

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN QRIS DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI JAWA TIMUR DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Nanda Dwi Ningtyas^{1*}, Septyan Budy Cahya²

Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

nanda.22065@mhs.unesa.ac.id

septyancahya@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan QRIS dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Jawa Timur, serta menguji peran kontrol diri sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan secara online kepada Generasi Z pengguna QRIS yang berdomisili di Jawa Timur. Sampel penelitian berjumlah 430 responden. Analisis data memanfaatkan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (PLS-SEM) dengan berbantuan *software* SmartPLS 4. Hasil temuan memperlihatkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sementara gaya hidup dan kontrol diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, kontrol diri terbukti mampu memoderasi pengaruh kemudahan penggunaan QRIS dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Jawa Timur. Nilai R-square sebanyak 0,620 memperlihatkan bahwa variabel penelitian mampu menjelaskan 62% variasi perilaku konsumtif, serta sisanya dipengaruhi variabel lain di luar penelitian.

Keywords: gaya hidup; kemudahan penggunaan QRIS; kontrol diri; perilaku konsumtif

Abstract

The study aims to examine the influence of QRIS ease of use and lifestyle on the consumptive behavior on Generation Z in East Java, as well as to investigate the role of self-control as a moderating variable. This research employed a quantitative approach with a casual associative method. Data were collected through an online questionnaire distributed to Generation Z individuals residing in East Java who use QRIS. The sample consisted of 430 respondents. Data were analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (PLS-SEM) with assistance of SmartPLS 4 software. The result indicate that QRIS ease of use has a negative effect on consumptive behavior, while lifestyle and self-control have positive effects on consumptive behavior. Furthermore, self-control was found to moderate the relationship between lifestyle and consumptive behavior among Generation Z in East Java. The R-square value of 0.620 indicates that the variables included in this study explain 62% of the variance in consumptive behavior, while the remaining 38% is influenced by other factors outside the scope of this study.

Keywords: *consumptive behavior; ease of using QRIS; lifestyle; self-control*

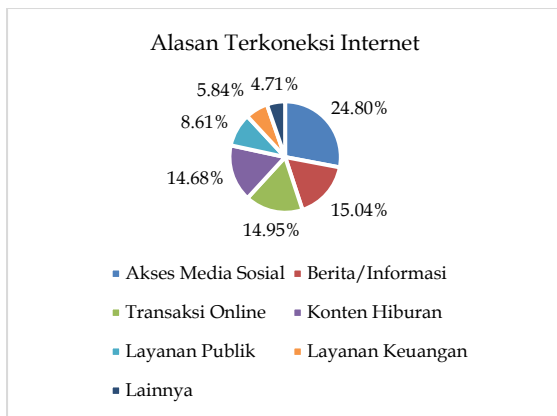
PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi informasi beberapa tahun terakhir mengakibatkan perubahan mendasar diberbagai aspek kehidupan. Revolusi Industri 4.0 menandai fase modernisasi yang menggabungkan teknologi digital, fisik, dan biologis untuk mentransformasi cara produksi, distribusi, dan konsumsi melalui otomatisasi berbasis internet (Schwab, 2016). Salah satu manifestasi paling nyata dari revolusi ini adalah transformasi ekonomi global yang didorong oleh digitalisasi sistem keuangan melalui *financial technology* (FinTech). Kehadiran FinTech telah mengubah cara individu bertransaksi secara fundamental,

ditandai dengan pergeseran masif dari model transaksi berbasis tunai menjadi non-tunai, di mana kecepatan, efisiensi, dan transparansi menjadi poin utama ekosistem ekonomi modern.

Di Indonesia, kesiapan adopsi digital telah terlihat secara nyata. Berlandaskan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), di Indonesia, 80,66% penduduk memanfaatkan internet, dengan mayoritas pengguna didominasi oleh Generasi Z sebesar 25,54% (APJII, 2025). Tingginya angka penetrasi ini berbanding lurus dengan kecepatan adopsi transaksi digital, sebagaimana tercermin dari pertumbuhan nilai transaksi pembayarn digital yang signifikan yang dicatat oleh Bank

Indonesia. Fenomena ini mempertegas bahwa pembayaran digital bukan sekedar sebagai alternatif, melainkan telah menjadi pilar utama dalam menopang aktivitas ekonomi masyarakat modern. Lebih lanjut, data APJII (2025) memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia menggunakan internet terutama untuk tiga tujuan: media sosial (24,80%), berita dan informasi (15,40%), serta bertransaksi online (14,95%), yang mengindikasikan bahwa aktivitas digital masyarakat Indonesia secara terhubung dengan perilaku konsumsi.



Gambar 1. Alasan Masyarakat Terkoneksi Internet

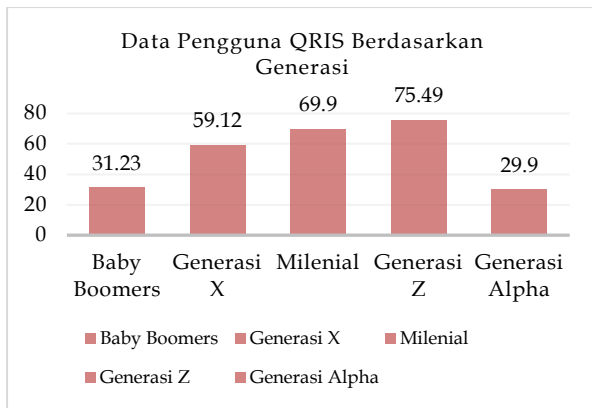
Sumber: APJII (2025)

Dibalik kenyamanan ekosistem digital tersebut, ada tantangan baru yang cukup krusial, yaitu munculnya perilaku konsumtif. Kecenderungan seseorang untuk menuruti keinginannya secara berlebih dikenal sebagai perilaku konsumtif (Safira dkk., 2023). Kotler & Keller (2016) membedakan kebutuhan sebagai sesuatu yang mendasar bagi kualitas hidup dan keinginan sebagai hasrat yang didasarkan pada emosi, kepuasan sesaat, tren, serta tekanan sosial. Dalam konteks digital, perilaku konsumtif muncul karena kemudahan transaksi dan paparan iklan yang masif, yang secara bertahap membentuk kebiasaan pembelian yang cepat dan impulsif tanpa pertimbangan yang matang (Francis & Hoefel, 2018). Proses transaksi yang serba cepat dan instan berpotensi mendorong pengguna untuk melakukan pembelian tanpa mempertimbangan apakah pembelian tersebut merupakan kebutuhan atau sekadar keinginan sesaat.

