

	<p><b>Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran</b>  <b>Volume 03 No 01 Mei 2025</b>  <b>E-ISSN:2987-7903</b></p> <p><a href="https://lenteranusa.id/">https://lenteranusa.id/</a></p>	
---	--	---

## **Implikasi Penggunaan E-Wallet Dan Gaya Hidup Hedonisme Dalam Perilaku Konsumtif Generasi Z**

**Dyta Suci Aulia<sup>1\*</sup>, Purwanti Purwanti<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Pelita Bangsa

Email: dytasuciaulia48@gmail.com

*Submitted* : 17-03-2025

*Reviewed* : 16-04-2025

*Accepted* : 23-04-2025

*Published* : 27-04-2025

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dampak penggunaan dompet elektronik serta gaya hidup hedonistik terhadap perilaku konsumsi generasi Z di Kecamatan Cikarang. Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah program SPSS versi 25 untuk menguji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden, yang ditentukan sebagai sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan dompet elektronik tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi generasi Z. Sebaliknya, gaya hidup hedonistik secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi. Meskipun demikian, kedua variabel tersebut secara simultan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 93,3% mengindikasikan bahwa perilaku konsumsi generasi Z sebagian besar dipengaruhi oleh gaya hidup hedonistik, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Kesimpulan dari studi ini adalah bahwa gaya hidup hedonistik memberikan kontribusi signifikan terhadap perilaku konsumsi generasi Z di Kecamatan Cikarang, sementara penggunaan dompet elektronik tidak memiliki dampak signifikan. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa untuk memahami perilaku konsumsi generasi Z, perusahaan dan pemangku kebijakan perlu lebih mempertimbangkan faktor gaya hidup daripada sekadar kemudahan teknologi pembayaran digital.

**Kata kunci:** Penggunaan e-wallet, Gaya hidup hedonism, Perilaku konsumtif.

### **Abstract**

*This research aims to investigate the impact of using electronic wallets and a hedonistic lifestyle on the consumption behavior of Generation Z in Cikarang District. The approach used is a quantitative method with multiple linear regression analysis. The data analysis tool used in this study is the SPSS version 25 program to test validity, reliability, classical assumption test, t-test, F-test, and coefficient of determination. Data was collected through a questionnaire distributed to 100 respondents, which was determined as a sample using the Slovin formula with an error rate of 10%. The results of the analysis show that the use of e-wallets does not have a significant influence on the consumption behavior of generation Z. In contrast, the hedonistic lifestyle partially exerted a significant influence on consumption behavior. However, the two variables simultaneously did not show a significant influence on consumption behavior. The (*Adjusted R Square* value) of 93.3% indicates that the consumption behavior of Generation Z is mostly influenced by hedonistic lifestyles, while the*

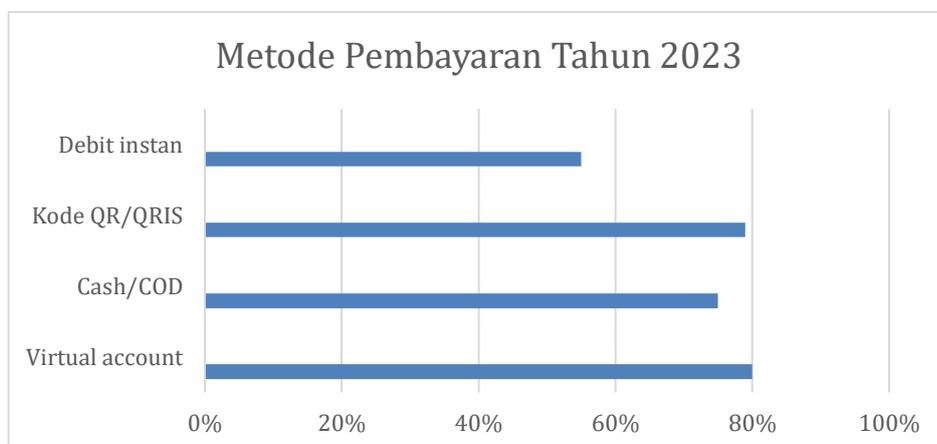
*rest is explained by other factors outside this study. The conclusion of this study is that the hedonistic lifestyle contributes significantly to the consumption behavior of generation Z in Cikarang District, while the use of e-wallets does not have a significant impact. The implications of these findings suggest that to understand Generation Z's consumption behavior, companies and policymakers need to consider lifestyle factors more than just the convenience of digital payment technology.*

