

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi baru-baru ini telah membuat banyak perubahan secara global dalam berbagai bidang. Secara langsung atau tidak langsung pertumbuhan teknologi yang signifikan telah mempengaruhi seluruh aspek kehidupan (Wiryany et al., 2022). Dominasi teknologi ditandai dengan kehadiran dari inovasi-inovasi yang dibawa oleh teknologi saat ini dapat dirasakan oleh masyarakat secara luas (Balya Al, 2023). Inovasi yang hadir telah menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi diseluruh negara di dunia dan menjadi dasar untuk menemukan kesempatan baru, menunjang produktivitas dan merubah cara manusia dalam berinteraksi.

Berbagai produk dan layanan baru seperti platform digital dan aplikasi *e-commerce* hadir sebagai bentuk dari implementasi kemajuan teknologi dalam sektor ekonomi. Inovasi yang dirasakan saat ini dapat didefinisikan sebagai manfaat positif dari keberadaan teknologi tersebut (Setiawati & Al Qoodir, 2021), meskipun demikian teknologi juga hadir dengan membawa banyak dampak negatif, salah satunya adalah perilaku konsumtif. Perkembangan teknologi komunikasi dan keuangan membuka akses bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi seputar produk dan layanan yang diinginkan sehingga terpengaruh untuk berperilaku konsumtif (Nainggolan, 2022). Ada banyak alasan yang dapat membuat seseorang menjadi konsumtif, penggunaan *e-money*, literasi keuangan dan gaya hidup bisa menjadi salah satu aspek yang menimbulkannya.

E-money adalah salah satu produk *Financial Technology* yang paling banyak diminati oleh masyarakat secara luas. *E-money* dapat tumbuh dengan baik bersamaan dengan meningkatnya perekonomian (Sitompul, 2022). Masyarakat menginginkan instrumen keuangan yang mudah dan cepat agar bisa melakukan berbagai transaksi dan *e-money* hadir sebagai jawabannya. Transaksi dengan menggunakan *e-money* menawarkan keamanan yang lebih baik, murah dan praktis jika dibandingkan dengan uang tunai. Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan *e-money* juga menciptakan kesenjangan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, terutama perilaku konsumtif.

Bersumber dari hasil studi yang telah dilakukan oleh (Rasyid & Fahrullah, 2022) dapat dijelaskan bahwa pengaruh uang elektronik signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan studi yang telah dilakukan (Mengga et al., 2023) menjelaskan bahwa penggunaan *e-money* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain dari penggunaan *e-money*, literasi keuangan juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif individu.

Literasi keuangan (*Financial Literacy*) memiliki hubungan yang erat dengan kesejahteraan personal, pemahaman yang baik dan keterampilan dalam mengelola keuangan dapat membantu seseorang terhindar dari masalah keuangan. Masalah keuangan adalah permasalahan serius yang dihadapi banyak orang disaat sekarang. (Napitupulu et al., 2021) kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan sangatlah krusial, mengingat pengelolaan keuangan merupakan aspek yang harus dihadapi setiap individu dalam kehidupan mereka sehari-hari, karena itulah literasi keuangan itu menjadi sangat penting. Ada solusi yang dapat ditempuh

jika ingin terhindar dari masalah keuangan ialah dengan cara memiliki kemampuan literasi keuangan yang baik. Individu dengan literasi keuangan yang rendah biasanya rentan untuk melakukan pembelian secara konsumtif.

Bersumber dari hasil studi yang telah dilakukan oleh (Nurunnisa et al., 2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan studi yang telah dilakukan (Fadhilah & Abadi, 2023) dijelaskan bahwa literasi keuangan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif selain dipengaruhi oleh penggunaan *e- money* dan literasi keuangan, faktor dari gaya hidup juga bisa menjadi alasan.

