

ANALISIS KEPUTUSAN GENERASI Z DALAM PENGGUNAAN PEMBAYARAN *E-WALLET* DITINJAU DARI PERSPEKTIF AKUNTANSI KEPERILAKUAN

Intan Syahaliza Aryani

intansyahaliza@gmail.com

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku keuangan Generasi Z dalam penggunaan *e-wallet* dari perspektif Akuntansi Keperilakuan. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara mendalam faktor-faktor perilaku pengguna. Responden penelitian ini adalah 60 mahasiswa aktif Generasi Z Universitas Mataram yang diperoleh melalui teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *incidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang memuat indikator kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), pengaruh sosial, *money salience*, dan perilaku impulsif, kemudian dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan pengaruh teman sebaya menjadi faktor dominan dalam membentuk intensi penggunaan *e-wallet*. Namun, promosi intensif seperti cashback dan diskon turut memicu perilaku konsumtif dan impulsif akibat rendahnya *money salience* terhadap uang digital. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan keuangan Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh faktor sosial dan emosional. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong peningkatan literasi keuangan digital agar penggunaan *e-wallet* lebih bijak dan seimbang.

Kata Kunci: *E-Wallet, Generasi-Z, Akuntansi Keperilakuan, Perilaku Impulsif*

ABSTRACT

This study aims to analyze the financial behavior of Generation Z in using e-wallets from a Behavioral Accounting perspective. The approach used is descriptive qualitative to describe in depth the factors of user behavior. The respondents of this study were 60 active Generation Z students of Mataram University, obtained through a non-probability sampling technique with an incidental sampling approach. Data were collected through an online questionnaire containing indicators of ease of use (perceived ease of use), social influence, money salience, and impulsive behavior, then analyzed descriptively. The results show that perceived ease of use and peer influence are the dominant factors in shaping e-wallet usage intentions. However, intensive promotions such as cashback and discounts also trigger consumptive and impulsive behavior due to low money salience towards digital money. These findings confirm that Generation Z's financial decisions are influenced not only by rational considerations, but also by social and emotional factors. The results of this study are expected to encourage increased digital financial literacy so that e-wallet use is wiser and more balanced.

Keywords: *E-Wallet, Generation-Z, Behavioral Accounting, Impulsive Behavior*

PENDAHULUAN

Akuntansi Keperilakuan (*Behavioral Accounting*) merupakan disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana perilaku, sikap, dan faktor psikologis manusia memengaruhi desain, penggunaan, dan interpretasi sistem akuntansi dan pengambilan keputusan (Devinda et al., 2024). Dalam konteks pengambilan keputusan finansial di era digital, sistem pembayaran telah mengalami evolusi radikal, berpindah dari alat pembayaran berbasis fisik menuju sistem elektronik atau disebut *e-payment*. Salah satu jenis *e-payment*, yaitu *e-wallet* sering digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk melakukan pembayaran (Harseno, 2021). *E-wallet* merupakan inovasi *financial technology* berbasis server yang menawarkan kemudahan dan kecepatan transaksi nirsentuh, menjadikannya alat pembayaran yang diadopsi secara masif oleh Generasi Z, sekelompok *digital natives* yang mengutamakan efisiensi dan fleksibilitas dalam bertransaksi (Rahmadhani et al., 2022). Hal ini didukung oleh hasil survei Jakpat pada Mei 2025 yang menunjukkan bahwa *e-wallet* masih menjadi metode pembayaran digital yang paling banyak digunakan, dengan 80% responden memanfaatkannya untuk berbagai kebutuhan transaksi sehari-hari (Izzul, 2025).

