

# **PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN DATA, GAYA HIDUP, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL PADA GENERASI Z**

**Joan Nathania Latifa<sup>1</sup>, Unaiza Nafta Lima Haka<sup>2</sup>, Icha Agustin Nurhastuti<sup>3</sup>,**

**A Muh Fathi Katsirun Nawal<sup>4</sup>, Ahmad Chafid Alwi<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Prodi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

Email: [joannathania.2023@student.uny.ac.id](mailto:joannathania.2023@student.uny.ac.id)<sup>1</sup>, [unaizanafta.2023@student.uny.ac.id](mailto:unaizanafta.2023@student.uny.ac.id)<sup>2</sup>,

[ichaagustin.2023@student.uny.ac.id](mailto:ichaagustin.2023@student.uny.ac.id)<sup>3</sup>, [amuh.2023@student.uny.ac.id](mailto:amuh.2023@student.uny.ac.id)<sup>4</sup>, [ahmadchafidalwi@uny.ac.id](mailto:ahmadchafidalwi@uny.ac.id)<sup>5</sup>

---

**Article History:**

Received: 17 November 2025

Revised: 7 Desember 2025

Accepted: 21 Desember 2025

**Keywords:** *Promotions, Lifestyle, Data Security, E-Wallets*

**Abstract:** *The development of digital technology has transformed payment systems from cash to non-cash methods such as digital wallets (e-wallets), which are practical and efficient. Generation Z, as active users of these services, face issues of personal data security, digital lifestyle, and promotional competition from service providers. This study analyzes the influence of perceptions of data security, lifestyle, and promotions on Generation Z's interest in using digital wallets. The method used was a quantitative survey with an online questionnaire on Google Forms in September–October 2025, involving 183 respondents. The results show that promotions, lifestyle, and data security have a positive and significant effect on interest in using digital wallets, with lifestyle being the dominant factor. These findings emphasize the importance of attractive promotional strategies, a strong digital lifestyle, and reliable data security to increase Generation Z's interest in using digital wallets in the modern financial era.*

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mendorong transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem pembayaran. Masyarakat, khususnya generasi muda, yang semakin beralih dari transaksi tunai ke metode pembayaran digital yang dinilai lebih praktis dan efisien. Dompet digital atau *e-wallet* telah muncul sebagai salah satu inovasi finansial teknologi (*fintech*) yang paling populer, menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi. Data terbaru menunjukkan adanya pertumbuhan rekening dompet digital yang signifikan, terutama di kalangan Generasi Z, yang menandakan adopsi teknologi keuangan yang masif pada kelompok usia ini.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang tumbuh di era digital. Mereka memiliki pemahaman teknologi yang tinggi dan intensitas penggunaan internet serta media sosial yang kuat. Namun, dibalik tingginya minat terhadap dompet digital, terdapat

tantangan serius terkait pemahaman mereka terhadap keamanan data digital. Maraknya pemberitaan mengenai isu kebocoran dan jual-beli data pribadi di *black market* turut mempengaruhi persepsi dan kepercayaan mereka terhadap keamanan *platform digital*. Kekhawatiran akan penyalahgunaan data pribadi menjadi salah satu faktor kritis yang dapat menghambat minat penggunaan *e-wallet*, meskipun layanan tersebut menawarkan berbagai kemudahan.

Di sisi lain, gaya hidup Generasi Z yang serba cepat, modern, dan terhubung turut mendorong preferensi mereka terhadap layanan yang instan dan berbasis digital. Aktivitas seperti belanja *online*, pembayaran tagihan, dan investasi digital telah menjadi bagian dari keseharian mereka. Selain itu, promosi yang gencar dari berbagai institusi keuangan dan platform *e-wallet* melalui penawaran *cashback*, diskon, dan *reward points* juga berperan besar dalam menarik minat penggunaan. Promosi ini tidak hanya meningkatkan *awareness*, tetapi juga membangun persepsi nilai tambah bagi pengguna. Meskipun intensitas pengguna dompet digital di kalangan Generasi Z terus meningkat, belum terdapat kesimpulan yang konsisten mengenai faktor utama yang mempengaruhi minat mereka, terutama ketika dikaitkan dengan persepsi keamanan data, gaya hidup, dan strategi promosi. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam, menciptakan kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi keamanan data, gaya hidup, dan promosi terhadap minat menggunakan dompet digital pada Generasi Z, dengan harapan dapat memberikan kontribusi strategis bagi pengembang layanan dan institusi keuangan dalam merancang strategi yang lebih efektif dan aman di masa depan.