**Keywords:** *The use of e-wallets, hedonistic lifestyle, consumer behavior.*

## Pendahuluan

Semakin berkembangnya teknologi dan digitalisasi memberikan dampak perubahan yang signifikan di dalam kehidupan manusia, seperti berubahnya gaya hidup yang merupakan dampak dari pesatnya informasi digital. Perkembangan teknologi ini memberikan dampak positif terhadap perkembangan di dalam bidang ekonomi, semakin berkembangnya teknologi dapat memberikan ide-ide baru dalam bidang ekonomi sehingga dapat mengikuti perubahan zaman. Perkembangan zaman yang sangat pesat dan juga diiringi dengan perkembangan teknologi yang memudahkan perekonomian berdampak pada mudahnya masyarakat berinteraksi, salah satu proses interaksinya merupakan proses perekonomian yang terjadi di masyarakat. Saat ini tentunya tidak asing lagi terhadap fenomena penggunaan pembayaran menggunakan pembayaran digital atau sering dikenal sebagai *E-wallet*, pembayaran menggunakan digital *payment (e-wallet)* merupakan sistem pembayaran yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, secara umum dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran digital adalah sebuah sistem pembayaran yang menggunakan media elektronik, seperti *mobile* atau internet banking, dompet elektronik atau *e-wallet*, dan lain sebagainya.

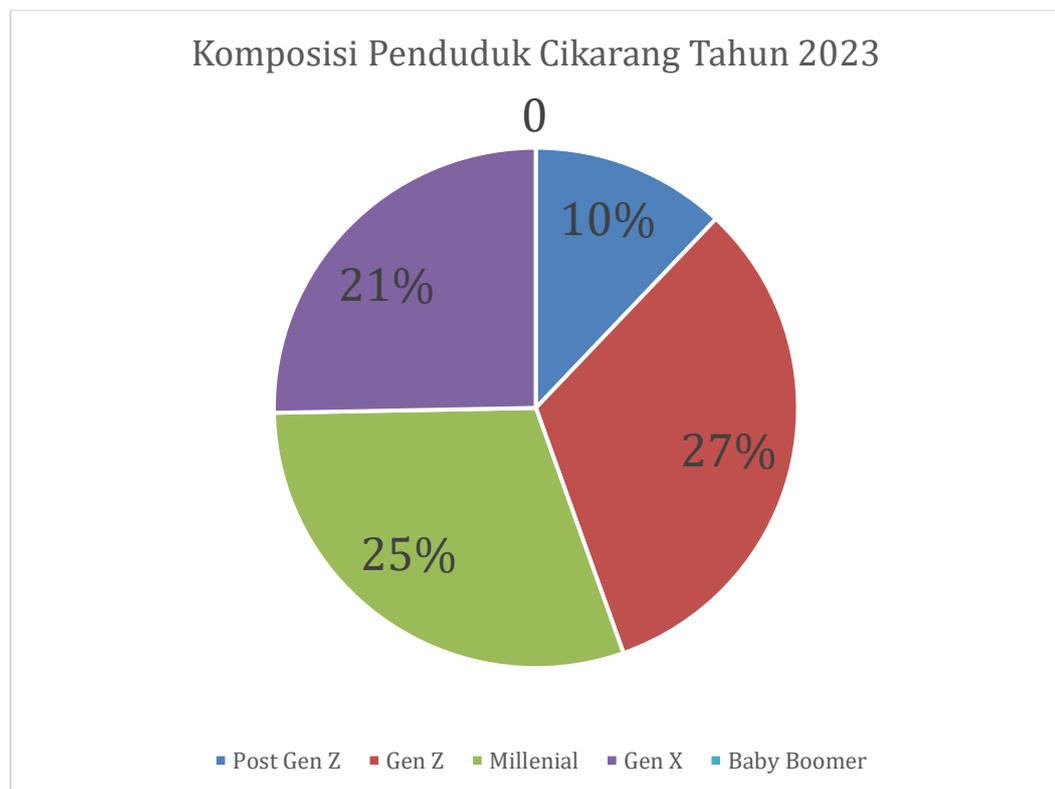
Terdapat dua bentuk uang elektronik menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yaitu uang elektronik berbentuk kartu, dimana dalam penggunaannya tanpa memerlukan koneksi internet hal itu disebabkan oleh terdapatnya chip di dalam kartu tersebut, dan bentuk uang elektronik selanjutnya adalah uang elektronik yang disimpan melalui server yang dalam akses penggunaannya menggunakannya harus menggunakan koneksi internet.



