

PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM CASHLESS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GEN Z TASIKMALAYA

Tria Rizki Maisa¹, Sandi M Jalaludin², Han Han Burhani³
STAI Idrisiyyah, Jl. Raya Rajapolah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: triarizkimaisa02@gmail.com

Article History

Received: 30-05-2025

Revision: 03-06-2025

Accepted: 04-06-2025

Published: 22-06-2025

Abstract. The purpose of this study is to analyze the influence of cashless payment systems on the consumptive behavior of Generation Z, focusing on students at Idrisiyyah Higher Education Institution in Tasikmalaya. This research is motivated by the increasing prevalence of cashless systems, which are considered more practical and efficient. A quantitative approach was employed, using simple random sampling to select 71 respondents. Data analysis involved testing the validity and reliability of the instruments, classical assumption tests, and simple linear regression analysis conducted using SPSS version 24. The results show that the use of cashless systems has a positive and significant effect on consumptive behavior, with a regression coefficient of 0.638 and a significance level of 0.000. These findings suggest that the frequency of using cashless systems is positively correlated with increased consumptive behavior. Therefore, the ease of access to cashless payment methods serves as a driving factor in the rise of consumptive behavior among Generation Z students at Idrisiyyah Higher Education Institution.

Keywords: Cashless System, Consumptive Behavior, Gen Z

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh penggunaan sistem *cashless* terhadap perilaku konsumtif Gen Z, dengan fokus pada mahasiswa di Pendidikan Tinggi Idrisiyyah Tasikmalaya. Studi ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan sistem *cashless* yang dinilai lebih praktis dan efisien. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik simple random sampling untuk memilih 71 responden. Analisis data mencakup pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier sederhana yang dilakukan melalui aplikasi SPSS versi 24. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa penggunaan sistem *cashless* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,638 dan tingkat signifikansi 0,000. Temuan ini mengisyaratkan bahwa frekuensi penggunaan sistem *cashless* berkorelasi positif dengan meningkatnya perilaku konsumtif. Oleh karena itu, kemudahan akses terhadap penggunaan sistem *cashless* turut menjadi faktor pendorong dalam meningkatnya perilaku konsumtif Gen Z pada mahasiswa di Pendidikan Tinggi Idrisiyyah.

Kata Kunci: Sistem *Cashless*, Perilaku Konsumtif, Gen Z

How to Cite: Maisa, T.R., Jalaludin, S.M., Burhani, H.H. (2025). Pengaruh Penggunaan Sistem Cashless Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Tasikmalaya. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5 (2), 5263-5274. [10.54373/ifijeb.v5i2.3285](https://doi.org/10.54373/ifijeb.v5i2.3285)

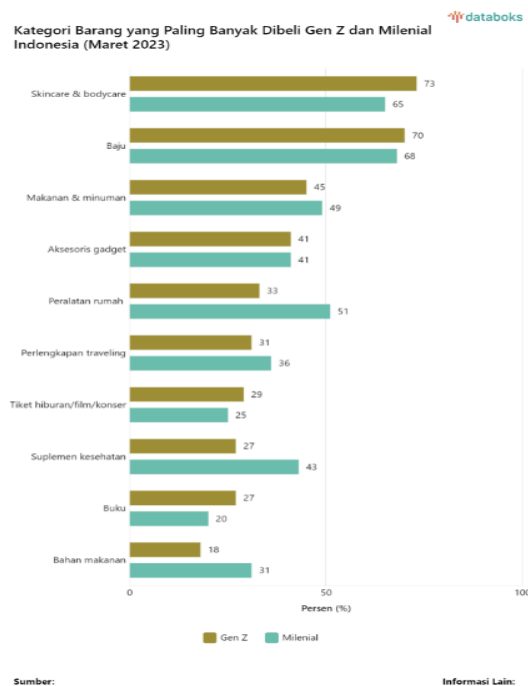
PENDAHULUAN

Di era teknologi yang semakin maju, digitalisasi menjadi bagian tak terhindarkan dari kehidupan manusia. Perkembangan perangkat elektronik dan teknologi informasi telah menghasilkan berbagai inovasi yang mempermudah aktivitas sehari-hari dan meningkatkan

