

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif dalam pengguna ShopeePay pada Generasi Z di Kota Semarang. Variabel yang diteliti meliputi persepsi kemudahan, persepsi manfaat, pengaruh lingkungan, dan literasi keuangan, yang dipilih karena dianggap berperan dalam mendorong maupun mengendalikan perilaku konsumtif.

Populasi penelitian adalah pengguna ShopeePay dari kalangan Generasi Z di Kota Semarang dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda berbantuan software SPSS Statistic 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan pengaruh lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan berpengaruh negatif. Di antara variabel tersebut, pengaruh lingkungan merupakan faktor dominan. Secara simultan, seluruh variabel terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna ShopeePay.

Kata Kunci: e-wallet, literasi keuangan, perilaku konsumtif, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, pengaruh sosial, ShopeePay