Kelompok yang paling rentan terhadap fenomena ini ialah Generasi Z, yakni individu yang terlahir ditahun 1997-2012 dengan

karakteristik sebagai digital native yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang bersama internet dan teknologi (Burger dkk., 2021). Generasi Z berkemampuan adaptasi tinggi pada inovasi digital, namun di sisi lain, paparan konstan terhadap media sosial menciptakan tekanan *fear of missing out* (fomo) dan keinginan validasi sosial yang pada akhirnya membentuk gaya hidup berorientasi konsumsi. Berdasarkan data APJII (2025), generasi Z tidak hanya memiliki tingkat penetrasi yang tinggi (87,80%), tetapi juga merupakan kontributor utama pengguna internet di Indonesia. Kombinasi antara proporsi demografis yang besar, status sebagai digital native dan tingkat penetrasi internet yang tinggi menempatkan generasi Z sebagai kelompok yang paling mudah terpengaruh oleh perilaku konsumtif di era digital.

Faktor yang memicu intensitas perilaku konsumtif gen Z adalah kemudahan pembayaran yang disediakan oleh teknologi digital. Dalam ekosistem FinTech Indonesia, kebaruan yang paling menonjol yaitu *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), sistem pembayaran berbasis QR nasional yang diluncurkan Bank Indonesia pada tahun 2019 untuk menyatukan sejumlah platform pembayaran digital. Menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dari Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan ialah variabel utama yang memengaruhi adopsi sistem digital yang didefinisikan sebagai persepsi subjektif seseorang bahwa sebuah teknologi yang tidak membutuhkan banyak upaya untuk dipahami dan dipergunakan. Kemudahan ini tidak hanya memengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi inovasi, tetapi juga berkontribusi pada perilaku berulang seperti frekuensi transaksi dalam pembayaran digital. Pertumbuhan QRIS di Indonesia mencerminkan hal ini secara empiris, pada triwulan I tahun 2025, dengan 2,6 miliar transaksi, terdapat 56,3 juta pengguna QRIS (GoodStats, 2025), serta mencatat pertumbuhan sebesar 162% yoy pada Juli 2025 (Bank Indonesia, 2025).



Gambar 2. Data Pengguna QRIS Berdasarkan Generasi
Sumber: Tempo.co (2025)

Di tingkat regional, perkembangan QRIS di Jawa Timur menunjukkan tren yang sangat dinamis. Merchant QRIS di Jawa Timur didominasi oleh sektor usaha mikro yang mencapai 68% pada tahun 2025, mengindikasikan bahwa implementasi QRIS terjadi di pusat belanja modern, serta menjangkau sejumlah aktivitas ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. Provinsi Jawa Timur sendiri memiliki jumlah penduduk sebesar 42,08 juta jiwa, dengan kelompok generasi Z berusia 14-29 tahun mencapai 9,58 juta jiwa atau sekitar 22,78% dari total populasi (BPS, 2025). Di tingkat nasional, data Bank Indonesia (2025) mencatat bahwa pengguna QRIS terbanyak berasal dari generasi Z dengan jumlah lebih dari 75 juta jiwa (Tempo.co, 2025), menjadikan kelompok ini sebagai pondasi utama adopsi sistem pembayaran digital. Hasil penelitian Dewi dkk. (2025) mengenai *The Instant Gratification Trap* mengungkapkan bahwa kemudahan transaksi berbasis QRIS mampu memicu perilaku konsumtif yang tidak terkendali melalui reduksi hambatan psikologis dalam berbelanja (*pain of paying*), di mana pengguna tidak merasakan transaksi secara nyata sehingga mendorong keputusan pembelian spontan.

Selain faktor kemudahan teknologi, gaya hidup turut menjadi faktor penting yang mengembangkan perilaku konsumtif gen Z. Gaya hidup yaitu ciri khas individu yang mencerminkan nilai serta sikap terhadap diri sendiri dan masyarakat sekitarnya (Khairat dkk., 2019). Paparan media sosial yang konstan membentuk tekanan FOMO dan kebutuhan akan pengakuan sosial yang mendorong orientasi konsumsi demi memenuhi tuntutan sosial.

Adopsi teknologi digital bukan hanya pilihan, namun kini menjadi standar gaya hidup yang menuntut kemudahan dan kecepatan. Pada titik ini kemudahan QRIS dan gaya hidup digital saling memperkuat dalam membentuk pola konsumsi yang berisiko menjadi berlebihan.

Namun demikian, pengaruh kemudahan teknologi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif tidak seragam pada setiap individu. Terdapat faktor psikologis internal yang dapat berperan sebagai penyeimbang, yaitu kontrol diri. Kontrol diri yaitu kemampuan seseorang dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengendalikan sikap, emosi, serta pikiran agar sejalan dengan tujuan jangka panjang (Alaydrus, 2017). Dalam dunia digital yang serba instan, seseorang dengan kontrol diri rendah lebih rentan pada dorongan FOMO dan kemudahan transaksi QRIS, sedangkan individu dengan kontrol diri kuat lebih bisa menahan dorongan tersebut. Temuan Hilwana dkk. (2025) menegaskan bahwa kontrol diri secara signifikan mampu memperkuat maupun melemahkan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada gen Z pengguna layanan finansial digital, menjadikannya variabel moderasi yang strategis untuk diteliti lebih lanjut.

Secara teoritis, kemudahan penggunaan teknologi dan gaya hidup berpotensi memicu perilaku konsumtif, namun temuan terdahulu masih menunjukkan inkonsistensi. Thesalonica dkk. (2025) serta Sitohang dkk. (2025) menemukan pengaruh positif kemudahan pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif, sementara Meilani & Kusuma (2024) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan QRIS tidak memengaruhi perilaku konsumtif gen Z di Denpasar. Kesenjangan temuan ini membuka ruang bagi kontrol diri sebagai variabel moderasi yang mampu menjelaskan dampak teknologi finansial terhadap perilaku belanja berbeda pada setiap individu. Mengingat belum adanya penelitian serupa yang fokus pada generasi Z di Jawa Timur sebagai wilayah dengan pengguna QRIS yang sangat dinamis dan populasi generasi Z yang signifikan, maka penelitian ini penting untuk dilaksanakan untuk menghasilkan temuan lebih mendalam. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan “menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan QRIS dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Jawa

Timur, serta menguji peran kontrol diri sebagai variabel moderasi.”