kualitas hidup (Mu'alina & Husain, 2024). Salah satu aspek yang mengalami transformasi signifikan adalah sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi. Metode pembayaran tunai secara bertahap tergeser oleh sistem *cashless* yang dinilai lebih efisien, cepat, dan hemat biaya (Chumaidi, 2022). Hal ini juga didorong oleh perkembangan *e-commerce* yang menawarkan kemudahan dalam pembelian barang dan jasa melalui situs web, dilengkapi dengan berbagai opsi pembayaran seperti ATM, *mobile banking*, dan *e-wallet* (Afiyah et al., n.d.).

Seiring meningkatnya penggunaan teknologi, sistem *cashless* semakin diminati masyarakat, termasuk di Indonesia (Daffa et al., 2024). Menurut Ansori (2021), sistem *cashless* adalah transaksi keuangan tanpa menggunakan uang fisik, yang menjadi bagian penting dalam teknologi finansial modern. Sistem ini menawarkan kemudahan akses transaksi, keamanan dalam penggunaan, serta manfaat berupa efisiensi waktu dan biaya (Widiantari et al., 2023). Berbagai fitur seperti QRIS, NFC, dan aplikasi *e-wallet* menjadi solusi pembayaran digital yang praktis, sekaligus mendukung transparansi dan pengawasan keuangan oleh pemerintah (Ompusunggu & Poniman, 2023). Pertumbuhan pembayaran digital di Indonesia mengalami percepatan yang signifikan pasca diluncurkannya program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) oleh Bank Indonesia pada 2014, yang menyebabkan masyarakat bertransformasi dari pembayaran tunai menuju transaksi digital demi menciptakan sistem keuangan yang aman dan efisien (Amelia et al., 2024).

Pada awal 2023, Databoks melakukan survei yang mengungkap kategori barang yang paling sering dibeli online oleh Gen Z.



Gambar 1. Data Pembelian Gen Z

Hasil survei Databoks (2024) menunjukkan bahwa produk perawatan kulit dan tubuh menjadi kategori paling banyak dibeli secara *online*, dengan persentase sebesar 73% pada Gen Z. Selanjutnya, sebanyak 70% Gen Z membeli pakaian (*fashion*). Produk makanan dan minuman menempati urutan berikutnya dengan persentase 45%. Aksesori *gadget* berada di peringkat keempat dengan tingkat pembelian yang sama antara Gen Z, yaitu 41%. Selain itu, kategori lain yang juga banyak dibeli mencakup peralatan rumah tangga, perlengkapan *traveling*, tiket hiburan seperti film atau konser, suplemen kesehatan, buku, serta bahan makanan. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa Gen Z lebih banyak mengalokasikan pengeluaran mereka untuk barang non-esensial, yang berpotensi mendorong perilaku konsumtif dan dapat berdampak pada permasalahan keuangan di masa mendatang (Rahmatika et al., 2024).

Fenomena ini tidak lepas dari perubahan perilaku konsumen, khususnya Gen Z, yang sejak dini telah terbiasa dengan teknologi dan internet (Fitri et al., n.d.). Kemudahan, kecepatan, dan berbagai penawaran menarik seperti promo dan cashback dari platform digital turut mendorong pola konsumsi impulsif. Berdasarkan data dari Bank Indonesia (2024), nilai transaksi uang elektronik pada triwulan IV 2023 mengalami pertumbuhan sebesar 33,30%, mencapai Rp238 triliun. Selain itu, transaksi melalui *QRIS* menunjukkan peningkatan signifikan sebesar 170%, dengan total nominal transaksi mencapai Rp82,70 triliun dan jumlah pengguna sebanyak 45,78 juta. Peningkatan penggunaan uang elektronik dan transaksi *QRIS* berkontribusi pada perkembangan *financial technology* serta pertumbuhan ekonomi. Namun, hal ini juga dapat berdampak negatif bagi Gen Z yang kesulitan mengontrol pengeluaran saat berbelanja. Perilaku konsumtif bisa dihindari dengan menambah pengetahuan mengenai literasi keuangan (Rahmatika et al., 2024).