Gaya hidup mengarah cara masyarakat menjalankan kehidupan baik secara individu atau kelompok. Pola konsumsi masyarakat punya juga memiliki hubungan yang erat dengan gaya hidup. Menurut (Widiantari et al., 2023) gaya hidup adalah tata cara seseorang atau individu mengikuti trend yang sedang berlangsung dan juga menjelaskan tentang *behavior* seseorang. Setelah memasuki era digital dan modern masyarakat mayoritas melakukan kegiatan jual beli secara *online*. Kehadiran dari sosial media juga mempengaruhi pola konsumsi masyarakat, produk viral dan tren akan dengan mudah diakses informasinya serta mudah untuk melihat gaya hidup orang lain. Dengan alasan tersebut akan ada dorongan untuk berperilaku konsumtif.

Bersumber dari hasil studi yang telah dilakukan oleh (Cahyaningtyas & Gufron, 2023) menegaskan bahwasanya gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Sedangkan studi yang telah dilakukan (D. S. Lestari et al.,

2024) menjelaskan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Fenomena Perilaku konsumtif menjadi salah satu bentuk dari dampak negatif dari kemajuan teknologi terutama dibidang ekonomi dan keuangan. (Sudiro & Asandimitra, 2022) menjelaskan bahwa Perilaku konsumtif merujuk pada kegiatan pembelian yang irasional dan juga pemborosan. Perilaku konsumtif memiliki hubungan yang erat dengan kegemaran untuk mengkonsumsi suatu produk atau layanan yang didasarkan pada keinginan bukan kebutuhan (Nainggolan, 2022). Seseorang yang sudah terbiasa dengan Perilaku konsumtif biasanya mengalami kesulitan untuk membedakan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan sehingga menimbulkan pemborosan dan tidak efektif secara ekonomis.

Generasi Z atau yang sering dikenal dengan gen Z atau yang juga disebut sebagai *centennials*, merupakan generasi yang lahir dari kisaran tahun 1995 hingga 2010 (Anggarini et al., 2021). Generasi Z tumbuh bersama dengan perkembangan teknologi, sehingga akses untuk mendapatkan informasi dan komunikasi sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari (Wijiati & Chasanah, 2024).

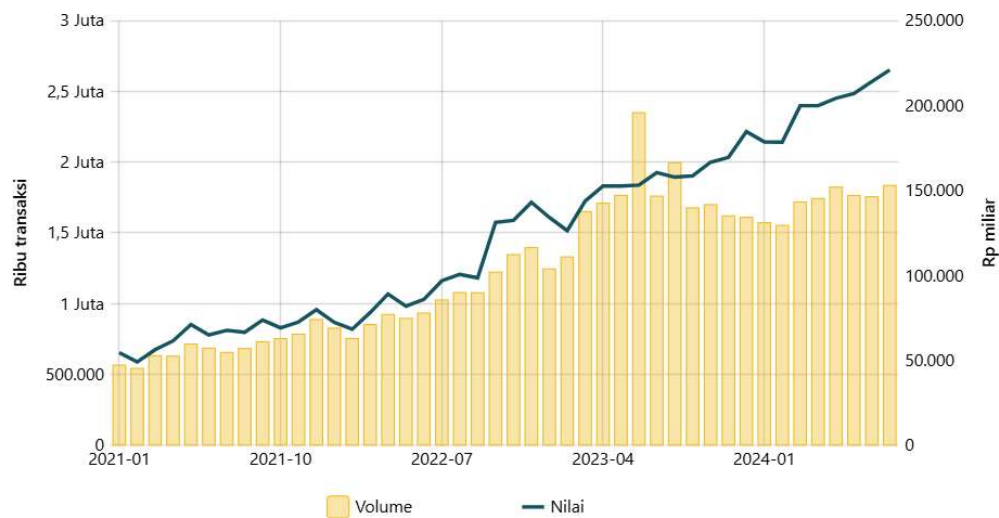
Menurut (Asyarofah et al., 2023) generasi Z dikenal sebagai pecandu digital, dikarenakan teknologi telah menjadi bagian besar yang mempengaruhi cara mereka hidup. Gen Z sangat peka dengan teknologi di era sekarang serta mudah beradaptasi terhadap keberadaan *gadget* dan platform *online* (Chlorita et al., 2024). Pertumbuhan teknologi terutama pada bidang ekonomi dan keuangan telah banyak merubah cara generasi Z dalam bertransaksi serta mepergunakan uang mereka. Pembayaran secara digital juga sangay populer dikalangan generasi Z.

