

PENGARUH *LIFESTYLE* HEDONISME, KEMAMPUAN FINANSIAL DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP PENGGUNAAN TRANSAKSI *CASHLESS* PADA GENERASI MILENIAL DI SURAKARTA

Guntur Firmansyah¹, Ari Susanti^{2*}

^{1,2}STIE Surakarta, Sukoharjo, Indonesia

Email Korespondensi: santisties@gmail.com

ABSTRAK

Sistem pembayaran cashless adalah transaksi dengan menggunakan pembayaran digital yang kini semakin banyak digunakan oleh masyarakat. Cashless menjadi salah satu metode transaksi yang mudah digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lifestyle hedonisme, kemampuan finansial dan perilaku konsumtif terhadap penggunaan transaksi cashless. Metode penelitian yang digunakan riset ini yaitu metode kuantitatif. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 individu. Teknik analisis data yang digunakan yakni teknik analisis regresi berganda dengan menggunakan aplikasi spss versi 24. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel lifestyle hedonisme, kemampuan finansial dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap penggunaan transaksi cashless pada generasi milenial di Surakarta.

Kata Kunci: *Cashless*, Hedonism, *Lifestyle*, Kemampuan Finansial, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

The cashless payment system is a transaction using digital payments which is now increasingly being used by the public. Cashless is a transaction method that is easy to use. This study aims to determine the effect of hedonism lifestyle, financial capability and consumptive behavior on the use of cashless transactions. The research method used in this research is quantitative method. The number of respondents in this study were 100 individuals. The data analysis technique used is the multiple regression analysis technique using the SPSS version 24 application. The results of this study are the hedonism lifestyle, financial ability and consumptive behavior variables that have a significant effect on the use of cashless transactions in the millennial generation in Surakarta.

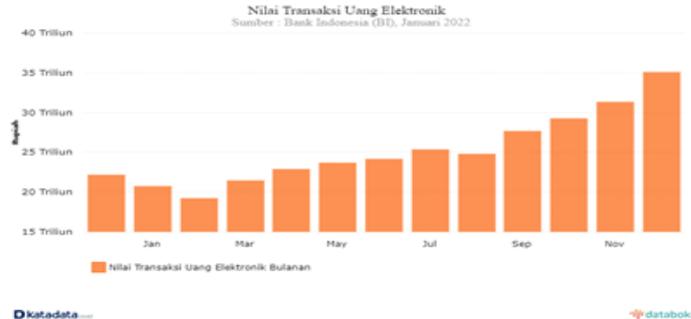
Keywords: *Cashless, Consumptive Behavior, Hedonism, Financial Capability*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini membawa pengaruh pada perubahan perilaku dan kebiasaan masyarakat. Dahulu, masyarakat melakukan transaksi dengan menggunakan uang tunai dan kini muncul metode pembayaran menggunakan aplikasi dompet digital. Penggunaan metode pembayaran dengan beberapa aplikasi tersebut dinamakan transaksi *cashless* atau pembayaran non-tunai. Teknologi *e-money* kini memudahkan masyarakat dalam bertransaksi, karena fleksibilitas dan kemudahan yang ditawarkan. Pengaruh dari globalisasi berimbas kepada pemenuhan kebutuhan gaya hidup generasi sekarang. Menurut Adler bahwa gaya hidup merupakan cara unik dari setiap orang dalam berjuang mencapai tujuan khusus yang telah ditentukan orang itu dalam kehidupan tertentu dimana seorang individu berada (Trimartati, 2014).

Generasi milenial atau dikenal generasi Y merupakan generasi yang tumbuh pada zaman kemajuan teknologi informasi. Adanya pandemi Covid-19 terdapat hal positif yang mengiringinya yaitu pengguna dompet digital yang meningkat. Peningkatan

penggunaan dompet digital dikaitkan dengan belanja daring di *e-commerce*. Sehingga masyarakat kini menjadi akrab dengan *e-wallet* atau dompet digital (Ali & Lilik, 2017). Dompet digital memperkenalkan masyarakat metode pembayaran non tunai yang praktis, aman serta menguntungkan (Kurniawan, 2022).