Perilaku konsumtif ini tidak hanya berdampak pada individu itu sendiri, tetapi juga turut memengaruhi aktivitas sehari-hari serta hubungan sosial mereka dengan lingkungan sekitar (Fageh et al., 2022). Hasil penelitian ini sejalan dengan prinsip-prinsip dalam Theory of Planned Behavior (TPB), sebuah kerangka teoretis yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1975. TPB adalah sebuah teori yang bertujuan untuk menjelaskan dan memprediksi niat seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi niat tersebut. Teori ini menegaskan bahwa tindakan individu tidak semata-mata ditentukan oleh kontrol internal, melainkan juga dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya dan keterampilan yang diperlukan untuk melakukan perilaku tersebut (Rahmatika et al., 2024). Sehingga akses kemudahan untuk *cashless* ini pun dapat meningkatkan kecenderungan itu untuk membelanjakan uangnya jadi lebih fleksibel. Perilaku

konsumtif adalah tindakan membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional, lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan, dengan tujuan memperoleh kesenangan atau kepuasan pribadi (Kuswanto et al., 2024).

Penelitian sebelumnya oleh (Rahmatika et al., 2024) berjudul "*Pengaruh Cashless Society dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Kota Padang*" menemukan bahwa *cashless society* dan literasi keuangan baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen Z. Temuan serupa juga diungkapkan oleh (Mawardi et al., 2023) dalam penelitiannya "*Pengaruh Literasi Keuangan dan Cashless Society terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Blitar*", yang menyatakan bahwa kedua faktor tersebut turut memengaruhi kecenderungan konsumtif Gen Z di Blitar. Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji dampak sistem pembayaran *cashless* terhadap perilaku konsumtif, khususnya pada mahasiswa Pendidikan Tinggi Idrisiyyah, masih sangat jarang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif peran penggunaan sistem *cashless* dalam membentuk perilaku konsumtif Gen Z pada mahasiswa Pendidikan Tinggi Idrisiyyah Tasikmalaya, dengan memperhatikan indikator kunci dari setiap variabel yang diteliti.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif berbasis survei guna menganalisis dampak penggunaan sistem *cashless* terhadap perilaku konsumtif Gen Z. Subjek penelitian mencakup seluruh mahasiswa Gen Z di Pendidikan Tinggi Idrisiyyah yang berjumlah 231 orang. Teknik pengambilan sampel mengacu pada formula Slovin dengan margin error 10%, menghasilkan 71 partisipan yang dipilih secara acak sederhana untuk menjamin keterwakilan populasi. Teknik pengambilan data dalam studi ini memanfaatkan alat survei berbentuk kuesioner yang menerapkan sistem penilaian menggunakan skala Likert yang dirancang khusus untuk menilai frekuensi penggunaan pembayaran digital dan kecenderungan konsumtif responden. Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini telah diseleksi melalui serangkaian pengujian guna memverifikasi tingkat validitas dan reliabilitasnya guna memastikan keakuratan dan konsistensi alat ukur. Sebelum analisis inti, dilakukan pengujian prasyarat analisis meliputi uji kenormalan data, keberlinieran hubungan, serta homogenitas varian. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana untuk mengevaluasi hubungan antar variabel, di mana uji t diterapkan untuk mengukur signifikansi pengaruh, sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengkuantifikasi seberapa besar variabel independen mampu menerangkan perubahan pada variabel dependen. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan memberikan

gambaran objektif mengenai korelasi antara pengaruh penggunaan sistem *cashless* terhadap perilaku konsumtif Gen Z pada Mahasiswa Pendidikan Tinggi Idrisiyyah Tasikmalaya.

