

## **Pengaruh Penggunaan E-wallet dan Islamic Financial Literacy Terhadap Perilaku Impulse Buying pada Gen Z pengguna E-wallet di Jepara**

Nihlatussifa<sup>1</sup>, Edi Susilo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Ekonomi Islam, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengetahuan keuangan Islam dan perilaku pembelian impulsif mempengaruhi pengguna dompet digital Gen Z di Jepara. Teknik kuantitatif dipadukan dengan metode deskriptif asosiatif dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Penggunaan dompet digital menerima nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  berdasarkan temuan uji-t statistik, dan nilai t hitung lebih tinggi dari nilai t tabel ( $3,615 > 1,984$ ). Hal ini menunjukkan bahwa adopsi dompet digital memiliki dampak besar pada perilaku pembelian impulsif. Uji-t statistik literasi keuangan syariah menghasilkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dan nilai t hitung ( $2,545 > 1,984$ ) melebihi nilai t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki dampak besar pada perilaku pembelian impulsif. Selanjutnya, pada ambang batas signifikansi  $0,000 < 0,05$ , nilai uji F estimasi yang lebih besar dari nilai tabel F ( $13,288 > 3,09$ ) mengindikasikan bahwa kedua faktor tersebut secara bersamaan memiliki dampak substansial terhadap perilaku pembelian impulsif. Perhitungan koefisien determinasi menghasilkan R Square sebesar 0,215, yang mengindikasikan bahwa 21,5% dari total tersebut dipengaruhi oleh faktor eksternal, dengan adopsi dompet digital dan literasi keuangan Islam yang berkontribusi paling besar.

**Kata Kunci:** *dompet digital; literasi keuangan syariah ; pembelian impulsif.*

### **Abstract**

The purpose of this study was to determine the extent to which Gen Z digital wallet users in Jepara are influenced by impulsive buying behavior and Islamic financial literacy. In this study, the associative descriptive method is combined with a quantitative approach. The questionnaire is the data collection method used in this study. The use of digital wallets received a significance value of  $0.000 < 0.05$  based on the findings of the statistical t-test, and the calculated t value was higher than the t-table value ( $3.615 > 1.984$ ). This shows that the adoption of digital wallets has a major impact on impulsive buying behavior. The statistical t-test of Islamic financial literacy produced a significance value of  $0.000 < 0.05$ , and the calculated t value ( $2.545 > 1.984$ ) exceeded the t-table value. This shows that Islamic financial literacy has a major impact on impulsive buying behavior. Furthermore, at a significance threshold of  $0.000 < 0.05$ , the estimated F test value is greater than the F table value ( $13.288 > 3.09$ ) indicating that both factors simultaneously have a substantial impact on impulsive buying behavior. The calculation of the determination coefficient produces an R Square of 0.215, indicating that 21.5% of the total is influenced by external factors, with the adoption of digital wallets and Islamic financial literacy contributing the most.

**Keywords:** *e-wallet; Islamic financial literacy; impulse buying.*

✉ Corresponding author :  
Email Address : nihlasyifa@gmail.com

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat saat ini memengaruhi banyak aspek kehidupan manusia. Transaksi tunai dan non-tunai (elektronik) merupakan dua bentuk transaksi keuangan yang ada di dunia modern. Pembayaran non-tunai dan aplikasi dompet digital semakin meluas dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Seiring dengan kemajuan teknologi, inovasi baru diperlukan untuk memperbaiki berbagai proses, terutama dalam sektor keuangan, agar menjadi lebih sederhana, efisien, cepat, dan nyaman bagi pengguna (Firdaus dkk., 2023). E-Wallet tidak hanya menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi, tetapi juga memengaruhi perilaku konsumtif individu. Di sisi lain, pemahaman literasi keuangan Syariah menjadi semakin penting dalam konteks masyarakat yang mengedepankan prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi.