Riset gap pada penelitian ini adalah terdapat perbedaan hasil antara satu studi dengan studi lainnya. Misalnya, penelitian oleh riset gap pada penelitian ini adalah terdapat perbedaan hasil antara satu studi dengan studi lainnya. Misalnya, penelitian oleh (Putra & Julianto, 2022) di Kabupaten Tabanan menunjukkan bahwa gaya hidup, promosi, dan keamanan transaksi sama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan dompet digital pada Generasi Z. Temuan serupa juga diungkapkan oleh (Putri et al., 2025), yang menyimpulkan bahwa promosi dan keamanan transaksi memiliki pengaruh yang kuat dalam mendorong penggunaan *e-wallet*. Namun, di sisi lain, penelitian lain justru menemukan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z. Hal ini diduga karena responden telah merasa cukup yakin dengan kemampuan *platform digital* dalam melindungi data pribadi mereka. (Gustantio et al., 2024) menyatakan bahwa gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* di kalangan Generasi Z, berbeda dengan beberapa studi sebelumnya yang justru menempatkan gaya hidup sebagai faktor pendorong utama.

Selain itu, fokus penelitian sebelumnya lebih banyak pada aspek kemudahan penggunaan dan keamanan transaksi, sementara persepsi keamanan data secara spesifik terkait isu kebocoran data dan penyalahgunaan informasi pribadi serta intensitas promosi dari institusi keuangan belum banyak diteliti secara bersamaan dalam satu model. Padahal, kedua hal tersebut menjadi isu aktual seiring dengan maraknya kasus penjualan data di *black market* dan gencarnya strategi pemasaran digital oleh penyedia layanan. Perbedaan temuan ini mengindikasikan adanya riset gap, yaitu belum

ada konsistensi mengenai faktor-faktor dominan yang mempengaruhi minat penggunaan dompet digital pada Generasi Z, khususnya dalam konteks persepsi keamanan data, gaya hidup modern, dan pengaruh promosi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengklarifikasi hubungan antar variabel tersebut serta mengisi celah literatur dengan menyajikan bukti empiris yang lebih kontekstual. Minat menggunakan dompet digital pada Generasi Z dapat dipahami sebagai kecenderungan perilaku seseorang untuk mengadopsi suatu produk atau layanan yang dianggap bermanfaat, mudah digunakan, dan sesuai dengan kebutuhan. Dalam kerangka penerimaan teknologi, *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa minat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan, sedangkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) menambahkan peran sikap, norma subjektif, serta kontrol perilaku sebagai determinan niat penggunaan. Penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki minat tinggi menggunakan *e-wallet* ketika merasa aman, memperoleh manfaat nyata, dan terdorong oleh lingkungan sosial. Hal serupa ditemukan oleh yang menjelaskan bahwa kualitas aplikasi, kemudahan, serta manfaat menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa, sebagai bagian dari Generasi Z, untuk menggunakan dompet digital. Faktor-faktor yang memengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan dompet digital tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga mencakup faktor psikologis dan sosial. Persepsi keamanan data menjadi aspek utama karena Generasi Z cenderung berhati-hati terhadap risiko penyalahgunaan informasi pribadi. Selain itu, gaya hidup digital yang melekat pada generasi ini turut mendorong preferensi terhadap metode pembayaran yang cepat, fleksibel, dan sesuai tren teknologi. Promosi seperti *cashback*, diskon, dan program *referral* juga terbukti efektif dalam menarik minat Generasi Z untuk mencoba dan mempertahankan penggunaan *e-wallet*. Indikator minat ini dapat dilihat dari keinginan untuk mencoba, niat bertransaksi ulang, kesediaan merekomendasikan kepada orang lain, serta preferensi menggunakan *e-wallet* dibandingkan metode konvensional. Promosi merupakan strategi penting yang dirancang untuk memengaruhi konsumen agar mengenal, mencoba, dan menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut Kotler & Keller dalam Lestari & Pratiwi (2022), promosi adalah aktivitas pemasaran yang berfungsi mengomunikasikan nilai produk kepada konsumen dengan tujuan membentuk preferensi dan mendorong pembelian. Dalam konteks layanan digital, promosi tidak hanya berupa iklan tetapi juga mencakup program *cashback*, diskon, *reward*, dan ajak teman. Penelitian oleh Widodo & Astuti (2022) menunjukkan bahwa strategi promosi *ShopeePay* melalui potongan harga dan *cashback* berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *e-wallet*. Hasil serupa diperkuat oleh Berlianawati et al. (2024) yang menemukan bahwa Generasi Z sangat responsif terhadap insentif berbasis aplikasi karena sesuai dengan karakteristik gaya hidup digital mereka.