Fenomena adopsi *e-wallet* yang masif di kalangan Generasi Z, sebagaimana ditunjukkan oleh survei Visa (2023) yang melaporkan bahwa 89% responden Generasi Z menggunakan *e-wallet*, mendorong perlunya penelitian untuk menyoroti dampak perilaku keuangan yang menyertainya. Temuan ini mengungkapkan adanya kesenjangan fenomena yang mendasar antara kemudahan transaksi digital dan perilaku finansial yang muncul di kalangan Generasi Z. *E-wallet* menawarkan kemudahan dan *seamless experience* dalam bertransaksi, namun kemudahan ini dapat menimbulkan masalah perilaku, di mana minat penggunaan *e-wallet* secara signifikan memiliki dampak besar pada perilaku pembelian impulsif pada Generasi Z (Annisa et al., 2023; Nihlatussifa et al., 2024). Lebih lanjut, hasil studi juga menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital mendorong peningkatan yang signifikan pada perilaku konsumtif (Pangestu et al., 2024). Kondisi ini mengindikasikan adanya disfungsi dalam pengambilan keputusan keuangan akibat pergeseran dari uang fisik ke uang digital, di mana persepsi uang virtual dianggap “kurang nyata”, memicu pengeluaran yang kurang terkontrol, sehingga memerlukan analisis mendalam dari perspektif Akuntansi Keperilakuan. Selain itu, meskipun *e-wallet* menawarkan kemudahan, isu persepsi risiko seperti risiko finansial, kinerja, dan psikologis masih menjadi faktor penting yang dihadapi Generasi Z dan memengaruhi perilaku penggunaannya (Reswara et al., 2025).

Studi-studi terdahulu menggunakan model penerimaan *Technology Acceptance Model* (TAM) Harseno (2021); Rahmadhani et al. (2022) untuk menguji faktor-faktor seperti *Perceived Ease of Use*, *Perceived Security*, dan *Perceived Usefulness* terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* (Artina, 2021; Ramadhan et al., 2016; Wayan et al., 2024). Sementara itu, literatur Akuntansi Keperilakuan telah mengidentifikasi variabel-variabel utama seperti *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Locus of Control*, dan *Love of Money* sebagai determinan dalam pengambilan keputusan (Devinda et al., 2024; Wulandari et al., 2022). Namun, dari tinjauan studi-studi terdahulu, dapat diidentifikasi adanya dua keterbatasan mendasar yang melandasi urgensi penelitian ini. Pertama, sebagian besar literatur masih cenderung menganalisis adopsi teknologi dan perilaku keuangan sebagai dua domain yang terpisah, sehingga minim penelitian yang secara komprehensif mengintegrasikan faktor keputusan penggunaan *e-wallet* dengan dampak perilaku keuangan seperti perilaku impulsif dan perilaku konsumtif dalam satu kerangka teoretis Akuntansi Keperilakuan (Indira et al., 2025). Kedua, studi-studi terdahulu didominasi oleh pendekatan kuantitatif, seperti ditunjukkan dalam beberapa penelitian oleh Ramadhan et al. (2016); Artina (2021); Rahmadhani et al. (2022); Annisa et al. (2023); dan Reswara et al. (2025), yang mengandalkan pengumpulan data melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda hingga *Structural Equation Modelling* (SEM), sehingga lebih berfokus pada pengujian hubungan antarvariabel. Oleh karena itu, penelitian ini

menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam terkait proses, makna, dan perspektif mengenai bagaimana proses kognitif Generasi Z bekerja, bagaimana mereka memaknai uang digital, serta bagaimana pemaknaan tersebut membentuk dinamika perilaku impulsif dan perilaku konsumtif dari perspektif mereka sendiri.

Berdasarkan kesenjangan teoretis dan metodologis yang telah diidentifikasi, penelitian ini berupaya menjembatani domain adopsi teknologi dan perilaku keuangan dalam kerangka Akuntansi Keperilakuan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini tidak hanya mencari hubungan antarvariabel, tetapi bertujuan untuk menganalisis secara mendalam dan deskriptif tentang bagaimana proses kognitif Generasi Z bekerja, bagaimana mereka memaknai kemudahan transaksi *e-wallet*, serta konsekuensi perilakunya terhadap perilaku impulsif dan perilaku konsumtif. Secara praktis, hasil studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa deskripsi yang kaya dan kontekstual bagi regulator dan penyedia jasa keuangan dalam merancang literasi keuangan yang lebih efektif dan sesuai dengan perspektif Generasi Z.

TINJAUAN LITERATUR

Generasi Z

Generasi Z didefinisikan sebagai kelompok individu yang lahir dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital, umumnya mencakup mereka yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an (Rahmadhani et al., 2022; Reswara et al., 2025). Generasi Z dikenal sebagai *digital natives* karena mereka tidak pernah mengenal kehidupan tanpa internet, menjadikan teknologi dan internet sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari (Indira et al., 2025; Intan Berlianawati et al., 2024; Lintang Utama et al., 2024; Novia Ardana Putri dan Nurabiah, 2024; Tatian et al., 2024). Karakteristik ini membuat Generasi Z sangat akrab dan cenderung cepat dalam mengadopsi produk digital Rahmadhani et al. (2022), termasuk dalam hal transaksi keuangan. Pola pikir yang kritis dan penggunaan *gadget* yang intensif memengaruhi cara mereka mengelola dan membelanjakan uang (Indira et al., 2025).

