

SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL PAYMENT QRIS BYOND BY BSI DAN GAYA
HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI
PEKANBARU**

(STUDI KASUS DI KECAMATAN BUKIT RAYA)

Disusun dan diajukan Untuk memenuhi persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)



OLEH :

T.AUREL MORIZKA PUTRI

NPM : 210314007

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN DAN SAINS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

UJIAN SKRIPSI

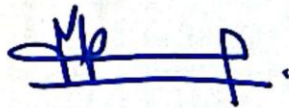
**PENGARUH DIGITAL PAYMENT QRIS BYOND BY BSI DAN GAYA
HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI
PEKANBARU**

(STUDI KASUS DI KECAMATAN BUKIT RAYA)

Disusun dan di ajukan oleh:

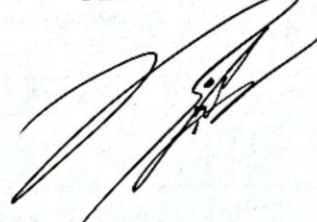
T.AUREL MORIZKA PUTRI
NPM. 210314007

PEMBIMBING 1



H. Fitrianto, S.Ag., M.Sh
NIDN. 2117027602

PEMBIMBING 2



Redian Mulyadita, S.E., M.Ak
NIDN. 1011089301

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ilmu Pendidikan Dan Sains Islam
Universitas Islam Kuantan Singingi



Meri Yuliani, S.E.Sv., M.E.Sv
NIDN. 1004079103

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

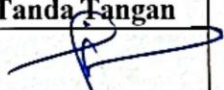
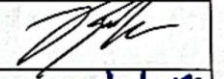
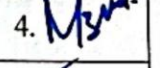
**PENGARUH DIGITAL PAYMENT QRIS BYOND BY BSI
DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF GENERASI Z DI PEKANBARU
(STUDI KASUS DI KECAMATAN BUKIT RAYA)**

Disusun dan diajukan oleh:

T.Aurel Morizka Putri
NPM. 210314007

Telah dipertahankan dalam Ujian Skripsi
Pada tanggal 25 September 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat

Menyetujui
Dewan Sidang Ujian Skripsi

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Bustanur, S.Ag.,M.Us	Ketua	1. 
2	H. Fitrianto, S.Ag.,M.Sh	Pembimbing I	2. 
3	Redian Mulyadita, S.E., M.Ak	Pembimbing II	3. 
4	Meri Yuliani, S.E.Sy.,M.E.Sy	Penguji I	4. 
5	Dian Meliza, S.HI., MA	Penguji II	5. 

Mengetahui

Dekan
Fakultas Ilmu Pendidikan dan Sains Islam


Bustanur, S.Ag.,M.Us
NIDN. 2120067501

Ketua
Program Studi Perbankan Syariah


Meri Yuliani, S.E.Sy.,M.E.Sy
NIDN. 1004079103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : T.Aurel Morizka Putri
NPM : 210314007
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ilmu Pendidikan dan Sains Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Digital Payment QRIS BYOND BY BSI dan
Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di
Pekanbaru (Studi Kasus di Kecamatan Bukit Raya)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur plagiat, maka gelar Sarjana Ekonomi (S.E) yang telah saya peroleh bersedia untuk dibatalkan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Teluk Kuantan, 29 Agustus
2025

Yang Memberi Pernyataan



T.Aurel Morizka Putri
NPM. 210314007

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul pengaruh digital payment QRIS BYOND BY BSI dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi z (studi kasus di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru) yang disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1 pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ilmu Pendidikan dan Sains Islam Universitas Islam Kuantan Singingi.

Peneliti menyadari bahwa tidak sedikit kendala yang telah dialami dalam penyusunan skripsi ini. Namun, berkat dan pertolongan dari Allah SWT dan dukungan, bimbingan dan bantuan dari keluarga, teman-teman serta pihak-pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungan. Oleh karena itu, izinkan penulis untu mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Ikrima Milani, S.Pd.I., M.Pd.I selaku rektor Universitas Islam Kuantan Singingi.
2. Bapak Bustanur, S.Ag., M.Us. selaku Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan dan Sains Islam.
3. Ibu Meri Yuliani, S.E.Sy.,M.E.Sy selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah

4. Bapak H. Fitrianto, S.Ag., M.Sh selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan dan membimbing penulis dalam menyempurnakan skripsi ini.
5. Bapak Redian Mulyadita, S.E., M.Ak selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis.
6. Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama proses perkuliahan. Semoga semua ilmu yang diberikan selalu membawa keberkahan Allah SWT. Seluruh pimpinan staf tata usaha Fakultas Ilmu Pendidikan dan Sains Islam yang banyak membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada IbuTanti Krisnawati seseorang yang biasa saya sebut mama. Terima kasih atas setiap tetes keringat dalam setiap pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan namun beliau senantiasa memberikan yang terbaik untuk anaknya, tak kenal lelah dalam mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya hingga mampu memperoleh gelar sarjana. Semoga mama selalu dalam keadaan sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
8. Oma dan opa penulis, bapak Sutjipto dan Ibu Yamini yang telah merawat dan mengasuh saya dari kecil hingga dewasa, serta memberikan kasih

sayang , perhatian dan doa sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita . terimakasih untuk semua dukungan nya.

9. Keluarga besar penulis, om dan tanteku Hendri wahyudi, Dewi Setiawati dan Yati Trisnayati yang sudah seperti orang tua bagi saya. Dengan tulus dan penuh rasa syukur penulis mengucapkan terimakasih kepada kalian yang senantiasa memberikan perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan tiada hentinya.
10. Terima kasih kepada sahabat dan teman-teman penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang menjadi tempat bercerita, berkeluh kesah dan tempat bertukar pikiran. Terima kasih atas motivasinya selama ini,
11. Kepada seseorang yang tak kalah penting terima kasih kepada seseorang yang namanya tidak bisa penulis sebutkan, terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selama ini saya cari. Telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, serta meluangkan baik tenaga, pikiran waktu dan materi kepada saya dan senantiasa sabar dalam menghadapi saya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga sekarang.
12. Dan terakhir, untuk diri saya sendiri, Terima kasih T.Aurel Morizka Putri yang sudah berjuang dan menepikan ego dan kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terima kasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan dari luar keadaan dan tidak pernah mau memutuskan untuk menyerah. Kamu hebat , Aurel

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti, bukan para pemberi bantuan, kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan alhamdulillah. Semoga bantuan dan doa yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembacanya.

Teluk Kuantan, 25 Agustus 2025

Penulis

T.Aurel Morizka Putri

210314007

ABSTRAK

PENGARUH DIGITAL PAYMENT QRIS BYOND BY BSI DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI PEKANBARU

STUDI KASUS DI KECAMATAN BUKIT RAYA

T.Aurel Morizka Putri

H. Fitrianto

Redian Mulyadita

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan dalam sistem transaksi keuangan melalui penggunaan digital payment seperti QRIS BYOND BY BSI. Kemudahan dan kecepatan transaksi ini banyak diminati oleh Generasi Z yang akrab dengan teknologi. Namun, kemudahan tersebut juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif karena proses pembayaran yang praktis dapat mendorong pembelian impulsif. Selain itu, gaya hidup modern yang mengikuti tren turut memperkuat perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh penggunaan digital payment QRIS BYOND BY BSI terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru; (2) Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru; (3) Menganalisis pengaruh Digital Payment QRIS BYOND BY BSI dan Gaya Hidup Secara Simultan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang termasuk kategori Generasi Z, dan jumlah sampel adalah 44 responden. Teknik pengumpulan data adalah kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Digital Payment berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru dengan signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian H_1 diterima. Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru dengan signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian H_2 diterima. Dan Digital Payment dan Gaya Hidup secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru, karena nilai signifikansi dari tabel ANOVA kurang dari 0,05.

Kata Kunci: Digital Payment QRIS BYOND BY BSI, Gaya Hidup, Perilaku

Konsumtif

ABSTRACT

THE EFFECT OF DIGITAL PAYMENT QRIS BYOND BY BSI AND LIFESTYLE ON THE CONSUMER BEHAVIOR OF GENERATION Z IN PEKANBARU

CASE STUDY IN BUKIT RAYA DISTRICT

T. Aurel Morizka Putri

H. Fitrianto

The development of digital technology is driving changes in the financial transaction system through the use of digital payments such as QRIS BYOND BY BSI. The convenience and speed of these transactions are highly sought after by Generation Z who are familiar with technology. However, this convenience also has the potential to increase consumer behavior because the practical payment process can encourage impulsive purchases. In addition, a modern lifestyle that follows trends also strengthens consumer behavior among Generation Z. This study aims to determine: (1) The effect of the use of digital payment QRIS BYOND BY BSI on the consumer behavior of Generation Z in Bukit Raya District, Pekanbaru City; (2) The influence of lifestyle on the consumer behavior of Generation Z in Bukit Raya District, Pekanbaru City; (3) Analyze the influence of Digital Payment QRIS BYOND BY BSI and Lifestyle Simultaneously on the Consumer Behavior of Generation Z in Bukit Raya District, Pekanbaru City. The population in this study were all individuals included in the Generation Z category and the number of samples was 44 respondents. Data collection techniques were questionnaires, interviews, observation and documentation.

The results of this study indicate that Digital Payment influences Generation Z's Consumptive Behavior in Bukit Raya District, Pekanbaru City with a significance of <0.05 . Thus, H1 is accepted. Lifestyle influences Generation Z's Consumptive Behavior in Bukit Raya District, Pekanbaru City with a significance of <0.05 . Thus, H2 is accepted. And Digital Payment and Lifestyle together or simultaneously influence Generation Z's Consumptive Behavior in Bukit Raya District, Pekanbaru City, because the significance value from the ANOVA table is less than 0.05.

Keywords: Digital Payment QRIS BYOND BY BSI, Lifestyle, Consumptive

Behavior

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Identifikasi Masalah	22
1.3 Batasan Masalah	230
1.4 Rumusan Masalah	23
1.5 Tujuan Penelitian	23
1.6 Manfaat Penelitian	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Perilaku Konsumtif Gen Z	25
1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	29
2. Dampak Perilaku Konsumtif	31
3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	32
2.2 Digital Payment	33
2.3 Quick Response Indonesia Standard (QRIS)	36
2.4 BYOND BY BSI	41
2.5 Gaya Hidup	43
2.6 Pengembangan Hipotesis	47
2.6.1 Pengaruh Digital Payment (QRIS) BYOND BY BSI Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.	47
2.6.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z	

di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.....	49
2.7 Penelitian Terdahulu	38
2.8 Kerangka Pemikiran.....	57
2.9 Hipotesis.....	59
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
3.1 Rancangan Penelitian	60
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	60
3.3 Populasi dan Sampel	60
3.3.1 Populasi.....	60
3.3.2 Sampel.....	61
3.4 Jenis dan Sumber data.....	63
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	64
3.6.1 Variabel Terikat atau Dependen.....	65
3.6.2 Variabel Bebas atau Independen.....	66
3.7 Instrumen Penelitian.....	70
3.8 Analisa Data	71
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	71
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	71
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
3.8.5 Uji Hipotesis	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Deskripsi Umum Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.

4.2.3.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
4.2.4.	Profil Responden Berdasarkan Domisili	Error! Bookmark not defined.
4.3	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian...	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.	Digital Payment (X1)	Error! Bookmark not defined.
4.3.2.	Gaya Hidup (X2)	Error! Bookmark not defined.
4.3.3.	Perilaku Konsumtif (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.4	Hasil Pengujian Kualitas Data	Error! Bookmark not defined.
4.4.1.	Hasil Uji Validitas Data	Error! Bookmark not defined.
4.4.2.	Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.5.1.	Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.5.2.	Hasil Uji Multikolonearitas	Error! Bookmark not defined.
4.5.3.	Hasil Uji Heterokedastisitas	Error! Bookmark not defined.
4.6	Hasil Analisis Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.7	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.7.1.	Uji Statistik t	Error! Bookmark not defined.
4.7.2.	Uji Statistik F (Pengaruh secara Simultan) ..	Error! Bookmark not defined.
4.7.3.	Hasil Pengujian R ² (Koefisien Determinasi)	Error! Bookmark not defined.
4.8	Pembahasan	89
4.8.1.	Pengaruh Digital Payment (QRIS) BYOND BY BSI Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.	89
4.8.2.	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. .	Error! Bookmark not defined.
4.8.3.	Digital Payment QRIS BYOND BY BSI dan Gaya Hidup	

Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif
Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. **Error!**

Bookmark not defined.