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM) ialah sebuah teori yang dikembangkan oleh Fred Davis ditahun 1989. Menurut Davis (1989) dalam R. N. Rahmawati & Narsa (2019), teori ini menggambarkan dan meramalkan sejauh mana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru, terutama yang berhubungan dengan manfaat serta kemudahan dalam penggunaannya. Davis (1989) memaparkan bahwa terdapat dua konstruk utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi: “*perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan).” Keduanya mampu mempengaruhi sikap pengguna pada suatu teknologi, niat untuk menggunakan, serta perilaku penggunaan nyata.

TAM adalah perluasan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dari Fishbein dan Ajzen yang disesuaikan dengan konteks penggunaan teknologi informasi. Dalam model ini, seseorang cenderung menerima dan mempergunakan sebuah teknologi ketika dianggap sederhana dan bermanfaat. Berdasarkan model TAM dari Davis (1989), ada dua konstruk yang berhubungan. Pertama, *perceived usefulness* dimaknai sebagai seberapa percaya individu bahwasanya pemanfaatan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja dalam bekerja. Seseorang cenderung menerima dan mempergunakan sebuah teknologi saat teknologi itu diyakini dapat memberi manfaat nyata, seperti mempersingkat waktu, meningkatkan efektivitas, serta mempermudah aktivitas. Semakin tinggi suatu manfaat yang dirasakannya, semakin bertambah pula kemungkinan teknologi itu diterima dan dipergunakan oleh individu. Kedua, *perceived ease of use* yaitu sejauh mana individu yakin bahwa memanfaatkan sistem tidak membutuhkan usaha besar dan terlepas dari kesulitan. Suatu teknologi mudah diterima apabila pengguna merasakan bahwa teknologi tersebut mudah dipahami dan mudah dioperasikan.

Kemudahan penggunaan QRIS adalah persepsi individu terkait kemudahan dalam pemahaman,

mempelajari, serta penggunaan sistem pembayaran QRIS dalam sebuah transaksi. Konsep ini mengacu pada pendapat Davis (1989) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* yaitu seberapa besar individu meyakini bahwa penggunaan teknologi tidak membutuhkan banyak usaha. Robaniyah & Kurnianingsih (2021) mendefinisikan bahwa kemudahan penggunaan adalah seberapa besar individu mampu menyelesaikan pekerjaan dengan mudah dengan adanya teknologi, sedangkan Kumala dkk. (2020) mendefinisikan kemudahan penggunaan sebagai kepercayaan dalam mengambil suatu keputusan yang didasarkan pada keyakinan akan kemudahan tersebut. Berlandaskan definisi tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa kemudahan penggunaan QRIS adalah persepsi individu tentang seberapa mudah QRIS dapat dimengerti dan digunakan.

Gaya hidup tercermin dari kegiatan, hobi, dan keyakinan seseorang, serta menggambarkan bagaimana mereka mengalokasikan waktu dan uang dikehidupan sehari-hari. Dalam perspektif perilaku konsumen, gaya hidup termasuk faktor yang memengaruhi keputusan pembelian karena mencerminkan cara individu berinteraksi dengan lingkungan dan memilih produk yang digunakan. Khairat dkk. (2019) menyatakan bahwa gaya hidup merujuk pada ciri khas individu yang mencerminkan prinsip serta pandangannya terhadap diri sendiri dan masyarakat sekitar, sementara Taan & Radji (2019) menegaskan bahwa gaya hidup adalah cerminan langsung dari minat dan nilai konsumen yang bersifat dinamis. Alamanda (2018) menambahkan bahwasanya gaya hidup yaitu cara hidup individu yang memiliki ketertarikan terhadap aktivitas, hobi, serta opini untuk mengendalikan dan merepresentasikan status sosial mereka.

Berdasarkan berbagai definisi tersebut, gaya hidup bisa disimpulkan sebagai pola hidup individu yang tampak dari kegiatan, minat, dan opininya dikehidupan sehari-hari, yang memengaruhi cara individu mengalokasikan waktu, menggunakan uang, dan melakukan konsumsi terhadap suatu produk atau jasa. Penelitian ini mengukur gaya hidup melalui pendekatan AIO (*activities, interest, opinion*) yang dikembangkan oleh Plummer (1974). Pendekatan AIO dipilih karena sifatnya dinamis dan mampu menggambarkan aspek psikografis

generasi Z secara mendalam, bukan hanya sekedar melihat apa yang dikonsumsi, melainkan alasan di balik aktivitas konsumsi tersebut, apa yang menjadi minat utama terhadap tren teknologi, serta opini terhadap penggunaan QRIS yang turut membentuk pola perilaku konsumtif.

Baumeister dkk. (1994) mengartikan *self-control* atau kontrol diri yaitu kemampuan seseorang untuk merubah respon batiniah serta menahan diri dari dorongan dan godaan. Alaydrus (2017) mengatakan bahwa kontrol diri ialah kemampuan untuk mengelola perasaan, gagasan, dan tindakan guna mendukung tujuan berjangka panjang, Nisrina (2020) mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan seseorang untuk mengelola perilaku dengan cara menahan, dan mengendalikan keinginan atas dasar pertimbangan tertentu agar tidak terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan. Kegagalan dalam kontrol diri dapat menyebabkan seseorang menyerah pada godaan sesaat sehingga melakukan pembelian impulsif, sehingga variabel ini penting dalam menjelaskan mekanisme yang dapat menahan terjadinya perilaku konsumtif.

Safira dkk. (2023) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai bagian dari proses pemenuhan kebutuhan manusia yang dilakukan individu dengan mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan secara berlebihan. Sumartono (2002) menegaskan bahwa perilaku konsumtif tidak berlandaskan pertimbangan rasional, melainkan berakar pada keinginan irasional. Dengan demikian, perilaku konsumtif dimaknai sebagai keputusan individu dalam melakukan pembelian tanpa didasari pertimbangan matang dan lebih mengedepankan keinginan dibandingkan kebutuhan. Dalam konteks penggunaan QRIS, kemudahan transaksi dapat mendorong individu melakukan pembelian dengan lebih cepat, namun perilaku konsumtif baru terjadi ketika transaksi tersebut dilakukan untuk memenuhi keinginan, misalnya membeli barang karena diskon, mengikuti tren, atau mempertahankan gengsi sosial bukan karena kebutuhan yang mendesak. Fromm (1995) dalam Wulandari (2019) mengemukakan tiga dimensi perilaku konsumtif, yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*) yang berlandaskan keinginan sesaat tanpa pertimbangan dan didorong oleh emosi, pemborosan (*wasteful buying*) yang ditandai

dengan pengeluaran uang tanpa adanya keinginan nyata, serta pembelian tidak rasional (*non-rational buying*) yang berlandaskan sikap membeli sesuatu semata untuk kebahagiaan.