Kelompok Umur Age Groups	Jenis Kelamin/Sex		Jumlah Total
	Laki-Laki Male	Perempuan Female	
(1)	(2)	(3)	(4)
0–4	59,47	56,71	116,18
5–9	58,53	55,18	113,71
10–14	55,47	52,51	107,98
15–19	49,79	47,23	97,02
20–24	51,95	50,34	102,29
25–29	55,82	56,19	112,01
30–34	57,21	57,65	114,86
35–39	56,04	56,64	112,68
40–44	51,20	51,61	102,81
45–49	46,14	46,24	92,38
50–54	36,53	35,09	71,62
55–59	25,78	23,08	48,86
60–64	15,76	14,34	30,10
65–69	8,45	8,45	16,90
70–74	4,69	5,01	9,70
75+	3,46	4,07	7,53
Kota Batam Batam Municipality	636,28	620,34	1.256,61

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Kota Batam Menurut Kelompok Umur
Sumber: <https://batamkota.bps.go.id>, 2024

Berdasarkan gambar 1.1, dapat dilihat jumlah penduduk kota Batam berdasarkan kelompok usia. Masyarakat yang termasuk kedalam generasi Z berada dari rentang usia 14 hingga 29 tahun. Dari data pada gambar, masyarakat kota batam berjumlah 1.256.610 jiwa, 419.300 jiwa termasuk dalam generasi Z sehingga sekitar 30% masyarakat kota batam termasuk generasi Z.

E- money menawarkan banyak manfaat melalui layanan dan fitur-fitur yang sangat menarik, ini yang membuka semakin banyak celah bagi generasi Z untuk melakukan pembelian secara konsumtif. Kecepatan, kemudahan dan efisiensi menjadi salah satu daya tarik utama e-money. Berbagai transaksi dapat diselesaikan dengan dalam kurun waktu yang cepat dan kapan saja tanpa harus membawa uang tunai atau mencari mesin ATM. Kemudahan yang ditawarkan menjadi sangat menarik bagi generasi Z, yang condong menginginkan segala sesuatunya serba instan.



Gambar 1. 2 Volume & Nilai Transaksi *E-money* (Jan 2021-Agust 2024)

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa adanya peningkatan yang cukup besar dari penggunaan *e-money* di indonesia. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh Bank Indonesia (BI), pada bulan Agustus tahun 2024 jumlah transaksi uang elektronik (*e-money*) sampai pada angka 1,84 miliar transaksi. Ada peningkatan sebanyak 4,56% jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya yang mencetak 1,76 miliar transaksi. Demikian pula dengan nilai transaksi uang elektronik (*e-money*) sebesar Rp220,87 triliun pada bulan Agustus tahun 2024, naik sebanyak 3,18% jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya.

Berdasarkan keseluruhan, sepanjang Januari hingga Agustus 2024, jumlah transaksi *e-money* mencapai 13,76 miliar transaksi. Dengan angka tersebut ada penurunan sebanyak 0,29% jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2023. Sedangkan nilai transaksi uang elektronik (*e-money*) secara keseluruhan periode Januari hingga Agustus tahun ini menjadi Rp1,6 kuadriliun, tumbuh sebanyak 35,76% jika dibandingkan dengan periode yang sama

tahun sebelumnya sebesar Rp1,18 kuadriliun. Berdasarkan data diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya, meskipun ada penurunan dalam jumlah transaksi pada penggunaan *e-money* namun tetap ada peningkatan yang cukup besar pada nilai transaksi dari *e-money*.