BAB V PENUTUP.....	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
Lampiran	106

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 penelitian terdahulu.....	39
Tabel 3.1 definisi operasional	54
Tabel 4.2 Sampel dan Tingkat Pengambilan Kuesioner	67
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	69
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Digital Payment	71
Tabel 4.8Tanggapan Responden terhadap Variabel Gaya Hidup	73
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Perilaku Konsumtif	75
Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Pengujian Validitas	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Data dengan Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	81
Tabel 4.13 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF	82
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.15 Uji t	86
Tabel 4.16 Rangkuman Hasil Pengujian Uji Statistik t.....	87
Tabel 4.17 Uji Statistik F	88

Tabel 4.18 Koefisien Determinasi (R^2).....	89
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis Pertama H_1	90
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis Kedua H_2	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Gambar kerangka pemikiran	44
Gambar 4.1 Normal Probability Standardized residual	80
Gambar 4.2 Scatter Plot	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat balasan penelitian	104
Lampiran 2 Kuesioner.....	104
Lampiran 3 Tabulasi data.....	108
Lampiran 4 Uji Validitas data	113
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	117
Lampiran 6 Pengujian Hipotesis	119
Lampiran 7 Deskriptif Variabel	120
Lampiran 8 Tabel t	121
Lampiran 9 Tabel r.....	122
Lampiran 10 Dokumentasi Pengisian Kuesioner	123
Lampiran 11 Biodata.....	124

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu perusahaan besar yang bergerak di industri keuangan syariah dan memiliki landasan sistem ekonomi yang sesuai dengan syariat Islam. BSI merupakan bank hasil gabungan antara PT Bank Mandiri Syariah, PT Bank BRI Syariah, dan PT Bank BNI Syariah. (Bank Syariah Indonesia, 2023). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin menggabungkan tiga usaha bank syariah tersebut

Bank Syariah Indonesia (BSI) menawarkan beragam produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan nasabah, di antaranya produk Tabungan, Pembiayaan, Deposito syariah, BSI Cicil Emas, serta berbagai jasa perbankan lainnya. (Bank Syariah Indonesia, 2023). Salah satu inovasi jasa yang mendukung perkembangan transaksi keuangan ini adalah layanan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), yaitu sistem pembayaran digital yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan telah diadopsi oleh BSI.

Penggunaan QRIS saat ini telah menjadi bagian dari sistem pembayaran digital yang umum digunakan oleh masyarakat luas. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) dirancang untuk menyatukan berbagai metode pembayaran berbasis QR code agar lebih efisien dan inklusif. Salah satu bentuk implementasinya adalah sebagai alat pembayaran digital yang memungkinkan

transaksi non-tunai hanya dengan memindai satu kode QR (Bank Indonesia, 2023).

Sejak 1 Januari 2020, seluruh transaksi pembayaran non tunai di Indonesia telah menggunakan QRIS, yang pertama kali diluncurkan oleh Bank Indonesia pada 17 Agustus 2019. Penerapan QRIS bertujuan untuk mewujudkan Visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) dengan menghadirkan metode pembayaran yang lebih inklusif, cepat, dan aman bagi seluruh lapisan masyarakat (Manurung et al., 2024).

Seiring dengan perkembangan revolusi industri dalam dunia bisnis dan perdagangan, terjadi transformasi besar-besaran dalam pola konsumsi dan cara bertransaksi masyarakat (Universitas Airlangga, 2023). Salah satu kelompok yang paling terpengaruh oleh perubahan ini adalah Generasi Z, yaitu generasi yang lahir di era digital dan sangat akrab dengan teknologi sejak usia dini. Gen Z cenderung lebih menyukai transaksi yang praktis, cepat, dan serba digital, termasuk dalam aktivitas jual beli. Mereka memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, serta metode pembayaran digital seperti QRIS untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Internet bukan hanya menjadi sarana informasi bagi Gen Z, tetapi juga menjadi ruang utama dalam membentuk gaya hidup konsumtif dan preferensi berbelanja yang modern (Afista et al., 2024).

Kota Pekanbaru, ibu kota Provinsi Riau, merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Pulau Sumatra. Sebagai kota dengan tingkat urbanisasi yang tinggi, Pekanbaru mengalami perkembangan pesat dalam sektor

perdagangan, jasa, dan infrastruktur. Pertumbuhan ini berdampak langsung pada dinamika kependudukan, termasuk perubahan dalam struktur usia dan generasi penduduk (Wikipedia, 2024). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Pekanbaru, jumlah penduduk pada tahun 2024 mencapai 1.167.599 jiwa . Dari jumlah tersebut, kelompok usia produktif (15–59 tahun) mendominasi dengan persentase sekitar 66,44% menunjukkan potensi besar dalam mendukung pembangunan ekonomi dan sosial kota (BPS Pekanbaru Kota, 2024).

Bank Indonesia perwakilan Provinsi Riau mencatat bahwa transaksi penggunaan QRIS di Riau khususnya di Kota Pekanbaru tumbuh secara signifikan dari 2023 hingga 2024 yang mencapai 118%. Data per Juli 2024 menunjukkan bahwa jumlah volume transaksi QRIS mencapai 18.759.523 transaksi atau 75.1% dari target tahunan 2024 (Beritariau.com, 2024). Hal tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat Kota Pekanbaru memiliki tingkat pemahaman yang cukup tinggi terhadap pemanfaatan teknologi, terutama dalam mengimplementasikan QRIS dalam aktivitas sehari-hari.

Kecamatan Bukit Raya di Kota Pekanbaru merupakan kawasan strategis yang menjadi pusat aktivitas pendidikan dan ekonomi. Di wilayah ini terdapat berbagai lembaga pendidikan, mulai dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi. Lembaga pendidikan menjadi magnet bagi Generasi Z kelompok usia muda yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 yang dikenal adaptif terhadap teknologi digital. Kehadiran generasi ini memberikan dinamika tersendiri dalam pola konsumsi dan gaya hidup di Kecamatan Bukit Raya.

Generasi Z, khususnya mahasiswa dan pelajar menjadi salah satu kelompok yang aktif memanfaatkan QRIS dalam berbagai transaksi sehari-hari, mulai dari pembelian makanan hingga kebutuhan lainnya. Kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan oleh QRIS sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang mengutamakan efisiensi, namun hal ini juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang perlu dikaji lebih lanjut. Khusus pada Generasi Z, umumnya mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang pada tahun 2024 berusia antara 12 hingga 27 tahun. Berdasarkan data BPS Kota Pekanbaru, berikut adalah estimasi jumlah penduduk dalam rentang usia tersebut pada rentang usia 10–14 tahun sebanyak 108.950 jiwa, pada usia 15–19 tahun sebanyak 83.670 jiwa, pada usia 20–24 tahun sebanyak 95.290 jiwa, pada usia 25–29 tahun sebanyak 94.750 jiwa. Rentang usia tersebut sebagian besar tergolong dalam kategori Generasi Z

Jika kita menjumlahkan kelompok usia 15–24 tahun, yang merupakan inti dari Generasi Z, totalnya mencapai 178.960 jiwa, yang merupakan sekitar 15,3% dari total penduduk Kota Pekanbaru (BPS Pekanbaru Kota, 2024). Generasi Z dikenal sebagai generasi yang tumbuh bersama teknologi digital, memiliki akses luas terhadap informasi, dan menunjukkan perilaku yang berbeda dalam aspek sosial, pendidikan, dan ekonomi dibandingkan generasi sebelumnya. Kehadiran mereka dalam jumlah signifikan di Pekanbaru menuntut perhatian khusus dalam perencanaan kebijakan, pendidikan, dan pengembangan sumber daya manusia yang adaptif terhadap perubahan zaman.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis pada seorang mahasiswa berusia 21 tahun yang telah menggunakan QRIS BYOND BY BSI selama lebih dari satu tahun. Dia memilih menggunakan QRIS BYOND BY BSI karena kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan, terutama dalam pembayaran makanan dan belanja kebutuhan sehari-hari. Ia memilih mengaku menggunakan QRIS 3 hingga 5 kali dalam seminggu. QRIS dirasa lebih praktis karena cukup dengan memindai kode QR tanpa harus membawa uang tunai. Dalam hal gaya hidup, ia mengakui bahwa dirinya sangat terpengaruh oleh tren yang berkembang, khususnya di media sosial. Ia sering melihat promosi atau ulasan produk di TikTok dan Instagram yang kemudian memengaruhi keputusannya untuk membeli suatu barang. Ia merasa bahwa gaya hidup digital dan penggunaan QRIS mendorongnya untuk lebih konsumtif, bahkan membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan. Meski demikian, ia menyadari pentingnya mengatur keuangan dan berusaha lebih selektif dalam berbelanja.

Selain itu penulis juga melakukan wawancara pada pegawai swasta yang berusia 25 tahun yang mulai menggunakan QRIS BYOND BY BSI sejak awal 2024. Ia mengaku tertarik karena adanya program promo cashback dan kemudahan akses melalui aplikasi BYOND BY BSI. Ia menggunakan QRIS sekitar dua kali seminggu, khususnya untuk membeli kopi, makanan siap saji, dan top-up aplikasi hiburan. Menurutnya, QRIS sangat menunjang gaya hidup praktis yang serba digital. Ia menyebut dirinya sebagai orang yang suka mengikuti gaya hidup kekinian, seperti nongkrong di kafe hits atau membeli barang limited edition. Namun, ia juga menyadari bahwa kemudahan bertransaksi lewat QRIS

kadang membuatnya lalai, karena pengeluaran jadi terasa tidak terlihat. Ia menyimpulkan bahwa QRIS memang mempercepat transaksi, tetapi harus digunakan dengan penuh kesadaran agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif.

Penulis juga melakukan wawancara pada mahasiswa berusia 20 tahun yang aktif menggunakan QRIS BYOND sejak enam bulan lalu. Ia mengenal fitur ini melalui promosi kampus dan media sosial BSI. Ia menggunakan QRIS terutama untuk membayar makan siang, membeli pulsa, serta belanja di marketplace. Ia mengaku memiliki gaya hidup yang cukup sederhana, namun tetap mengikuti perkembangan digital. Ia jarang membeli barang secara impulsif, tetapi mengakui bahwa QRIS membuat proses belanja online terasa sangat mudah dan cepat, sehingga kadang tidak terasa saat uang sudah habis. Menurutnya, QRIS merupakan inovasi yang bermanfaat, tapi penting bagi pengguna untuk memiliki kontrol diri dan perencanaan keuangan yang baik. Ia menyarankan mahasiswa lain agar tidak hanya ikut tren, tetapi juga memikirkan kebutuhan jangka panjang.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS BYOND BY BSI memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi, sehingga sangat mendukung gaya hidup digital yang dijalani oleh Generasi Z. Fitur QRIS yang terintegrasi dalam aplikasi BYOND BY BSI mempermudah pengguna dalam memenuhi kebutuhan harian tanpa harus membawa uang tunai. Kemudahan ini selaras dengan pola hidup praktis yang menjadi ciri khas generasi muda saat ini. Selain itu, gaya hidup yang mengikuti tren dan paparan media sosial turut memengaruhi perilaku konsumtif responden. Mereka cenderung lebih mudah terdorong untuk membeli barang-barang yang

tidak dibutuhkan karena pengaruh konten digital dan keinginan untuk mengikuti gaya hidup kekinian. QRIS yang memungkinkan transaksi cepat dan instan semakin memperkuat kecenderungan berbelanja secara impulsif, tanpa pertimbangan matang. Meskipun demikian, seluruh responden menyadari bahwa kemudahan teknologi ini harus diimbangi dengan kesadaran finansial. Mereka menekankan pentingnya memiliki kontrol diri dan perencanaan keuangan agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang merugikan. Dengan demikian, meskipun QRIS memberikan banyak manfaat, penggunaanya tetap harus bijak dalam mengatur keuangan agar teknologi ini dapat dimanfaatkan secara optimal tanpa menimbulkan dampak negatif.

Data ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh “Meilani & Kusuma” dalam penelitiannya mengatakan bahwa “Kemudahan penggunaan QRIS memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Denpasar. Namun, ketika dikombinasikan dengan gaya hidup hedonisme, faktor ini secara simultan berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan Gen Z. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun QRIS mempermudah transaksi, gaya hidup konsumtif lebih dipengaruhi oleh dorongan eksternal seperti tren dan preferensi pribadi dibandingkan sekadar kemudahan akses pembayaran.(Meilani & Kusuma, 2024). Selain itu menurut penelitian “Selly rahmawati & Wahyudi mengatakan bahwa” Hasil penelitian menunjukkan bahwa lifestyle, manfaat, dan keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan Generasi Z dalam menggunakan QRIS. Artinya, gaya hidup, keuntungan yang diperoleh, serta aspek keamanan menjadi faktor utama yang mendorong mereka

dalam memilih QRIS sebagai metode pembayaran. Sebaliknya, literasi keuangan, kemudahan, dan kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun QRIS mudah digunakan dan dipercaya, faktor-faktor tersebut bukanlah pertimbangan utama bagi Generasi Z dalam menentukan pilihan mereka dalam bertransaksi secara digital (Selly Rachmawati¹ & Tri Nur Wahyudi, 2024).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Naufalia Viani menyatakan bahwa pengaruh positif antara digital payment terhadap perilaku konsumtif sebesar 12,7%. Kemudian, terdapat pengaruh positif antara digital payment dan E-Service Quality secara simultan terhadap perilaku konsumtif yaitu 13,7%.