Fenomena perilaku pembelian impulsif (impulsive buying) menjadi perhatian utama. Pembelian impulsif mencerminkan keputusan belanja yang dilakukan tanpa pertimbangan matang, seringkali dipicu oleh dorongan emosional atau tawaran diskon yang menggoda. Dalam konteks ini, penggunaan E-Wallet dapat memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, yang mungkin mempengaruhi kecenderungan pembelian impulsif (Venia dkk., 2021). Di samping itu, tingkat literasi keuangan syariah memiliki potensi besar untuk mengurangi perilaku pembelian impulsif. Masyarakat dapat meningkatkan perencanaan keuangan, pengendalian diri, dan keputusan pembelian mereka dengan memiliki pemahaman yang kuat tentang konsep keuangan syariah. Meningkatkan pengetahuan keuangan syariah di Jepara dapat bermanfaat bagi pengelolaan keuangan individu dan mengurangi kecenderungan Gen Z untuk melakukan pembelian impulsif (Ratih & Astiti, 2016).

Menurut Dimock (2019), dalam Pew Research Center, Generasi Z merujuk pada mereka yang lahir antara tahun 1997 - 2012, ketika kemajuan sosial ekonomi lebih stabil dan teknologi informasi berkembang dengan sangat cepat. Pada tahun 2024, mereka akan berada dalam rentang usia 12 hingga 27 tahun. Berikut adalah tabel distribusi populasi Generasi Z berdasarkan kelompok usia:

Tabel Usia Generasi Z di Jepara pada Tahun 2024

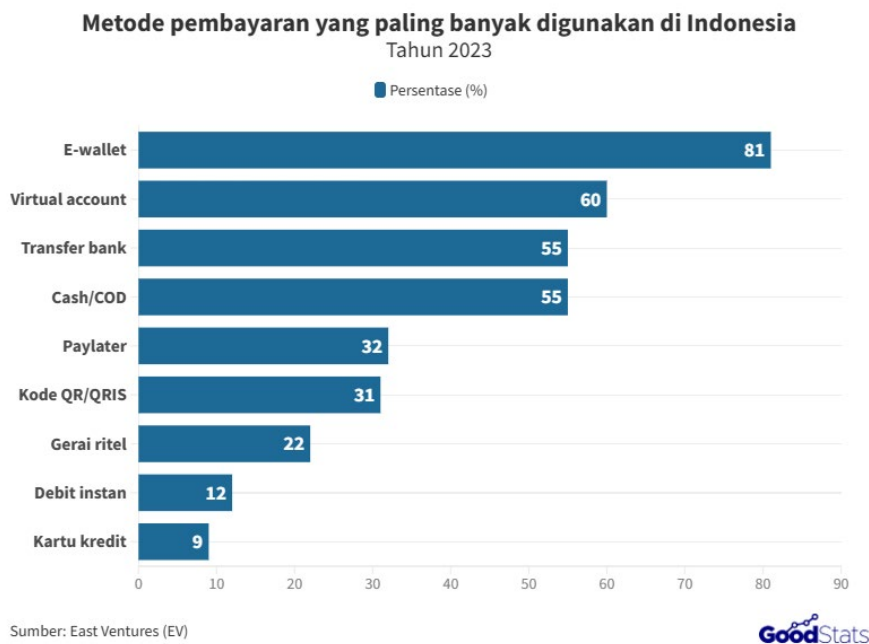
Kelompok usia	Populasi 2024
12-14 tahun	95,578
15-19 tahun	96,787
20-24 tahun	97,458
25-27 tahun	291,367

Sumber : BPS Jepara (diolah), 2024

Dari tabel diatas **Total Generasi Z (12-27 tahun) pada tahun 2024 adalah 581,189 jiwa**. Proyeksi ini didasarkan pada data populasi tahun 2021 dan asumsi tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 1,1% (BPS Jepara, 2024).

Pemilihan Jepara sebagai lokasi penelitian tentang e-wallet didasarkan pada beberapa alasan yang menjadikan daerah ini relevan dan menarik untuk dikaji. Jepara, dengan potensi ekonomi yang signifikan terutama di sektor industri furniture, serta demografi yang didominasi oleh generasi muda, merupakan wilayah yang menarik untuk dieksplorasi lebih lanjut dalam konteks adopsi teknologi keuangan (Jatengprov.go.id, 2024). Urgensi penelitian penggunaan e-wallet berpotensi besar untuk meningkatkan efisiensi transaksi pengelolaan keuangan dan memperluas akses pasar bagi pelaku bisnis di Jepara.