Gambar 1. Data nilai transaksi uang elektronik periode 2020-2021

Sumber: Bank Indonesia, 2022

Bank Indonesia mencatat nilai transaksi uang elektronik pada Desember 2021 mencapai Rp 35,10 triliun. Tercatat, pada bulan tersebut mengalami peningkatan sebesar 58,60% jika dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pada Desember 2020, nilai transaksi dengan uang elektronik mencapai Rp 22,13 triliun. Tak hanya itu, angka tersebut juga naik 12,17% dibandingkan November 2021 yang mencapai Rp 31,29 triliun. Adapun, volume transaksi dengan uang elektronik di Indonesia tercatat sebesar 602,29 juta kali pada Desember 2021. Jumlah itu meningkat 13,63% dibandingkan November 2021 yang mencapai 530,02 juta transaksi. Angka volume transaksi tersebut meningkat 37,49% jika dibandingkan pada Desember 2020. Bank Indonesia mengatakan peningkatan transaksi uang elektronik di Indonesia terjadi seiring dengan meningkatnya akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring. Selain itu, peningkatan transaksi juga didorong oleh perluasan dan kemudahan sistem pembayaran digital serta akselerasi digital banking (Annur, 2022).

Kebutuhan konsumen sangat bervariasi, berpengaruh terhadap perubahan pola gaya hidup atau *lifestyle*. Seiring dengan perubahan gaya hidup, konsumen selalu berusaha memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen berkaitan dengan perilaku belanja. Perilaku belanja akan muncul akibat perencanaan atau tanpa perencanaan sebelumnya. Penelitian Dhurup (2014) menyatakan bahwa gaya hidup hedonis mempengaruhi *impulse buying*.

Penelitian yang dilakukan Marlina *et al.*, (2021) menyatakan perilaku *cashless* dan *cardless transaction* telah berjalan, ini merupakan perilaku bisnis yang memberi nilai tambah ekonomi dan menjadi alternatif solusi permasalahan perekonomian di Indonesia. Penelitian Kamil, (2020) Menunjukkan terdapat pengaruh positif kemampuan finansial terhadap perilaku sistem penggunaan *cashless*. Hal ini dapat diasumsikan dengan semakin besar kemampuan finansial seseorang maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk menyimpannya dalam tabungan dan jika seseorang memiliki kemampuan finansial yang cukup tinggi akan semakin memudahkan pengisian uang elektronik, sehingga akses ke uang elektronik (*Cashless Payment*) tersebut tidak terhambat. Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih dalam untuk menganalisis pengaruh *lifestyle* hedonisme, kemampuan finansial dan perilaku konsumtif terhadap penggunaan *cashless* pada generasi milenial di Surakarta.

Lifestlye hedonisme (X1)

Hedonisme adalah ajaran atau pandangan bahwa kesenangan atau kenikmatan merupakan tujuan hidup dan tindakan manusia. Penelitian yang dilakukan oleh Kotler,(2006) menyatakan gaya hidup diartikan sebagai pola hidup yang diekspresikan melalui aktivitas, minat dan opini seseorang. Pada penelitian Nirmala,(2020) Gaya hidup dipilih dengan menyesuaikan lingkungan sosial sekitar individu tersebut tinggal. Gaya hidup dapat berubah sesuai keinginan atau minat dari dalam diri sendiri (Cahyaningtyas & Witono, 2022). Menurut Koca, (2013) gaya hidup hedonis mencerminkan perilaku pembelian *fashion*. Penelitian (Dhurup, 2014) menyebutkan gaya hidup hedonis dan *fashion involvement* mempengaruhi *impulse buying*. Pada penelitian (Rohmanto & Susanti, 2021) Dalam variabel Lifestyle Hedonis peneliti menggunakan indikator *activities* (kegiatan), *interest* (minat), *opinion* (pendapatan). Indikator pada variabel ini adalah:

- a. Aktivitas
- b. Minat
- c. Opini

Kemampuan Finansial (X2)