Perilaku konsumtif adalah tindakan yang dilakukan secara impulsif dan tanpa alasan yang menyebabkan pemborosan dan inefisiensi ketidakefektifan biaya (Putri & Iriani, 2020). Ketika seseorang membeli barang dan jasa semata-mata untuk memenuhi keinginan dan harapan mereka daripada untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka, itu disebut konsumsi irasional dan kompulsif (Rasyid, 2019). Kemajuan teknologi di bidang keuangan, teknologi, dan komunikasi memungkinkan Gen Z untuk secara bebas mendapatkan informasi tentang barang dan jasa yang diinginkan, sehingga lebih mudah bagi mereka untuk terpengaruh dalam berperilaku konsumtif (Nurul Anisa & Setyowati, 2023). Kenyataan yang peneliti jumpai saat ini adalah Generasi Z yang menerapkan gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif untuk mengikuti apapun yang up to date saat ini di lingkungannya.

QRIS memberikan banyak *impact* terhadap berbagai macam aspek dalam kehidupan masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dheanira Ayu Hapsari dengan judul “ Pengaruh *Finacial Literacy*, Gaya Hidup, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Sebagai Pengguna *Quick Response Code* Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital di Yogyakarta” dengan hasil penelitian menyebutkan bahwa “Generasi Z cenderung mengutamakan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi, salah satunya melalui penggunaan QRIS. Selain itu, mereka juga lebih terlibat dalam tren konsumtif, mengikuti gaya hidup tertentu, serta tertarik pada barang bermerek sebagai simbol status sosial. Namun, kecenderungan ini sering kali membuat mereka mengabaikan prinsip literasi keuangan, yang seharusnya menjadi dasar dalam mengelola keuangan secara bijak.” (Hapsari, Dheanira Ayu 2024: 24).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu memiliki perbedaan baik dari segi lokasi penelitian dan hasil penelitian yang dilakukan oleh “Meilani & Kusuma” dalam penelitiannya mengatakan bahwa Kemudahan penggunaan QRIS memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Denpasar. Namun, ketika dikombinasikan dengan gaya hidup hedonisme, faktor ini secara simultan berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan Gen Z. dan penelitian yang dilakukan oleh “Putri Anjar” dalam penelitiannya mengatakan bahwa digital payment QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tulung Agung.

Aspek yang membedakan penelitian yang akan diteliti oleh penulis adalah subjek dan lokasi penelitian, dimana subjek dari penelitian ini adalah Gen Z dan lokasi yang dipilih adalah Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru, serta objek yang diteliti adalah QRIS BYOND BY BSI. Berdasarkan penjabaran diatas Penulis ingin mengetahui apakah perbedaan lokasi, subjek, dan objek penelitian akan menghasilkan temuan yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengadopsi penelitian yang dilakukan oleh Hapsari Dheanira Ayu dan mengembangkannya dan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH DIGITAL PAYMENT QRIS BYOND BY BSI DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI PEKANBARU (STUDI KASUS DI KECAMATAN BUKIT RAYA)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Perilaku pengguna QRIS yang pada saat ini marak digunakan pada kalangan masyarakat sebagai alat transaksi yang lebih efektif dan praktis.
2. Penggunaan QRIS memberikan dampak beragam pada perilaku konsumtif generasi Z.
3. Pengguna QRIS yang didominasi oleh Gen Z atau Gen Milenial dikarenakan penggunaan QRIS menggunakan media elektronik Android dan sejenisnya untuk melakukan transaksi pada aplikasi QRIS.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari kesalahpahaman dan agar lebih efisien dalam pelaksanaan penelitian yang selaras dengan judul penelitian, maka peneliti memberikan batasan masalah berupa objek penelitian merupakan Gen Z yang ada di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Penggunaan Digital Payment QRIS BYOND BY BSI Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru?
3. Apakah Digital Payment QRIS BYOND BY BSI dan Gaya Hidup Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dirumsukan diatas, tujuan dari penlitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Digital Payment QRIS BYOND BY BSI Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Digital Payment QRIS BYOND BY BSI dan Gaya Hidup secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang tercantum di atas, maka manfaat yang diharapkan dapat diperoleh yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya, tentang pengaruh digital payment QRIS BYOND BY BSI dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Dapat digunakan sebagai wawasan dan diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana pengaruh digital payment QRIS BYOND BY BSI dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z

b. Bagi Pembaca/Publik

Sebagai referensi dan untuk penelitian berikutnya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini diharapkan memberikan kesempurnaan dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh digital payment QRIS dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

- c. Bagi Masyarakat/Generasi Z. Memberikan wawasan tentang bagaimana penggunaan pembayaran digital dan gaya hidup dapat memengaruhi pola konsumsi, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam mengatur keuangan pribadi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumtif Gen Z

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan individu untuk menjalani pola hidup dengan membeli berbagai barang yang sebenarnya kurang diperlukan, disertai dengan perasaan tidak puas apabila keinginan memiliki barang tersebut belum terpenuhi. Fenomena ini banyak ditemukan di kalangan remaja, khususnya pada remaja putri Fatmawatie, 2022:35. Remaja dikenal sebagai kelompok konsumen dengan karakteristik tertentu, antara lain mudah terpengaruh oleh tren mode, rentan terhadap pengaruh iklan dan bujukan penjual, kurang hemat, kurang realistis, bersikap romantis, serta cenderung berperilaku impulsif.

Perilaku Konsumtif merupakan suatu bentuk tindakan individu dalam membeli barang atau jasa bukan semata-mata berdasarkan kebutuhan, melainkan

karena adanya dorongan emosional, keinginan untuk mendapatkan kepuasan sesaat, atau pengaruh dari lingkungan sosial. Engel, Blackwell, dan Miniard 1995:147 menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencakup seluruh proses pencairan , pembelian, penggunaan, hingga evaluasi produk, yang mana tidak selalu dipicu oleh kebutuhan rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial.

Senada dengan hal tersebut, Solomon, 2017:196. Menyatakan bahwa perilaku konsumtif berkaitan erat dengan nilai-nilai simbolik yang melekat pada suatu produk. Konsumen kerap kali membeli barang bukan karena fungsi utamanya, melainkan karena ingin memperoleh kepuasan hedonis untuk membentuk citra diri tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi bisa menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas dan gaya hidup.

Berdasarkan teori perilaku konsumen dari Engel, Blackwell, dan Miniard, 1995:147 seseorang dikatakan konsumtif apabila ketika pembelian tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan karena dorongan emosional atau pengaruh sosial. Hal ini diperkuat oleh pandangan Solomon 2017:196, yang menyatakan bahwa pembelian konsumtif seringkali didorong oleh keinginan untuk memperoleh kesenangan atau membentuk citra diri, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan membeli atau menggunakan produk secara berlebihan tanpa mempertimbangkan perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, dengan tujuan untuk mencapai kepuasan pribadi.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1996 hingga 2012, merupakan generasi pertama yang tumbuh bersama teknologi, internet, dan media sosial yang akrab

dengan aplikasi dan platform di era digital. Seemiller Grace, 2016:4. Di mana internet sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari skala global. Individu yang lahir setelah tahun 2000 dikenal juga sebagai generasi Z dalam buku (Putra, 2020). Sementara itu, generasi yang muncul setelah Generasi X dikenal dengan sebutan milenial atau Generasi Y (Gen-Y), ketika mendengar istilah “generasi milenial”, kebanyakan dari kita mungkin langsung membayangkan para remaja yang akrab dengan handphone di tangan mereka. Menurut para ilmuwan sosial, Generasi Y atau milenial didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000. Salah satu kelemahan yang kerap dikaitkan dengan Generasi Z adalah kecenderungan bersikap tidak konsisten, karena mereka lebih menyukai hal-hal yang serba cepat dan instan. Mereka juga mudah merasa bosan serta sering kali bertindak sesuai keinginan pribadi tanpa mempertimbangkan situasi dan kondisi di sekelilingnya Yemima et al., 2021:47). Generasi Z juga kerap dikaitkan dengan sifat konsumtif sebagai salah satu kelemahannya. Perilaku konsumtif sendiri dapat diartikan sebagai tindakan membeli barang secara terus-menerus, bukan karena kebutuhan nyata, melainkan sekadar untuk memenuhi keinginan semata Wardani Anggadita, 2021:85. Dalam konteks ini, pembelian barang sering kali dilakukan demi menjaga citra atau gengsi. Salah satu faktor yang mendorong munculnya perilaku ini adalah pesatnya perkembangan teknologi. Akses yang begitu mudah terhadap berbagai platform media sosial dengan pengaruh yang kuat membuat Generasi Z cenderung mengadopsi pola hidup konsumtif dan bergaya hidup hedon.

Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1996 hingga 2012, dikenal sebagai kelompok yang sangat lekat dengan teknologi digital Sabila Nadhirah Kurnia et al., 2023:110. Dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya, mereka lebih terbiasa dan nyaman menggunakan berbagai layanan digital, termasuk QRIS sebagai metode pembayaran. Generasi ini memiliki preferensi tinggi terhadap solusi digital dalam aktivitas sehari-hari, terutama dalam hal transaksi keuangan. Penggunaan QRIS oleh Generasi Z terbilang sangat besar. Mereka lebih memilih menggunakan metode pembayaran digital, baik untuk transaksi online maupun offline, karena dinilai lebih praktis dan efisien dibandingkan uang tunai. Kecenderungan ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku ke arah transaksi non-tunai, di mana QRIS menjadi salah satu pilihan utama dalam sistem pembayaran tanpa uang fisik.

Perilaku konsumtif Generasi Z dapat dijelaskan melalui teori perilaku konsumen Engel et al.1995:47 yang menekankan bahwa pembelian tidak selalu rasional, melainkan dipengaruhi emosi dan sosial. Solomon 2017 menambahkan bahwa konsumsi bersifat simbolis, di mana barang/jasa dipakai untuk membangun citra diri. Sementara Kotler & Keller 2012 menegaskan bahwa faktor psikologis dan lingkungan sosial sangat menentukan perilaku konsumsi. Generasi Z yang lahir di era digital menjadikan konsumsi sebagai sarana ekspresi gaya hidup dan identitas, dengan kecenderungan impulsif, hedonis, serta praktis dalam menggunakan layanan digital seperti QRIS.

1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut (Fatmawatie, 2022:35). Sikap atau perilaku konsumtif dapat dipengaruhi baik secara internal maupun eksternal, antara lain :

a. Faktor internal, yang terdiri dari

- 1) Motivasi merupakan suatu dorongan yang digunakan untuk menggambarkan kekuatan-kekuatan dalam diri organisme yang berperan dalam membangkitkan serta mengarahkan perilakunya.
- 2) Proses dan pengalaman belajar konsumen memperoleh informasi melalui pengamatan dan pengalaman belajar dari berbagai berita yang mereka terima. Proses observasi dan pembelajaran ini bergantung pada subjek yang diamati. Apabila subjek tersebut menunjukkan perilaku membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan, konsumen berpotensi untuk menirunya.
- 3) Kepribadian merupakan pola perilaku yang telah melekat pada diri seseorang dan telah menjadi bagian dari kebiasaannya yang bersifat konsisten.
- 4) Konsep diri dapat diartikan sebagai pedoman atau persepsi individu terhadap dirinya sendiri, yang pada waktu tertentu mencerminkan apa yang dipikirkannya tentang dirinya.
- 5) Keadaan ekonomi pilihan dalam membeli produk sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi individu. Seseorang dengan kondisi ekonomi rendah cenderung lebih berhati-hati dalam membelanjakan uang dibandingkan dengan individu yang memiliki ekonomi lebih tinggi.

- 6) Gaya Hidup dapat diartikan sebagai suatu konsep konsumsi yang menggambarkan pilihan individu dalam mengelola waktu dan pengeluarannya. Salah satu model gaya hidup yang saat ini banyak dianut oleh remaja adalah konsep happy shopping, yang pada akhirnya mendorong munculnya perilaku konsumtif.

b. Faktor eksternal, terdiri atas :

- 1) Faktor budaya merupakan bentuk sikap yang disadari, diakui, dan dimiliki secara kolektif, serta dijalankan dalam suatu kelompok, baik kelompok besar maupun kecil.
- 2) Faktor Kelas Sosial adalah kelompok dalam masyarakat yang bersifat adil, bertahan lama, dan terstruktur dalam suatu hierarki, di mana para anggotanya memiliki sistem nilai, minat, dan sikap yang serupa. Pada kelas sosial yang memiliki pembagian kasta dari tinggi hingga rendah, biasanya kelompok dengan kasta lebih tinggi cenderung menunjukkan perilaku konsumtif.
- 3) Faktor Keluarga merupakan kelompok kecil yang menjadi model utama dalam perkembangan individu, khususnya remaja. Keluarga memiliki peranan penting dan utama dalam membentuk karakter seseorang, termasuk dalam membentuk sikap konsumtif
- 4) Referensi/Grup merupakan sekelompok individu yang dapat memengaruhi perilaku, pandangan, kebiasaan, dan pola konsumsi seseorang. Melalui kelompok ini, individu cenderung menyesuaikan diri dengan perilaku Kelompok referensi merupakan sekelompok

individu yang dapat memengaruhi perilaku, pandangan, kebiasaan, dan pola konsumsi seseorang.