Ada beberapa layanan menarik, seperti promo, cashback, dan program loyalti yang ditawarkan *e-money*. Fitur-fitur ini semakin memotivasi generasi Z untuk melakukan pembelian lebih banyak, dikarenakan mereka beranggapan akan mendapatkan benefit tambahan setiap kali melakukan transaksi. Peneliti telah melakukan pra survei terkait dengan variable *e-money*. Ada 30 responden yang merupakan generasi Z berpartisipasi dalam survei tersebut. Pernyataan yang diberikan telah disesuaikan dengan indikator variabel. Hasil dari pra survei dapat dipaparkan sebagai berikut:

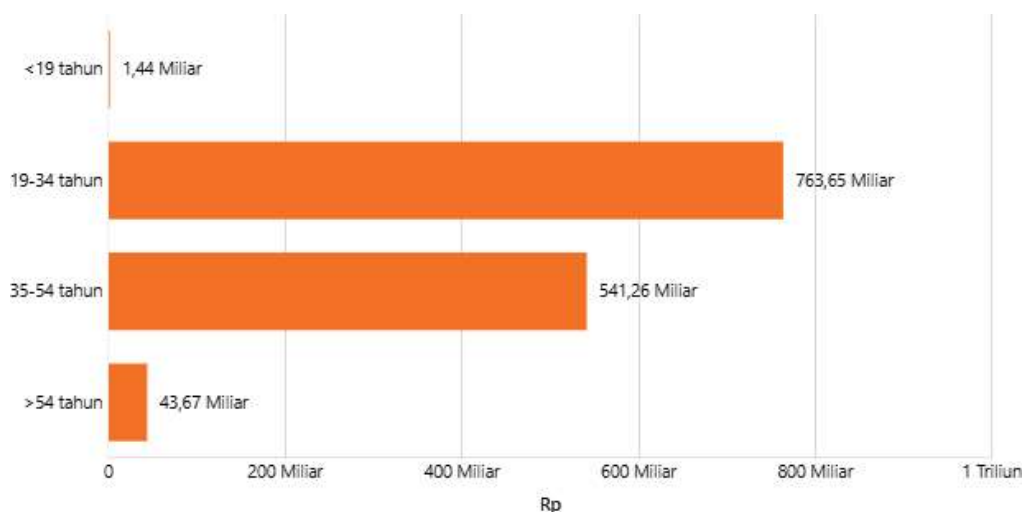
Tabel 1. 1 Pra Survei Variabel *E-money*

Pernyataan	Jawaban				
	SS	S	N	TS	STS
Saya menggunakan e-money ketika bertransaksi karena adanya keuntungan tambahan seperti promo, cashback dan program royalti yang ditawarkan.	19	7	2	1	1
Saya menggunakan e-money karena kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran, praktis dan bisa digunakan dimanajaja dan kapan saja.	8	18	2	1	1
Saya merasa aman dan percaya menggunakan e-money karena terhindar dari peredaran uang palsu, potensi pencurian data dan serangan cyber.	12	11	3	2	2

Sumber: Data Penelitian, 2025

Pada table 1.1 diketahui hasil pra survei variabel *e-money*, dari pernyataan pertama sampai ketiga menunjukkan dominasi dari jawaban “Setuju” dan “Sangat Setuju” yang artinya, generasi Z sependapat bahwasanya pemakaian *e-money* saat bertransaksi dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mereka. Mayoritas responden setuju bahwa kemudahan, kecepatan dan efisiensi serta penawaran menarik seperti promo, cashback, dan loyalty dalam menggunakan *e-money* saat bertransaksi mendorong generasi Z untuk berperilaku konsumtif.