HASIL

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variable	Indikator	R Hitung	R Table	Keterangan
Cashless (X)	X1	.584**	0,196	Valid
	X2	.589**	0,196	Valid
	X3	.776**	0,196	Valid
	X4	.708**	0,196	Valid
	X5	.582**	0,196	Valid
	X6	.760**	0,196	Valid
	X7	.640**	0,196	Valid
	X8	.735**	0,196	Valid
	X9	.666**	0,196	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	.729**	0,196	Valid
	Y2	.840**	0,196	Valid
	Y3	.739**	0,196	Valid
	Y4	.579**	0,196	Valid
	Y5	.777**	0,196	Valid
	Y6	.819**	0,196	Valid
	Y7	.892**	0,196	Valid
	Y8	.858**	0,196	Valid
	Y9	.912**	0,196	Valid
	Y10	.843**	0,196	Valid
	Y11	.825**	0,196	Valid
	Y12	.631**	0,196	Valid

Sumber: Data diolah SPSS versi 24

Berdasarkan analisis validitas, semua item pertanyaan yang mengukur variabel penggunaan sistem *cashless* dan perilaku konsumtif menunjukkan koefisien korelasi yang melebihi nilai kritikal 0.196. Dengan demikian, seluruh indikator penelitian ini memenuhi syarat kevalidan yang diperlukan. Hal ini menandakan bahwa semua item tersebut layak digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	N of Items	Cronbach's Alpha	Reliability Standard	Keterangan
Cashless (X)	9	0,847	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	12	0,946	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS versi 24

Berdasarkan perhitungan reliabilitas, variabel penggunaan sistem *cashless* (9 pernyataan) menghasilkan Cronbach's Alpha 0,847, dan variabel perilaku konsumtif (12 pernyataan) mencapai 0,946. Karena kedua nilai tersebut signifikan di atas batas 0,6, instrumen penelitian ini terbukti stabil dan memenuhi syarat keandalan untuk pengumpulan data.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		71
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	11,07069984
Most Extreme Differences	Absolute	0,082
	Positive	0,060
	Negative	-0,082
Test Statistic		0,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah SPSS versi 24

Pengujian normalitas yang dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi dua sisi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai tersebut melebihi ambang signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, asumsi normalitas sebagai salah satu syarat dalam analisis regresi telah terpenuhi dengan baik.

Uji Linieritas

Tabel 4. Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTALY *	Between	(Combined)	3416,174	20	170,809	1,451	0,143
TOTALX	Groups	Linearity	721,955	1	721,955	6,134	0,017
		Deviation from Linearity	2694,219	19	141,801	1,205	0,292
	Within Groups		5885,009	50	117,700		
	Total		9301,183	70			

Sumber: Data diolah SPSS versi 24

Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada komponen deviasi terhadap linearitas adalah sebesar 0,292. Karena nilai yang diperoleh melampaui tingkat signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini bersifat linear. Oleh karena itu, analisis regresi antara kedua variabel dapat dilakukan secara linear dan dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations				
			TOTALX	Unstandardized Residual
Spearman's rho	TOTALX	Correlation Coefficient	1,000	0,030
		Sig. (2-tailed)		0,805
		N	71	71
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	0,030	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,805	
		N	71	71

Sumber: Data diolah SPSS versi 24

Berdasarkan analisis korelasi Spearman's rho, variabel *cashless* (X) memperoleh tingkat signifikansi 0,805. Karena nilai tersebut lebih tinggi dari batas kritis 0,05, hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada data penelitian. Dengan demikian, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi klasik.