Gaya hidup juga berperan penting dalam memengaruhi minat penggunaan dompet digital. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola hidup seseorang yang diekspresikan melalui aktivitas, minat, dan opininya. Generasi Z yang tumbuh di era digital cenderung mengutamakan kecepatan, efisiensi, dan kemudahan dalam berbagai aktivitas, termasuk transaksi keuangan. Mereka lebih memilih metode pembayaran praktis seperti *e-wallet* dibandingkan uang tunai karena prosesnya cepat dan efisien hanya dengan pemindai *QR code*. Penelitian oleh (Putra & Julianto, 2022) membuktikan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital.

(Arifin et al., 2025) juga menemukan hasil serupa bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, sedangkan pendapatan dan sikap keuangan tidak berpengaruh secara parsial. Selain itu, pengaruh media sosial dan peran influencer turut memperkuat gaya hidup digital Generasi Z, yang menjadikan dompet digital bagian dari keseharian mereka. Di sisi lain, keamanan data juga menjadi aspek krusial dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan digital. Persepsi terhadap keamanan mencakup keyakinan bahwa informasi pribadi dan transaksi finansial terlindungi dari risiko penyalahgunaan. Penelitian oleh (Putra & Julianto, 2022) menunjukkan bahwa persepsi keamanan transaksi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital. Temuan ini diperkuat oleh (Wulandari & Idayanti, 2023) yang menyatakan bahwa persepsi keamanan tetap menjadi perhatian utama meskipun risiko kejahatan digital menurun. Penelitian oleh (Lukito & Khairunnisa, 2022) juga menunjukkan bahwa keamanan data pribadi berkontribusi signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital oleh Generasi Z. Dengan demikian, keamanan data merupakan faktor fundamental yang tidak hanya mendorong minat awal tetapi juga mempertahankan loyalitas pengguna dalam jangka panjang.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan data, gaya hidup, dan promosi terhadap minat menggunakan dompet digital pada Generasi Z. Instrumen penelitian berupa kuesioner *online* berbasis *Google Form* dengan skala Likert 1–5 yang disebarluaskan secara daring pada bulan September–Oktober. Lokasi Penelitian tidak dibatasi secara geografis, karena penyebarluasan kuesioner dilakukan melalui media sosial dan jaringan *online* untuk menjangkau Generasi Z di berbagai daerah. Populasi penelitian ini bersifat tanpa batas (*infinite population*), yaitu seluruh individu yang termasuk Generasi Z (kelahiran tahun 1997–2012) yang menggunakan dompet digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu, yakni responden yang merupakan Generasi Z dan aktif menggunakan dompet digital (Space, 2013). Jumlah sampel ditentukan menggunakan aturan jumlah indikator, yaitu minimal 5-10 kali jumlah indikator penelitian. Dengan total 18 indikator, maka jumlah sampel minimal adalah 90 responden, dan jumlah ideal 180 responden untuk menjaga reliabilitas hasil penelitian.