Financial Technology

Financial technology merujuk pada integrasi antara layanan keuangan dan teknologi (Ruyani et al., 2024). Inti dari *fintech* adalah mengembangkan teknologi yang memoderasi model bisnis keuangan konvensional sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam sistem pembayaran dan transaksi. *Fintech* mendorong lahirnya berbagai inovasi yang membuat layanan keuangan lebih mudah diakses dan efisien, yang pada akhirnya melahirkan alat pembayaran digital seperti *e-wallet* (Mega et al., 2024).

E-Wallet

E-wallet adalah inovasi utama dari sektor *fintech* yang berfungsi sebagai alat pembayaran nontunai berbasis server (Harseno, 2021; Mega et al., 2024). Adopsi *e-wallet* di Indonesia telah didorong oleh Bank Indonesia dan popularitasnya di kalangan Generasi Z (Mega et al., 2024). Keputusan Generasi Z dalam menggunakan *e-wallet* dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dianalisis menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) Rahmadhani et al. (2022); Lintang Utama et al. (2024), yaitu: (1) *Perceived Ease of Use*, keyakinan bahwa *e-wallet* mudah dioperasikan Ramadhan et al. (2016); Artina (2021); (2) *Perceived Usefulness*, keyakinan bahwa sistem ini meningkatkan efisiensi transaksi Ramadhan et al. (2016); Artina (2021); serta (3) kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi dan risiko manipulasi (Muhammad et al., 2021; Pangestu et al., 2024). Hal ini berkaitan erat dengan *Perceived Risk*, yang mencakup risiko finansial, risiko kinerja, hingga risiko kecemasan dalam penggunaan (Ramadhan et al., 2016).

Akuntansi Keperilakuan

Akuntansi Keperilakuan adalah disiplin interdisipliner yang mengkaji bagaimana faktor perilaku, sikap, dan aspek psikologis manusia memengaruhi pengambilan keputusan finansial dan desain sistem akuntansi (Devinda et al., 2024; Wulandari et al., 2022). Dalam konteks digital, disiplin ini menganalisis bias kognitif yang muncul ketika Generasi Z berinteraksi dengan uang virtual (Ruyani et al., 2024; Sa'adatul et al., 2024). Disfungsi perilaku akibat pergeseran persepsi terhadap uang menjadi fokus utama (Wulandari et al., 2022).

Perilaku Impulsif dan Perilaku Konsumtif

Kemudahan *e-wallet* memicu konsekuensi perilaku yang kurang terkontrol. Perilaku pembelian impulsif adalah tindakan pembelian yang tidak direncanakan, didorong oleh emosi (Annisa et al., 2023; Nihlatussifa et al., 2024). Sejalan dengan itu, perilaku konsumtif adalah kecenderungan pengeluaran berlebihan demi kesenangan atau gaya hidup (Irna et al., 2020; Pangestu et al., 2024). Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan perilaku impulsif dan konsumtif pada Generasi Z (Annisa et al., 2023; Irna et al., 2020). Fenomena ini terjadi karena secara psikologis, uang digital dianggap “kurang nyata” dibandingkan uang tunai, yang secara signifikan menurunkan kontrol diri pengguna (Nihlatussifa et al., 2024).

Penelitian Terdahulu

Studi-studi adopsi teknologi, seperti penelitian oleh Rahmadhani et al. (2022) dan Ramadhan et al. (2016) secara konsisten membuktikan bahwa faktor adopsi *e-wallet* seperti *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Security* memengaruhi secara signifikan minat dan keputusan penggunaan di kalangan Generasi Z. Selanjutnya, studi oleh Annisa et al. (2023) dan Pangestu et al. (2024) juga menemukan bahwa penggunaan *e-wallet* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan perilaku impulsif dan perilaku konsumtif. Temuan ini mengindikasikan adanya disfungsi perilaku yang terpicu oleh kemudahan digital.

