

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan pembayaran *e-wallet*, gaya hidup, dan *purchase intention* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bangkalan. Dalam era digital yang semakin maju, Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 menunjukkan ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi dan transaksi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner, melibatkan 100 responden yang merupakan pengguna aktif *e-wallet*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai signifikansi 0,003. Gaya hidup juga berkontribusi secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0,005. Selain itu, *purchase intention* memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0,000. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai F hitung 33,494 dan signifikansi 0,000. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 51,1% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut. Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai perilaku konsumtif Generasi Z, serta implikasi bagi pengembang teknologi dan pemasar untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam memanfaatkan kemudahan transaksi digital dan tren gaya hidup yang berkembang.

Kata Kunci : Kemudahan Pembayaran, *E-wallet*, Gaya Hidup, *Purchase Intention*, Generasi Z.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of e-wallet payment convenience, lifestyle, and purchase intention on the consumptive behavior of Generation Z in Bangkalan District. In an increasingly advanced digital era, Generation Z who born between 1997 and 2012 shows a high dependence on technology and digital transactions. This research employs a quantitative approach using a survey method, involving 100 respondents who are active e-wallet users. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression.

The results indicate that e-wallet payment convenience has a positive and significant effect on consumptive behavior, with a significance value of 0.003. Lifestyle also significantly contributes to consumptive behavior with a significance value of 0.005. Additionally, purchase intention has a strong influence on consumptive behavior with a significance value of 0.000. Simultaneously, all three variables significantly affect consumptive behavior, with an F value of 33.494 and a significance of 0.000. The coefficient of determination shows that 51.1% of the variation in consumptive behavior can be explained by these three independent variables. This research provides important insights into the consumptive behavior of Generation Z, as well as implications for technology developers and marketers to design more effective strategies in leveraging the convenience of digital transactions and emerging lifestyle trends.

Keywords : Payment Convenience, E-wallet, Lifestyle, Purchase Intention, Consumptive Behavior, Generation Z.