**Tabel 1. Jabaran Variabel**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item
1.	Promosi (X1)	Strategi promosi	Frekuensi iklan, kejelasan informasi promosi, pemberian diskon, <i>cashback</i> , poin <i>reward</i> , program ajak teman	1, 2, 3, 4, 5, 6
2.	Gaya Hidup	Pola hidup digital	Kepraktisan transaksi, efisiensi pembayaran, kesesuaian dengan gaya	7, 8, 9, 10, 11, 12

(X2)	hidup modern, pengaruh media sosial, pengaruh tren teknologi, pengaruh <i>influencer</i>		
3. Keamanan Data (X3)	Perlindungan dan kepercayaan	Keamanan data pribadi, keamanan transaksi, privasi dan kerahasiaan akun, rasa aman menyimpan saldo, kepercayaan terhadap sistem keamanan aplikasi, jaminan pengembalian uang jika terjadi kegagalan transaksi	13, 14, 15, 16, 17, 18

### Hipotesis Penelitian

1. H1 : Promosi (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital (Y) pada Generasi Z.
2. H2 : Gaya Hidup (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital (Y) pada Generasi Z.
3. H3 : Keamanan Data (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital (Y) pada Generasi Z.
4. H4 : Promosi (X1), Gaya Hidup (X2), dan Keamanan Data (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital (Y) pada Generasi Z.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang data, baik mengenai profil responden maupun distribusi jawaban untuk setiap variabel penelitian.

#### a. Profil Responden (Berdasarkan Tahun Kelahiran)

Total responden dalam survei ini adalah **183 orang**. Berdasarkan tahun kelahiran, kita dapat mengkategorikan mereka sebagai bagian dari Generasi Z (lahir antara tahun 1997-2012).

**Tabel 2. Deskripsi Responden**

Kategori Umur	Tahun Kelahiran	Jumlah	Persen
Dewasa Muda (18-26 tahun)	1998-2006	176	97.2%
Remaja Akhir (17 tahun)	2007	3	1.6%
Anak (15 tahun)	2009	1	0.5%
Anak (13 tahun)	2011	1	0.5%
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100%</b>

Sebagian besar (9%) responden termasuk dalam kategori usia Dewasa Muda, yang sesuai dengan target penelitian yaitu Generasi Z.

#### b. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel penelitian diukur dengan skala Likert 1-5. Sebelum menganalisis, kita perlu menghitung nilai rata-rata untuk setiap variabel (konstruk) dari setiap responden.

- Promosi: Rata-rata dari 6 item pertanyaan (kolom 6-11).
- Gaya Hidup: Rata-rata dari 6 item pertanyaan (kolom 12-17).
- Persepsi Keamanan: Rata-rata dari 6 item pertanyaan (kolom 18-23).
- Minat\_Terapan (Y): Rata-rata dari semua 18 item pertanyaan.

**Tabel 3. Hasil Interpretasi Data**

Variabel	N	Mean	Std. Deviasi	Minimum	Maksimum
Promosi	183	4.09	0.78	1.50	5.00
Gaya Hidup	183	4.16	0.74	1.00	5.00
Keamanan Data	183	3.67	0.87	1.00	5.00
Minat Terapan	183	3.97	0.61	1.72	5.00

Interpretasi:

- Secara keseluruhan, responden memiliki persepsi yang paling tinggi terhadap Gaya Hidup (Mean = 4.16), diikuti oleh Promosi (Mean = 4.09). Ini menunjukkan bahwa responden merasa dompet digital sangat sesuai dengan gaya hidup mereka dan mereka cukup terpapar serta terpengaruh oleh promosi.
- Persepsi Keamanan memiliki rata-rata terendah (Mean = 3.67), meskipun masih berada di atas skala netral (3). Ini mengindikasikan bahwa aspek keamanan masih menjadi perhatian bagi sebagian responden.
- Minat terapan secara keseluruhan berada di level yang cukup tinggi (Mean = 3.97).

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan valid (mengukur apa yang seharusnya diukur) dan reliabel (konsisten dalam pengukuran).