Kemampuan finansial adalah kemampuan seseorang dalam memecahkan masalah atau mengelola keuangannya (Firdauzi, 2016). Menurut Hailwood (2007:37) dalam penelitain Kamil, (2020) *financial literacy* akan mempengaruhi bagaimana orang menabung, meminjam, berinvestasi dan mengelola keuangan lebih jauh, kecakapan finansial disini juga lebih menekankan pada kemampuan untuk memahami konsep dasar dari ilmu ekonomi dan keuangan, hingga bagaimana menerapkannya secara tepat. Kemampuan finansial adalah kemampuan seseorang dalam memecahkan masalah atau mengelola keuangannya, baik yang didapat dari gaji maupun uang saku yang berarti menunjuk pada situasi ekonomi dimana keadaan tersebut akan mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian suatu produk tertentu (Kamil, 2020). Indikator variable kemampuan finansial menurut (Hana, 2020) ini adalah :

- a. Kemampuan Keuangan
- b. Mengelola Keuangan

Perilaku Konsumtif (X3)

Perilaku konsumtif adalah pembelian yang didasarkan keinginan tanpa memperhatikan kegunaan dan manfaat yang membuat seseorang menjadi konsumtif. Sistem pembayaran *cashless* ini memiliki pengaruh berupa dampak positif antara lain efisiensi waktu & biaya, mencegah beredarnya uang palsu serta mengikuti perkembangan era digital. Sedangkan, dampak negatifnya adalah memicu penggunaannya untuk konsumtif dan keamanan data identitas pribadi pengguna yang belum terjamin (Auliya *et al.*, 2022). Perilaku konsumtif dapat dimaksudkan sebagai pola tingkah laku seseorang dalam membeli dan menggunakan barang yang tidak berdasar dengan pertimbangan yang terbilang rasional dan cenderung untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas, dimana individu akan lebih mementingkan faktor keinginan dibanding dengan kebutuhan. Hal tersebut ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah dan berlebihan (Atmaja & Susanti, 2022). Pola perilaku konsumtif didasarkan pada kecenderungan atas kesenangan pribadi dan hasrat kebendaan, dimana pembelian produk lebih mementingkan faktor keinginan dibandingkan dengan kebutuhan (Kurniawan, 2017). Indikator variabel ini adalah :

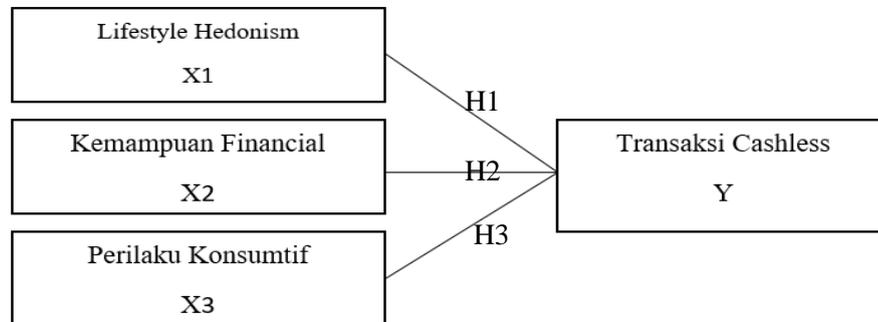
- a. Pembelian Impulsif (Pembelian Spontan)

b. Pembelian tidak rasional (Pembelian bukan kebutuhan)

Transaksi *Cashless* (Y)

Cashless digunakan untuk menjelaskan transaksi finansial yang tidak menggunakan uang tunai lagi. Dalam penyebarluasan penggunaan sistem *cashless*, maka dicetuskanlah konsep *cashless society*. *Cashless society* adalah dimana masyarakat tidak perlu lagi bertransaksi menggunakan uang tunai. *Cashless payment* adalah transaksi keuangan yang dilakukan tanpa melibatkan uang kartal seperti giro dan cek, tetapi menggunakan sarana elektronik seperti transaksi melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kartu debit, kartu kredit, serta transaksi yang menggunakan teknologi tinggi seperti *e-banking*, *e-commerce*, atau *e-payment* (Basle, 1996). Indikator variabel ini adalah :