Gambar 1. Metode Pembayaran yang digunakan di Indonesia Pada Tahun 2023 (%)  
 Sumber : East Ventures (EV)

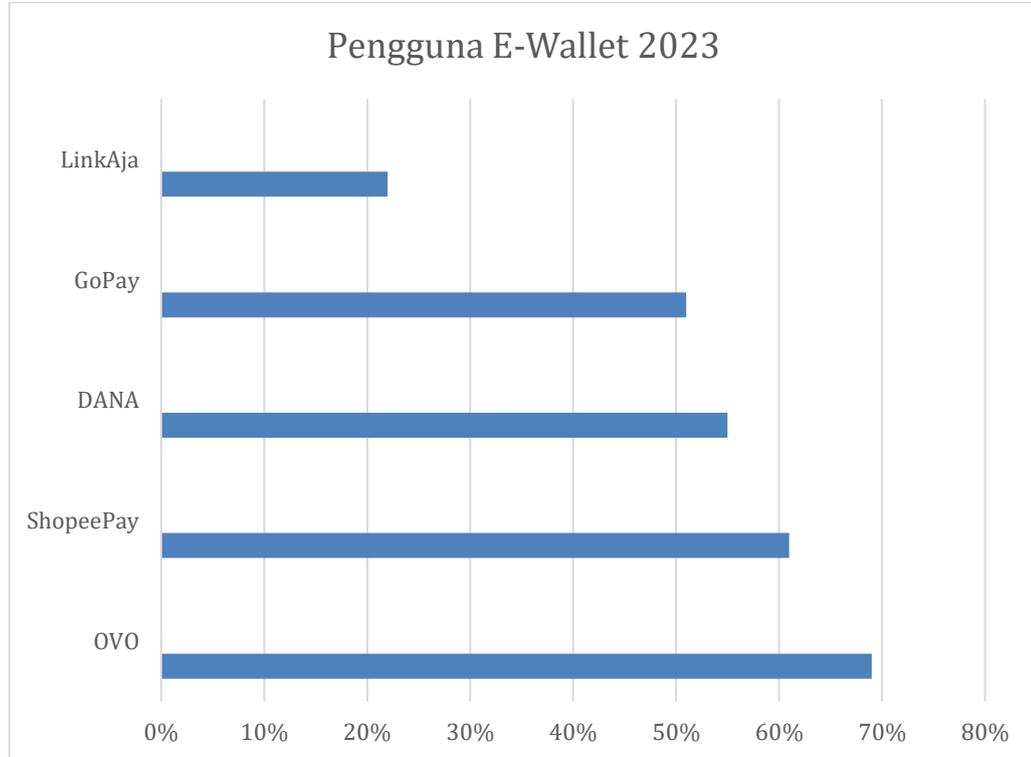
Metode pembayaran elektronik *payment* di Indonesia adalah sebesar 80% pada tahun 2023. Dalam hal ini dapat menunjukkan bahwa masyarakat merasa terbantu dengan adanya proses pembayaran tanpa memerlukan uang (*cashless*). Hal ini disebabkan karena proses pembayaran tanpa menggunakan uang tunai, memiliki sifat yang praktis, dapat menerima hadiah karena sebuah hadiah yang termasuk bentuk rasa loyalitas, dan juga diskon atau potongan harga bagi konsumen yang menggunakan jasa yang akan digunakannya.