**Gambar 1.** Diagram metode pembayaran paling banyak di Indonesia tahun 2023



**Sumber :** GoodStats Data (2023)

Berdasarkan laporan East Ventures (EV) bertajuk "[Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation](#), e-wallet menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 81% pada tahun 2022.

Penelitian yang dilakukan (Tewu et al., 2022), Kemampuan memberikan diskon untuk menarik minat pelanggan terhadap barang yang mungkin sebelumnya tidak mereka inginkan merupakan salah satu keuntungan dompet elektronik. Keuntungan dari penghematan ini dapat menangkalkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian impulsif. Hipotesis model penerimaan teknologi, yang menggambarkan bagaimana perilaku seseorang sebagai pengguna teknologi menerima dan menggunakan teknologi, konsisten dengan temuan penelitian ini. Penelitian (Permata & Wahid, 2023) menunjukkan bahwa dompet elektronik memiliki dampak positif terhadap pembelian impulsif. Akan tetapi, penelitian tersebut bertentangan dengan (Sinaga, 2022) menunjukkan bahwa pembelian impulsif tidak dipengaruhi oleh e-wallet. Menurut Wulandari & Damayanti (2022) menemukan korelasi yang substansial dan positif antara variabel literasi keuangan syariah dan perilaku pembelian impulsif. Meskipun demikian, penelitian Ningtyas & Vania (2022) menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antara literasi keuangan syariah dan pembelian impulsif.

Dari uraian di atas terlihat bahwa terdapat perbedaan antara penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan subjek penelitian dengan fokus penelitian ini adalah Gen Z di Jepara. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan syariah Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki lebih dalam hubungan antara e-wallet terhadap perilaku pembelian impulsif dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku pembelian impulsif.

## TINJAUAN PUSTAKA

### E-wallet

Dompet elektronik atau e-wallet, adalah aplikasi telepon pintar yang memfasilitasi berbagai transaksi internet dan menyimpan uang elektronik (Widiyanti et al., 2020). E-Wallet atau dompet digital adalah salah satu inovasi dalam teknologi keuangan yang memungkinkan pembayaran melalui internet. Secara umum, dompet digital dapat dijelaskan sebagai layanan uang elektronik yang menggunakan teknologi chip dan server. Ada dua jenis dompet digital yang umum

digunakan: yang berbasis chip seperti EMoney, Flazz, dan Brizzi, serta yang berbasis server seperti goPay, OVO, dan Dana, yang biasanya tersedia dalam bentuk aplikasi (Firdaus et al., 2021).

Indikator yang digunakan dalam menghitung variabel penggunaan e-wallet menurut Kurnia (2021) ialah kemudahan, keamanan, dan manfaat yang dirasakan.

*H1 : Penggunaan E-wallet berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian impulsive.*

### **Literasi Keuangan Syariah**

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Nomor 76/POJK 07/2016 menguraikan bahwa pengetahuan, kemampuan, dan sikap yang membentuk pengelolaan dan perspektif keuangan seseorang untuk mencapai tujuan keuangan dan kesejahteraan mereka secara keseluruhan disebut literasi keuangan (OJK, 2016). Di sisi lain, literasi keuangan syariah adalah kemampuan untuk mengelola sumber daya keuangan dengan cara yang mematuhi hukum Islam dengan menggunakan pengetahuan keuangan, keterampilan keuangan, dan evaluasi informasi yang relevan. (Djuwita, 2018).

Indikator yang digunakan dalam menghitung variabel literasi keuangan syariah menurut Remund D.L (2010) yaitu Pengetahuan, Kemampuan, Sikap, dan Kepercayaan.