2. Dampak Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dalam buku Wardani Anggadita, 2021:85. Memberikan dampak bagi kehidupan masyarakat baik dampak negatif maupun positif. Antara lain :

a. Dampak Positif

- 1) Membuka serta memperluas lapangan pekerjaan, sebab peningkatan produksi barang dalam jumlah besar akan membutuhkan lebih banyak tenaga kerja.
- 2) Mendorong konsumen untuk meningkatkan penghasilan mereka, karena adanya dorongan untuk membeli berbagai jenis barang yang diinginkan mendorong usaha konsumen dalam menambah pendapatannya.
- 3) Memperluas pasar bagi produsen, di mana peningkatan jumlah konsumsi masyarakat mendorong produsen untuk mengembangkan pasar-pasar baru demi memudahkan pelayanan kepada konsumen.

b. Dampak Negatif

- 1) Gaya hidup konsumtif dapat menimbulkan kecemburuan sosial, karena individu cenderung membeli segala sesuatu yang diinginkan tanpa mempertimbangkan harga maupun kebutuhan barang tersebut. Akibatnya, kelompok masyarakat yang kurang mampu tidak dapat mengikuti pola hidup semacam ini.

- 2) Mengurangi peluang untuk menabung, sebab individu akan lebih banyak menghabiskan penghasilannya untuk berbelanja daripada menyisihkannya untuk tabungan.
- 3) Individu cenderung mengabaikan kebutuhan di masa depan dan lebih fokus mengonsumsi barang-barang yang diinginkan saat ini tanpa mempertimbangkan kebutuhan di waktu yang akan datang. Meskipun perilaku konsumtif dapat merugikan diri sendiri, terdapat pula dampak positif bagi orang lain. Oleh karena itu, menurut saya, perilaku konsumtif sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan kepentingan yang relevan.

3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Dalam penelitiannya, Wulandari (2019) mengadopsi indikator konsep perilaku konsumtif dari Erich Fromm, yang mencakup tiga aspek utama yaitu:

a. Pembelian impulsif (Impulsive Buying)

Perilaku membeli yang didorong oleh keinginan sesaat tanpa pertimbangan matang. Individu melakukan pembelian secara spontan, seringkali dipicu oleh emosi atau dorongan tiba-tiba, tanpa memikirkan konsekuensi jangka panjang.

b. Pemborosan (Wasteful Buying)

Kecenderungan untuk menghamburkan uang dengan membeli barang-barang yang tidak diperlukan. Pembelian ini tidak didasari oleh kebutuhan nyata, melainkan oleh keinginan untuk memuaskan diri, yang seringkali berujung pada penyesalan atau ketidakpuasan.

c. Pembelian tidak rasional (Non-Rational Buying)

Tindakan membeli yang tidak berdasarkan pertimbangan logis atau kebutuhan fungsional. Individu melakukan pembelian untuk mencari kebahagiaan atau kepuasan emosional, meskipun barang tersebut tidak memiliki nilai guna yang signifikan.

2.2 Digital Payment

Secara umum, pembayaran dapat diartikan sebagai proses pengalihan sejumlah uang dari pihak yang mem bayar kepada pihak yang menerima. Pembayaran digital mengacu pada metode pembayaran yang menggunakan teknologi, di mana uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk data digital. Proses pemindahan ini dilakukan melalui perangkat atau alat pembayaran elektronik Suryaningprang, 2023:58.

Digital payment merupakan metode transaksi pembayaran yang dilakukan secara digital, dimana proses transfer pembayaran dilakukan menggunakan perangkat atau alat pembayaran digital. Digital payment merupakan teknologi yang menghadirkan cara baru bagi masyarakat dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai. Digital payment ini dinilai lebih praktis dan aman, banyak orang mengaitkan pembayaran digital dengan dompet elektronik atau uang digital yang bisa dimanfaatkan untuk menyelesaikan berbagai jenis transaksi (Sahir et al., 2023:116)

Digital payment QRIS merupakan proses transaksi yang dilakukan menggunakan perangkat digital. Dalam proses ini, pihak pengirim dan penerima

memanfaatkan sistem digital untuk melakukan transfer uang secara aman dan efisien dalam menerima uang selama transaksi pembayaran (Ervandy Kurniawan et al., 2022:92). Sistem pembayaran digital adalah mekanisme transaksi yang dilakukan secara online melalui jaringan internet yang bertujuan untuk memfasilitasi pembelian produk oleh konsumen. Popularitas sistem ini terus meningkat karena memberikan berbagai keuntungan, baik bagi konsumen maupun produsen. Terlebih lagi perkembangan pesat e-commerce turut mendorong masyarakat untuk semakin aktif melakukan transaksi secara online. Adapun manfaat dari sistem pembayaran digital :

1. Meningkatkan efisiensi transaksi online

Pembayaran produk secara daring menjadi lebih efisien seiring dengan perkembangan teknologi. Ragam layanan dan produk pun terus bertambah mengikuti kebutuhan zaman.

2. Kemudahan dan beragamnya metode pembayaran

Kini tersedia berbagai pilihan alat pembayaran digital yang memudahkan konsumen dalam bertransaksi, tanpa harus terpaku pada metode konvensional.

3. Hemat waktu dan lebih praktis

Transfer dana antar rekening virtual hanya memerlukan beberapa menit, jauh lebih cepat dibandingkan transfer antar bank atau melalui kantor pos yang bisa memakan waktu berhari-hari. Konsumen juga tidak perlu mengantre di bank, sehingga waktu lebih efisien.

4. Meningkatkan loyalitas pelanggan

Kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh sistem pembayaran digital dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya mendorong loyalitas terhadap layanan atau produk.

5. Bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja

Layanan digital umumnya dirancang agar mudah diakses oleh siapa pun, kapan pun. Tampilan yang sederhana dan adanya layanan bantuan pelanggan yang tersedia 24 jam membuat pengalaman pengguna jadi lebih baik.

6. Membantu mengontrol pengeluaran

Mengelola keuangan menjadi lebih mudah karena riwayat transaksi tersimpan secara otomatis dalam akun virtual. Konsumen bisa meninjau pengeluarannya kapan saja tanpa harus mencatat secara manual.

7. Biaya transaksi yang rendah

Transaksi melalui sistem pembayaran digital biasanya dikenakan biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan metode konvensional, seperti pembayaran lewat terminal fisik. Biaya administrasi umumnya hanya sekitar 1% dari total transaksi, yang tentu menjadi keuntungan tersendiri bagi pengguna

Pada penelitian ini yang menjadi indikator dalam variabel Pengaruh Digital Payment QRIS berdasarkan teori Fred Davis dan penelitian oleh (Zahra Nur Siti, 2023) Meliputi :

1. Kemudahan Akses (Ease of Acces)

Menilai kemudahan pengguna dalam mengakses dan menggunakan QRIS untu transaksi sehari-hari.

2. Kegunaan yang Dirasakan (Perceived Usefulness)

Sejauh mana pengguna merasa bahwa QRIS bermanfaat dalam transaksi mereka.

3. Kredibilitas yang Dirasakan (Perceived Credibility)

Menilai sejauh mana pengguna percaya bahwa QRIS adalah metode pembayaran yang dapat diandalkan.

4. Pengaruh Sosial (Social Influence)

Mengukur sejauh mana lingkungan sosial mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan QRIS.

5. Niat Perilaku (Behavioral Intention)

Keinginan atau niat pengguna untuk terus menggunakan QRIS di masa depan.

2.3 Quick Response Indonesia Standard (QRIS)

QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard) adalah salah satu kode pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk digunakan dalam memfasilitasi transaksi pembayaran di Indonesia. Qris ini merupakan standar kode QR nasional untuk memfasilitasi pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik seperti mobile banking dan dompet digital (Paramitha & Kusumaningtyas, 2020:54). Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan QRIS merupakan terobosan dari Bank Indonesia (BI) bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) yang ditujukan untuk mewujudkan sistem pembayaran yang lebih cepat. QRIS adalah standar pembayaran nasional digital yang berbasis QR kode yang bertujuan untuk memperlancar sistem digital

ekonomi yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran (Nasution Yeni Elizah et al., 2025:14).

Kehadiran QRIS ini memungkinkan berbagai Penyedia Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) berbasis QR dapat diakses hanya dalam 1 kode QR. Artinya, meskipun aplikasi pembayaran digital yang digunakan oleh konsumen berbeda-beda, namun pihak toko (merchant) cukup menyediakan 1 kode QR saja. Tidak dipungkiri, sekarang terdapat berbagai jenis aplikasi pembayaran yang aktif digunakan masyarakat Indonesia (Dyah Sekarsari et al., 2022). Pada tanggal 17 Agustus 2019 yang betepatan dengan HUT NKRI yang ke 74, QRIS ditetapkan sebagai standar kode QR di Indonesia yang mulai diterapkan serentak pada tanggal 1 Januari 2020. Dimana dalam penciptaan QRIS ini tidak hanya dimunculkan begitu saja melainkan memiliki sebagai tujuan dan sebagai pendorong koefisien transaksi dan sebagai alternatif transaksi non tunai yang lebih memudahkan masyarakat. QRIS ini dibentuk oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia ASPI (Gea et al., 2023).

QRIS dapat berfungsi pada semua merchant yang mempunyai akun di Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Pengguna aplikasi e-wallet ini seperti Gopay, Dana, OVO, dan LinkAja, dapat bertransaksi dengan merchant hanya dengan memindai kode QRIS yang tersedia pada merchant dengan menggunakan salah satu aplikasi e-wallet yang dimilikinya sebagai contoh misalnya menggunakan Gopay) tanpa harus menyesuaikan dengan aplikasi yang dimiliki oleh penyedia layanan QRIS di toko karena sistem QRIS ini running dalam Merchant Presented mode MPM (Natsir et al., 2023). Dengan

terbentuknya QRIS ini Bank Indonesia percaya bahwa QRIS akan membawa semangat UNGGUL bagi masyarakat, yaitu Universal, GampanG, Untung, dan Langsung, sehingga terbentuknya QRIS ini dapat memberikan transaksi pembayaran menjadi lebih efisien. Sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi menjadi berkembang (Gede et al., 2024).

QRIS menghadirkan solusi pembayaran non-tunai yang lebih praktis dan efisien. Dengan satu standar kode QR, para merchant tidak perlu memiliki banyak jenis kode QR dari penerbit yang berbeda. QRIS menjadi salah satu langka BI untuk Efisiensi Sistem Pembayaran. Arti QRIS menurut BI adalah :

1. Universal, yakni bersifat inklusif, digunakan untuk seluruh lapisan masyarakat dan bisa digunakan untuk transaksi pembayaran didalam maupun luar negeri.
2. Gampang, yakni masyarakat bisa bertransaksi dengan mudah dan aman dalam satu handphone.
3. Untung, yakni transaksi dengan QRIS menguntungkan pembeli dan penjual, karena transaksi berlangsung efisien melalui satu kode QR yang bisa digunakan untuk semua aplikasi pembayaran
4. Langsung, artinya transaksi dengan QRIS langsung terjadi, karena prosesnya cepat dan terjadi seketika, sehingga mendukung kelancaran pada sistem pembayaran (Sriekaningsih, 2020).

Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 dan Nomor 16/8/PBI/2014 sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan

masyarakat mengurangi penggunaan uang tunai (less cash society) di Indonesia ini menjadi awal munculnya uang elektronik sebagai jawaban kebutuhan terhadap instrumen pembayaran yang secara cepat, dan mudah diakses dimanapun dan kapanpun dan ditempatkan pada media tertentu yang mampu diakses dengan cepat secara offline, aman dan murah (Muniarty et al., 2023:25).

Peluncuran QRIS ini bertujuan untuk membuat lebih mudah dalam melakukan transaksi pembayaran digital hingga menyebabkan sistem dalam pembayaran menjadi lancar dan menyebabkan percepatan inklusi digital. QRIS dalam penggunaannya sangat mudah dengan aplikasi dompet digital atau mobile banking Agatha & Catur Putriwana Malik, 2023:45).