- a. Kemudahan
- b. Keamanan
- c. Manfaat



Gambar 2. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Lifestyle hedonisme berpaengaruh terhadap transaksi *cashless*

Gaya hidup biasanya dipilih dengan menyesuaikan lingkungan sosial sekitar dimana individu tersebut tinggal, gaya hidup dapat berubah sesuai dengan keinginan atau minat dari dalam diri sendiri (Ramadanti *et al.*, 2021). *Lifestyle* hedonisme berpengaruh terhadap *financial* management behavior para generasi milenial di Surabaya (Cahyaningtyas & Witono, 2022). Gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap *cashless transaction* behavior karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora (Eka Muttasari & Lukiasuti, 2020). Penelitian Nirmala *et al.*, (2020) menunjukkan gaya hidup berpengaruh positif terhadap penggunaan alat pembayaran non tunai. Semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki responden, semakin tinggi pula perilaku dalam *cashless society*.

H1 : *Lifestyle* hedonisme memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi *cashless*

Kemampuan *Financial* berpengaruh terhadap transaksi *cashless*

Terdapat pengaruh positif kemampuan *financial* terhadap perilaku sistem penggunaan *fintech*. Hal ini dapat diasumsikan karena semakin besar kemampuan *financial* seseorang maka akan semakin besar kemungkinan seseorang tersebut untuk menyimpannya dalam tabungan dan jika seseorang memiliki kemampuan *financial* yang cukup tinggi akan semakin memudahkan dalam pengisian uang elektronik (*Cashless*

Payment), sehingga akses ke uang elektronik (*Cashless Payment*) tersebut tidak terhambat (Kamil, 2020). Dari keseluruhan variabel kemampuan *financial* diperoleh mean dalam kategori cukup yang artinya kemampuan *financial* cukup mempengaruhi pengguna terhadap penggunaan *cashless transaction*. Artinya semakin besar kemampuan finansial yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi pula keinginan menggunakan *cashless transaction* (Hana, 2020).

H2 : Kemampuan finansial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi *cashless*

Perilaku Konsumtif berpengaruh terhadap transaksi *cashless*

Perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran di Kota Medan (Situmorang, 2021). Menurut Ramadani, (2016) perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satunya yaitu perkembangan teknologi, yang mana Kemudahan (X1) Gaya Hidup (X2) Perilaku Konsumtif (X3) Keputusan penggunaan *E-wallet* (Y) perkembangan teknologi ini memicu arus transaksi non tunai. Menurut Ulayya dan Mujiasih, (2020) menyebutkan semakin mudahnya transaksi jual beli dengan *E-wallet* saat ini membuat masyarakat rentan dengan perilaku konsumtif, khususnya pada remaja, yang mana mereka harus mengontrol diri dari budaya konsumtif yang semakin berkembang.

H3 : Perilaku Konsumtif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi *cashless*

METODE PENELITIAN

1. Obyek Penelitian

Variabel-variabel yang menjadi obyek pada penelitian ini adalah: *Lifestyle* hedonisme, Kemampuan finansial, Perilaku konsumtif terhadap penggunaan transaksi *cashless* pada generasi milenial di Surakarta.

2. Metode pengumpulan data

Penelitian ini dilaksanakan di Surakarta terhadap generasi milenial yang menggunakan transaksi *cashless*, data primer yang diperoleh secara langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan sesuai dengan kriteria sample. Penilaian kuesioner ini menggunakan skala *Likert* dengan skala 1-5.

3. Populasi dan sampel

Populasi penelitian ini adalah generasi millennial pengguna *cashless* di Surakarta. Pengambilan sample menggunakan teknik *purposive sampling* dengan tujuan mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria yaitu: (1) Berdomisili di Surakarta. (2) Generasi millennial (Yang lahir pada rentang tahun 1981-2000 atau berusia 23-42 tahun). (3) Memiliki aplikasi dompet digital/kartu debit. (4) Pernah melakukan transaksi *cashless*.