Salah satu dampak serius dari rendahnya literasi keuangan ialah melonjaknya perilaku konsumtif di kalangan masyarakat. Banyak individu, khususnya di kalangan generasi Z, tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang cara mengelola uang, berinvestasi, atau menabung dengan bijak dan banyak dari mereka condong lebih menekankan pada pembelian jangka pendek daripada melakukan perencanaan keuangan untuk jangka panjang.



Gambar 1. 3 Nilai Kredit Macet Pinjol Berdasarkan Kelompok Usia
Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Bersumber dari data yang dikumpulkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), berdasarkan skala nasional nilai dari kredit macet pinjaman *online* Indonesia meyeentuh angka Rp1,73 triliun pada bulan Juni 2023. Suatu kredit diklasifikasikan macet apabila kreditur tidak dapat membayar utang lebih dari 90 hari sejak tanggal jatuh tempo berdasarkan tingkat wanprestasi (TWP) >90 hari. Jika ditelusuri lebih lanjut berdasarkan kelompok usia peminjamnya, Usia 19-34 tahun menjadi kelompok usia dengan kasus kredit macet pinjol terbanyak. Nilai keseluruhan gagal bayar utang sebesar Rp763,65 miliar, atau menyumbang sekitar 44,14% dari keseluruhan kredit macet pinjol nasional. OJK juga merangkum, bahwasanya kelompok usia tersebut konsisten menjadi penyumbang nilai kredit macet pinjol terbesar sepanjang paruh pertama 2023.

Usia 35-54 tahun memiliki kredit macet pinjol senilai Rp541,26 miliar, atau menyumbang sebesar 31,29% dari total kredit macet pinjol nasional. Usia 54 tahun memiliki kredit macet pinjol sebesar Rp43,67 miliar. Diikuti kelompok usia di bawah 19 tahun yang nilainya mencapai Rp1,44 miliar. Kedua kelompok usia ini memiliki bagian kurang dari 3% total kredit macet pinjol nasional. Berdasarkan data di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya generasi Z termasuk dalam kelompok usia yang banyak terlilit utang pinjol, salah satunya karena rendahnya literasi keuangan yang dimiliki, sehingga tidak memiliki perhitungan yang baik dalam mengelola keuangan.

Keterbatasan dalam memahami pentingnya literasi keuangan membuat generasi Z terperangkap dalam siklus pengeluaran yang tidak terencana dan selalu melakukan kegiatan pembelian tanpa ada pengendalian. Peneliti telah melakukan

pra survei terkait dengan variable literasi keuangan. Ada 30 responden yang merupakan generasi Z berpartisipasi dalam survei tersebut. Pernyataan yang diberikan telah disesuaikan dengan indikator variabel. Hasil dari pra survei dapat dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Pra Survei Literasi Keuangan

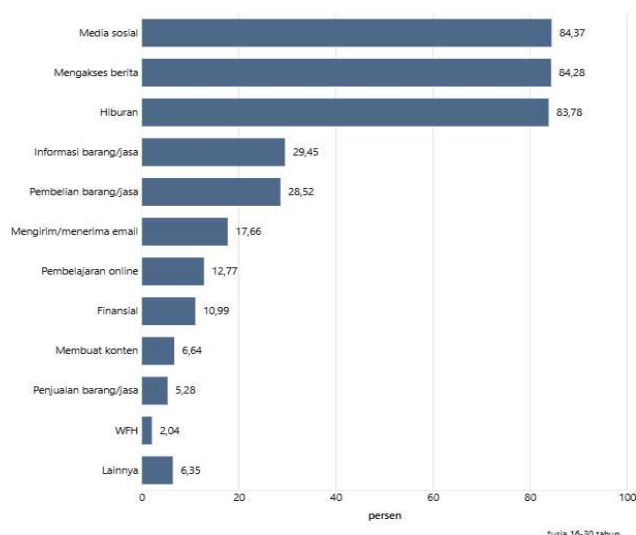
Pernyataan	Jawaban				
	SS	S	N	TS	STS
Saya memahami dengan baik tentang pengetahuan mengelola keuangan pribadi dan produk- produk keuangan seperti tabungan, pinjaman, investasi serta asuransi.	3	3	5	13	6
Saya mampu bernegosiasi untuk mendapatkan produk keuangan dan menyajikan laporan anggaran yang mudah dipahami.	2	2	3	13	10
Saya mampu untuk mengelola keuangan pribadi dengan cara mencatat pengeluaran dan pemasukan agar terkendali dengan baik.	2	2	4	10	12
Saya menetapkan tujuan keuangan yang realistis dan selalu mempertimbangkan kemampuan finansial pribadi sebelum mengambil keputusan untuk berhutang dan cicilan	1	3	4	10	12
Saya mempersiapkan dana darurat dan berinvestasi untuk menghadapi situasi tak terduga dimasa depan dan masalah finansial.	1	2	3	13	11