Hubungan Antar Variabel Penelitian

H1 : Kemudahan Penggunaan QRIS Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Jawa Timur

Berdasarkan TAM Davis (1989) semakin mudah sebuah teknologi diterapkan, semakin bertambah kemungkinan individu bertransaksi secara berulang. Kemudahan yang ditawarkan QRIS mulai dari kecepatan pembayaran hingga fleksibilitas lintas platform berpotensi mendorong pembelian impulsif ketika tidak diimbangi pengelolaan keuangan yang bijaksana. Studi dari Revinzky & Rafiah (2025) serta Dewi dkk. (2025) mengonfirmasi bahwa kemudahan transaksi QRIS berkontribusi terhadap perilaku konsumtif GenZ.

H2 : Gaya Hidup Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Jawa Timur

Gaya hidup yang mengutamakan tren, kebahagiaan, dan status sosialnya akan memacu seseorang melakukan pembelian yang melampaui kebutuhan nyata. Generasi Z yang terpapar media sosial secara intensif sangat rentan terhadap tekanan sosial dan FOMO yang pada akhirnya membentuk pola konsumsi berlebihan. Ini selaras dengan Yucha & Rohmah (2023) dan Khairat dkk. (2019) yang secara konsisten menemukan pengaruh positif gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

H3 : Kontrol Diri Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Jawa Timur

Seseorang dengan kontrol diri kuat cenderung bisa mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian, mengevaluasi kegunaan produk, dan menyelaraskan pengeluaran dengan situasi keuangannya. Sebaliknya, rendahnya kontrol diri membuat individu lebih mudah melakukan pembelian spontan, khususnya di era digital yang penuh dengan paparan promosi dan kemudahan transaksi. Nurkholifah dkk. (2025) menegaskan bahwa kontrol diri terbukti memberi pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H4 : Kontrol Diri Memoderasi Pengaruh Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Jawa Timur

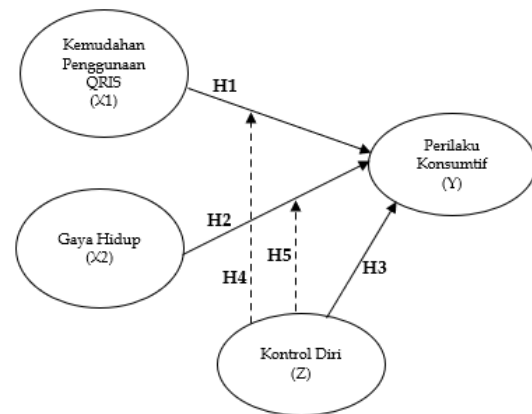
Meskipun QRIS menawarkan kemudahan transaksi yang tinggi, pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif tidak bersifat mutlak, melainkan bergantung pada kapasitas kontrol diri individu. Individu dengan kontrol diri kuat lebih mampu mempertimbangkan keputusan pembelian secara rasional meskipun proses pembayaran dapat dilakukan secara instan. Rahmawati & Andhaniwati (2023) menemukan bahwa kontrol diri mampu memperlemah kecenderungan impulsif pengguna pembayaran digital.

H5 : Kontrol Diri Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Jawa Timur

Dorongan gaya hidup yang mengutamakan tren dan status sosial dapat diredam atau justru diperkuat oleh kapasitas kontrol diri seseorang. Generasi Z dengan kontrol diri lemah lebih mudah terdorong memenuhi tuntutan gaya hidup secara berlebihan, sedangkan kontrol diri yang tinggi berfungsi sebagai penyaring yang menyelaraskan keinginan dengan pertimbangan rasional. Hilwana dkk. (2025) menegaskan bahwa kontrol diri secara signifikan memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna layanan keuangan digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif kausal. Dikarenakan tujuan penelitian ini ialah untuk mengukur dan menganalisis korelasi antarvariabel berlandaskan data yang dikumpulkan dari responden, maka teknik kuantitatif dipilih. Sementara itu, penelitian asosiatif kausal digunakan untuk memastikan pengaruh variabel independent, yaitu kemudahan penggunaan QRIS dan gaya hidup, terhadap variabel dependennya, yaitu perilaku konsumtif, serta menguji peranan kontrol diri sebagai variabel moderasi.



Gambar 3. Desain Penelitian
Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Subjek penelitian ini yaitu Generasi Z yang berdomisili di Provinsi Jawa Timur berusia 15-29 tahun serta pengguna aktif QRIS dengan frekuensi penggunaannya melebihi lima kali dalam satu bulan. Penelitian ini dilaksanakan dalam waktu Februari hingga Mei 2026 yang meliputi tahapan pengumpulan, pengolahan, dan analisis data.

Populasi penelitian ini yaitu generasi Z yang berdomisili di Jawa Timur dan pengguna aktif QRIS yang jumlahnya tidak diketahui pasti. Sampel diambil dengan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Dipilihnya metode ini karena responden harus memenuhi kriteria khusus yang ditentukan oleh peneliti. Berlandaskan prosedur pengumpulan data, sebanyak 430 responden memenuhi kriteria dan disertakan dalam penelitian.

Data diperoleh melalui pembagian kuesioner memanfaatkan media sosial dan platform digital. Pengukuran jawaban responden menerapkan Skala Likert direntang 1-5. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menerapkan teknik analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) berbantuan *software* SmartPLS 4.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan QRIS dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Provinsi Jawa Timur, dengan kontrol diri yang berperan sebagai variabel moderasi. Data dikumpulkan melalui pembagian kuesioner secara online pada responden yang

memenuhi kriteria yang ditetapkan, yakni individu Generasi Z berdomisili di Jawa Timur dan pernah memanfaatkan QRIS sebagai alat pembayaran. Dari proses penyebaran kuesioner tersebut, diperoleh sebanyak 430 responden yang selanjutnya dijadikan sampel dalam proses analisis data. Pengolahan data menerapkan pendekatan SEM-PLS berbantuan aplikasi SmartPLS 4, mencakup evaluasi model pengukuran (*outer model*), evaluasi model struktural (*inner model*), serta pengujian hipotesis.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Dominasi
Jenis Kelamin	Perempuan
Usia	22-26 Tahun
Pendidikan	SMA/SMK/MA/MAK
Pekerjaan	Mahasiswa
Pendapatan/Uang Saku	>Rp2.000.000
Domisili	Kota Surabaya
Frekuensi Penggunaan QRIS	>10 kali/bulan