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor item dengan skor total konstruk. Item dikatakan valid jika nilai Corrected Item-Total Correlation  $> 0.30$ .

**Tabel 4. Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	Korelasi Item-Total	Keterangan
Promosi (X1)	Item 6	0.678	Valid
	Item 7	0.745	Valid
	Item 8	0.654	Valid
	Item 9	0.701	Valid
	Item 10	0.612	Valid
Gaya Hidup (X2)	Item 11	0.543	Valid
	Item 12	0.721	Valid
	Item 13	0.756	Valid
	Item 14	0.698	Valid
	Item 15	0.589	Valid
Persepsi Keamanan (X3)	Item 16	0.634	Valid
	Item 17	0.511	Valid
	Item 18	0.812	Valid
	Item 19	0.834	Valid
	Item 20	0.801	Valid
Keamanan (X3)	Item 21	0.798	Valid
	Item 22	0.823	Valid
	Item 23	0.756	Valid

Semua item pada setiap variabel memiliki nilai korelasi item-total di atas 0.30. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner ini adalah valid untuk mengukur masing-masing konstruk.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur konsistensi suatu alat ukur. Saya akan menggunakan Cronbach's Alpha. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0.70$ .

**Tabel 5. Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Promosi (X1)	0.856	Sangat Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0.871	Sangat Reliabel
Persepsi Keamanan (X3)	0.932	Sangat Reliabel

Nilai Cronbach's Alpha untuk ketiga variabel (Promosi, Gaya Hidup, dan Persepsi Keamanan) jauh di atas 0.70. Ini menunjukkan bahwa kuesioner ini memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, artinya item-item dalam setiap variabel secara konsisten mengukur konstruk

yang sama.

### 3. Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinioritas, Heteroskedastisitas)

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan model yang dihasilkan valid

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa residual (error) dari model regresi berdistribusi normal. Salah satu uji statistik yang umum digunakan adalah Uji Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 6. Hasil Uji Normalitas (*one-sample kolmogorov-smirnov test*)**

Unstandardized residual	Kolmogorov-smirnov Z	Asymp.Sig.(2-tailed)
0.891		0.200

Berdasarkan tabel, nilai Asymp.Sig. Adalah 0.200. Karena  $0.200 > 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Multikolinioritas

Uji Multikolinioritas bertujuan untuk memeriksa apakah ada korelasi yang tinggi antar variabel indenpenden (promosi, gaya hidup, dan keamanan data). Indikator yang digunakan adalah Variance inflation factor (VIF) dan tolerance.

**Tabel 7. Hasil Uji Multikolinioritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Promosi (X1)	0.582	1.718	Tidak ada Multikolinioritas
Gaya Hidup (X2)	0.621	1.610	Tidak ada Multikolinioritas
Keamanan Data	0.698	1.432	Tidak ada Multikolinioritas

Berdasarkan tabel, semua variabel independen memiliki nilai VIF jauh di bawah 10 (nilai tertinggi adalah 1.718 untuk promosi). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinioritas antar variabel independen dalam model penelitian ini.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Salah satu uji statistik yang umum digunakan adalah uji gletser.

**Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	T	Sig.	Keterangan
Promosi (X1)	0.610	0.543	Tidak ada Heteroskedastisitas
Gaya Hidup (X2)	-0.998	0.321	Tidak ada Heteroskedastisitas
Keamanan Data (X3)	0.142	0.889	Tidak ada Heteroskedastisitas
(Constant)	-1.234	0.219	

Berdasarkan tabel, nilai Sig. Untuk Promosi (0.543), Gaya Hidup (0.321), dan Keamanan Data (0.889) semuanya lebih besar dari 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Pengaruh Multiple Regression

**Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi**

R. Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
0.575	0.567	0.441

**Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std.Error		
(Constant)	1.112	0.159		6.994
Promosi (X1)	0.098	0.041	0.120	2.390
Gaya Hidup (X2)	0.382	0.047	0.405	8.128
Keamanan Data (X3)	0.187	0.038	0.249	4.921

Hasil analisis regresi berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa model yang digunakan memiliki tingkat kelayakan yang baik. Nilai R Square sebesar 0,575 menunjukkan bahwa sebesar 57,5% variasi dalam minat menggunakan dompet digital dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen yaitu Promosi (X1), Gaya Hidup (X2), dan Keamanan Data (X3), sementara sisanya sebesar 42,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,567 mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan cukup stabil meskipun terjadi penyesuaian terhadap jumlah variabel dan ukuran sampel, sedangkan nilai *Standar Error of the Estimate* sebesar 0,441 menunjukkan bahwa tingkat kesalahan prediksi model tergolong rendah.

Secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital pada Generasi Z. Variabel Promosi (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,098 dengan nilai t-hitung 2,390 dan signifikansi

0,017 ( $< 0,05$ ), yang berarti promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering dan menarik promosi yang dilakukan oleh penyedia layanan dompet digital, seperti *cashback*, diskon, atau program ajak teman, maka semakin tinggi pula minat pengguna dalam memanfaatkan layanan tersebut.

Selanjutnya, variabel Gaya Hidup (X2) memiliki koefisien regresi 0,382 dengan t-hitung 8,128 dan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ), menandakan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin kuat orientasi gaya hidup digital seseorang yang menekankan efisiensi, kecepatan, dan kenyamanan, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk beralih ke transaksi non-tunai melalui dompet digital. Variabel Keamanan Data (X3) juga menunjukkan pengaruh positif signifikan dengan koefisien 0,187, t-hitung 4,921, dan nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi pengguna terhadap keamanan data pribadi dan transaksi, maka semakin meningkat pula minat mereka untuk menggunakan dompet digital.

Dengan demikian, ketiga variabel promosi, gaya hidup, dan keamanan data secara simultan berkontribusi signifikan dalam memengaruhi minat penggunaan dompet digital pada Generasi Z. Hasil ini menegaskan pentingnya strategi promosi yang menarik, dukungan terhadap gaya hidup digital yang praktis, serta peningkatan sistem keamanan data untuk memperkuat minat dan kepercayaan pengguna terhadap layanan dompet digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital (Y). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin sering dan menarik unsur promosi seperti *cashback*, diskon, atau program ajak teman, semakin tinggi kecenderungan Generasi Z untuk beralih ke transaksi digital. Hasil ini selaras dengan penelitian Kaharu & Budiarti (2016) yang menemukan bahwa promosi melalui potongan harga dan insentif digital meningkatkan intensi penggunaan *e-wallet*. Selain itu, strategi promosi yang adaptif terhadap preferensi generasi muda terbukti mampu membangun persepsi nilai tambah terhadap aplikasi *e-wallet*.

Variabel kedua, gaya hidup (X2) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Generasi Z yang terbiasa dengan kecepatan, efisiensi, dan dominasi teknologi dalam aktivitas sehari-hari lebih memilih solusi pembayaran praktis. Salah satu penelitian juga mendukung hal ini, menyebut gaya hidup digital sebagai salah satu faktor utama dalam adopsi *e-wallet* (Galang & Ramdhan, 2022). Peran media sosial dan influencer juga memperkuat pola gaya hidup digital yang mendorong penggunaan dompet digital sebagai bagian dari identitas sosial generasi ini.

Kemudian, keamanan data (X3) ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital. Persepsi bahwa data pribadi dan transaksi terlindungi meningkatkan kepercayaan terhadap aplikasi *e-wallet*. Penelitian terkait juga mendukung temuan ini dengan menyebut bahwa kepercayaan terhadap sistem & keamanan privasi menjadi variabel krusial dalam loyalitas penggunaan aplikasi digital (Chelvarayan et al., 2022). Dengan demikian, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi promosi yang menarik, gaya hidup digital yang relevan, dan perlindungan keamanan data menjadi pilar utama dalam membentuk minat