Adapun 3 jenis transaksi pembayaran menggunakan QRIS, antara lain:

1. Melalui metode pembayaran ini, merchant cukup menampilkan barcode QRIS yang diperoleh secara gratis. Pengguna hanya perlu memindai barcode tersebut dengan ponsel mereka, memasukkan nominal pembayaran sesuai harga barang, mengisi PIN, dan menekan tombol bayar. Begitu transaksi selesai, notifikasi pembayaran akan segera muncul di perangkat merchant secara otomatis.
2. Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis

Dalam metode pembayaran ini, kode QR dapat ditampilkan melalui perangkat seperti ponsel atau mesin EDC. Berbeda dengan MPM Statis yang mengharuskan pembeli memasukkan nominal transaksi secara manual, QRIS Dinamis menawarkan kemudahan lebih. Saat

bertransaksi dengan QRIS Dinamis, merchant akan menghasilkan kode QR khusus untuk setiap konsumen, sehingga ketika konsumen memindai kode tersebut, nominal transaksi akan muncul secara otomatis tanpa perlu pengisian manual.

3. Customer Presented Mode (CPM)

Dalam metode pembayaran ini, konsumen cukup menampilkan kode QR dari aplikasi QRIS mereka sendiri, yang kemudian akan dipindai langsung oleh merchant (Lintang et al., 2023).

4. Penggunaan QRIS yang semakin banyak digunakan kalangan masyarakat diakibatkan karena banyak manfaat yang didapatkan baik bagi pihak pengguna aplikasi maupun bagi merchant (Santika et al., 2022). Adapun manfaat dari QRIS ini adalah:

a. Bagi pengguna aplikasi

- 1) Cepat dan Selalu Up-to-Date: Memungkinkan transaksi yang praktis dan mengikuti tren teknologi terbaru.
- 2) Tanpa Uang Tunai: Tidak perlu repot membawa uang tunai, cukup gunakan ponsel untuk bertransaksi.
- 3) Satu Kode untuk Semua: Hanya dengan satu kode QR, pengguna dapat melakukan pembayaran melalui berbagai aplikasi.
- 4) Aman dan Terjamin: Seluruh PJSP yang mengelola QRIS telah diawasi oleh Bank Indonesia dan memiliki izin resmi, sehingga keamanan dan perlindungannya terjamin.

b. Bagi Merchant

- 1) Peningkatan Penjualan: Dapat menerima pembayaran dari berbagai aplikasi QR, sehingga memperluas potensi pelanggan.
- 2) Penguatan Branding: Menggunakan metode pembayaran modern yang dapat meningkatkan citra usaha.
- 3) Lebih Modern & Praktis: Hanya perlu satu QRIS untuk mengakomodasi semua aplikasi pembayaran.
- 4) Efisiensi Biaya: Biaya pengelolaan yang lebih rendah dibandingkan metode konvensional.
- 5) Aman dari Uang Palsu: Menghilangkan risiko menerima uang palsu dalam transaksi.
- 6) Transaksi Real-Time: Setiap transaksi dapat langsung dilihat dan tercatat secara otomatis.
- 7) Keuangan Lebih Tertata: Memisahkan uang pribadi dengan uang usaha secara lebih rapi dan terkontrol.
- 8) Kemudahan Rekonsiliasi: Mempermudah proses pencatatan transaksi dan mencegah kecurangan dalam pembukuan tunai.
- 9) Peningkatan Credit Profile: Membantu membangun profil kredit yang baik untuk mempermudah akses kredit di masa depan.

2.4 BYOND BY BSI

Mobile banking merupakan salah satu bentuk inovasi layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat ponsel atau smartphone. Layanan ini dapat diakses

melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah, sehingga memudahkan proses transaksi tanpa harus datang ke kantor cabang. Dibandingkan dengan layanan SMS banking, mobile banking menawarkan kemudahan yang lebih praktis karena tidak mengharuskan nasabah untuk mengingat format pesan atau nomor tujuan tertentu. Salah satu bentuk implementasi layanan ini adalah BYOND BY BSI, yakni aplikasi mobile banking yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia sebagai upaya mendukung digitalisasi layanan perbankan secara efektif dan efisiensi (Mahmudi, 2023).

Aplikasi mobile banking merupakan salah satu bentuk layanan perbankan digital yang bersifat online dan inovatif, yang disediakan oleh pihak bank untuk memfasilitasi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan melalui perangkat seperti handphone atau media digital lainnya. Proses transaksi perbankan yang sebelumnya dilakukan secara manual dengan mendatangi kantor cabang kini dapat dilakukan secara praktis hanya melalui aplikasi mobile banking. Penggunaan layanan ini tidak semata-mata dipengaruhi oleh karakteristik atau keinginan individu nasabah, tetapi juga oleh berbagai keunggulan yang ditawarkan oleh layanan tersebut, yang mampu menarik minat nasabah untuk mengenal dan menggunakannya. Selain memberikan kemudahan dalam akses layanan, aplikasi mobile banking juga dirancang dengan fitur-fitur yang mudah dipahami, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan kenyamanan nasabah dalam memanfaatkan layanan perbankan. Semakin besar manfaat yang dirasakan dari penggunaan mobile banking, maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk terus menggunakannya (Nasution et al., 2022).

Aplikasi BYOND BY BSI juga menawarkan berbagai fitur, seperti pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, pembayaran melalui QRIS, hingga layanan zakat dan wakaf. Keberagaman fitur ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan layanan perbankan yang efisien dan sesuai dengan prinsip syariah. Penggunaan mobile banking, termasuk BYOND BY BSI, semakin diminati oleh generasi milenial dan Generasi Z yang cenderung mengutamakan kemudahan dan kecepatan serta akses layanan keuangan kapan saja dan dimana saja. Dalam konteks ini, keunggulan fitur, antarmuka yang user-friendly, serta keamanan sistem menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat adopsi dan kepuasan nasabah terhadap aplikasi mobile banking tersebut (Rahmah, 2024).

2.5 Gaya Hidup

Gaya hidup menurut Kotler dan Keller 2012:192 adalah pola hidup seseorang di dunia, yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pola dalam bertindak dan berinteraksi dalam kehidupan. Gaya hidup mengacu pada pola hidup seseorang, yang meliputi bagaimana mereka memanfaatkan waktu dan menjalani aktivitas sehari-hari. Meski sering disamakan, gaya hidup dan kepribadian sebenarnya merupakan dua konsep yang berbeda. Gaya hidup lebih berkaitan dengan bagaimana individu mengatur keuangannya, mengisi waktu, serta menentukan pilihan-pilihan hidupnya secara keseluruhan. Sementara itu, kepribadian lebih berfokus pada ciri-ciri psikologis dan emosional yang membentuk keunikan seseorang, termasuk

nilai-nilai, sikap, serta perilaku yang ditunjukkan dalam berbagai kondisi Kotler dan Keller, 2012:192.

Gaya hidup merupakan faktor lain selain literasi keuangan yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif generasi Z. Hal ini berkaitan dengan bagaimana seseorang menjalani kehidupannya, termasuk dalam mengatur diri sendiri dan mengelola keuangannya misalnya, melakukan pembayaran secara online maupun offline menggunakan QRIS yang saat ini dapat digunakan kapan pun dan di mana pun. Generasi Z yang lekat dengan teknologi dan digitalisasi pun cenderung menerima sistem pembayaran QRIS. Penerimaan terhadap QRIS ini selaras dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred Davis.

Model TAM (Technology Acceptance Model) adalah sebuah model teoritis yang dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1986 untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi atau sistem informasi baru.

Model ini sangat populer dan sering digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan adopsi teknologi digital, seperti e-wallet, aplikasi mobile, sistem informasi, dan lain-lain.

1. Karakteristik Gaya Hidup

Menurut Sunarto, terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut (Mandey, 2009:93)

a. Kegiatan (Activity)

Segala tindakan nyata yang dilakukan individu, seperti berbelanja, bersosialisasi.

b. Minat (Interes)

Ketertarikan seseorang terhadap suatu objek, aktivitas, atau ide, yang menjadi dasar perilaku konsumtif mereka bekerja, berolahraga, atau bersosialisasi. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

c. Opini (Opinion)

Pandangan atau sikap dalam menanggapi isu-isu terhadap diri sendiri, sosial, politik, ekonomi, dan dunia di sekitarnya.

Gaya hidup bukan hanya soal konsumsi materi, tetapi juga bagaimana individu memilih untuk hidup, membuat keputusan, dan mengelola waktu serta sumber daya nya.

2. Jenis Gaya Hidup

Gaya hidup konsumen menunjukkan keragaman yang sangat luas, bergantung pada karakteristik individu masing-masing. Beberapa bentuk gaya hidup konsumen yang dapat dikenali antara lain:

a. Gaya Hidup Mandiri

Gaya hidup ini cukup populer di kalangan masyarakat perkotaan, terutama di antara mereka yang memiliki tingkat pendidikan tinggi dan

kondisi finansial yang stabil. Konsumen dengan gaya hidup ini biasanya menggemari produk-produk yang mampu menampilkan kemandirian pribadi di tengah kehidupan sosial mereka.

b. Gaya Hidup Modern

Dalam era modern yang didominasi oleh kemajuan teknologi dan arus informasi digital, banyak konsumen berlomba-lomba menjadi ahli dalam memanfaatkan teknologi. Gaya hidup ini menggambarkan kemampuan konsumen dalam menggunakan berbagai perangkat digital dan informasi untuk menunjang kehidupan sehari-hari

c. Gaya Hidup Sehat

Pilihan hidup ini mengedepankan keseimbangan antara pola makan yang baik, pikiran yang positif, kebiasaan hidup yang mendukung kesehatan, serta lingkungan yang mendukung pertumbuhan pribadi. Gaya hidup sehat mencerminkan upaya konsumen untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik dalam semua aspek kehidupannya.

d. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis berfokus pada pencarian kesenangan dan kenikmatan hidup. Konsumen dengan gaya hidup ini cenderung menghabiskan waktu di luar rumah, menikmati berbagai barang dan aktivitas mewah, serta berusaha menjadi pusat perhatian. Tren ini semakin banyak dianut oleh generasi muda, khususnya di kalangan mahasiswa (Miatun & Santoso, 2020:114)

Secara keseluruhan, variasi gaya hidup konsumen mencerminkan beragam cara individu mengekspresikan identitas dan preferensinya dalam kehidupan sehari-hari. Faktor-faktor seperti pendidikan, kondisi ekonomi, kemajuan teknologi, hingga nilai-nilai sosial turut membentuk kecenderungan gaya hidup seseorang. Memahami perbedaan ini penting, terutama dalam konteks penelitian perilaku konsumen, karena gaya hidup tidak hanya mempengaruhi pilihan konsumsi, tetapi juga menggambarkan respons individu terhadap dinamika sosial dan budaya di sekitarnya. Dengan demikian, gaya hidup menjadi salah satu indikator penting dalam menganalisis perubahan perilaku konsumen di era modern.

2.6 Pengembangan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh Digital Payment (QRIS) BYOND BY BSI Terhadap

Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

Menurut Suryaningprang, 2023:58. Digital payment merupakan metode transaksi pembayaran yang dilakukan secara digital, dimana proses transfer pembayaran dilakukan menggunakan perangkat atau alat pembyaran digital. Digital payment ini merupakan cara baru bagi masyarakat dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai. Digital payment ini dinilai lebih praktis dan aman, banyak orang mengaitkan pembayaran digital dengan dompet eletronik atau uang digital yang bisa dimanfaatkan untuk menyelesaikan berbagai jenis transaksi.

Qris merupakan standar kode QR nasional untuk memfasilitasi pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik yang ada di aplikasi seperti mobile banking dan dompet digital (Paramitha & Kusumaningtyas, 2020:30). QRIS ini bertujuan untuk membuat lebih mudah dalam melakukan transaksi pembayaran digital sehingga menyebabkan sistem dalam pembayaran menjadi lancar dan menyebabkan percepatan inklusi digital (Agatha Catur Putriwana Malik, 2023:45).

Menurut teori Seemiller Grace, 2016) dalam penelitiannya Generasi Z, yang lahir antara tahun 1996 hingga 2012, merupakan generasi pertama yang tumbuh bersama teknologi, internet, dan media sosial yang akrab dengan aplikasi dan platform di era digital. Di mana internet sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari skala global. Individu yang lahir setelah tahun 2000 dikenal juga sebagai generasi dikenal juga sebagai generasi Z. salah satu kelemahan yang kerap dikaitkan dengan Generasi Z adalah kecenderungan bersikap tidak konsisten, karena mereka lebih menyukai hal-hal yang cepat dan instan (Seemiller & Grace, 2016).

Generasi Z juga kerap dikaitkan dengan sifat konsumtif sebagai salah satu kelemahannya. Perilaku konsumtif ini dapat diartikan sebagai tindakan membeli barang secara terus menerus bukan untuk karena kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan (Anggraini Santhoso, 2017:35).