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Karakteristik responden ini dijelaskan melalui sejumlah aspek, yakni jenis kelamin, usia, pendapatan atau uang saku, domisili, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan frekuensi penggunaan QRIS dalam sebulan terakhir. Berdasarkan jenis kelaminnya, didominasi responden perempuan yakni berjumlah 294 orang (68%), dan responden laki-laki berjumlah 136 orang (32%). Ditinjau dari usia, mayoritas responden ada direntang 22–26 tahun yakni berjumlah 262 orang (61%), lalu kelompok usia 17–21 tahun sebanyak 150 orang (35%), kelompok usia melebihi 26 tahun berjumlah 14 orang (3%), dan berusia di bawah 17 tahun sebanyak 4 orang (1%). Dari sisi pendapatan atau uang saku, proporsi terbesar ada dikelompok di atas Rp2.000.000/bulan berjumlah 121 orang (28%), lalu kelompok Rp1.001.000–Rp1.500.000 berjumlah 82 orang (19%), kelompok Rp501.000–Rp1.000.000 sebanyak 79 orang (18%), kelompok Rp101.000–Rp500.000 ada 75 orang (18%), kelompok Rp1.501.000–Rp2.000.000 berjumlah 51 orang (12%), dan kelompok di bawah Rp100.000 sebanyak 22 orang (5%).

Berdasarkan domisili, responden terbanyak berasal dari Kota Surabaya sebanyak 92 orang (21%), diikuti Kabupaten Kediri sebanyak 61

orang (14%), Kota Malang sebanyak 30 orang (7%), serta Kabupaten Malang dan Kabupaten Nganjuk yang masing-masing berjumlah 19 orang (4%); sisanya sebesar 49% tersebar di berbagai kabupaten/kota lain di Jawa Timur. Dari aspek pendidikan, responden didominasi oleh lulusan SMA/SMK/MA/MAK sebanyak 252 orang (59%), diikuti jenjang S1/S2/S3 sebanyak 146 orang (34%), D1/D2/D3 berjumlah 30 orang (7%), dan SMP/ sederajat ada 2 orang (0,47%). Berdasarkan pekerjaannya, mayoritas responden berstatus mahasiswa sebanyak 258 orang (60%), karyawan sebanyak 142 orang (33%), pelajar sebanyak 21 orang (5%), dan pekerjaan lain sebanyak 9 orang (2%). Adapun frekuensi penggunaan QRIS dalam satu bulan terakhir menunjukkan bahwa 209 responden (49%) tergolong sangat sering menggunakan QRIS lebih dari 10 kali tiap bulan, 167 responden (39%) menggunakan QRIS 5–10 kali tiap bulan, dan 54 responden (12%) tergolong jarang menggunakan QRIS kurang dari 5 kali per bulan.

Deskripsi Data

Deskripsi variabel dianalisis menggunakan nilai rata-rata (*mean*) jawaban respondent pada skala Likert 1–5, dengan interval kelas sebanyak 0,8 yang membagi skor menjadi lima kategori, yakni “sangat rendah (1,00–1,80), rendah (1,81–2,60), sedang (2,61–3,40), tinggi (3,41–4,20), dan sangat tinggi (4,21–5,00).” Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan QRIS (X1) mendapat nilai rata-rata sebanyak 4,46 berkategori sangat tinggi, yang mengindikasikan bahwa responden merasa QRIS sangat mudah dipahami, praktis, dan tidak perlu usaha berlebihan saat penggunaannya. Variabel gaya hidup (X2) memperoleh rata-rata sebanyak 3,67 berkategori tinggi, yang memperlihatkan bahwa responden memiliki kecenderungan gaya hidup aktif dan mengikuti perkembangan tren, khususnya dalam hal konsumsi dan penggunaan teknologi. Sementara itu, variabel kontrol diri (Z) memperoleh rata-rata sebanyak 3,13 berkategori sedang, yang memperlihatkan bahwasanya responden mempunyai kapasitas mengendalikan diri yang cukup tetapi belum sepenuhnya konsisten dalam menahan dorongan pembelian. Adapun variabel perilaku konsumtif (Y) mendapat rata-rata sebanyak 3,19 berkategori sedang, yang memperlihatkan kecenderungan perilaku konsumtif responden ada ditingkat yang cukup, namun tidak berlebihan.

Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas. Uji validitas konvergen diamati dari nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Setelah indikator yang tidak memenuhi kriteria dieliminasi, semua indikator yang tersisa mempunyai nilai *outer loading* melampaui 0,70, meskipun ada indikator dengan nilai 0,673 yang masih ada di rentang 0,50–0,70 sehingga tetap dipertahankan.

Tabel 2. Nilai Outer Loading

	X1	X2	Y	Z	Ket.
X1.1	0.807				
X1.3	0.796				
X1.5	0.717				
X1.8	0.728				
X1.9	0.673				
X2.3		0.800			
X2.5		0.864			
X2.6		0.745			
X2.7		0.823			
Y1			0.855		
Y10			0.722		
Y2			0.859		
Y3			0.843		
Y5			0.829		
Y6			0.817		
Y9			0.785		
Z2				0.767	
Z4				0.885	
Z5				0.849	
Z6				0.866	
Z8				0.893	

Sumber: Data diolah dari SmartPLS 4 (2026)

Nilai AVE pada semua konstruk melampaui ambang batas 0,50, yakni X1 sebanyak 0,556, X2 sebanyak 0,655, Y sebanyak 0,667, dan Z sebanyak 0,728, sehingga semua indikator dipastikan memenuhi kriteria validitas konvergen.

Tabel 3. Nilai AVE

Variabel	AVE	Cronbach's Alpha
X1	0,556	0,808
X2	0,655	0,824
Y	0,667	0,916
Z	0,728	0,906

Sumber: Data diolah dari SmartPLS 4 (2026)

Uji validitas diskriminan dilihat melalui nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Seluruh nilai HTMT antar-konstruk dibawah 0,90, sehingga validitas diskriminan penelitian ini terpenuhi. Selanjutnya, pengujian reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* pada semua variabelnya melampaui 0,70 (Tabel 3) yang menjelaskan bahwa instrumen penelitian mempunyai tingkat keandalan yang baik.

