 |
| | KS | 45 | 45.0 | 45.0 | 65.0 |
| | S | 24 | 24.0 | 24.0 | 89.0 |
| | SS | 11 | 11.0 | 11.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

| X2.6 | | | | | |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | TS | 2 | 2.0 | 2.0 | 3.0 |
| | KS | 8 | 8.0 | 8.0 | 11.0 |
| | S | 41 | 41.0 | 41.0 | 52.0 |
| | SS | 48 | 48.0 | 48.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

Uji Validasi Variabel Gaya Hidup Hedonis (X2)

| | | Correlations | | | | | | |
|--------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 |
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .203* | -.074 | .672** | .520** | -.146 | .659** |
| | Sig. (2-tailed) | | .043 | .463 | .000 | .000 | .148 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .203* | 1 | -.025 | .326** | .255* | .088 | .515** |
| | Sig. (2-tailed) | .043 | | .802 | .001 | .010 | .386 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.3 | Pearson Correlation | -.074 | -.025 | 1 | .045 | .140 | .548** | .387** |
| | Sig. (2-tailed) | .463 | .802 | | .658 | .165 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.4 | Pearson Correlation | .672** | .326** | .045 | 1 | .619** | .011 | .791** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .658 | | .000 | .917 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.5 | Pearson Correlation | .520** | .255* | .140 | .619** | 1 | .181 | .793** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .010 | .165 | .000 | | .072 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.6 | Pearson Correlation | -.146 | .088 | .548** | .011 | .181 | 1 | .405** |
| | Sig. (2-tailed) | .148 | .386 | .000 | .917 | .072 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total_X 2 | Pearson Correlation | .659** | .515** | .387** | .791** | .793** | .405** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

Realiability Variabel Gaya Hidup Hedonis (X2)

| Reability Statistics | |
|----------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of items |
| .657 | 6 |

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|-----|---------|---------|---------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Digital Payment | 100 | 16.00 | 30.00 | 23.7800 | 2.59596 |
| Gaya Hidup Hedonis | 100 | 12.00 | 30.00 | 22.1500 | 3.27641 |
| Perilaku Keuangan | 100 | 19.00 | 35.00 | 26.5000 | 3.30442 |
| Valid N (listwise) | 100 | | | | |

| Correlations | | | | |
|--|---------------------|-----------------|--------------------|-------------------|
| | | Digital Payment | Gaya Hidup Hedonis | Perilaku Keuangan |
| Digital Payment | Pearson Correlation | 1 | .416** | .427** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| Gaya Hidup Hedonis | Pearson Correlation | .416** | 1 | .447** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| Perilaku Keuangan | Pearson Correlation | .427** | .447** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | | |

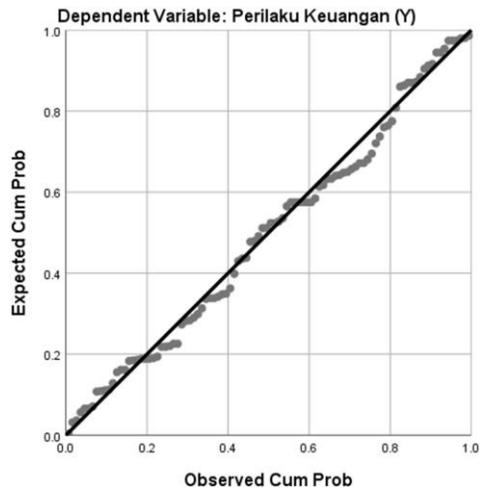
| Model Summary | | | | |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .520 ^a | .271 | .256 | 2.851 |
| a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonis, Digital Payment | | | | |

| ANOVA ^a | | | | | |
|--|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 Regression | 292.481 | 2 | 146.240 | 17.990 | .000 ^b |
| Residual | 788.519 | 97 | 8.129 | | |
| Total | 1081.000 | 99 | | | |
| a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan (Y) | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonis (X2), Digital payment (X1) | | | | | |

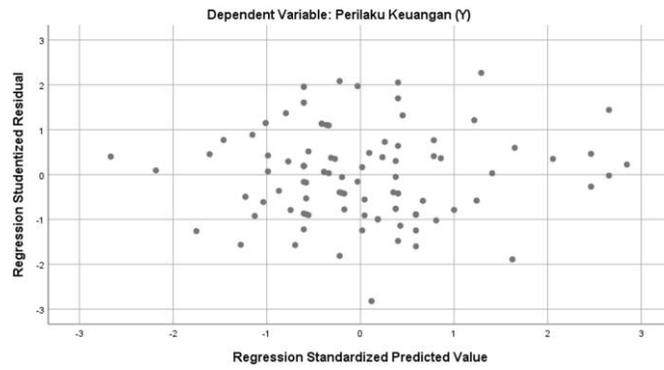
| Coefficients ^a | | | | | | |
|--|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 10.384 | 2.799 | | 3.710 | .000 |
| | Digital Payment | .371 | .121 | .292 | 3.060 | .003 |
| | Gaya Hidup Hedonis | .329 | .096 | .326 | 3.418 | .001 |
| a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan | | | | | | |

| Collinearity Diagnostics ^a | | | | | | |
|--|-----------|------------|-----------------|----------------------|-----------------|--------------------|
| Model | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions | | |
| | | | | (Constant) | Digital Payment | Gaya Hidup Hedonis |
| 1 | 1 | 2.982 | 1.000 | .00 | .00 | .00 |
| | 2 | .012 | 15.906 | .19 | .10 | .99 |
| | 3 | .006 | 22.647 | .81 | .90 | .01 |
| a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan | | | | | | |

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: 4331/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/22/10/2024

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Medan, 22/10/2024

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Sabrina Fajriani Siregar
NPM : 2105160203
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Keuangan

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

Identifikasi Masalah : - Kemudahan dalam bertransaksi dan akses informasi digital mendorong gaya hidup hedonis pada generasi Z, khususnya akses terhadap produk dan layanan yang semakin mudah.

- Meski inklusi keuangan meningkat, rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan pengelolaan keuangan yang buruk, termasuk perilaku konsumtif yang tidak terkendali. karena jika inklusi keuangan tanpa diimbangi literasi keuangan yang memadai akan memicu perilaku konsumtif berlebihan dikalangan tenaga kerja muda.

- inklusi keuangan seharusnya memfasilitasi mahasiswa dalam mengakses layanan keuangan, tetapi perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat memengaruhi efektivitas pengelolaan keuangan.

Rencana Judul : 1. Pengaruh Ease Of Spending Money Dan Digitalisasi Informasi Terhadap Lifestyle Hedonis Generasi Z Di Fakultas Ekonomi Umsu
2. Hubungan Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Tenaga Kerja Muda
3. Efektivitas Perilaku Konsumtif Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Umsu

Objek/Lokasi Penelitian : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Umsu

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya
Permohon

(Sabrina Fajriani Siregar)

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 4331/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/22/10/2024

Nama Mahasiswa : Sabrina Fajriani Siregar

NPM : 2105160203

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Keuangan

Tanggal Pengajuan Judul : 22/10/2024

Nama Dosen Pembimbing¹⁾ :


Irma Christiana, SE, MN

Judul Disetujui²⁾ :

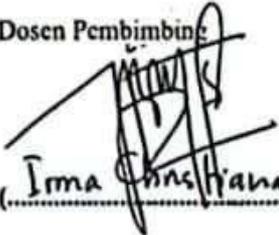
Pengaruh Digital Payment dan Gaya Hidup
Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan
Generasi Z di Kota Medan

Medan, 24 Januari 2025

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi Manajemen


(Jasman Sarifuddin Hasibuan, SE, M.Si.)

Dosen Pembimbing


(Irma Christiana)

Terangin

¹⁾ Ditul oleh Pimpinan Program Studi

²⁾ Ditul oleh Dosen Pembimbing

telah disahkan oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan foto dan uploadlah kebaran ke-2 ini pada form online "Upload Pengesahan Judul Skripsi"



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN TAMPILAN PESAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pj/PT/10/2024
Fasilitas Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://feb.ummu.ac.id> feb@ummu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA

NOMOR : 353 / TGS / IL3-AU / UMSU-05 / F / 2025

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Tugas Akhir / Jurnal / dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : Manajemen
Pada Tanggal : 28 Oktober 2024

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Tugas Akhir / Jurnal Mahasiswa :

Nama : Sabrina Fajriani Siregar
N P M : 2105160203
Semester : VII (Tujuh)
Program Studi : Manajemen
Judul Proposal / Skripsi : Pengaruh Digital Payment dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Kota Medan

Dosen Pembimbing : Irma Christiana, SE.,MM.

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Tugas Akhir / Jurnal dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Tugas Akhir / Jurnal / Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Tugas Akhir harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Tugas Akhir
3. Proyek Proposal / Tugas Akhir / Jurnal dinyatakan " BATAL " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : 10 Februari 2026
4. Revisi Judul.....

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 12 Syaban 1446 H
10 Februari 2025 M



Dekan

Dr. H. JANURI, SE., MM., M.Si., CMA
NIDN : 0109086502

Tembusan :

1. Peringgal.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Sabrina Fajriani Siregar
NPM : 2105160203
Dosen Pembimbing : Irma Christiana, S.E., M.M
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul Penelitian : Pengaruh Digital Payment dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Kota Medan.

| Item | Hasil Evaluasi | Tanggal | Paraf Dosen |
|---------------------------------------|--|----------|-------------|
| Bab 1 | Revisi latar belakang, masukkan hasil pra-riset Revisi identifikasi masalah, berdasarkan hasil pra riset Revisi manfaat penelitian | 14/01-25 | |
| Bab 2 | Revisi kerangka konseptual Teori minimal 2 | 27/01-25 | |
| Bab 3 | Revisi definisi operasional dan Pengujian | 24/01-25 | |
| Daftar Pustaka | - Gunakan mendeley - Sitasi artikel dosen | 29/01-25 | |
| Instrumen Pengumpulan Data Penelitian | Kuesioner | 29/01-25 | |
| Persetujuan Seminar Proposal | Acc selesai bimbingan, lampir sempro | 30/01-25 | |

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

Medan, 30 Januari 2025
Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

Jasman Saripuddin Hasibuan, S.E, M.Si.