Sumber: Data Penelitian, 2025

Pada table 1.2 diketahui hasil pra survei literasi keuangan dari pernyataan pertama sampai kelima menunjukkan dominasi dari jawaban“Sangat Tidak Setuju” dan “ Tidak Setuju” yang artinya banyak generasi Z yang memiliki literasi keuangan yang rendah. Dari 30 responden, mayoritas menjawab tidak setuju, yang

artinya banyak generasi Z memiliki literasi keuangan yang rendah sehingga dapat menjadi penyebab bagi seseorang untuk berperilaku konsumtif. Literasi keuangan yang rendah dapat mengakibatkan pembelian yang tidak terencana dan ketidaktahuan tentang cara pengelola keuangan, berinvestasi, dan menabung yang mendorong untuk berperilaku konsumtif.

Generasi Z membentuk pola hidup yang tidak biasa dan condong mengejar gaya hidup yang serba instan dan selalu berupaya untuk mengikuti trend. Ada fenomena yang tak biasa yang muncul diantara generasi Z yaitu trend "FOMO" (*Fear of Missing Out*) yang membuat mereka selalu berasumsi bahwa perlu untuk selalu update dengan produk kekinian mulai dari fashion, kosmetik, sampai dengan gadget. Generasi Z merasa dorongan untuk memiliki barang-barang tersebut, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi, tetapi juga untuk mendapatkan pengakuan sosial dari orang-orang disekitarnya. Salah satu yang menjadi penyebab fenomena ini muncul dikarenakan paparan dari internet dan sosial media.



Gambar 1. 4 Penggunaan Internet Berdasarkan Tujuan (Maret 2023)

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sebanyak 94,16% anak muda Indonesia dari rentang usia 16-30 tahun mengakses internet untuk media sosial (84,37%), berita (84,28%), hiburan (83,78%), dan lain-lainnya. Media sosial menjadi presentase tertinggi. Pada media sosial banyak konten menampilkan gaya hidup mewah dan tren kekinian yang dapat mendorong untuk mempunyai produk yang sama meskipun tidak membutuhkannya, demi mendapatkan pengakuan dan mengikuti tren.

Peneliti telah melakukan pra survei terkait dengan variable gaya hidup. Ada 30 responden yang merupakan generasi Z berpartisipasi dalam survei tersebut. Pernyataan yang diberikan telah disesuaikan dengan indikator variabel. Hasil dari pra survei dapat dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Pra Survei Gaya Hidup

Pernyataan	Jawaban				
	SS	S	N	TS	STS
Saya dapat mengeluarkan sejumlah untuk kegiatan hiburan seperti <i>traveling</i> dan menonton konser serta berbelanja adalah aktivitas yang saya gemari.	16	7	3	3	1
Saya cenderung tertarik untuk membeli suatu barang atau jasa yang sedang tren dan viral di media sosial dan produk yang diiklankan oleh idola saya.	11	15	2	1	1
Saya memakai produk yang mahal dan <i>trendy</i> dengan tujuan mendapatkan pengakuan sosial dari lingkungan saya.	9	14	4	1	2