Tabel 4 Nilai HTMT

	X1	X2	Y	Z	Z x X1
X1					
X2	0.088				
Y	0.189	0.581			
Z	0.160	0.375	0.770		
Z x X1	0.331	0.057	0.042	0.167	
Z x X2	0.061	0.300	0.020	0.061	0.079

Sumber: Data diolah dari SmartPLS 4 (2026)

Evaluasi model struktural (inner model) dilaksanakan dengan mengamati nilai R-square, F-square, dan Q-square. Hasil pengujian memperlihatkan nilai R-square sebanyak 0,620 pada variabel perilaku konsumtif dengan interpretasi sedang, yang berarti variabel kemudahan penggunaan QRIS, gaya hidup, dan kontrol diri sebagai variabel moderasi mampu menjelaskan perilaku konsumtif sebanyak 62%, serta tersisa 38% dijelaskan variabel lain diluar penelitian.

Tabel 5. Nilai R Square

	R Square	R Square Adjusted
Y	0.620	0.615

Sumber: Data diolah dari SmartPLS 4 (2026)

Nilai F-square menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS memberi pengaruh kecil (0,039), variabel gaya hidup memberi pengaruh sedang (0,277), variabel kontrol diri memberi pengaruh besar (0,765), sedangkan efek moderasi kontrol diri pada kedua jalur (Z×X1 dan Z×X2) tergolong kecil.

Tabel 6. Nilai F Square

	Y	Interpretasi
X1	0.039	Kecil
X2	0.277	Sedang
Z	0.765	Besar
Z x X1	0.016	Kecil
Z x X2	0.047	Kecil

Sumber: Data diolah dari SmartPLS 4 (2026)

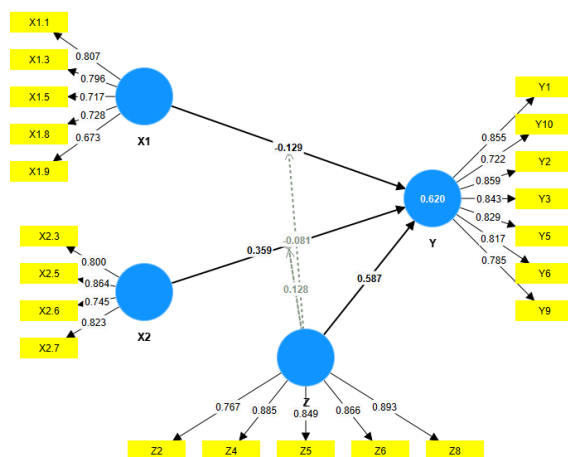
Adapun nilai Q-square sebanyak 0,406 memperlihatkan bahwasanya model penelitian mempunyai relevansi prediktif kuat terhadap konstruk endogen.

Tabel 7. Nilai Q Square

Q ² (=1-SSE/SSO)	
Y	0.406

Sumber: Data diolah dari SmartPLS 4 (2026)

Pengujian Hipotesis



Gambar 4. Path Analysis

Sumber: Data diolah dari SmartPLS 4 (2026)

Pengujian hipotesis dilaksanakan dengan melihat nilai *path coefficient* melalui prosedur bootstrapping pada SmartPLS 4, dengan kriteria hipotesis diterima ketika nilai *t-statistics* melampaui 1,96 dan *p-values* dibawah 0,05. Hasil pengujian di Tabel 8 memperlihatkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (koefisien -0,129; $p = 0,000$), gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (koefisien 0,359; $p = 0,000$), serta kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (koefisien 0,587; $p = 0,000$). Pengujian efek moderasi, kontrol diri terbukti memoderasi pengaruh kemudahan penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien negatif sebanyak -0,081 ($p = 0,013$), yang berarti kontrol diri memperlemah pengaruh tersebut. Kontrol diri juga memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien positif sebanyak 0,128 ($p = 0,000$), yang berarti kontrol diri menguatkan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 8. Path Coefficients

	Original sample (O)	t-statistics	p-values
X1 → Y	-0.129	4.189	0.000
X2 → Y	0.359	8.507	0.000
Z → Y	0.587	16.474	0.000
Z x X1 → Y	-0.081	2.480	0.013
Z x X2 → Y	0.128	3.968	0.000

Sumber: Data diolah dari SmartPLS 4 (2026)

Semua nilai *confidence interval* 95% pada kelima jalur tersebut juga tidak melewati angka nol, maka semua hipotesis penelitian dinyatakan diterima.

Tabel 9. Nilai Confidence Interval

	2.5%	97.5%
X1 → Y	-0.188	-0.069
X2 → Y	0.274	0.437
Z → Y	0.514	0.656
Z x X1 → Y	-0.135	-0.006
Z x X2 → Y	0.062	0.186

Sumber: Data diolah dari SmartPLS 4 (2026)

Pembahasan

Temuan pertama memperlihatkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Jawa Timur, jadi makin tinggi kemudahan penggunaan QRIS, kecenderungan perilaku konsumtif justru turun. Ini didukung oleh hasil deskriptif yang memperlihatkan variabel kemudahan penggunaan QRIS berkategori sangat tinggi, sejalan dengan tingginya frekuensi penggunaan QRIS oleh mayoritas responden yang mencapai lebih dari sepuluh kali setiap bulan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa QRIS telah menjadi bagian dari kebiasaan transaksi harian, sehingga kemudahannya lebih dimaknai sebagai sarana efisiensi pembayaran dibandingkan pemicu belanja berlebihan. Profil demografis turut memperkuat temuan ini, mengingat mayoritas responden merupakan perempuan berusia 22–26 tahun yang berstatus mahasiswa dengan uang saku melebihi Rp2.000.000/bulan, kelompok yang pada umumnya masih bergantung pada orang tua sehingga tetap memiliki kesadaran untuk membatasi pengeluaran meskipun proses transaksi menjadi lebih praktis.

Hasil ini sesuai *Technology Acceptance Model* (TAM), yang mempertegas bahwa penerimaan teknologi akan meningkat apabila teknologi tersebut mudah digunakan, namun penerimaan yang tinggi tidak secara otomatis mendorong peningkatan konsumsi. Kemudahan transaksi, fleksibilitas penggunaan, dan efisiensi pembayaran pada QRIS lebih berperan meningkatkan kenyamanan bertransaksi daripada mendorong pembelian berlebihan. Ini selaras dengan Nurfahmiyati & Dewi (2025) yang juga menemukan pengaruh negatif persepsi kemudahan penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Bandung, serta konsisten dengan penelitian Ardiles dkk. (2025) yang memaparkan bahwa penggunaan QRIS tidak memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa karena konsumsi terpengaruh oleh gaya hidup dan manajemen pengelolaan finansial individu. Di sisi lain, hasil ini berlawanan dengan Revinzky & Rafiah (2025) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan, menunjukkan bahwa arah pengaruh kemudahan penggunaan teknologi pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif bisa bervariasi bergantung pada karakteristik responden dan konteks penelitiannya.