Jumlah sampel ditentukan dengan menghitung jumlah indikator dikali dengan angka 5-10. (Augusty, 2014) Pada penelitian ini indikatornya berjumlah 10. Sampel pada penelitian ini dihitung $10 \times 10 = 100$. Maka, jumlah sampel penelitian ini adalah 100 responden.

4. Analisis data

Uji instrumen data

1. Uji validitas

Analisis yang digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Gozali, 2011). Uji validitas dilakukan dengan analisis *Pearson Correlations* dengan signifikansi 0,05. Apabila $p\text{-value} < 0,05$ maka, pengukuran item kuesioner tersebut valid dan sebaliknya jika $p\text{-value} \geq 0,05$ maka, pengukuran item kuesioner tersebut tidak valid.

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk memberikan hasil dalam mengukur hal dan subyek. Uji reliabilitas penelitian ini diukur dengan uji Cronbach's Alpha $> 0,60$ sebaliknya apabila Cronbach's Alpha $\leq 0,60$ maka tidak reliabel (Gozali, 2011).

Uji Asumsi klasik

1. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dengan program SPSS. Kriteria keputusan apabila $p\text{-value} \geq 0,05$. Maka sebaran data terdistribusi normal. Sebaliknya jika $p\text{-value} < 0,05$ maka sebaran data dikatakan tidak mendekati distribusi normal atau tidak normal (Gozali, 2011). Dalam penelitian ini, menggunakan *exact test Monte Carlo* dengan tingkat *confidence level* sebesar 95%. Menurut (Ghozali, 2018) dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas menggunakan *exact test Monte Carlo* adalah sebagai berikut:

- a) Apabila probabilitas signifikansi lebih besar daripada 0,05 maka data yang sedang diuji terdistribusi secara normal.
- b) Apabila probabilitas signifikansi lebih kecil sama dengan 0,05 maka data yang sedang diuji tidak terdistribusi secara normal.

2. Uji multikolinieritas

Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ada korelasi antar variabel bebas. Sebagai prasyarat model regresi harus mempunyai nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya apabila nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF $> 10,00$ maka terjadi multikolinieritas. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dengan menganalisis matrik korelasi antar variabel independen melalui perhitungan nilai Tolerance dan VIF menggunakan program SPSS (Gozali, 2011).

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Gozali, 2011). Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser* yaitu dengan cara meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen. Kriteria keputusan apabila $p\text{-value} \geq 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas sebaliknya apabila $p\text{-value} < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Uji Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu variabel independen sebagai prediktor. Analisis regresi linier berganda dilakukan jika

jumlah variabel independen minimal dua.

Uji Hipotesis

Uji kausalitas (uji t) digunakan untuk membuktikan signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Pengujian uji t menggunakan program SPSS dengan kriteria p-value $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sebaliknya apabila p-value $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat yang dinyatakan dalam presentase.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Penelitian

Tabel 1. Deskripsi Responden

Kriteria	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	35	35
	Perempuan	65	65
	Total	100	100
Usia	< 20	0	0
	21-25	47	47
	26 – 30	16	16
	31 – 35	18	18
	> 36	19	19
	Total	100	100
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	36	36
	Pegawai Swasta	39	39
	Wirausaha	12	12
	PNS/TNI/Polri	13	13
	Total	100	100
Pendapatan	> 2 Jt	29	29
	2 Jt - 5 Jt	41	41
	> 5 Jt	30	30
	Total	100	100

Sumber : Data primer diolah, 2023

Uji Instrumen Data

1. Uji validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Lifestyle hedonisme (X1)	X1.1	0,872	0,1946	Valid
	X1.2	0,887	0,1946	Valid
	X1.3	0,817	0,1946	Valid
Kemampuan financial (X2)	X2.1	0,889	0,1946	Valid
	X2.2	0,888	0,1946	Valid