Mahasiswa di dominasi oleh gen Z, dimana gen Z merupakan salah satu pelaku kecanggihan teknologi keuangan yang lebih memilih *e-wallet* dibandingkan menggunakan uang tunai (*cash*) atau bisa disebut dengan *cashless*. Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari penggunaan uang elektronik yang mendominasi setiap tahunnya, hal ini menciptakan sebuah fenomena yang dikenal *sebagai Less Cash Society*. *Less Cash Society* merupakan sebuah fenomena yang terjadi dalam lingkungan masyarakat dimana keadaan ini masyarakat cenderung menggunakan uang elektronik yang awal mulanya menggunakan uang tunai.



Gambar 2. Data Komposisi Penduduk Kecamatan Cikarang 2022  
 Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) 2023

Provinsi Jawa Barat yang khususnya di Kecamatan Cikarang di dominasi oleh generasi Z dan Generasi Millennial mendominasi penduduk Kecamatan Cikarang. Namun, tetap saja Generasi Z yang mendominasi tingkat pertama dalam penduduk yaitu sebanyak 27% dan mengalahkan jumlah generasi Millennial yaitu sebanyak 25%. Dalam hal ini Generasi Z menunjukkan bahwa Gen Z mendominasi pengaruh besar dari modernisasi dan juga digitalisasi, sehingga hal ini dapat menjadi bukti positif untuk perekonomian Kabupaten Jawa Barat khususnya Kecamatan Cikarang.

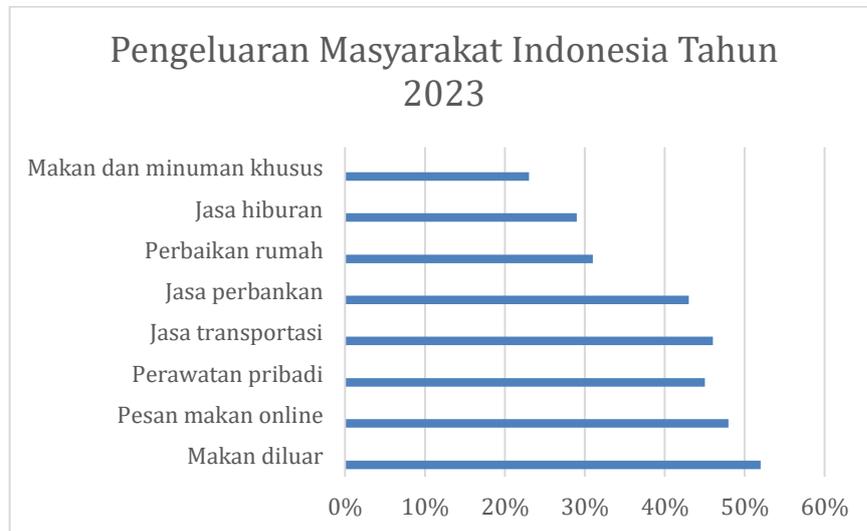


Gambar 3. Data Pengguna E-Wallet Tahun 2023 (%)  
 Sumber : Katadata (2023)

Penggunaan dompet elektronik di Kabupaten Jawa Barat di dominasi oleh pengguna OVO sebagai e-wallet yang sering digunakan sebanyak 69% pada tahun 2023. Dalam hal ini dapat membuktikan bahwa OVO dapat penetarisi pasar yang paling tinggi di Indonesia, OVO juga telah banyak digunakan oleh masyarakat khususnya mahasiswa hal ini ditunjukkan dengan banyaknya kode QR pembayaran di lingkungan sekitar.

OVO menawarkan beberapa fasilitas pembayaran, seperti Uang elektronik, Pinjaman, Angsuran Kredit, Pulsa dan Paket data, PLN, Air PDAM, Internet dan TV Kabel, dan masih banyak juga fitur lainnya. Aplikasi OVO juga terhubung dengan aplikasi jasa kendaraan seperti Grab, ovo memberikan potongan diskon yang menarik apabila pengguna tersebut juga memiliki aplikasi Grab. Aplikasi ini juga menjamin fitur keamanan sehingga dapat meyakinkan *customer* dalam menggunakan aplikasi OVO.