Sumber: Data Penelitian, 2025

Pada table 1.3 diketahui hasil pra survei gaya hidup dari pernyataan pertama sampai ketiga menunjukkan dominasi dari jawaban “Setuju” dan “Sangat Setuju”

yang artinya banyak generasi Z yang rela mengeluarkan uang untuk membeli produk atau layanan yang tidak sesuai dengan kebutuhan yang akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mereka. Dari 30 responden, mayoritas setuju bahwa trend FOMO dan pembelian produk dengan tujuan untuk mendapatkan pengakuan sosial mendorong generasi Z untuk berperilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian diatas , penulis tertarik untuk membahas lebih dalam tentang pengaruh penggunaan *e-money*, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Penggunaan *E-money*, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Masyarakat Kota Batam**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil pemaparan dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut ini adalah beberapa masalah yang teridentifikasi sebagai berikut :

1. Generasi Z masyarakat Kota Batam terdorong untuk berperilaku konsumtif dipengaruhi oleh kemudahan, kecepatan dan efisiensi bertransaksi dengan *e-money*.
2. Generasi Z masyarakat Kota Batam terdorong untuk berperilaku konsumtif karena adanya layanan menarik, seperti promo, cashback, dan program loyalty yang ditawarkan *e-money*.
3. Tingkat literasi keuangan yang rendah mengakibatkan kurangnya pengendalian keuangan yang membuat generasi Z masyarakat kota Batam berperilaku konsumtif.

4. Generasi Z tidak tahu tentang cara pengelola keuangan, berinvestasi, dan menabung yang mendorong untuk berperilaku konsumtif dari akibat rendahnya literasi keuangan.
5. Munculnya fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*) mendorong generasi Z masyarakat Kota Batam untuk berperilaku konsumtif.
6. Gaya hidup yang selalu ingin mendapatkan pengakuan sosial membuat generasi Z masyarakat kota batam berperilaku konsumtif.

1.3 Batasan Masalah

Masalah pada penelitian ini telah teridentifikasi sesuai dengan latar belakang. Demi memudahkan peneliti dan efisiensi waktu dalam melakukan penelitian maka perlu ditetapkan batasan masalah. Berikut ini adalah batasan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek penelitian diambil dari generasi Z yang berada direntang usia 20 hingga 29 tahun di Kecamatan Batu Ampar
2. Varibel penelitian dibatasi oleh penggunaan *e- money* , literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z masyarakat Kota Batam ?
2. Bagaimana literasi keuangan berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif pada generasi Z masyarakat Kota Batam ?

3. Bagaimana gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z masyarakat Kota Batam ?
4. Bagaimana *e-money*, literasi keuangan serta gaya hidup memiliki pengaruh simultan terhadap perilaku konsumtif generasi Z masyarakat Kota Batam.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif generasi Z masyarakat kota Batam
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z masyarakat kota Batam
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z masyarakat kota Batam
4. Untuk mengetahui pengaruh dari *e-money*, literasi keuangan serta gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z masyarakat kota Batam

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan mahasiswa dalam bidang ekonomi, khususnya mengenai perilaku konsumtif yang berkaitan dengan *e-money*, literasi keuangan dan gaya hidup. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengeksplorasi topik serupa dalam konteks yang berbeda.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Diharapkan hasil yang didapatkan dari penelitian ini akan membantu peneliti dalam mengimplementasikan metode serta pengetahuan yang didapatkan selama berkuliah untuk menganalisis serta menemukan penyelesaian untuk permasalahan yang dihadapi.

2. Bagi generasi Z masyarakat Kota Batam

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman generasi Z masyarakat kota Batam mengenai perilaku konsumtif.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Penulis berharap penelitian ini menjadi sumber informasi berharga untuk program studi manajemen dan untuk menambah sumber penelitian pada bidang pemasaran.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin menyelidiki pengaruh penggunaan *e-money*, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di masa depan.