Temuan kedua memperlihatkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Jawa Timur. Variabel gaya hidup diukur dengan indikator aktivitas, minat, dan pendapat yang memperlihatkan bagaimana responden menghabiskan waktunya, mengikuti tren, dan memandang status sosial dalam kehidupan sehari-hari, dan berada pada kategori tinggi. Gaya hidup responden cenderung mengarah pada gaya hidup digital yang ditandai ketertarikan tinggi terhadap teknologi pembayaran, kebiasaan mencari informasi promo melalui media sosial, serta anggapan bahwa penggunaan QRIS merupakan bagian dari gaya hidup modern. Paparan media sosial yang intens pada kelompok usia 22–26 tahun mendorong individu untuk lebih mudah mengikuti tren konsumsi, tidak hanya berdasarkan kebutuhan tetapi juga untuk memperoleh pengakuan sosial dari lingkungan sekitar. Semakin tinggi keterlibatan individu terhadap tren digital dan informasi promosi seperti diskon dan cashback, semakin besar pula peluang munculnya pembelian yang didasarkan pada keinginan dibandingkan kebutuhan.

Hasil ini konsisten dengan Afrilia dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa individu dengan orientasi gaya hidup modern dan keterpaparan media sosial yang tinggi cenderung mempunyai perilaku konsumsi lebih tinggi sebab pola konsumsi disesuaikan dengan tren yang berkembang untuk memenuhi keinginan, memperoleh kepuasan, maupun menjaga citra sosial. Ini juga selaras dengan Yucha & Rohmah (2023) yang menegaskan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, gaya hidup mempunyai peran krusial dalam membentuk pola konsumsi Generasi Z, khususnya di tengah tingginya adopsi teknologi digital dan media sosial di kalangan generasi ini.

Temuan ketiga menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Jawa Timur. Mengingat item-item pengukuran variabel kontrol diri pada penelitian ini didominasi oleh pernyataan yang mencerminkan rendahnya pengendalian diri, seperti kecenderungan mengabaikan harga sebelum membeli dan membeli barang yang tidak dibutuhkan, maka nilai yang semakin tinggi pada variabel ini justru mengindikasikan semakin rendahnya kemampuan individu mengendalikan diri saat bertransaksi, sehingga koefisien positif terhadap perilaku konsumtif dapat dimaknai bahwa lemahnya kontrol diri berkaitan dengan meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif. Hasil deskriptif menunjukkan variabel kontrol diri berkategori sedang, yang berarti responden memiliki kapasitas mengendalikan diri yang cukup baik namun belum sepenuhnya konsisten dalam menahan dorongan pembelian, terutama di tengah tingginya paparan promosi dan tren belanja pada platform digital yang diakses secara aktif oleh mahasiswa sebagai kelompok dominan pada penelitian ini.

Temuan ini selaras dengan teori dari Baumeister dkk. (1994) yang memaparkan bahwa kontrol diri yaitu kapasitas individu untuk mengendalikan perilakunya dan menahan keinginan tertentu, termasuk untuk melaksanakan pembelian secara impulsif. Temuan ini juga konsisten dengan Abdillah & Muzzamil (2024) yang menegaskan peran penting kontrol diri dalam mengendalikan perilaku konsumtif, serta penelitian Nurkholifah dkk. (2025) menunjukkan pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, kemampuan individu dalam pengendalian diri

menjadi faktor penting yang menentukan kecenderungan perilaku konsumtif pada Gen Z, terutama di era digital yang menyediakan kemudahan akses terhadap berbagai bentuk promosi dan tren konsumsi.

Temuan keempat memperlihatkan bahwa kontrol diri terbukti memoderasi pengaruh kemudahan penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien negatif, yang berarti kontrol diri memperlemah pengaruh kemudahan penggunaan QRIS terhadap kecenderungan perilaku konsumtif. Secara teoritis, kemudahan transaksi digital berpotensi meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif sebab proses pembayarannya lebih cepat dan praktis. Namun, individu dengan kontrol diri kuat tetap bisa mempertimbangkan kebutuhannya, mengevaluasi kegunaan barang, serta menyesuaikan pembelian dengan kondisi keuangan meskipun pembayaran dapat dilakukan secara instan melalui QRIS. Ini memperlihatkan bahwa pengaruh kemudahan penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumtif tidak bersifat mutlak, namun tergantung kemampuan seseorang untuk mengendalikan dirinya. Ini selaras dengan Rahmawati & Andhaniwati (2023) yang menemukan bahwa kontrol diri bisa memperlemah hubungan diantara persepsi kemudahan dan perilaku pembelian impulsif pengguna pembayaran digital, serta studi dari Hilwana dkk. (2025) yang menggarisbawahi peran krusial kontrol diri sebagai strategi utama menekan perilaku belanja berlebihan pada pengguna layanan digital payment.

Temuan kelima memperlihatkan bahwa kontrol diri juga memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, namun dengan koefisien positif, berarti kontrol diri justru menguatkan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini mengindikasikan bahwasanya gaya hidup tetap menjadi faktor penentu yang mengembangkan perilaku konsumtif Gen Z walaupun mereka mempunyai kapasitas pengendalian diri, mengingat gaya hidup berkaitan erat dengan kebutuhan sosial, citra diri, serta keinginan untuk tetap dianggap mengikuti perkembangan zaman. Responden yang didominasi mahasiswa berusia 22–26 tahun dengan interaksi sosial dan paparan media sosial yang tinggi cenderung lebih mudah terdorong mengikuti tren konsumsi modern, sehingga kontrol diri belum sepenuhnya mampu

meredam dorongan konsumtif yang bersumber dari gaya hidup tersebut. Temuan ini menguatkan studi dari Hilwana dkk. (2025) yang menegaskan peran kontrol diri dalam korelasi diantara gaya hidup dan perilaku konsumtif pada GenZ pengguna layanan keuangan digital, serta penelitian Yucha & Rohmah (2023) yang memperlihatkan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif individu.