Selain mempermudah aktivitas pembayaran masyarakat, digital *payment* juga memiliki dampak negatif seperti meningkatnya gaya hidup yang konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan sebuah perilaku yang akan berlebihan dengan mementingkan keinginan dan mengebelakangkan kebutuhan Sa'idah dan Fitrayati, 2022 dalam Wirasukessa & Sanica, (2023). Menurut Khrishananto dan Adriansyah, 2021 dalam Wirasukessa & Sanica, (2023) mengungkapkan bahwa tindakan konsumtif dapat dicerminkan melalui beberapa perilaku diantaranya adalah, pembelian karena kemasan yang menarik, harganya yang diskon, sebuah simbol status atau gengsi, termakan model iklan, dan membeli produk hanya karena perbedaan merek.



Gambar 4. Data Jumlah Pengeluaran Masyarakat 2023  
 Sumber : Badan Pusat Statistik (2023)

Berdasarkan data pengeluaran masyarakat di dominasi oleh makan di luar yaitu sebanyak 55% yang banyak di dominasi oleh Generasi Z, tindakan konsumtif biasanya dipicu oleh adanya keinginan yang sesuai dengan ketidakmampuannya menahan rasa keinginan dan menanggapi rasa kepuasan yang ditimbulkan tanpa memperhatikan kebutuhan primer.

Selain dimudahkan dengan metode pembayaran menggunakan pembayaran digital (*digital payment*) menggunakan e-wallet OVO yang telah dibuktikan pada gambar 3 bahwasannya aplikasi OVO telah digunakan sebanyak 69% dari 270,20 juta jiwa penduduk Jawa Barat. Gaya hidup hedonisme juga merupakan salah satu faktor pendukung dari perilaku masyarakat, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Meilani & Kusuma, 2024) mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Gen Z.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *e-wallet* OVO dan juga gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif generasi Z di kecamatan cikarang. Hal ini memiliki tujuan untuk membentuk pola pikir yang bijak terhadap perilaku penggunaan *digital payment* atau *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif. Lebih lanjut lagi generasi Z dipilih sebagai fokus penelitian karena kelompok ini tumbuh di era digital dan memiliki karakteristik sebagai digital native yang sangat responsif terhadap perkembangan teknologi, termasuk dalam hal perilaku konsumsi berbasis digital. Mereka juga merupakan segmen populasi terbesar di Kecamatan Cikarang berdasarkan data BPS tahun 2023, sehingga memiliki pengaruh besar terhadap dinamika ekonomi lokal. Dalam penelitian ini juga dapat diharapkan dapat menjadi sumber acuan dan juga informasi dalam pengembangan penelitian selanjutnya serta dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.

## Metode

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti termasuk dalam penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif menyajikan data dalam bentuk angka-angka yang menggunakan analisis statistik yang menguji hipotesis yang telah ditentukan dalam variabel yang akan diteliti.

Variabel independen dalam penelitian terdiri dari penggunaan e-wallet (X1), gaya hedonisme (X2) dan variabel dependen yaitu perilaku konsumtif (Y). Dalam penelitian ini jumlah populasi penelitian sebanyak 27.955, dan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus slovin dengan *margin of error* 10% sehingga sampel yang dihasilkan sebanyak 100 koresponden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu memilih responden dari generasi Z yang berdomisili di Kecamatan Cikarang dan aktif menggunakan dompet elektronik. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online menggunakan Google Form. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, dengan bantuan software SPSS versi 25 untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel serta untuk mengetahui besaran kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

## Hasil dan Pembahasan

Data penelitian ini diperoleh dengan teknik penyebaran kuesioner serta data skunder yang bisa diperoleh melalui jurnal, buku atau biasa dikenal dengan penelitian yang datanya diperoleh dari pihak ketiga. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara penyebaran tautan kuesioner yang telah dibuat menggunakan media *G-form* dan disebarakan menggunakan media sosial. Dari total kuesioner sebanyak 118 kuesioner yang disebarakan, terdapat 100 kuesioner yang layak untuk dianalisis dan jumlah kuesioner tersebut telah mewakili seluruh populasi sebagaimana hal tersebut telah dihitung menggunakan rumus slovin.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis berganda, dikarenakan variabel independen atau variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen lebih dari satu. Variabel independen terdiri dari penggunaan *e-wallet* (X1) dan gaya hidup hedonisme (X2), sedangkan variabel dependen terdiri dari perilaku konsumtif (Y).