Perilaku konsumtif (X3)	X3.1	0,927	0,1946	Valid
	X3.2	0,934	0,1946	Valid
Transaksi Cashless (Y)	Y1	0,867	0,1946	Valid
	Y2	0,844	0,1946	Valid
	Y3	0,868	0,1946	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2023

Pada tabel 2. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, sehingga data yang digunakan pada penelitian ini dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan reliabel apabila koefisien *cronbach's alpha* $> 0,60$.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Nilai kritis	Keterangan
<i>Lifestyle</i> hedonisme (X1)	0,819	0,60	Reliabel
Kemampuan financial (X2)	0,734	0,60	Reliabel
Perilaku konsumtif (X3)	0,845	0,60	Reliabel
Transaksi cashless (Y)	0,823	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 3. Hasil uji reliabilitas Diketahui nilai *cronbach's alpha* masing-masing variabel lebih besar daripada nilai kritis, sehingga data pada penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

<i>Monte Carlo (2-tailed)</i>	Sig	Keterangan
0,293	0,05	Terdistribusi normal

Sumber : Data primer diolah,2023

Uji normalitas dengan metode *kolmogorov-smirnov test* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan persamaan monte carlo dan hasilnya menunjukkan nilai signifikansi $0,293 > 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa penelitian ini terdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Colinearity statistic	
	Tolerance	VIF
<i>Lifestyle</i> hedonisme	0,103	9,704
Kemampuan <i>financial</i>	0,633	1,581

Perilaku konsumtif	0,107	9,326
--------------------	-------	-------

Sumber : Data primer diolah, 2023

Pada tabel 5. Hasil menunjukkan nilai semua model pada persamaan menunjukkan $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,01$, sehingga tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian ini.

3. Uji Heterokedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.
Lifestyle hedonism	0,946
Kemampuan financial	0,249
Perilaku konsumtif	0,366

Sumber : Data primer diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 6. Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa variabel *lifestyle* hedonisme (X1), Kemampuan *financial* (X2) dan Perilaku konsumtif (X3) tidak terdapat gejala heterokedastisitas karena hasil uji heterokedastisitas dari ketiga variabel menunjukkan sig. $> 0,05$.

Uji Analisis Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Variabel	B	t	Sig
<i>Constant</i>	0,038	0,141	0,888
<i>Lifestyle</i> hedonisme	0,326	5,563	0,000
Kemampuan <i>financial</i>	1,184	33,076	0,000
Perilaku konsumtif	-0,165	-2,033	0,045

Sumber : Data primer diolah, 2023.

$$Y = 0,038 + 0,326X_1 + 1,184X_2 + 0,165X_3$$

- 1) Nilai konstanta bernilai 0,038 yang berarti bahwa pada variabel *lifestyle* hedonism (X1), Kemampuan *financial* (X2) dan perilaku konsumtif (X3) secara bersama bernilai 0, maka penggunaan transaksi *cashless* bernilai 0,038 tingkat.
- 2) Nilai Koefisien regresi *lifestyle* hedonisme (X1) sebesar 0,326, ketika mengalami peningkatan 1 tingkat, maka akan mengalami kenaikan sebesar 0,326 tingkat.
- 3) Nilai Koefisien regresi Kemampuan *financial* (X2) sebesar 1,184, ketika mengalami peningkatan 1 tingkat, maka akan mengalami kenaikan sebesar 1,184 tingkat.
- 4) Nilai Koefisien regresi perilaku konsumtif (X3) sebesar -0,165, ketika mengalami penurunan 1 tingkat maka akan mengalami penurunan sebesar 0,165 tingkat.

Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (uji t)

Tabel 8. Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
Constant	0,141	0,000
Lifestyle hedonism (X ₁)	5,563	0,000
Kemampuan financial (X ₂)	33,076	0,000
Perilaku konsumtif (X ₃)	-2,033	0,045

Sumber : Data primer diolah, 2023.