Secara menyeluruh, hasil ini mempertegas bahwasanya perilaku konsumtif Generasi Z di Jawa Timur dibentuk oleh interaksi kompleks diantara faktor kemudahan teknologi pembayaran, gaya hidup digital, dan kapasitas pengendalian diri. Kemudahan penggunaan QRIS berperan sebagai sarana efisiensi transaksi yang justru menurunkan kecenderungan konsumtif ketika telah menjadi kebiasaan, sementara gaya hidup digital dan lemahnya kontrol diri menjadi faktor pendorong utama meningkatnya perilaku konsumtif. Kontrol diri memiliki peran ganda sebagai variabel moderasi, yaitu melemahkan pengaruh kemudahan penggunaan QRIS namun memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, sehingga penguatan literasi keuangan dan kesadaran pengelolaan diri penting untuk diperhatikan dalam upaya menekan perilaku konsumtif Generasi Z di era pembayaran digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Jawa Timur, mengindikasikan bahwa kemudahan transaksi lebih dimanfaatkan sebagai alat efisiensi daripada pendorong konsumsi berlebihan. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan, di mana orientasi Generasi Z terhadap tren digital dan media sosial mendorong peningkatan perilaku konsumtif. Kontrol diri juga berpengaruh signifikan sebagai komponen psikologis yang memengaruhi kemampuan seseorang untuk menahan diri dari dorongan pembelian. Lebih lanjut, kontrol diri terbukti memperlemah pengaruh kemudahan penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumtif, namun justru memperkuat pengaruh gaya hidup.

Penelitian berikutnya diharapkan bisa memperbanyak variabel yang bisa memengaruhi

perilaku konsumtif, misalnya literasi keuangan, promosi digital, *fear of missing out* (FOMO), atau media sosial, serta melakukan identifikasi jenis produk yang paling dominan dibeli melalui QRIS agar diperoleh gambaran pola konsumsi yang spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, S. V., & Muzzamil, F. (2024). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Penggemar K-pop. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidispline*, 2(8), 124–128.
- Afrilia, V., Zulaihati, S., & Respati, D. K. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 820–835. <https://doi.org/10.63822/wclrgt34>
- Alamanda, Y. (2018). *Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif*. 6(2), 273–279.
- Alaydrus, R. M. (2017). Membangun Kontrol Diri Remaja Melalui Pendekatan Islam dan Neuroscience. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 22(2), 15–27. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss2.art2>
- APJII. (2025). *Peluncuran Hasil Survei APJII: Profil Internet Indonesia & Segmentasi Pasar ISP Tahun 2025*.
- Ardiles, J. A., Rusmita, S., & Permata Indah, D. (2025). *QRIS and Consumptive Behaviour: Empirical Study On College Students Of Universitas Tanjungpura QRIS Dan Perilaku Konsumtif: Studi Empiris Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Tanjungpura*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/pv mcs166>
- Bank Indonesia. (2025). *Laporan Perekonomian Provinsi Jawa Timur 2025*.
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (1994). The Strength Model of Self-Control. Dalam *Current Directions In Psychological Science* (Vol. 16). Vohs & Faber.
- BPS. (2025, Februari 23). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (ribu jiwa) di Provinsi Jawa Timur, 2025*.
- Burger, R., Fisher, G., Hudson, A., & Rader, M. (2021). Generation Z And The 21st Century Workplace: A Scoping Review. *Journal of Academy of Business and Economics*, 21(1), 41–54. <https://doi.org/10.18374/JABE-21-1.4>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi, N. R. A., Sasmita, P. B. A., Angelia P, Z., & Setyawan, J. (2025). The Instant Gratification Trap: How QRIS Fuels Consumptive Behavior in Surabaya's Young Consumers. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 16(02), 105–118. <https://doi.org/10.26740/jptt.v16n02.p105-118>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Fromm, E. (1995). *Masyarakat yang Sehat*. Yayasan Obor Indonesia.
- GoodStats. (2025, Juni 2). *Transaksi QRIS Tumbuh Hampir 600% pada Kuartal I 2025*. GoodStats.id. Transaksi QRIS Tumbuh Hampir 600% pada Kuartal I 2025
- Hilwana, A., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later: Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 422–437. <https://doi.org/10.62710/k5em1b31>
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen*

- Perhotelan*, 6(1), 19–29.
<https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- 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>
- Nisrina, N. N. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Gadget pada Siswa Kelas XII SMAN 8 Bogor. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 4, 53–65.
- Nurfahmiyati, & Dewi, F. N. (2025). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Manfaat QRIS terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 171–178.
<https://doi.org/10.29313/jrieb.v5i2.8304>
- Nurkholifah, W., Safitri, S. I., Aulia, I. N., Rahmawati, & Pujiati. (2025). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Dalam *Universitas Lampung Wanty Nurkholifah* (Vol. 11, Nomor 03).
- Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33.
<https://doi.org/10.2307/1250164>
- Rahmawati, D., & Andhaniwati, E. (2023). Peran Self-Control Dalam Memoderasi Hubungan Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Pengguna E-Wallet. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2750–2763.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4681>
- Rahmawati, R. N., & Narsa, I. M. (2019). Intention to Use e-Learning: Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM). *Owner*, 3(2), 260.
<https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.151>
- Revinzky, M. A., & Rafiah, K. K. (2025). Apakah Kemudahan Penggunaan QRIS Mempengaruhi Perilaku Konsumtif? Studi Pada Mahasiswa Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 5119–5124.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v9i1.25226>
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53–62.
<https://doi.org/10.17509/image.v10i1.32009>
- Safira, R., Sugianto, S., & Harahap, R. D. (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>
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution: What It Means and How to Respond*. World Economic Forum.
<https://www.scirp.org/reference/referencepapers?referenceid=3043739>
- Sitohang, A., Nadela, F., Hayani, Fauzar, M., & Umar, A. (2025). Pengaruh Kemudahan Pembayaran QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif dan Intensitas Transaksi di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Abdurrauf Science And Society*, (3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.70742/asoc.v1i3.226>
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Taan, H., & Radji, D. L. (2019). How Does The Relationship Between Lifestyle With Consumer Decisions In Buying Motorbikes? *Jambura Science of Management*, 1(2), 38–47.
<https://doi.org/10.37479/jsm.v1i2.2495>
- Tempo.co. (2025, Juli 25). *BI Ungkap Gen Z dan Milenial Mendominasi Penggunaan QRIS*. Tempo.co.
<https://www.tempo.co/ekonomi/bi-ungkap-gen-z-dan-milenial-mendominasi-penggunaan-qr--2048513>
- Thesalonica, G., Mongi, C., Rogahang, J. J., & Walangitan, O. F. C. (2025). *Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna OVO di Kota Manado* (Vol. 6, Nomor 1).
- Wulandari, E. (2019). *Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif*

- Kasim Riau Pekanbaru. Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.
- Yucha, N., & Rohmah, R. (2023). The Effect Of E-Wallet, a Hedonist Lifestyle with Self Control as an Intervening Variable on Consumptive Behavior. *Journal of Applied Management and Business*, 4(2), 105–112. <https://doi.org/10.37802/jamb.v4i2.522>