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan individu untuk menjalani pola hidup dengan membeli berbagai barang yang sebenarnya

kurang diperlukan, disertai dengan perasaan tidak puas apabila keinginan memiliki barang tersebut belum terpenuhi. Fenomena ini banyak ditemukan di kalangan remaja, khususnya pada remaja putri (Fatmawatie, 2022). Remaja dikenal sebagai kelompok konsumen dengan karakteristik tertentu, antara lain mudah terpengaruh oleh tren mode, rentan terhadap pengaruh iklan dan bujukan penjual, kurang hemat, kurang realistis, bersikap romantis, serta cenderung berperilaku impulsif.

Hasil penelitian yang dilakukan Viani (2022), Dede Puspa (2024), Anastasya Amanda (2025) yang menyimpulkan bahwa digital payment QRIS berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Semakin sering seseorang menggunakan digital payment maka akan semakin konsumtif perilakunya. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis sementara yang dapat diajukan dalam penelitian ini, yaitu :

H1: Digital Payment QRIS BYOND BY BSI Berpengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

2.6.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

Menurut Kotler dan Keller 2012:192. Menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia, yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pola dalam bertindak dan berinteraksi dalam kehidupan. Gaya hidup mengacu pada pola hidup seseorang,

yang meliputi bagaimana mereka memanfaatkan waktu dan menjalani aktivitas sehari-hari. Meski sering disamakan, gaya hidup dan kepribadian sebenarnya merupakan dua konsep yang berbeda. Gaya hidup lebih berkaitan dengan bagaimana individu mengatur keuangannya, mengisi waktu, serta menentukan pilihan-pilihan hidupnya secara keseluruhan. Sementara itu, kepribadian lebih berfokus pada ciri-ciri psikologis dan emosional yang membentuk keunikan seseorang, termasuk nilai-nilai, sikap, serta perilaku yang ditunjukkan dalam berbagai kondisi.

Gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang menentukan cara hidupnya, mengatur waktunya, dan menjalani pengalaman hidup dengan beragam pendekatan. Gaya hidup menjadi representasi dari nilai-nilai, minat, serta pola pikir individu yang pada akhirnya membentuk identitas unik mereka di tengah lingkungan yang terus mengalami perubahan

Perilaku Konsumtif merupakan suatu bentuk tindakan individu dalam membeli barang atau jasa bukan semata-mata berdasarkan kebutuhan, melainkan karena adanya dorongan emosional, keinginan untuk mendapatkan kepuasan sesaat, atau pengaruh dari lingkungan sosial. Engel, Blackwell, dan Miniard 1995:147 menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencakup seluruh proses pencairan , pembelian, penggunaan, hingga evaluasi produk, yang mana tidak selalu dipicu oleh kebutuhan rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial. Dalam konteks penelitian (Wardani Anggadita, 2021:85). Pembelian barang sering kali dilakukan demi menjaga citra atau gengsi. Salah satu faktor yang mendorong munculnya perilaku ini adalah pesatnya perkembangan teknologi.

Akses yang begitu mudah terhadap berbagai platform media sosial dengan pengaruh yang kuat membuat Generasi Z cenderung mengadopsi pola hidup konsumtif dan bergaya hidup hedon.

Dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Meilani dan Kusuma (2024), Hapsari Dheanira (2024) dan Rahmawati (2023) yang menyimpulkan bahwa Gaya Hidup Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Pekanbaru. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis sementara yang dapat diajukan dalam penelitian ini, yaitu

H2: Gaya Hidup Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

2.7 Penelitian Terdahulu

Adapun berikut ini ini penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi dasar dari penelitian ini dirangkum dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Viani Naufalia	Pengaruh Digital Payment Dan	X1 : Digital Payment	Penelitian ini menghasilkan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	(2022) https://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/jasdim/article/view/3011	EService Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna ShopeeWilayah DKI Jakarta	X2 : E-Service Quality Y : Perilaku Konsumtif	pengaruh positif antara variabel X1 terhadap perilaku konsumtif sebesar 12,7%. Kemudian, terdapat pengaruh positif antara variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap perilaku konsumtif yaitu 13,7%.
2	Safira Rindi, dkk (2023) https://repository.uin-su.ac.id/21074/	Pengaruh Kepercayaan,Kemudahan,dan Manfaat Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran terhadap Perilaku Konsumtif Individu Dengan Digital Savvy sebagai variabel Moderating	X1:Kepercayaan X2:Kemudahan. X3:Manfaat Y1 : Digital Savvy Y2 : Digital Payment	Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa X1,X2 dan X3 berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa variabel X1,X2 dan X3 berkontribusi sebesar 55,2% terhadap perilaku konsumtif sedangkan sisanya 44,85 dipengaruhi oleh variabel lain.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
3	Pujian Puspita Dea, dkk (2024) https://doi.org/10.37012/ileka.v5i2.2455	Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi pada Mahasiswa FEB Universitas Tangerang Raya	X : Literasi Keuangan X2 : Digital Payment Y : Perilaku Konsumtif Gaya Hidup (Z)	Hasil dari penelitian ini mengatakan X1 memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan hasil Moderated Regression Analysis (MRA) dari penelitian ini adalah gaya hidup tidak dapat memperkuat literasi keuangan dan digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
4	Putri Anjar, Leli Naluri, M. Sukma, Farel Nayudin (2022) https://www.academia.edu/download/116	Pengaruh Digital Payment QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung	X : Digital payment (QRIS) Y : Perilaku Konsumtif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi universitas tulungagung.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	890879/			
5	Putri Amanda Anastasya, dkk (2025) https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/article/view/2182	Pengaruh Penggunaan QRIS Sebagai Metode Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Yogyakarta	X:Pembayaran Digital (QRIS) Y : Perilaku Konsumtif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa QRIS mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Yogyakarta sebanyak 37,5%, sedangkan sisanya yaitu 62,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam objek penelitian
6	Zahra Nur Siti , dkk (2023) https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/197395/	Pengaruh Digital Payment QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom (Studi Kasus Pada Pujasera TEL-U)	X1:Pengaruh digital payment (QRIS) Y : Perilaku Konsumtif mahasiswa Universitas Telkom	Hasil penelitian menyatakan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa FEB Universitas Telkom dipengaruhi oleh digital payment sebesar 47,2 %. Sisanya senilai 52,8 % terpengaruh akan variabel lainnya

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				dimana tidak masuk penelitian ini. Hal ini dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif akan meningkat seiring dengan meningkatnya digital payment
7	Meilani dan Kusuma (2024) https://ojs.3.unpatti.ac.id/index.php/mutiara/article/view/13645/	Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar	X1 : Gaya hidup hedonisme X2 : Kemudahan penggunaan QRIS Y:Perilaku Konsumtif	Hasil dalam penelitian ini mengatakan bahwa Gaya Hidup Hedonisme (X1) memengaruhi perilaku konsumtif(Y) Gen-Z di kota Denpasar secara signifikan, dan kemudahanpenggunaan QRIS (X2) tidak memengaruhi perilaku konsumtif Gen-Z
8	Hapsari Dheanira Ayu	Pengaruh Financial Literacy, Gaya Hidup, Perceived Usefulness	X1 : Finacial Literacy	Hasil penelitian ini menunjukkan Perseived

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	(2024) https://repository.stieykpn.ac.id/2476/1/Jurnal%20Dheanira%20Ayu%20Hapsari%20122100825%20%281%29.pdf?	dan Perceived Ease Of Use Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Sebagai Pengguna Quick Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital di Yogyakarta	X2: Gaya Hidup X3: <i>Perceived Ease Of Use</i> QRIS X4: <i>Perceived Usefulness</i> QRIS Y: Perilaku Konsumtif Gen Z	Usefulness, Perceived ease of use, dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap sikap dan kontrol perilaku persepsian berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif generasi Z sebagai pengguna QRIS di Yogyakarta.

Sumber: Penelitian Terdahulu

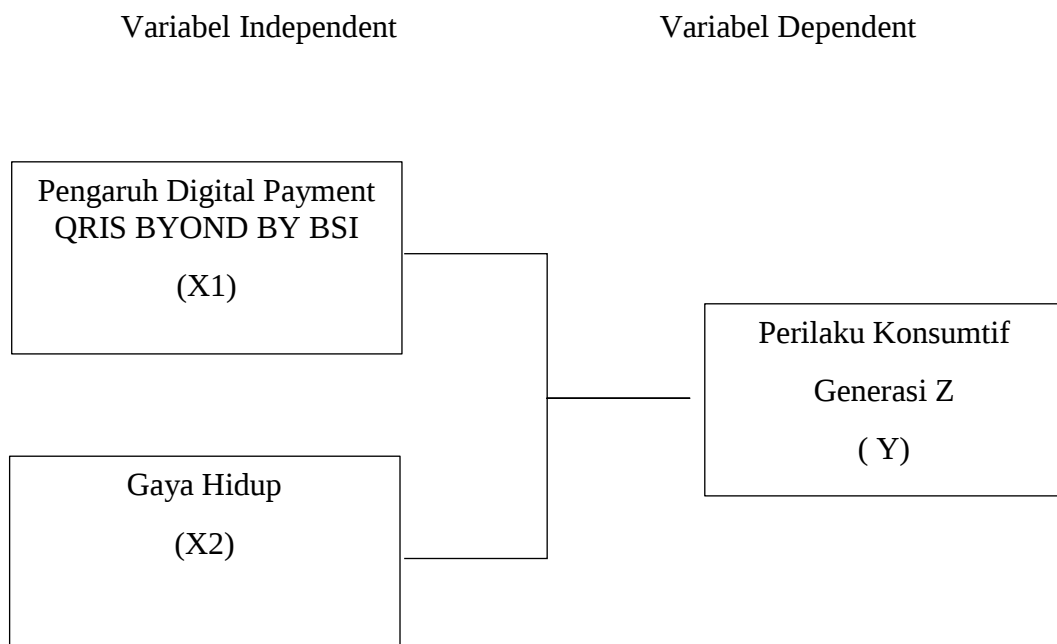
Dalam tabel diatas penulis telah merangkum ada terdapat perbedaan signifikan dalam hasil dan aspek penelitian mengenai pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif. Viani Naufalia (2022) menemukan bahwa digital payment memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif sebesar 12,7% di kalangan pengguna Shopee di DKI Jakarta. Sementara itu, Safira Rindi, dkk (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan, dan manfaat digital payment berkontribusi sebesar 55,2% terhadap perilaku konsumtif, dengan digital savvy sebagai variabel moderating. Penelitian oleh Pujian Puspa Dea, dkk (2024) mengungkapkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi. Di sisi lain,

Putri Anjar, dkk (2022) dan Zahra Nur Siti, dkk (2023) menemukan bahwa digital payment (QRIS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan hasil yang menunjukkan pengaruh sebesar 37,5% dan 47,2% masing-masing. Penelitian oleh Meilani dan Kusuma (2024) menyoroti bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen-Z, sedangkan kemudahan penggunaan QRIS tidak berpengaruh. Terakhir, Hapsari Dheanira Ayu (2024) menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *ease of use*, dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Gen Z sebagai pengguna QRIS di Yogyakarta. Meskipun terdapat kesamaan dalam tema penelitian ini ada juga perbedaan dalam penelitian yang dilakukan penulis yaitu lokasi dan subjek penelitian, dimana lokasi penelitian pilih merupakan Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru dan subjek penelitiannya Gen Z yang berada di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru, serta objek yang diteliti adalah QRIS BYOND BY BSI.

2.8 Kerangka Pemikiran

Pemikiran ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh hubungan antara variabel terikat/dependen yaitu Perilaku konsumtif Generasi Z dengan variabel bebas/independen yaitu Pengaruh Digital Payment QRIS BYOND BY BSI, Gaya Hidup. Kerangka pemikiran ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap permasalahan yang dibahas.

Gambar 2.2
Gambar Kerangka Pemikiran



Sumber : Data Olahan, 2025

Penelitian ini mengkaji pengaruh dua variabel independen, yaitu Pengaruh Digital Payment QRIS BYOND BY BSI (X1) dan Gaya Hidup (X2) terhadap variabel dependen yaitu Perilaku Konsumtif Generasi Z (Y) di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Kerangka pemikiran ini dibangun berdasarkan fenomena meningkatnya penggunaan pembayaran digital di kalangan generasi muda serta perubahan pola gaya hidup yang lebih konsumtif dan instan. Hubungan antar variabel akan diuji secara statistik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh digital payment dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Data akan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan bagian dari generasi Z di Kecamatan Bukit Raya, kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linier berganda untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil dari penelitian ini

diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z dalam konteks perkembangan digital dan perubahan gaya hidup saat ini.

2.9 Hipotesis

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Digital Payment QRIS BYOND BY BSI Berpengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

H₂ : Gaya Hidup Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Penelitian Kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka dan analisis statistik untuk menguji hipotesis dan menjelaskan hubungan antar variabel, bersifat objektif, dan dilakukan secara sistematis. Menurut sugiyono dalam bukunya metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2019:3)

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau yang memiliki populasi sebanyak 107.347. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari pembuatan proposal sampai dengan penulisan laporan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019:126). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh individu yang termasuk kategori Generasi Z, yaitu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang berdomisili di Kecamatan Bukit Raya yang berjumlah 107.347 yang diperoleh data dari BPS Kota Pekanbaru tahun 2023.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono,2016:81). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Yang diharapkan dapat mewakili karakteristik populasi yang penetapannya dengan teknik tertentu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Metode penetapan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling adalah metode penetapan sampel dengan cara menentukan target dari elemen populasi yang diperkirakan paling cocok untuk dikumpulkan datanya (Sugiyono, 2016).

Sampel dalam penelitian ini adalah Generasi Z dan berdomisili di Kecamatan Bukit Raya sejumlah 44 responden, yang diambil dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* atau teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan /kriteria tertentu. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini :

- a. Merupakan bagian dari Generasi Z (lahir antara tahun 1997-2012).
- b. Berdomisili di Kecamatan Bukit Raya.
- c. Pernah menggunakan Digital payment QRIS BYOND BY BSI dalam kegiatan transaksi.

Sementara untuk metode pengambilan sampel penelitian menggunakan tekni Slovin dengan taraf kesalahan 15%. Rumus slovin untuk menentukan ukuran sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Ukuran Sampel

E : Tingkat eror (1%, 5%,10%,15%)

Penyelesaian :

$$n = \frac{107.347}{1+107.347.(15\%)^2}$$

$$n = \frac{107.347}{1+107.347.0,0225}$$

$$n = \frac{107.347}{1+2.415,3075}$$

$$n = \frac{107.347}{2.416,3075}$$

$$n = 44,44 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus slovin jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 44 responden.

3.4 Jenis dan Sumber data

Jenis data yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang dikumpulkan untuk penelitian yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian. data diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner guna mengumpulkan informasi dari objek penelitian tersebut (Sugiyono, 2010:137). Data bersumber dari jawaban responden atas pertanyaan yang berhubungan dengan Pengaruh Digital Payment QRIS BYOND BY BSI dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Pekanbaru .

Sedangkan data sekunder merupakan data yang telah ada dan tidak perlu dikumpulkan sendiri oleh peneliti, melainkan berasal dari penelitian atau sumber yang telah dilakukan sebelumnya. Data ini berupa laporan,jurnal, buku atau data statistik yang telah diterbitkan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Agar diperoleh data yang dapat diuji kebenarannya, relevan dan lengkap maka dalam penelitian ini digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014:230). Daftar pertanyaan meliputi pertanyaan mengenai indikator variabel penelitian. Kuesioner akan disebar melalui google form.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan responden atau narasumber untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam terkait topik penelitian (Sugiyono, 2019:114).

3. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang terlihat pada objek penelitian. Dalam observasi partisipatif, peneliti ikut serta secara langsung dalam aktivitas sehari-hari individu yang diamati dan dijadikan sumber data penelitian (Sugiyono, 2006:310).

4. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara untuk memperoleh data dengan cara mempelajari dokumen-dokumen yang tertulis seperti catatan, transkrip, dan sejenisnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti (Sugiyono, 2017:240).

3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas serta mencari hubungan atau pengaruh antara satu variabel dengan variabel lain maka, variabel didefinisikan secara operasional. Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel. Variabel tersebut adalah Pengaruh Digital Payment QRIS BYOND BY BSI, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Generasi Z. Penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel yaitu variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen yang akan

diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan metode yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi dengan menyatakan setuju ketidaksetujuannya terhadap subyek atau obyek atau kejadian tertentu. Untuk pengukuran variabel dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert. Dalam skala likert variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

3.6.1 Variabel Terikat atau Dependen

Menurut (Sugiyono, 2017:39). Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas atau independen. Variabel yang nilainya akan bergantung pada nilai variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Perilaku konsumtif generasi Z.

3.6.1.1 Perilaku Konsumtif Generasi Z (Y)

Perilaku Konsumtif merupakan suatu bentuk tindakan individu dalam membeli barang atau jasa bukan semata-mata berdasarkan kebutuhan, melainkan karena adanya dorongan emosional, keinginan untuk mendapatkan kepuasan sesaat, atau pengaruh dari lingkungan sosial. Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencakup seluruh proses pencairan, pembelian, penggunaan, hingga evaluasi produk, yang mana tidak selalu dipicu oleh kebutuhan rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial. Variabel ini diukur dengan menggunakan kuesioner yang telah dikembangkan oleh Wulandari (2019) yang terdiri dari 12 item pertanyaan. Setiap pertanyaan diukur dengan skala Likert 1-5. Masing-masing variabel diukur dengan model skala likert 5 poin, yaitu (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4)

Setuju, (5) Sangat Setuju. Responden diminta menyatakan setuju dan ketidaksetujuannya terhadap pertanyaan yang diajukan sesuai dengan kondisi mereka yang sesungguhnya.

3.6.2. Variabel Bebas atau Independen

Menurut Sugiyono (2014:39). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengaruh digital payment Qris Byond by Bsi dan gaya hidup.

3.6.2.1 Pengaruh Digital Payment QRIS BYOND BY BSI (X1)

Menurut Suryaningprang, 2023. Digital payment QRIS merupakan proses transaksi yang dilakukan menggunakan perangkat digital. Dalam proses ini, pihak pengirim dan penerima memanfaatkan sistem digital untuk melakukan transfer uang secara aman dan efisien dalam menerima uang selama transaksi pembayaran. Sistem pembayaran digital adalah mekanisme transaksi yang dilakukan secara online melalui jaringan internet yang bertujuan untuk memfasilitasi pembelian produk oleh konsumen. Popularitas sistem ini terus meningkat karena memberikan berbagai keuntungan, baik bagi konsumen maupun produsen. Terlebih lagi perkembangan pesat e-commerce turut mendorong masyarakat untuk semakin aktif melakukan transaksi secara online. Pengaruh digital payment Qris Byond by BSI diukur dalam menggunakan kusioner yang diadaptasi dari kuesioner Anastasya Amanda (2025) dengan menggunakan skala Likert 1-5 yaitu terdiri dari: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju.

3.6.2.2 Gaya Hidup (X₂)

Gaya hidup adalah cara seseorang dalam menghabiskan waktu, uang, dan sumber daya lainnya yang menunjukkan bagaimana mereka menjalani kehidupan sehari-hari. Gaya hidup memainkan peran yang kompleks dalam dinamika interaksi antar manusia, yang sering kali sulit untuk dipahami sepenuhnya. Pada dasarnya, gaya hidup mencerminkan pola hidup seseorang, yang terlihat dari bagaimana ia mengalokasikan waktunya (aktivitas yang dijalani), nilai-nilai dan minat yang dianggap penting di lingkungan sosialnya, serta cara individu memahami dirinya sendiri dan melihat dunia di sekitarnya. Melalui perpaduan berbagai aspek ini, gaya hidup membentuk identitas khas yang membedakan seseorang atau suatu kelompok dari yang lain. Variabel ini yang diadaptasi dari Silvy L. Mandey (2009) dengan skala Likert 1-5. Masing-masing variabel diukur dengan model skala likert lima poin yaitu: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju. Responden diminta menyatakan setuju dan ketidaksetujuannya terhadap pertanyaan yang diajukan dengan kondisi mereka yang sesungguhnya.

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Indikator Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Perilaku Konsumtif Gen Z (Y)	Perilaku Konsumtif merupakan suatu bentuk tindakan individu dalam	1. Pembelian impulsif (Impulsive

No	Variabel	Definisi	Indikator
		membeli barang atau jasa bukan semata-mata berdasarkan kebutuhan, melainkan karena adanya dorongan emosional, keinginan untuk mendapatkan kepuasan sesaat, atau pengaruh dari lingkungan sosial. Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencakup seluruh proses pencairan, pembelian, penggunaan, hingga evaluasi produk, yang mana tidak selalu dipicu oleh kebutuhan rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial	Buying) 2. Pemborosan (Wasteful Buying) 3. Pembelian tidak rasional (Non-Rational Buying)
2	Pengaruh Digital Payment QRIS BYOND BY BSI (X_1)	Digital payment QRIS merupakan pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik yang ada di aplikasi mobile banking dan juga dompet digital. Digital payment ini merupakan cara baru bagi masyarakat dalam melakukan transaksi tanpa	1. Kemudahan Akses (Ease of Acces) 2. Kegunaan yang Dirasakan (Perceived Usefullness 3. Kredibilitas yang Dirasakan (Perceived

No	Variabel	Definisi	Indikator
		uang tunai. Digital payment ini dinilai lebih praktis dan aman (Paramitha & Kusumaningtyas, 2020:54)	Credibility) 4. Pengaruh Sosial (Social Influence) 5. Niat Perilaku (Behavioral Intention)
3	Gaya hidup (X ₂)	Menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia, yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pola dalam bertindak dan berinteraksi dalam kehidupan. Gaya hidup mengacu pada pola hidup seseorang, yang meliputi bagaimana mereka memanfaatkan waktu dan menjalani aktivitas sehari-hari Kotler dan Keller (2012:192)	1. Kegiatan (Activity) 2. Minat (Interes) 3. Opini (Opinion)

Sumber: Data Olahan, 2025

Demografi Responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dalam penelitian ini. Adapun aspek demografi yang diperhatikan meliputi jenis kelamin, usia, status pendidikan, domisili.

3.7 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan instrumen berupa kuesioner atau angket (daftar pertanyaan) guna mengumpulkan data dari responden. Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner adaptasi dari berbagai sumber yang dianggap relevan dengan penelitian ini. Untuk mengukur setiap variabel yang diteliti dalam penelitian ini digunakan indikator atau item yang menggambarkan variabel yang diukur. Sedangkan skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert dipergunakan jika peneliti ingin mendapatkan data mengenai bobot dari setiap jawaban yang diberikan oleh responden (Sugiyono, 2014:93).

Skala Likert yang digunakan adalah skala Likert 5 poin, yakni memiliki alternatif atau tingkatan jawaban sebagai berikut (Sugiyono, 2014:93).

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Sementara itu, kriteria penilaian terhadap rata-rata nilai indikator dan nilai variabel dalam penelitian ini ditentukan sesuai dengan skala Likert yang digunakan (Sugiyono, 2014:94):

1-2,00 = Responden memiliki penilaian yang sangat tidak baik terhadap

indikator atau variabel yang bersangkutan.

2-3,00 = Responden memiliki penilaian yang kurang baik terhadap indikator

atau variabel yang bersangkutan.

3-4,00 = Responden memiliki penilaian yang cukup baik terhadap indikator

atau variabel yang bersangkutan.

4-5,00 = Responden memiliki penilaian yang sangat baik terhadap indikator

atau variabel yang bersangkutan.

3.8 Analisa Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan daftar demografi responden. Statistik deskriptif memberikan gambaran data dengan kriteria nilai rata-rata, standar deviasi, varian maksimum, minimum, sum, range. Pengujian tersebut dibantu dengan menggunakan program Statistical Product and Service for Windows (SPSS versi 23).

3.8.2 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Dalam penelitian Ghazali (2013:52-53) mendefinisikan uji validitas sebagai alat untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengujian dilakukan dengan cara melalui korelasi brivariate antara masing-masing skor konstruk. Jika korelasi antara masing-masing skor indikator terhadap skor total konstruk memiliki nilai signifikan maka dapat dikatakan bahwa setiap pertanyaan tersebut adalah valid. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$ dengan alpha 0.05, dalam hal ini n adalah jumlah sampel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan hanya untuk pertanyaan-pertanyaan yang telah dianggap valid. Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel atau konstruk. Keandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur apabila dilihat dari stabilitas atau konsistensi internal dari jawaban atau pertanyaan jika pengamatan dilakukan secara berulang.

Kuesioner dikatakan andal (reliable) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji coba terhadap butir tersebut dengan bantuan SPSS. Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan rumus koefisien Cronback Alpha (α) > 0,60 maka dinyatakan riabel. (Sugiyono, 2013)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bahwa data yang diolah adalah sah (tidak terdapat penyimpangan) serta distribusi normal, maka data tersebut akan diuji melalui uji asumsi klasik, yaitu :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk menguji model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dan grafik yang bersangkutan yaitu seperti :

- a. Bila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Bila data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Untuk memeriksa model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat diperiksa melalui gambar P-P Plot of Regression Standardized Residual.

2. Uji Multikolineritas

Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi gejala kolerasi antara variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak dapat korelasi di antara variabel

independen. Uji Multikolineritas dapat dilakukan dengan 22 cara yaitu dengan melihat VIF (Variance Inflation Factors) dan nilai tolerance < 0,10 maka terjadi gejala Multikolineritas (Ghozali, 2005:91)

3. Uji Heterokesdastisitas

Uji heterokesdastisitas bertujuan untuk untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, atau disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, tidak heterokesdastisitas.