Berdasar pada tabel 8. Hasil uji t nilai signifikansi secara parsial dari tiap variabel independen terhadap variabel dependen, sebagai berikut:

- a. Variabel *lifestyle* hedonisme nilai sig. $0,000 < 0,05$ (5%) dan nilai t hitung sebesar $5,563 > 1,6608$. Artinya H1 diterima. Kesimpulannya maka *lifestyle* hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi *cashless*.
- b. Variabel kemampuan *financial* nilai sig. $0,000 < 0,05$ (5%) dan nilai t hitung sebesar $33,076 > 1,6608$. Artinya H2 diterima. maka disimpulkan bahwa kemampuan *financial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi *cashless*.
- c. Variabel perilaku konsumtif nilai sig. $0,045 < 0,05$ (5%) dan nilai t hitung sebesar $2,033 > 1,6608$. Artinya H3 diterima. artinya perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap transaksi *cashless*.

2. Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil koefisien determinasi

Adjusted R Square	0,961
-------------------	-------

Sumber: Data primer diolah, 2023

Nilai *adjusted R Square* pada penelitian ini yakni 0,961, maka variasi yang terjadi pada penggunaan transaksi *cashless* yang telah dijelaskan oleh *lifestyle* hedonism, kemampuan *financial*, dan perilaku konsumtif pengaruhnya sebesar 96,1% sedangkan sisanya 3,9% yang mungkin dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam riset ini.

KESIMPULAN

Pengaruh *lifestyle* hedonisme terhadap penggunaan transaksi *cashless*

Hasil dari kuesioner yang telah dibagikan menyatakan bahwa aktivitas penggunaan transaksi *cashless* pada generasi milenial di surakarta cukup tinggi, dengan begitu hal ini memicu minat generasi milenial di surakarta dalam penggunaan transaksi *cashless* serta opini masyarakat yang menyatakan bahwa transaksi *cashless* mudah digunakan. Maka hal ini selaras dengan penelitian (Eka Muttasari dan Lukiasuti, 2020) yang menunjukkan hasil yakni gaya hidup berpengaruh positif terhadap penggunaan alat pembayaran non tunai. Semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki responden, semakin tinggi pula perilaku dalam *cashless society* (Haryati & Ak, 2019). Pada penelitian

(Ritakumalasari dan Susanti, 2021) ditemukan gejala *lifestyle* dalam sikap finansial mahasiswa di masa pandemi, yang mengakibatkan banyak mahasiswa berdiam diri di rumah sehingga mereka selalu fokus dengan media sosial untuk melihat trend yang kekinian atau hedonisme. Lifestyle hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan transaksi cashless pada generasi milenial di Surakarta.

Pengaruh kemampuan financial terhadap penggunaan transaksi cashless

Pada hasil kuesioner yang dibagikan dapat disimpulkan bahwa kemampuan financial memiliki pengaruh terhadap penggunaan transaksi cashless. Dalam cashless society, dimana proses transaksi dapat dilakukan secara mudah dan cepat, seseorang perlu memiliki kemampuan financial yang baik agar dapat melakukan transaksi secara cashless dengan optimal. Sebagai generasi milenial seharusnya memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Semakin besar kemampuan financial yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi pula keinginan menggunakan cashless transaction (Hana, 2020). Kemampuan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan transaksi *cashless* pada generasi milenial di Surakarta.

Pengaruh perilaku konsumtif terhadap penggunaan transaksi *cashless*

Perilaku konsumtif pada generasi milenial di Surakarta cukup berpengaruh terhadap penggunaan transaksi cashless. Dalam melakukan pembelian, sebagian besar responden membeli barang untuk mencari kesenangan dan mendapatkan kepuasan yang maksimal. Secara persial perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (Situmorang, 2021). Masyarakat Kabupaten Kendal yang menggunakan cashless untuk memenuhi kegiatan konsumsi dalam kesehariannya (Auliya et al., 2022). Perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan transaksi cashless pada generasi milenial di Surakarta.