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,052	,919		1,144	,255
	Gaya hidup hedonisme	,959	,026	,966	37,020	,000
	Penggunaan E-wallet	,002	,021	,003	,101	,920

Tabel 1. Hasil Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel 1, dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien konstanta sebesar 1,052 yang memiliki standar eror 9,19% yang artinya jika variabel independen pengguna *e-wallet* (X1) dan gaya hidup hedonisme (X2) sama dengan  $>0,05$ , maka penggunaan e-wallet (X1) bernilai negatif karena  $>0,05$  yaitu sig. (P-value) 0,920 maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup hedonisme berpengaruh positif karena  $<0,05$  yaitu sebesar sig. (P-value) 0,000 dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

### Uji Parsial (Uji T)

Tabel 2. Hasil Uji Parsial

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,052	,919		1,144	,255
	Gaya hidup hedonisme	,959	,026	,966	37,020	,000
	Penggunaan E-wallet	,002	,021	,003	,101	,920

Sumber : SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang ditampilkan pada Tabel 2, diketahui bahwa variabel *gaya hidup hedonisme* memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t-hitung sebesar 37,020, yang jauh lebih besar dari t-tabel. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kecamatan Cikarang. Koefisien regresi sebesar 0,959 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan gaya hidup hedonisme akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,959 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Sementara itu, variabel *penggunaan e-wallet* menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,920 > 0,05$  dan nilai t-hitung sebesar 0,101, yang lebih kecil dari t-tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-wallet tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Koefisien regresi sebesar 0,002 mengindikasikan bahwa kontribusi penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif sangat kecil

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

Tabel 3. R-Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,966 <sup>a</sup>	,934	,933	,647

Sumber : SPSS (2024)

Tabel 3. Uji Determinasi Besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah 0,933 yang memiliki arti variabel independen (X) yaitu penggunaan *E-wallet* dan Gaya hidup hedonisme sebesar 0,933 atau sebesar 93,3% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

### Pembahasan

#### Pengaruh Penggunaan E-wallet terhadap perilaku konsumtif

Variabel Penggunaan e-wallet dinyatakan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan nilai P-value  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-wallet tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Cikarang. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Rizki & Prakoso, 2024) yang menyatakan bahwa penggunaan e-wallet tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif baik secara parsial maupun simultan. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh fakta bahwa penggunaan e-wallet saat ini

	<p><b>Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran</b>  <b>Volume 03 No 01 Mei 2025</b>  <b>E-ISSN:2987-7903</b></p> <p><a href="https://lenteranusa.id/">https://lenteranusa.id/</a></p>	
---	--	---

lebih difungsikan sebagai alat transaksi yang praktis, bukan sebagai pemicu utama perilaku konsumtif. Banyak pengguna e-wallet menggunakan aplikasi tersebut untuk kebutuhan rutin seperti pembayaran tagihan, transportasi, dan pembelian barang pokok, bukan untuk konsumsi yang impulsive (Bakar et al., 2025). Selain itu, sebagian besar aplikasi e-wallet juga memiliki fitur pengingat transaksi atau histori keuangan yang secara tidak langsung membantu pengguna untuk lebih sadar akan pengeluarannya.