Meskipun demikian, sebagian besar studi yang ada menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga fokusnya hanya pada pengujian tingkat hubungan statistik antarvariabel, tetapi tidak menjelaskan secara mendalam mengenai proses kognitif atau makna internal yang dirasakan Generasi Z saat bertransaksi menggunakan *e-wallet* (Ruyani et al., 2024; Sa'adatul et al., 2024). Di sisi lain, kajian literatur Akuntansi Keperilakuan oleh Wulandari et al. (2022) dan Devinda et al. (2024) telah mengidentifikasi determinan perilaku penting, tetapi bersifat umum dan belum terintegrasi secara eksploratif dengan konteks spesifik *e-wallet* sebagai pemicu perilaku disfungsional. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana Generasi Z memaknai *e-wallet* dan bagaimana pemaknaan tersebut membentuk perilaku impulsif dan perilaku konsumtif dari perspektif Akuntansi Keperilakuan.

METODE PENELITIAN

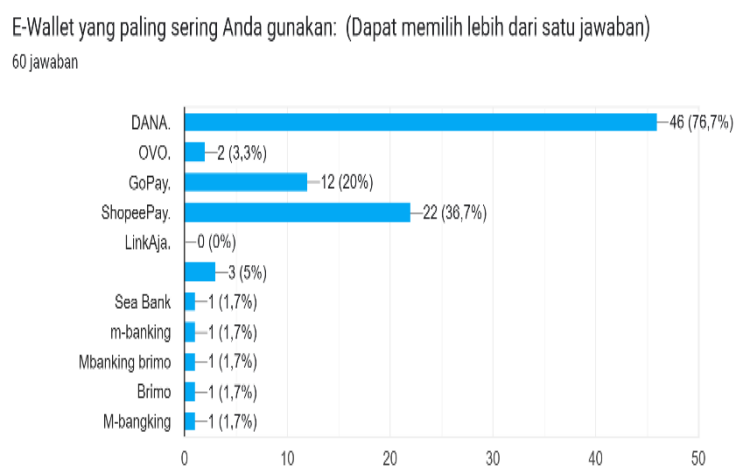
Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif Ruyani et al. (2024), untuk menggambarkan perilaku keuangan Generasi Z dalam penggunaan *e-wallet* berdasarkan perspektif Akuntansi Keperilakuan. Populasi penelitian ini mencakup mahasiswa aktif Generasi Z Universitas Mataram. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *incidental sampling*, yaitu responden yang bersedia mengisi kuesioner secara sukarela. Jumlah responden yang berhasil di kumpulkan sebanyak 60 orang dari berbagai fakultas di Universitas Mataram. Data diperoleh melalui kuesioner daring (*google form*) yang berisi pertanyaan mengenai kebiasaan, preferensi, serta faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *e-wallet*, berdasarkan indikator kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), pengaruh sosial, *money salience*, dan perilaku impulsif. Hasil data dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi pola perilaku dan kecenderungan penggunaan *e-wallet* di kalangan Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fokus Penelitian

Kuesioner yang disebarakan secara acak menghasilkan 60 responden mahasiswa aktif Generasi Z Universitas Mataram, di mana mayoritas responden berusia 18–20 tahun (53,3%). Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran kuesioner telah tepat sasaran kepada generasi yang dikenal sebagai *digital natives* dan memiliki tingkat literasi teknologi yang tinggi dalam aktivitas sehari-hari, termasuk penggunaan produk finansial digital seperti *e-wallet* (Indira et al., 2025; Rahmadhani et al., 2022). Mayoritas responden mengandalkan uang saku dari orang tua (93,3%) yang menempatkan mereka dalam kategori berisiko tinggi terhadap perilaku konsumtif dan isu kontrol diri dalam pengambilan keputusan keuangan (Devinda et al., 2024; Pangestu et al., 2024). Mayoritas responden telah menggunakan *e-wallet* dalam rentang waktu 1-2 tahun (51,7%). Frekuensi penggunaan *e-wallet* menunjukkan munculnya *habit formation* yang kuat, di mana responden yang menggunakan cukup sering (41,7%) berjumlah 25 orang dari total 60 responden. Pola penggunaan *e-wallet* yang intensif, didominasi untuk keperluan belanja online (81,7%) dan makan/minum di kafe atau restoran (63,3%), pola ini menegaskan pergeseran paradigma transaksi dari kebutuhan esensial ke konsumsi dan gaya hidup.