Menurut Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu observasi dengan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (multiple regression analysis). Metode regresi berganda merupakan metode statistik untuk menguji pengaruh antara beberapa variabel

independen terhadap satu variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel penelitian dan mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Model analisis ini digunakan karena dengan tujuan penelitian yaitu mengetahui hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Perilaku Konsumtif Generasi Z

α = Konstanta

X_1 = Variabel independen 1 (Pengaruh Digital Payment QRIS

X_2 = Variabel independen 2 (Gaya Hidup)

$B_{(1,2)}$ = Koefisien Regresi masing-masing Variabel independen

E = Error Term, yaitu kesalahan regresi.

3.8.5 Uji Hipotesis

Hipotesis diajukan dalam penelitian akan diuji dengan menggunakan uji t untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

1. Uji Koefisien Regresi Parsial (uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui apakah adanya pengaruh yang signifikan dari variabel masing-masing independen, maka nilai signifikansi t dibandingkan dengan derajat kepercayaan.

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$ maka H_a diterima (ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat)
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai $sig > 0,05$ maka H_a ditolak (tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat).

Penelitian ini mempunyai dua hipotesis yang akan diuji dengan analisis linear berganda.

1. Hipotesis Pertama (H_1)

H_0 : Digital Payment QRIS tidak berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

H_1 : Digital Payment QRIS berpengaruh terhadap perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

2. Hipotesis Kedua (H_2)

H_0 : Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

H₂: Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

Dasar pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis 1 sampai dengan hipotesis 2 yang diuji dengan menggunakan uji t yaitu :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $p\text{ value} > \alpha$, maka H_a ditolak dan H₀ diterima.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $p\text{ value} < \alpha$, maka H_a diterima dan H₀ ditolak

Adapun tingkat alpha (α) yang digunakan adalah 5% atau 0,05 yang memperlihatkan bahwa tingkat keakuratan dalam penelitian ini adalah sebesar 95%.

2. Uji Statistik F

Menurut Ghozali, I, 2016, Uji F atau uji secara simultan merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Model regresi ini dikatakan berpengaruh secara bersama-sama apabila nilai probabilitas signifikansi dari tabel anova kurang 0,05 maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya apabila probabilitas signifikansinya lebih dari 0,05 maka variabel independen tersebut secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Menurut (Ghozali 2013:97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa *Digital Payment* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru dengan signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian H_1 diterima.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru dengan signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian H_2 diterima.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga membuktikan bahwa *Digital Payment* dan Gaya Hidup secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru, karena nilai signifikansi dari tabel ANOVA kurang dari 0,05.

5.2 Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas area penelitian untuk generalisasi hasil yang diperoleh.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat menambahkan variabel lain yang juga mempengaruhi perilaku konsumtif, sehingga semakin banyak variabel penelitian yang diteliti maka akan semakin banyak

pengetahuan mengenai variabel-variabel yang terkait dengan Perilaku Konsumtif pada suatu bank.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Fatmawatie, N. (2022). *E comerce dan Perilaku Konsumtif* (p. VI +72 hlm 39-42). IAIN Kediri Press.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21: Update PLS Regresi* (Edisi ke-7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi ke-8, Cetakan ke-8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed., pp. 162). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mandey, S. L. (2009). *Perilaku konsumen*. Manado: Universitas Sam Ratulangi Press
- Paramitha, A. D. M. A., & Kusumaningtyas, D. M. . (2020). *QRIS*.
- Sahir, M., Nurhadi, N., & Lestari, D. (2023). *Digital payment: Inovasi transaksi keuangan era digital*. Jakarta: Prenada Media.
- Sriekaningsih, A. (2020). *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0* - Google Books. In *Penerbit Andi*.
https://www.google.co.id/books/edition/QRIS_dan_Era_Baru_Transaksi_Pembayaran_4/NnEQEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uang+merupakan+alat+transaksi&printsec=frontcover%0Ahttps://www.google.co.id/books/edition/QRIS_dan_Era_Baru_Transaksi_Pembayaran_4/NnEQEAAAQBAJ?h
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. Jossey-Bass.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson Education.

- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 93
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono, 2014 dalam bukunya *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta) menjelaskan penggunaan skala Likert sebagai salah satu alat untuk mengukur sikap atau persepsi responden dalam penelitian sosial dan pendidikan.
- Sugiyono, P. Dr. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-26). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D, dan Penelitian Tindakan*. Bandung: Alfabeta. ISBN: 978-602-289-520-6.
- Suryaningprang, A. (2023). *Financial technology*. Jakarta: Mia Aksara Global Akademia.

2. Jurnal dan Skripsi

- Agatha, & Catur Putriwana Malik, M. (2023). Pengaruh Minat Penggunaan Payment Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Terhadap Masyarakat di Kota Ternate. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 04(1), 30–34. <https://ojs.unsulbar.ac.id/manarang>
- Afista, T. L., Fuadina, A. L., Aldi, R., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis perilaku konsumtif Gen-Z terhadap digital e-wallet DANA. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3344–3350. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/12910/9900/23703>
- Anastasya, P. A., dkk. (2025). Pengaruh penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Yogyakarta. *ITTC Indonesia*, 2(3), 694–698.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. 3(3), 131–140.
- Arifin, D. I., et al. (2021). Analisis pengaruh aplikasi mobile banking terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada masa pandemi Covid-19 di

Universitas Indonesia. *Universitas Indonesia*.
https://www.researchgate.net/publication/369181062_Analisis_Pengaruh_Aplikasi_Mobile_Banking_terhadap_Perilaku_Konsumtif_Generasi_Z_pada_Masa_Pandemi_Covid-19_di_Universitas_Indonesia

- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Ervandy Kurniawan, Syafira Sardini, Catur Hayati Wulandari, & Purnama Ramadhani Silalahi. (2022). Analisis Minat Penggunaan Digital Payment di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(1), 234–247. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i1.653>
- Gea, U. M., Lestari, P., Mulyani, R., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2023). *IMPLEMENTASI TRANSAKSI QRIS DALAM PERKEMBANGAN ECONOMI DIGITAL salah satunya dengan menggunakan transaksi non-tunai . Transaksi non- tunai yang saat ini beredar berupa Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Dengan hadirnya sistem QRIS menawarkan*. 246–251.
- Hapsari, Dheanira Ayu (2024) Pengaruh Financial Literacy, Gaya Hidup, Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z Sebagai Pengguna Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Alat Pembayaran Digital Di Yogyakarta. *Jurnal thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta*
- Lintang, A., Sudibyo, P., Aprieza, R., Zandra, P., Wahyuni, H., Akuntansi, J., & Malang, P. N. (2023). Pengaruh Ketersediaan Dan Efektivitas Penggunaan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Malang Jurusan Akuntansi Tahun 2019). *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial-Polinema*, 05, 2023.
- Mahmudi, M. (2023). *DIGITALISASI PERBANKAN SYARIAH: PENGGUNAAN BSI* Magister Akuntansi , Ekonomi , Universitas Islam Indonesia. *DIGITALISASI PERBANKAN SYARIAH: PENGGUNAAN BSI MOBILE DI ERA GENERASI MILENIAL DI KOTA YOGYAKARTA*, 12(1), 12–21.
- Manurung, C. M., Novianma Sipahutar, J., Charolin, A., Saputra, Z. E., Hayim, H., William, J., Ps, I. V., Baru, K., Percut, K., & Tuan, S. (2024). Efektivitas Program Q-Ris (Quick Response Code Indonesian Standard) Oleh Bank Indonesia Dalam Meningkatkan Transaksi Non-Tunai. *GLORY: Global Leadership Organizational Research in Management*, 2(3), 68–88. <https://doi.org/10.59841/glory.v2i3.1310>

- 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>
- Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Di Ponorogo. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 113–120. <https://doi.org/10.36407/serambi.v2i2.181>
- Muniarty, P., Dwiriansyah, M. S., Wulandari, W., Rimawan, M., & Ovriyadin, O. (2023). Efektivitas Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Di Kota Bima. *Owner*, 7(3), 2731–2739. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1766>
- Naufalia, V. (2022). *Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta*. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital dan Manajemen*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v1i1.3011>
- Nasution, A. S., Situmorang, S. H., Fawzee, B. K., & Syamsuri, A. R. (2022). *BSI Mobile : Systematic Literature Review*. 36–55.
- Natsir, K., Bangun, N., Attan, M. B., & Landias, J. S. (2023). Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas Umkm. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(3), 1154–1163. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26208>
- Nur Siti, Z., dkk. (2023). Pengaruh digital payment QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom (Studi kasus pada Pujasera TEL-U). *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(4)
- Prasetyo, R. H., Asbari, M., & Putri, S. A. (2023). *Mendidik Generasi Z: Tantangan dan Strategi di Era Digital*. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 3(1), 10-13
- Putri, A., Naluri, L., Sukma, M., & Nayudin, F. (2022). Pengaruh digital payment QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(4),
- Putri, T. V., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1417. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1417-1428>
- Rasyid, A. (2019). Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 5(2), 172–186. <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/yurisprudencia/article/view>

w/2128

- Sabila Nadhirah Kurnia, & Oki Mardian. (2023). Hubungan Antara Employee Engagement dan Perilaku Cyberloafing pada Karyawan Generasi Y dan Z. *Jurnal Riset Psikologi*, 109–116. <https://doi.org/10.29313/jrp.v3i2.2753>
- Safira, R., dkk. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan manfaat digital payment sebagai alat pembayaran terhadap perilaku konsumtif individu dengan digital savvy sebagai variabel moderating. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2859–2878. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3694>
- Selly Rachmawati¹ & Tri Nur Wahyudi. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Qris Pada Generasi Z. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 7(2), 1–16. <https://doi.org/10.22219/jaa.v7i2.32767>
- Universitas Airlangga. (2023, Maret 17). *Dampak e-commerce era industri 4.0 pada perekonomian Indonesia*. Fakultas Teknologi Maju dan **Wulandari, M., & Yulianti, A. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pengunjung Transmart Carrefour Buah Batu Bandung. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)**, 3(3), 1–14.
- Yemima, K., Tinggi, S., & Gamaliel, T. (2021). *Jurnal Teologi dan Pelayanan Kristiani*. 5(1), 5–13.
- Zahra, N. S., & A. Y. (2023). Pengaruh digital payment QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Telkom. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(4), 1–10. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i4.330>
- Multidisiplin. <https://ftmm.unair.ac.id/dampak-e-commerce-era-industri-4-0-pada-perekonomian-indonesia/>
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *KONSEP DIRI DAN KONFORMITAS PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=mFY1EAAQBAJ>

3. Internet

- Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru. (2024). *Kota Pekanbaru dalam Angka 2024*. BPS Kota Pekanbaru. <https://pekanbarukota.bps.go.id/publication/2024/02/28/0e92e9d9c971131ee3ea3a54/kota-pekanbaru-dalam-angka-2024.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru. (2024). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (ribu jiwa) di Kota Pekanbaru, 2024*.

- Bank Indonesia. (2023). *QRIS - Quick Response Code Indonesian Standard*. Diakses pada 18 Mei 2025, dari <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/QRIS/default.aspx>
- Bank Syariah Indonesia. (2023). *BSI QRIS - Produk dan Layanan*. Diakses pada 18 Mei 2025, dari <https://www.bankbsi.co.id/produk%26layanan/tipe/digital-banking/parent/produk/bsi-qris>
- Bank Syariah Indonesia. (2023, 20 Februari). *Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*. Diakses pada 18 Mei 2025, dari <https://www.bankbsi.co.id/news-update/edukasi/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia>
- Bank Syariah Indonesia. (n.d.). *BSI QRIS*. Diakses pada 18 Mei 2025, dari <https://www.bankbsi.co.id/produk%26layanan/tipe/digital-banking/parent/produk/bsi-qris>
- Bank Syariah Indonesia. (2023). *Investasi - Produk dan Layanan*. Diakses pada 18 Mei 2025, dari <https://www.bankbsi.co.id/index.php/produk%26layanan/tipe/individu/kategori/investasi?s=4>
- Bank Syariah Indonesia. (2023, 12 Desember). *Jalin Kemitraan dengan 221 Ribu Merchant QRIS, BSI Dorong Digitalisasi Pembayaran*. Diakses pada 18 Mei 2025, dari <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/jalin-kemitraan-dengan-221-ribu-merchant-qris-bsi-dorong-digitalisasi-pembayaran>
- Beritariau.com. (2024, Agustus 18). Pengguna baru QRIS di Riau terus bertambah, transaksi tumbuh signifikan. <https://www.beritariau.com>
- Riau, B. P. (2023). *STATISTIK DAERAH PROVINSI RIAU 202. Badan Pusat Statistik Provinsi Riau*.
- Wikipedia. (2024). *Kota Pekanbaru*. https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Pekanbaru