*H2 : Literasi Keuangan Syariah berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian impulsive.*

### **Perilaku Pembelian Impulsif**

Keinginan spontan untuk membeli suatu barang tanpa persiapan atau tujuan pembelian sebelumnya dikenal sebagai perilaku pembelian impulsif. Dalam perilaku ini, pembeli membuat keputusan impulsif untuk memperoleh suatu produk tanpa memikirkan dampak jangka panjangnya. Pada dasarnya, pembelian impulsif adalah tindakan seseorang yang tiba-tiba memiliki keinginan kuat untuk membeli suatu barang tanpa melakukan riset terlebih dahulu (Novia dan Harmon, 2016).

Indikator yang digunakan untuk menentukan variabel perilaku pembelian impulsif menurut Verplanken & Herabadi dalam Firdaus, D., dan Yusuf (2018) ialah spontanitas, konsumtif, dan kegairahan.

## **METODOLOGI**

Pendekatan kuantitatif asosiatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Populasi penelitian ini adalah penduduk Gen Z di Jepara yang menggunakan e-wallet. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian ini adalah: 1) Generasi yang lahir dalam rentang tahun 1977-2012, 2) Gen Z yang berdomisili di Jepara, 3) Gen Z yang menggunakan e-wallet. Total sample pada penelitian dihitung dengan rumus Rao Purba (1996) sehingga mendapatkan sample sebanyak 100 responden. Pengolahan data dilakukan menggunakan IBM SPSS 25. Variabel independen dalam Perilaku Pembelian Impulsif (Y) merupakan variabel dependen dalam penelitian ini, yang juga menggunakan variabel Penggunaan E-Wallet (X1) dan Literasi Keuangan Syariah (X2). Metode pengumpulan data menggunakan data primer yang peneliti kumpulkan secara daring melalui Google Forms untuk menyebarkan survei. Metode pengukuran kuesioner menggunakan skala Likert. Metode analisis data yang digunakan adalah uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, serta uji hipotesis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

#### **Uji Analisis Deskriptif**

Teknik statistik yang disebut uji analisis deskriptif digunakan untuk mengkarakterisasikan sifat-sifat data penelitian yang telah dikumpulkan. Tujuan utama analisis deskriptif adalah untuk membuat data mudah dipahami dengan meringkas dan menjelaskannya dengan jelas. Temuan ini

membagi responden ke dalam empat kategori yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Distribusi data temuan ini terlihat seperti ini:

**Tabel 1.** Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Presentase
Laki-laki	21,8%
Perempuan	78,2%

**Sumber :** Pengolahan data, SPSS 25 (2024).

Berdasarkan data yang didapat pada tabel 1, diketahui bahwa responden Gen Z sebagian besar adalah perempuan, yaitu 78,2%, dan sisanya 21,8% adalah laki-laki. Hal ini menandakan bahwa responden Generasi Z didominasi oleh perempuan.

**Tabel 2.** Kriteria Responden Berdasarkan Usia

Usia	Presentase
21-27	35,6%
20-22	47,5%
12-19	16,8%

**Sumber :** Pengolahan data, SPSS 25 (2024).

Berdasarkan data yang didapat pada tabel 2, diketahui bahwa mayoritas responden Gen Z berada pada usia 20-22 tahun dengan presentase 47,5%, diikuti oleh responden usia 21-27 dengan presentase 35,6% dan sisanya pada usia 12-19 tahun dengan presentase 16,8%.

**Tabel 3.** Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Presentase
Pelajar	25,7%
Mahasiswa	44,6%
Wiraswasta	13,9%
Pengusaha	3%
Lainnya	12,9%

**Sumber :** Pengolahan data, SPSS 25 (2024).

Berdasarkan data yang didapat pada tabel 3, diketahui bahwa jumlah responden Gen Z mayoritas adalah mahasiswa, yaitu sebesar 44,6%, sedangkan responden pengusaha hanya sebesar 3%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa sangat terlibat dengan teknologi dan terbiasa menggunakan perangkat digital serta aplikasi seperti e-wallet dalam kehidupan sehari-hari.