Faktor Penggunaan E-Wallet



Gambar 1. Aplikasi Pembayaran Yang Sering Digunakan

Sumber: data primer diolah, 2025

Lebih lanjut, adopsi *e-wallet* tidak hanya didasari oleh kemanfaatan pribadi, tetapi juga oleh faktor eksternal. Temuan bahwa 38,18% responden dipengaruhi oleh teman atau lingkungan sosial menunjukkan peran signifikan pengaruh sosial sebagai pendorong utama intensi perilaku Generasi Z dalam menggunakan *financial technology* (Dwiki et al., 2022; Rahmadhani et al., 2022; Reswara et al., 2025). Data juga menunjukkan bahwa *e-wallet* yang dominan digunakan adalah Dana (76,7%), diikuti oleh ShopeePay (36,7%). Preferensi ini tidak semata-mata didorong oleh faktor fungsional, tetapi juga oleh persepsi kemudahan tampilan antarmuka (*user interface*) yang dianggap lebih sederhana dan mudah dipahami oleh pengguna. Sebanyak 45% responden menyatakan pengaruh teman berada pada kategori cukup besar, yang memperkuat keputusan penggunaan *e-wallet*. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki peran positif dan signifikan terhadap niat perilaku dan minat penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z (Dwiki et al., 2022; Rahmadhani et al., 2022). Bahkan, pengaruh sosial dapat memengaruhi persepsi kemudahan

penggunaan (*Perceived Ease of Use*) (Rahmadhani et al., 2022). Selain itu faktor lingkungan sosial juga diidentifikasi sebagai variabel yang memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa secara keseluruhan (Indira et al., 2025). Dalam konteks pengambilan keputusan, penting untuk diperhatikan bahwa risiko sosial, yang timbul dari tekanan atau ekspektasi teman sebaya, merupakan salah satu dimensi risiko penggunaan *e-wallet* yang dapat memengaruhi perilaku pengguna (Reswara et al., 2025).

Aspek Psikologis dan Perilaku Keuangan Penggunaan E-Wallet

Analisis dari data kualitatif telah mengonfirmasi adanya interaksi kompleks antara produk digital dengan aspek psikologi pengguna, sebuah fokus dalam studi Akuntansi Keperilakuan (Devinda et al., 2024; Wulandari et al., 2022). Temuan dari penelitian ini adalah rendahnya *money salience* (kejelasan uang) pada transaksi *e-wallet*, yang secara langsung memicu peningkatan perilaku konsumtif (Harseno, 2021; Irna et al., 2020). Fenomena ini muncul akibat dematerialisasi saldo digital, di mana uang kehilangan wujud fisiknya dan tereduksi menjadi angka abstrak pada aplikasi. Konsekuensinya, pengeluaran digital menghilangkan *pain of paying* yang umumnya dirasakan saat bertransaksi menggunakan uang tunai (Irna et al., 2020). Hal ini didukung oleh bukti berupa konsistensi pernyataan responden yang mengungkapkan “*Saldo E-Wallet lebih cepat habis karena bentuk uang yang tidak terlihat sehingga lebih ringan saat mengeluarkan.*” Pernyataan tersebut memvalidasi perilaku bahwa hilangnya bentuk fisik uang mengurangi nilai kognitif, yang pada akhirnya meminimalkan penghalang psikologis untuk membelanjakan uang dan menyebabkan peningkatan perilaku boros (Harseno, 2021; Irna et al., 2020).

Faktor Promo dan Insentif Perilaku Pembelian Impulsif

Data kuesioner menunjukkan adanya kecenderungan yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif (*impulsive buying*) yang sangat dipengaruhi oleh insentif eksternal yang masif, khususnya promo dan diskon yang ditawarkan oleh layanan *e-wallet*. Promo ini berfungsi sebagai stimulus kuat yang memicu bias kognitif pada mahasiswa, di mana keputusan didorong oleh keuntungan instan dari diskon, alih-alih mempertimbangkan kebutuhan dan *cost-benefit* (Annisa et al., 2023). Dukungan literatur menunjukkan bahwa promosi dan daya tarik cashback adalah faktor penting yang secara signifikan memengaruhi keputusan dan niat penggunaan dompet digital (Indira et al., 2025; Mega et al., 2024). Mekanisme ini terlihat jelas dari tingginya persentase responden (43,4%) yang mengaku sering tergoda oleh tawaran promo, bahkan tanpa adanya kebutuhan mendesak. Perilaku impulsif ini kemudian diikuti oleh pengalaman penyesalan pasca pembelian (*post-purchase regret*) (63,3%), yang menjadi indikator kunci adanya konflik keputusan yang didorong oleh emosi (Pangestu et al., 2024). Siklus kesenangan instan yang diikuti penyesalan ini, sebagaimana dikonfirmasi oleh narasi responden, “*Saya pernah membeli barang karena flash sale tanpa rencana. Awalnya merasa senang, tetapi setelah melakukan pembelian cukup menyesal karena barang yang telah dibeli jarang dipakai.*” Hal ini merupakan bukti kuat bahwa *e-wallet* berkontribusi positif dan signifikan terhadap peningkatan perilaku pembelian impulsif (Annisa et al., 2023).

Persepsi Kemudahan, Risiko, dan Kontradiksi Perilaku Pengguna

Meskipun *e-wallet* secara rasional memberikan fitur yang bermanfaat, seperti persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) yang secara umum terbukti memiliki pengaruh positif terhadap minat dan kepuasan pengguna (Artina, 2021; Ramadhan et al., 2016). Namun, penelitian ini menemukan adanya kontradiksi, yaitu mahasiswa merasa terbantu dengan kemudahan aplikasi, tetapi pada saat yang bersamaan mereka merasa boros. Kontradiksi ini menegaskan bahwa manfaat dan kemudahan *e-wallet* tidak cukup untuk mengatasi kerentanan perilaku yang diakibatkan oleh rendahnya *money salience* (Harseno, 2021). Selain

itu, isu keamanan digital dan risiko juga menjadi faktor krusial (Sa'adatul et al., 2024). Meskipun *e-wallet* menawarkan kemudahan, terdapat risiko keamanan yang mengintai (Muhammad et al., 2021). Kelemahan dalam fitur keamanan, terutama risiko finansial dan risiko psikologis seperti kecemasan dan ketidaknyamanan dalam penggunaan, juga dapat memicu stres yang memengaruhi rasionalitas pengeluaran (Reswara et al., 2025). Meskipun studi Indira et al. (2025) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh langsung pada keputusan penggunaan, konsensus umum tetap menempatkan persepsi keamanan sebagai faktor yang memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam mendorong penggunaan *e-wallet* (Indira et al., 2025; Ramadhan et al., 2016).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* di kalangan Generasi Z didorong oleh kombinasi faktor fungsional dan sosial. Persepsi kemudahan penggunaan serta pengaruh teman sebaya menjadi determinan utama dalam membentuk intensi penggunaan. Namun, kemudahan transaksi dan intensitas promosi seperti cashback dan diskon turut memicu perilaku impulsif dan konsumtif akibat rendahnya *money salience* pada uang digital. Temuan ini menegaskan bahwa *e-wallet* tidak hanya memberikan efisiensi transaksi, tetapi juga berpotensi menimbulkan disfungsi perilaku keuangan. Dari perspektif Akuntansi Keperilakuan, hasil ini memperlihatkan bahwa keputusan keuangan Generasi Z dipengaruhi tidak hanya oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh faktor emosional dan sosial.

Temuan tersebut membuka ruang bagi lembaga keuangan dan pengembangan layanan digital untuk merancang fitur yang tidak hanya menekankan aspek kemudahan, tetapi juga mengedepankan edukasi keuangan digital yang bertanggung jawab. Bagi pengguna, khususnya Generasi Z, hasil penelitian ini menjadi pengingat penting untuk meningkatkan kesadaran terhadap nilai uang dalam bentuk digital agar keputusan pengeluaran tetap rasional. Penelitian lebih lanjut dapat memperluas fokus dengan menggali dimensi psikologis dan budaya yang memengaruhi perilaku keuangan digital, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keseimbangan antara kemudahan teknologi dan pengelolaan keuangan yang sehat.

REFERENSI

- Annisa, A., Triani, N., & Bustang, B. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Usn Kolaka (Program Studi Akuntansi 2021-2024). *Jurnal Daya Saing*, 11(2), 462–468. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v11i2.2263>
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang Nyimas. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(1), 120–131.
- Devinda, Ramdani, Ameliya, & Rodiah, S. (2024). Kajian Literatur Review: Riset Akuntansi Keperilakuan. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1), 373–390. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i1.2175>
- Dwiki, Zarasky, & Nanda Septiani. (2022). Analisis Faktor Kepuasan dan Minat Penggunaan E-Money Flazz BCA di Kota Tangerang. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 1(1), 89–99. <https://doi.org/10.34306/mentari.v1i1.140>
- Harseno, D. F. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Indonesia. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 9(4). <https://doi.org/10.22146/abis.v9i4.70384>
- Indira, C. K., Permana, P. A., Ekonomi, F., Gunadarma, U., & Barat, J. (2025). *Faktor - Faktor Yang*

- Memengaruhi Generasi Z Dalam Menggunakan Uang Elektronik.* 30(2), 329–341.
<https://doi.org/doi.org/10.35760/eb.2025.v30i2.14081>
- Intan Berlianawati, D., Nurabiah, & Ridhawati, R. (2024). Exploring The Mind of Gen Z: Deciphering E-wallet Adoption Through The Lens of TPB Theory. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 19(1).
<https://doi.org/10.24843/JIAB.2024.v19.i01.p09>
- Irna, Kumala, & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 64–69.
- Izzul, W. (2025). *E-Wallet Jadi Metode Pembayaran Digital Favorit 2025*.
- Lintang Utama, K., Hayati, B., Studi, P., Islam, E., Ekonomika, F., Bisnis, D., & Diponegoro, U. (2024). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi LinkAja Syariah pada Generasi Z Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2244–2254.
- Mega, Diva, & Anshori, M. I. (2024). Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(6), 1991–2002.
- Muhammad, Sulthon, Alif, & Ahmad R. Pratama. (2021). Analisis Kesadaran Keamanan di Kalangan Pengguna E-Wallet di Indonesia. *Jurnal Informasi*, 2(1), 1–7.
- Nihlatussifa, Edi, & Susilo. (2024). Pengaruh Penggunaan E-wallet dan Islamic Financial Literacy Terhadap Perilaku Impulse Buying pada Gen Z pengguna Ewallet di Jepara. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 876–887.
- Novia Ardana Putri dan Nurabiah. (2024). Determinan Penggunaan E-Wallet DANA Sebagai Alat Transaksi Di Kalangan Mahasiswa Akuntansi Universitas Mataram Pendahuluan Jumlah Pengguna E-Wallet di Indonesia. *Akuntansi Dan Keuangan Kontemporer (JAKK)*, 7(1), 27.
- Pangestu, Miftahul, Wahid, Azis, & Erna, S. (2024). Determinan Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2192–2199.
<https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.338>
- Rahmadhani, S. D., Buchdadi, A. D., Fawaiq, M., & Prasetya, B. A. (2022). Determinants Of Intention To Use E-Wallet In Generation Z. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 15(1), 60–77.
<https://doi.org/10.26740/bisma.v15n1.p60-77>
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2), 131–145.
- Reswara, Ardila, Faza, & Melati, I. S. (2025). Pemahaman atas Persepsi Risiko Penggunaan E-Wallet di Kalangan Gen Z Kota Semarang. *Mbia*, 24(1).
- Ruyani, F., Badu, R. S., Artikel, R., Kunci, K., & Keperilakuan, A. (2024). Analisis Keputusan GEN-Z dalam Penggunaan Pembayaran E-Money terhadap Perspektif Akuntansi Keperilakuan. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 3(2), 134–145.
- Sa'adatul, Kamalia, & Purwitasari, F. (2024). Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Penggunaan E-Wallet Sebagai Alat Tukar. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 20(2), 180.
<https://doi.org/10.30742/equilibrium.v20i2.4027>
- Tatian, C. T., Ridhawati, R., Thi, H., & Thao, P. (2024). *From wallets to screens : Exploring the determinants of QRIS payment adoption among Millennials in Eastern Indonesia*. 21(1), 87–113.
<https://doi.org/10.31106/jema.v21i1.21712>

- Visa. (2023). *Survei Visa: E-Wallet Paling Banyak Digunakan Gen Z dalam Pembayaran Digital*. Kompas.Com.
- Wayan, I., Wirawan, & Dewi, I. G. A. R. P. (2024). Determinan Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Akademi Pariwisata Denpasar. *Wacana Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 23(2), 195–205.
- Wulandari, F., Hermawan, S., Fitriyah, H., & Nurasik, N. (2022). A Literature Review: Riset Akuntansi Keperilakuan Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 11(2), 157–175.
<https://doi.org/10.37932/ja.v11i2.597>