### **Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme terhadap perilaku konsumtif**

Variabel Gaya hidup konsumtif dinyatakan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif, hal ini di tunjukan pada angka  $<0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif generasi Z Kecamatan Cikarang, hal itu juga sejalan dengan Haque et al., 2024 yang menyatakan bahwa gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh simultan terhadap perilaku konsumtif. Pengaruh ini terjadi karena gaya hidup hedonisme menekankan pada pemenuhan kesenangan pribadi, aktualisasi diri, dan pencapaian kepuasan instan, yang sangat relevan dengan karakteristik generasi Z (Mandic et al., 2024). Generasi ini tumbuh di era digital yang penuh dengan eksposur terhadap media sosial, iklan, tren gaya hidup, dan e-commerce yang terus-menerus mendorong konsumsi. Oleh karena itu, keputusan pembelian mereka sering kali didorong oleh keinginan untuk mendapatkan pengalaman emosional, simbol status, atau hanya sekadar mengikuti tren (Bakış & Kitapçı, 2023). Sikap ini mendorong pembelian impulsif dan perilaku konsumtif yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan, tetapi pada keinginan yang bersifat sementara (Zhang et al., 2022).

### **Pengaruh Penggunaan E-wallet dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap perilaku konsumtif secara simultan**

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan, hasil uji F menunjukkan hasil tidak berpengaruhnya antara penggunaan *e-wallet* dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti faktor individu dan faktor internal lainnya. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh signifikan secara parsial, pengaruh tersebut tidak cukup kuat apabila digabungkan dengan variabel penggunaan e-wallet untuk memengaruhi perilaku konsumtif secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan adanya variabel-variabel lain di luar model yang lebih dominan, seperti faktor psikologis individu (misalnya: impulsivitas, kontrol diri), faktor sosial (lingkungan pertemanan, keluarga), dan faktor ekonomi (pendapatan, kemampuan daya beli) yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif generasi Z.

### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel dependen atau disebut dengan variabel Y, penggunaan *e-wallet* ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal itu dibuktikan terhadap nilai  $p$ -value  $>0,05$  yang berarti dapat dinyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hedonisme memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, hasil dari uji F simultan menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh antara penggunaan *e-wallet* dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Cikarang.

	<p><b>Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran</b>  <b>Volume 03 No 01 Mei 2025</b>  <b>E-ISSN:2987-7903</b></p> <p><a href="https://lenteranusa.id/">https://lenteranusa.id/</a></p>	
---	--	---

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain cakupan wilayah yang hanya terbatas pada Kecamatan Cikarang dan penggunaan pendekatan kuantitatif yang tidak menggali aspek psikologis secara mendalam. Selain itu, variabel lain seperti impulsivitas, kontrol diri, serta pengaruh sosial belum dimasukkan dalam model penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah studi, menggunakan pendekatan campuran (mixed methods), dan menambahkan variabel-variabel baru agar dapat menjelaskan perilaku konsumtif generasi Z secara lebih komprehensif.

### Daftar Pustaka

- Bakar, R., Fauziyah, N., & Rahmat, A. (2025). Do consumers perceive impulsive buying and pain of payment?: E-commerce transactions using pay later, e-wallet, and cash-on-delivery. *Gajah Mada International Journal of Business*, 27(1), 31-59.
- Bakış, S., & Kitapçı, H. (2023). Why do consumers purchase green clothing? Investigating symbolic meanings beyond social status and the role of consumer mindset. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 27(4), 710-738.
- Haque, A. D. M., Zulfan, A. F., Afifah, S., Fahmy, Z., & Zikrinawati, K. (2024). Pengaruh Peer Attachment Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif (Fashion) Pada Mahasiswa Pengguna Shopee. *Investama : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 157–168. <https://doi.org/10.56997/investamajurnalekonomidanbisnis.v9i2.918>
- Mandić, A., Walia, S., & Kautish, P. (2024). The antecedents of pro-environmental tourist behaviour of Gen Z: an eastern society perspective. *Anatolia*, 35(3), 407-424.
- 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>
- Rizki, V. D. F., & Prakoso, A. F. (2024). Analisis Pengaruh Media Sosial Dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Fungsi Himpunan Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Periode 2023. *Journal of Education and Research*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.56707/jedarr.v3i1.182>
- Wirasukessa, K., & Sanica, I. G. (2023). Fear of Missing Out Dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjective Norm Dan Attitude. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 156–175. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2887>
- Zhang, Z., Zhang, N., & Wang, J. (2022). The influencing factors on impulse buying behavior of consumers under the mode of hunger marketing in live commerce. *Sustainability*, 14(4), 2122.