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 6. Hasil analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,951	3,976		3,509	0,001
	TOTALX	0,638	0,106	0,587	6,024	0,000

a. Dependent Variable: Y_1

Sumber: Data diolah SPSS versi 24

$$Y = a + bX$$

$$Y = 13,951 + 0,638X$$

Keterangan:

- Y = Perilaku konsumtif
- a = 13,951 (nilai konstanta)
- b = 0,638 (koefisien regresi variabel penggunaan *cashless*)
- X = Penggunaan *cashless*

Nilai konstanta sebesar 13,951 mengindikasikan bahwa apabila penggunaan *cashless* (X) berada pada angka nol, maka perilaku konsumtif (Y) tetap berada di angka 13,951. Artinya, meskipun tidak ada pengaruh dari penggunaan *cashless*, individu tetap memiliki tingkat perilaku konsumtif dasar.

Analisis regresi mengungkapkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam penggunaan sistem *cashless* berkontribusi terhadap kenaikan sebesar 0,638 unit pada perilaku konsumtif. Hasil pengujian signifikansi memperlihatkan nilai 0,000 ($p < 0,05$), yang menegaskan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan secara statistik antara kedua variabel tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa intensitas penggunaan sistem *cashless* berbanding lurus dengan kecenderungan perilaku konsumtif semakin tinggi frekuensi penggunaan sistem *cashless*, semakin kuat pula dorongan untuk berperilaku konsumtif.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 ^a	0,345	0,335	4,46025

a. Predictors: (Constant), TOTALX

Sumber: Data diolah SPSS versi 24

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai R sebesar 0,587 dan R Square sebesar 0,345, yang menunjukkan bahwa variabel *cashless* memiliki kemampuan untuk menjelaskan 34,5% dari variasi yang terjadi pada perilaku konsumtif. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan *cashless*

memberikan kontribusi signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, sebesar 65,5% lainnya berasal dari pengaruh variabel-variabel lain di luar cakupan penelitian ini.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	13,951	3,976		3,509	0,001
TOTALX	0,638	0,106	0,587	6,024	0,000

a. Dependent Variable: Y_1

Sumber: Data diolah SPSS versi 24

Berdasarkan hasil analisis statistik, ditemukan bahwa nilai t-hitung (6,024) secara signifikan lebih besar dibandingkan t-tabel (1,994) dengan tingkat signifikansi 0,000 (<0,05). Temuan ini membuktikan adanya hubungan positif yang bermakna antara intensitas penggunaan sistem *cashless* dengan kecenderungan perilaku konsumtif Gen Z pada mahasiswa Pendidikan Tinggi Idrisiyyah Tasikmalaya. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa penggunaan sistem *cashless* memberikan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan perilaku konsumtif pada kelompok responden yang diteliti.

DISKUSI

Hasil uji t parsial mengindikasikan bahwa penggunaan sistem *cashless* memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen. Bukti tersebut terlihat dari nilai t-hitung sebesar 6,024 yang melebihi nilai t-tabel 1,994, serta didukung oleh nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas 0,05. Temuan tersebut menunjukkan adanya hubungan positif antara penggunaan sistem *cashless* dengan perilaku konsumtif Gen Z pada Mahasiswa Pendidikan Tinggi Idrisiyyah. Peningkatan perilaku konsumtif ini muncul seiring dengan diskon dan cashback yang diberikan oleh aplikasi pembayaran digital menarik perhatian Gen Z untuk lebih sering melakukan penggunaan system *cashless*. Penggunaan *cashless* seperti melalui ATM, *mobile banking*, atau *cashless* dirasa lebih praktis, efisien, dan mudah digunakan dalam berbagai transaksi. Di satu sisi, sistem *cashless* memberikan berbagai keuntungan, namun di sisi lain juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Hal ini terjadi karena konsumen, khususnya Gen Z cenderung berbelanja tanpa mempertimbangkan secara matang, sebab tidak melihat uang secara fisik saat melakukan pembayaran.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Muhammad Adib Mawardi, Faridatu Fakhriyya, Sunan Trioko tahun 2023 yang menyatakan bahwa *Cashless Society* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kota Blitar (Mawardi et al., 2023). Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Rahmatika, Fatma Ariani, Rini Susanti tahun 2024 dinyatakan bahwa *Cashless Society* memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudahan sistem *cashless* dan banyaknya penawaran promo serta cashback mengakibatkan gaya hidup mahasiswa menjadi lebih konsumtif (Rahmatika et al., 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diketahui bahwa penggunaan sistem *cashless* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen Z pada mahasiswa Pendidikan Tinggi Idrisiyyah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar 6,024, yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1,994, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin tinggi tingkat penggunaan sistem *cashless* yang dilakukan mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menunjukkan perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa tingkat penggunaan sistem *cashless* Gen Z pada mahasiswa pendidikan tinggi idrisiyyah mencapai 82,69%.