**Tabel 4.** Kriteria Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Presentase
< 1.000.000	63,4%
1.000.000 - 2.500.000	19,8%
2.500.000 - 5.000.000	10,9%
> 5.000.000	5,9%

**Sumber :** Pengolahan data, SPSS 25 (2024).

Berdasarkan data yang didapat pada tabel 4, diketahui bahwa jumlah responden Gen Z mayoritas mempunyai pendapatan kurang dari Rp 1.000.000. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini pendapatan sebagian besar masyarakat kurang dari Rp 1.000.000,- karena kebanyakan responden pada temuan ini adalah mahasiswa dan pendapatannya masih dari orang tua nya.

## Uji validitas dan reliabilitas

Kuesioner digunakan dalam uji validitas untuk menentukan validitas data yang dikumpulkan setelah penelitian. Data yang digunakan sah jika nilai  $r$  yang dihitung lebih besar dari  $r$  tabel, atau sebaliknya. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alfa untuk menilai konsistensi temuan pengukuran kuesioner ketika diberikan berkali-kali. Variabel dianggap andal jika nilai Cronbach Alfa lebih besar dari 0,60, atau sebaliknya.

Berdasarkan pengujian temuan ini menghasilkan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,195) yang berarti semua data valid dan butir pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian. Variabel e-wallet, literasi keuangan syariah, dan perilaku pembelian impulsif, memiliki nilai Cronbach's Alpha  $>$  0,60, yang menunjukkan bahwa semuanya reliabel dan dapat dipakai dalam analisis lebih lanjut.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan guna membuktikan apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.

**Tabel 5.** Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
Asymp. Sign. (2-tailed)		0,016 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	0,260 <sup>d</sup>	
	99%	Lower Bound	0,248
	Confidence Interval	Upper Bound	0,271

**Sumber :** Pengolahan data, SPSS 25 (2024).

Tabel 5 menjelaskan nilai Asymp. Sign adalah 0,016, Angka tersebut kurang dari ukuran signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan data tidak terdistribusi secara merata. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan baru, model Monte Carlo, dan hasilnya menunjukkan nilai Sig. adalah 0,260, lebih besar dari 0,05. Data ini menandakan bahwa temuan penelitian berdistribusi normal.

#### Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas menentukan apakah model regresi mendeteksi adanya hubungan antar komponen independen. Variabel dependen dalam model regresi yang layak tidak boleh berkorelasi. Variance inflation factor (VIF) dan nilai toleransi digunakan dalam model regresi untuk menguji multikolinieritas. Jika nilai toleransi lebih dari 0,10 atau VIF kurang dari 10,00, maka tidak ada multikolinieritas antara variabel dependen.

**Tabel 6.** Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
E-wallet (X1)	0,925	1,081
Literasi Keuangan Syariah (X2)	0,925	1,081

**Sumber :** Pengolahan data, SPSS 25 (2024).

Dari Tabel 6 bahwa nilai tolerance dari kedua variabel independen yaitu nilai tolerance 0,925  $>$  0,10 dan nilai VIF 1,081 tidak menunjukkan gejala multikolinieritas.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi ketidakkonsistenan dalam model regresi yang terkait dengan perubahan nilai residual dalam berbagai pengamatan.

**Tabel 7.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
E-wallet (X1)	0,088
Literasi Keuangan Syariah (X2)	0,348

**Sumber** : Pengolahan data, SPSS 25 (2024).

Menurut hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 7 diatas menunjukkan bahwa itu adalah variabel dependen. Menurut data, nilai signifikansi (Sig) dari masing-masing variabel sebesar 0,088 dan 0,348. Dengan demikian, hasil data tersebut mengindikasikan bahwa semua dua variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa model regresi tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 8.** Hasil Uji Regresi Linier Berganda

	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	5,746	4,211
E-wallet (X1)	0,410	0,114
Literasi Keuangan Syariah (X2)	0,259	0,102

**Sumber** : Pengolahan data, SPSS 25 (2024).

Tabel 8 menunjukkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,746 + 0,410 x_1 + 0,259 x_2$$

Dari hasil analisis regresi linear berganda, jumlah nilai konstanta regresi sebesar 5,746, yang berarti jika variabel e-wallet dan literasi keuangan syariah bernilai 0 (nol) maka perilaku pembelian impulsif pada gen z di Jepara akan sebesar 5,746. Nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,410, yang berarti apabila variabel e-wallet naik sejumlah satu satuan, maka perilaku pembelian impulsif pada gen z di Jepara akan naik sebesar 0,410 satuan. Koefisien 0,259 untuk X2 bahwa setiap peningkatan satu unit dalam literasi keuangan syariah terkait dengan peningkatan perilaku pembelian impulsif sebesar 0,259 unit.

### Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi dilakukan dengan maksud mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai *adjusted R - Squared*.

Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya.

**Tabel 9.** Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjust Square	Std. Error of The Estimate
1	0,464	0,215	0,199	3,483

**Sumber** : Pengolahan data, SPSS 25 (2024).

Nilai R<sup>2</sup>, sebagaimana ditentukan oleh perhitungan, adalah 0,215. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh sebesar 21,5% terhadap variabel dependen. Sementara itu, faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini memiliki dampak terhadap 75,5% sisanya.

### Uji Hipotesis

#### Uji Simultan ( uji f )

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

**Tabel 10.** Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	13,288	0,000

**Sumber** : Pengolahan data, SPSS 25 (2024).

Dari data dalam Tabel 10, terlihat bahwa Nilai Sig. (0,000) lebih kecil daripada  $\alpha$  (0,05) dan nilai  $f$  hitung lebih besar dari  $f$  tabel ( $13,288 > 3,09$ ) hal tersebut mengindikasikan variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsive gen z di Jepara.

### Uji Parsial ( uji t )

Hipotesis penelitian tentang pengaruh parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat diuji menggunakan uji-t.

**Tabel 11.** Hasil Uji t

Variabel	T	Sig.
(Constant)	1,365	0,176
E-wallet (X1)	3,615	0,000
Literasi Keuangan Syariah (X2)	2,545	0,013

**Sumber :** Pengolahan data, SPSS 25 (2024).

Dari hasil uji parsial pada tabel 11. variabel X1, didapatkan bahwa nilai tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,615 > 1,984$ ) Dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti ada pengaruh dari variabel X1 (e-wallet) terhadap variabel terikatnya. Kemudian Variabel X2, didapatkan bahwa nilai tingkat signifikansi sebesar 0,013 lebih kecil dari 0,05 atau  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,545 > 1,984$ ). Dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti ada pengaruh dari variabel X2 (Literasi Keuangan Syariah) terhadap variabel terikatnya.

### Pembahasan

#### Pengaruh E-wallet terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Gen Z di Jepara

Dari hasil uji regresi dan pengujian hipotesis, disimpulkan bahwa variabel e-wallet memiliki hubungan substansial terhadap perilaku pembelian impulsif. Temuan ini didukung oleh analisis statistik yang menunjukkan nilai  $t$  hitung sebesar 3,615 yang melebihi nilai  $t$  tabel yang telah ditetapkan sebesar 1,984. Dan nilai sig  $0,001 < 0,05$ . Oleh karena itu hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya e-wallet berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsive.

Penelitian ini sejalan dengan paradigma penerimaan teknologi, yang menjelaskan bagaimana individu menerima dan memanfaatkan teknologi. Ketersediaan dompet digital memudahkan transaksi keuangan karena tidak melihat fisik uangnya yang digunakan agar mereka tidak merasa telah mengeluarkan uang. Penelitian Marlina dkk., (2021) menemukan bahwa menggunakan cashless itu nyaman dan tidak merasa telah menghabiskan uang, namun hal tersebut menjadi lebih boros. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Putri dan Sudaryanto (2022) yang mengungkapkan dimana ditemukan pengaruh positif dan signifikan pada e-wallet terhadap pembelian impulsif. Namun bertentangan dengan penelitian Kusnawan dkk., (2019) yang mengungkapkan tidak ada pengaruh pada e-wallet terhadap pembelian impulsif.

#### Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Gen Z di Jepara

Dari hasil uji regresi dan pengujian hipotesis, disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan syariah memiliki hubungan substansial terhadap perilaku pembelian impulsif. Temuan ini didukung oleh analisis statistik yang menunjukkan nilai  $t$  hitung sebesar 2,545 yang melebihi nilai  $t$  tabel yang telah ditetapkan sebesar 1,984. Dan nilai sig  $0,001 < 0,05$ . Oleh karena itu hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsive.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif dipengaruhi secara signifikan oleh literasi keuangan syariah. Temuan pembahasan ini sejalan dengan penelitian Ramadany & Artadita (2022) yang menunjukkan adanya hubungan positif signifikan antara pengetahuan keuangan syariah dan pembelian impulsif. Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Aulia dkk., (2023) yang mengungkapkan bahwa ditemukan pengaruh negatif dan

signifikan antara variabel literasi keuangan tidak terkait terhadap pembelian impulsif. Bisa diartikan gen Z yang literasi keuangannya baik akan berkurang kemungkinannya berperilaku pembelian impulsif.

### **Pengaruh E-wallet dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Gen Z di Jepara**

Variabel E-wallet dan Literasi Keuangan Syariah secara bersama-sama mempengaruhi perilaku pembelian impulsif pada Gen Z di Jepara. Berdasarkan probabilitas sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05, dan nilai F tabel proyeksi sebesar 13,288 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09. Temuan penelitian menunjukkan bahwa 21,5% variasi perilaku pembelian impulsif dapat diterangkan oleh E-wallet dan Literasi Keuangan Syariah, berdasarkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,215. Sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **SIMPULAN**

Penelitian ini mengkaji dampak penggunaan e-wallet dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku pembelian impulsif pada Generasi Z Jepara. Hasil analisis data menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Generasi Z lebih cenderung melakukan pembelian impulsif karena kemudahan dan kenyamanan e-wallet. Selain itu, literasi keuangan syariah juga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah membantu individu mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak dan sesuai dengan nilai-nilai etika dan tanggung jawab. Secara simultan, penggunaan e-wallet dan literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif, sebagaimana dibuktikan oleh nilai F hitung  $13.288 > F \text{ tabel } 3.09$  dan signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Dengan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,215, kedua variabel tersebut menyumbang 21,5% dari perilaku pembelian impulsif, sisanya ditentukan oleh variabel tambahan yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya pendidikan dan kampanye literasi keuangan yang lebih intensif, khususnya literasi keuangan syariah, untuk membantu Generasi Z mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dan mengurangi kecenderungan pembelian impulsif. Penyedia layanan e-wallet juga perlu mempertimbangkan pengembangan fitur-fitur yang mendukung pengelolaan keuangan, seperti pengingat anggaran dan analisis pengeluaran. Penelitian lain diperlukan untuk menentukan variabel lain yang memengaruhi kecenderungan pembelian impulsif dan menyelidiki konsekuensi penggunaan dompet elektronik dan pengetahuan keuangan Islam terhadap perilaku keuangan pribadi. Para pembuat kebijakan, penyedia layanan dompet elektronik, dan masyarakat umum diharapkan dapat menemukan nilai dalam hasil penelitian saat mereka merumuskan rencana untuk meningkatkan literasi keuangan dan mengendalikan perilaku pembelian impulsif pada Generasi Z.