Irma Christiana, S.E., M.M.



BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL JURUSAN MANAJEMEN

Pada hari ini *Jumat, 14 Februari 2025* telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Manajemen menerangkan bahwa :

N a m a : Sabrina Fajriani Siregar
N .P.M. : 2105160203
Tempat / Tgl.Lahir : Medan, 14 Februari 2003
Alamat Rumah : Jl. Nuri 5 No. 327 Perumnas Mandala Medan
Judul Proposal : Pengaruh Digital Payment Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Kota Medan.

Disetujui / tidak disetujui *)

| Item | Komentar |
|------------|--|
| Judul | |
| Bab I | lebih diperjelas pada perilaku keuangan (y) |
| Bab II | |
| Bab III | Sampel diperluas |
| Lainnya | |
| Kesimpulan | <input type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus |

Medan, *Jumat, 14 Februari 2025*

TIM SEMINAR

Pembimbing


Irma Christiana, S.E, M.M

Pemanding


Dr. Muhammad Irfan Nasution, S.E., M.M.

Ketua Prodi


Jasman Saripuddin, S.E., M.Si



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Manajemen yang diselenggarakan pada hari *Jumat, 14 Februari 2025* menerangkan bahwa:

Nama : Sabrina Fajriani Siregar
N .P.M. : 2105160203
Tempat / Tgl.Lahir : Medan, 14 Februari 2003
Alamat Rumah : Jl. Nuri 5 No. 327 Perumnas Mandala Medan
Judul Proposal : Pengaruh Digital Payment Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Kota Medan

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Tugas Akhir / Jurnal Ilmiah dengan pembimbing : *Irma Christiana, S.E, M.M*

Medan, Jumat, 14 Februari 2025

TIM SEMINAR

Pembimbing



Irma Christiana, S.E, M.M

Pemanding



Dr. Muhammad Irfan Nasution, S.E., M.M.

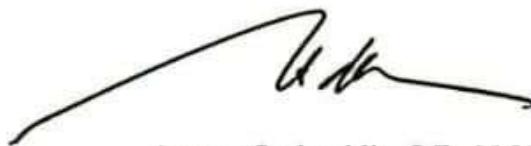
Diketahui / Disetujui

A.n. Dekan
Wakil Dekan I



Assoc. Prof. Ade Gunawan, S.E., M.Si.
NIDN : 0 1 0 5 0 8 7 6 0 1

Ketua Prodi



Jasman Saripuddin, S.E., M.Si.

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/TUGAS AKHIR

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : SABRINA FAJRIANI SIREGAR
NPM : 2105160203
Konsentrasi : Ekonomi dan Bisnis (Manajemen Keuangan)
Judul : Pengaruh Digital Payment dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Kota Medan.

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)

Menyatakan bahwa:

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha sendiri, baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi.
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut :
 - Menjiplak/Plagiat hasil karya penelitian orang lain.
 - Merekayasa tanda angket, wawancara, observasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti memalsukan stempel, kop surat, atau identitas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "penetapan proyek proposal/makalah/skripsi dan penghunjakkan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan kesadaran sendiri.

Medan, Januari 2025
Pembuat Pernyataan



SABRINA FAJRIANI SIREGAR

NB :

- Surat pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat pengajuan judul
- Foto copy surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi

LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. DATA PRIBADI

Nama : Sabrina Fajriani Siregar
NPM : 2105160202
Tempat dan Tanggal Lahir : Medan, 14 Februari 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : WNI
Anak Ke : 1 dari 2 Bersaudara
Alamat : Jl. Nuri 5 No. 327 Perumnas Mandala Medan
No. Telephone : 082274851920
Email : sabrinafajriani82@gmail.com

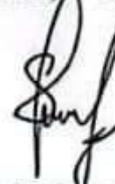
2. DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Syawaluddin Fadjri Siregar
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Sri Wahyuni
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Nuri 5 No. 327 Perumnas Mandala Medan
No. Telephone : 082274224724

3. DATA PENDIDIKAN FORMAL

SD : SD Swasta Jenderal Sudirman Medan
SMP : SMP Swasta Jenderal Sudirman Medan
SMA : SMA Swasta Raksana Medan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, Mei 2025



SABRINA FAJRIANI SIREGAR