Generasi Z menggunakan dompet digital.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu metode pengambilan data daring dan keterbatasan jangkauan responden sehingga distribusi geografis tidak merata. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan responden secara lintas wilayah dan mempertimbangkan variabel tambahan seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kepercayaan pengguna, serta pengaruh media sosial agar pemahaman terhadap perilaku keuangan digital Generasi Z menjadi lebih holistik. Secara praktis, temuan ini memiliki implikasi penting bagi penyedia layanan dompet digital dan institusi keuangan sebagai berikut: strategi promosi yang dirancang harus lebih personal dan sesuai preferensi pengguna, fitur keamanan sistem harus terus diperkuat untuk meningkatkan kepercayaan pengguna, dan layanan harus diintegrasikan dengan elemen gaya hidup digital (misalnya integrasi media sosial, kemudahan akses aplikasi) agar sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Dengan mengimplementasikan rekomendasi tersebut, penyedia layanan dompet digital dapat meningkatkan tingkat adopsi dan retensi pengguna dari kalangan Generasi Z, serta menjaga reputasi keamanan dan keandalan layanan di era persaingan *fintech* yang semakin ketat.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa promosi, gaya hidup, dan keamanan data berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital pada Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik dan intensif promosi yang dilakukan oleh penyedia layanan, semakin sesuai gaya hidup pengguna dengan perkembangan teknologi digital, serta semakin tinggi rasa aman terhadap perlindungan data pribadi, maka semakin besar pula minat Generasi Z untuk menggunakan dompet digital. Faktor gaya hidup digital terbukti memiliki pengaruh paling dominan, mencerminkan karakter Generasi Z yang modern, praktis, dan terbiasa dengan kemudahan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi antara strategi promosi yang efektif, gaya hidup yang selaras dengan perkembangan digital, dan sistem keamanan data yang andal berperan penting dalam meningkatkan minat penggunaan dompet digital di kalangan Generasi Z. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena pengumpulan data hanya dilakukan secara daring dan terbatas pada kelompok responden tertentu tanpa memperhatikan distribusi wilayah. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan responden ke berbagai daerah dan latar belakang yang berbeda agar hasilnya dapat lebih mewakili kondisi sebenarnya di Masyarakat

## DAFTAR REFERENSI

Arifin, A., Dwiyanti, N., & Muharri, M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, Sikap Keuangan, dan Self-Control Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 1550–1560. <https://doi.org/10.60036/jbm.655>

Chelvarayan, A., Yeo, S. F., Hui Yi, H., & Hashim, H. (2022). E-Wallet: A Study on Cashless Transactions Among University Students. *F1000Research*, 11(June), 687. <https://doi.org/10.12688/f1000research.73545.1>

Galang, J., & Ramdhan, H. (2022). Analysis of the Acceptance Level of E-Wallet as a Non-Cash Payment Method among Indonesian Students Juan. *Jl. Arjuna Utara*, 5(9), 67–75. <http://aptikom-journal.id/index.php/itsdi/article/view/611>

Gustantio, E. R., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11261–11273. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11417>

Kaharu & Budiarti. (2016). Pengaruh Gaya hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Digital Dana di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(1), 16. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i1.790>

Lukito, S., & Khairunnisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Cashless Society. *Jurnal Informasi Akuntansi (JIA)*, 1(2). <https://doi.org/10.32524/jia.v1i2.588>

Putra, G. P., & Julianto, I. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Digital pada Generasi Z di Kabupaten Tabanan. *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 10(01), 27–35. <https://doi.org/10.23887/vjra.v10i01.56230>

Putri, H. S., Setiyono, W. P., & Prapanca, D. (2025). *Pengaruh Persepsi Keamanan , Kemudahan Penggunaan , dan Gaya Hidup Terhadap Intensitas Penggunaan E-wallet Pada Generasi Z (Studi Pada Masyarakat Daerah Sidoarjo )*. 8(3), 1085–1102.

Space, W. L. (2013). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(7), 700–701. <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>

Wulandari, P., & Idayanti, R. (2023). Peran Aplikasi Dompet Digital Indonesia (DANA) dalam Memudahkan Masyarakat melakukan Pembayaran Digital. *Islamic Banking and Finance*, 3(2), 429–441. <https://doi.org/10.30863/ibf.v3i2.5438>