### **Referensi :**

- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner*, 7(3).  
<https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601>
- BPS Jepara. (2024). *Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kabupaten Jepara (Jiwa), 2016-2021*.  
<https://jeparakab.bps.go.id/indicator/12/132/1/penduduk-menurut-kelompok-umur-di-kabupaten-jepara.html>
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials End and Generation Z Begins. *Pew Research Center*, 17(1), 1-7.
- Djuwita, D. (2018). *Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha*. 10(1), 105-127.
- Firdaus, D., & Yusuf, U. (2018). *Hubungan antara self esteem dengan impulsive buying (Studi pada mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi yang berbelanja melalui Instagram)*. 38-44.
- Firdaus, D. F., Jaenudin, N., Hasani, C. M., Ropiah, E. S., & Meilinda, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Pada Mahasiswa Universitas Islam Al-Ihya Kuningan. *Fakultas Ilmu Keislaman*, 4(2), 108-118.  
<http://www.nber.org/papers/w16019>
- Firdaus, Z. Y., Krisbiantoro, D., & Afiana, F. N. (2021). *PENGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL ( TAM ) Abstraksi*  
 Keywords : *Pendahuluan Tinjauan Pustaka*.
- GoodStats Data. (2023). *E-Wallet, Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Belanja Online*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/20/e-wallet-metode-pembayaran-digital-yang-paling-banyak-digunakan-warga-ri-saat-belanja-online>
- Jatengprov.go.id. (2024). *Pemkab Jepara Dorong Pengadaan Digital Produk UMKM Lokal*.  
<https://jatengprov.go.id/beritadaerah/pemkab-jepara-dorong-pengadaan-digital-produk-umkm-lokal/>
- Kurnia, R. (2021). *The Effect of Online Shopping and E-Wallet on Consumer Impulse Buying*. 3, 231-242.  
<https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.3>
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137-160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2021). Cashless Dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis Dan Empiris. *Jurnal Co Management*, 3(2), 533-542.  
<https://doi.org/10.32670/comanagement.v3i2.424>
- Nadia Miranda Effendi Putri, & Budi Sudaryanto. (2022). *ANALISIS PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN DAYA TARIK IKLAN PADA APLIKASI E-WALLET TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF KONSUMEN GENERASI Z (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang)*. *Diponegoro Journal of Management*, Vol 11, No(2021), 1-13.  
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Ningtyas, M. N., & Vania, A. (2022). *Materialism , Financial Literacy , and Online Impulsive Buying : A Study on the Post Millennial Generation in a Pandemic Period*. 0, 1-12.
- Novia, H., & Harmon, H. (2016). Faktor Penentu Perilaku Impulsive Buying pada Fashion Business di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 2(3), 121-133.  
<https://doi.org/10.35697/jrbi.v2i3.97>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Undang - Undang OJK. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan*, 53(9), 1689-1699. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-tentang-Peningkatan-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-di-Sektor-Jasa-Kuangan-Bagi-Konsumen-dan-atau-masyarakat/SAL-POJK-Literasi-dan-Inklusi-Kuang>
- Permata, S., & Wahid, S. H. (2023). *PERANAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH DALAM MEMODERASI PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN SOCIAL MEDIA TERHADAP IMPULSIVE BUYING*. *Adz Dzahab Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(1), 130-140.
- Ramadany, C., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan

- Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Generasi Z di Indonesia. *YUME : Journal of Management*, 6(1), 606–614.
- Rao Purba. (1996). *Measuring Customer Perceptions Through Factor Analysis*. 9.1, 28–32.
- Ratih, I. A. T., & Astiti, D. P. (2016). Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Putri Di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 3(2), 209–219. <https://doi.org/10.24843/jpu.2016.v03.i02.p04>
- Remund D.L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2).
- Sinaga, E. M. (2022). Studi Komparatif Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Online Impulse Buying (Studi Kasus : Pengguna Ovo, Gopay Dan Shopeepay). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1–7. <https://doi.org/10.29040/jie.v7i1.6917>
- Tewu, I., Lapian, J., & Tielung, M. (2022). THE INFLUENCE OF A WALLET FOR PAYMENT TRANSACTION ON IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR IN MANADO. *Jurna EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 580–586. <http://dx.doi.org/10.35794/emba.v10i3.42291>
- Venia, M., Marzuki, F., & Yuliniar. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna E-commerce ). *Korelasi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 929–941.
- Widiyanti, W., Bina, U., & Informatika, S. (2020). Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. 7(1), 54–63.
- Wulandari, R. tri, & Damayanti, S. M. (2022). the Importance of Digital Financial Literacy To Anticipate Impulsive Buying Behavior in Buy-Now-Pay-Later Mode. *International Journal of Business and Economy (IJBEC)*, 4(3), 170–182. <http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec> <http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec>