

ABSTRAK

Peningkatan penggunaan e-wallet di Indonesia telah menciptakan pola transaksi baru yang lebih cepat, praktis, dan efisien, terutama di kalangan Generasi Z yang tumbuh di era digital. Gaya hidup yang serba instan ini turut mendorong perilaku konsumtif dalam berbelanja online.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, kegunaan, promosi, dan keamanan terhadap perilaku konsumtif islami generasi z pengguna e-wallet GoPay di Kota Semarang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner kepada 116 responden, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 3.2.9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen, yaitu kemudahan, kegunaan, promosi, dan keamanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Islami Generasi Z pengguna Gopay. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman pola konsumsi digital Generasi Z serta menjadi acuan strategis bagi pelaku usaha, penyedia layanan, dan pemerintah dalam merancang kebijakan ekonomi digital yang mendorong perilaku konsumsi yang sehat dan sesuai dengan prinsip kesederhanaan dalam Islam.

Kata kunci : Perilaku konsumtif islami, Generasi Z, E-wallet, GoPay, Kemudahan, Kegunaan, Promosi, Keamanan.