Berdasarkan hasil temuan yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan sistem *cashless* dan perilaku konsumtif Gen Z, maka solusi yang dapat ditawarkan adalah peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa, baik melalui kegiatan akademik maupun non-akademik. Selain itu, penyedia aplikasi keuangan digital perlu menyediakan fitur-fitur pengawasan transaksi yang dapat membantu pengguna mengontrol pengeluaran. Edukasi publik melalui media sosial juga penting untuk menyadarkan Gen Z tentang pentingnya pengelolaan keuangan secara bijak. Dengan demikian, meskipun penggunaan sistem *cashless* terus meningkat, perilaku konsumtif yang berlebihan dapat diminimalisasi.

REFERENSI

- Afiyah, F. N., Irmayanti, E., & Lukiani, E. R. M. (N.D.). *Pengaruh Cashless Society Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Intervening*.
- Amelia, A., Damayanti, E., Yasa, P. S., & Khaira, I. (2024). *Pengaruh Penggunaan E-Payment Terhadap Gen Z Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. 5(8).

- Chumaidi, E. (2022). Model Pembiayaan Dan Pembayaran Sistem Cashless Di Uin Kh. Abdurrahman Wahid. *Armada : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(1), 16–26. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i1.237>
- Daffa, A. N., Nabilla, H. T., & Ulya, R. (2024). *Analisis Perkembangan Teknologi Pemakaian Cashless Pada Gen Z Di Kalangan Mahasiswa Surabaya Selatan*.
- Fageh, A., Salicha, E., & Mugiyati, M. (2022). Perilaku Konsumsi Mahasantri Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Fadlillah Waru Sidoarjo Dan Al-Jihad Wonocolo Surabaya). *Akademika*, 16(1). <https://doi.org/10.30736/adk.v16i1.716>
- Fitri, F. F., Aiman, R. M. P., Angelica, C. N. R., Putri, N. T. A., & Saraswati, K. D. H. (N.D.). *Career Adaptability: Studi Deskriptif Pada Karyawan Gen Z*. 17(1).
- Kuswanto, K., Aryanti, S., & Arief, H. (2024). Pengaruh Financial Technology Dan Manajemen Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)*, 12(2), 268–276. <https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p268-276>
- Mawardi, M. A., Fakhriyya, F., & Trioko, S. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Cashless Society Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Blitar*. 9.
- Mu'alina, N., & Husain, M. (2024). *Transformasi Sistem Cashless Payment Sebagai Upaya Digitalisasi Manajemen Pembiayaan Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi*. 2.
- Ompusunggu, H., & Poniman, P. (2023). Dampak Cashless Dan Cardless Society Bagi Kaum Milenial. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (Snistek)*, 5, 157–162. <https://doi.org/10.33884/psnistek.v5i.8077>
- Rahmatika, Ariani, F., & Susanti, R. (2024a). Pengaruh Cashless Society Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Di Kota Padang. *Shar-E : Jurnal Kajian*

Ekonomi Hukum Syariah, 10(2), 172–185. <https://doi.org/10.37567/Shar-E.V10i2.3116>

Rahmatika, Ariani, F., & Susanti, R. (2024b). Pengaruh Cashless Society Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Di Kota Padang. *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 10(2), 172–185. <https://doi.org/10.37567/Shar-E.V10i2.3116>

Widiantari, K. S., Mahadewi, I. A. Gd. D. F., Suidarma, I. M., & Arlita, I. G. A. D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 7(3), 429–447. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i3.2802>