Setelah dilakukan penelitian ini adapun saran untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa dapat melakukan penelitian dengan menambahkan variabel lain. Contohnya; kemudahan, keamanan dll. Dengan menggunakan objek penelitian pada masyarakat di daerah lain supaya dapat melengkapi informasi dan data yang ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., & Lilik, P. (2017). *Millennial Nusantara Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Annur, C. M. (2022). Bank Indonesia: Transaksi Uang Elektronik RI Tembus Rp 35 Triliun per Desember 2021. In *Katadata.co.id* (Issue November 2021, p. 2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/31/bank-indonesia-transaksi-uang-elektronik-ri-tembus-rp-35-triliun-per-desember-2021>
- Atmaja, R. M., & Susanti, D. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial Pengguna Shopee Di Solo. *Jab*, 8(01), 57–66.
- Augusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang BP Universitas Diponegoro.
- Auliya, S. N., Rahman, A., & Purwanto, D. (2022). Fenomena Perilaku Konsumsi menggunakan Sistem Pembayaran Cashless (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Kendal). *Sosio E-Kons*, 14(1), 88. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i1.11924>
- Basle. (1996). Implications For Central Banks Of The Development Of Electronic Money. *Bank for Internasional Settlement*, October, 16.

- Cahyaningtyas, A. W., & Witono, B. (2022). E - ISSN : 2654-5837 , Hal 149 - 159 Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan E-Banking Oleh : *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 149–159.
- Dhurup, M. (2014). Impulsive fashion apparel consumption: The role of hedonism, fashion involvement and emotional gratification in fashion apparel impulsive buying behaviour in a developing country. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(8), 168–177. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n8p168>
- Eka Muttasari, W. F., & Lukiasuti, F. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Cashless Transaction Behavior (Studi Pada Karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 25–31. <https://doi.org/10.35829/magisma.v8i2.93>
- Firdauzi, I. (2016). Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, Dan Perilaku Konsumen Terhadapminat Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Yogyakarta. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate SPSS 25. Semarang *Universitas Diponegoro*.
- Gozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hana, C. (2020). Pengaruh Kemampuan Financial dan Kemudahan terhadap penggunaan cashless transaction. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 13(2), 61–70. <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas/article/view/1177>
- Haryati, D., & Ak, M. (2019). Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19. *Business Innovation & Entrepreneurship*, 3(1), 33–39. <https://nextren.grid.id>
- Kamil, I. (2020a). Cashless Society: The Effect of Financial Ability, Ease and Security on Behavior of the Use of Financial Technology System. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 20(3), 46–58. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2020/v20i330328>.
- Kamil, I. (2020b). Pengaruh Kemampuan Financial, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Perilaku Sistem Penggunaan Financial Technology (Studi Empiris Pada Pengguna Cashless Payment Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang Dan Bekasi 2019). *Al-Mal: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 98–114.
- Koç, F., & Koca, E. (2013). An evaluation of consumer tendencies towards hedonistic shopping for clothes European Journal of Research on Education An evaluation of consumer tendencies towards hedonistic shopping for clothes. *European Journal of Research on Education*, October 2016, 54–64. <http://iassr.org/journal>
- Kurniawan, A. (2022). Hikmah Pandemi Covid-19 Dompot Digital Naik Daun. In *Kementerian Keuangan Republik Indonesia* (p. April). <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14974/Hikmah-Pandemi-Covid-19-Dompot-Digital-Naik-Daun.html>
- Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2021). Cashless Dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis Dan Empiris. *Jurnal Co Management*, 3(2), 533–542. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v3i2.424>
- Nirmala, Miftah, M., & Murtatik, S. (2020). Analisis Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Cashless Society. 10(1), 1–52. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi*

- Pembangunan*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>
- Ramadanti, H., Nawir, J., & Marlina. (2021). Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society. *Jurnal Visionida*, 7(2), 96–109.
- Ritakumalasari, N., & Susanti, A. (2021). Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Locus of Control, Dan Parental Income Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1440–1450. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1440-1450>
- Rohmanto, F., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonis, dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *E-Jurnal ECOBISMA*, 8(1), 40–48.
- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 122–131. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6646%0Ahttp://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Trimartati, N. (2014). Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Angkatan 2011 Universitas Ahmad Dahlan. *PSIKOPEDAGOGIA Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v3i1.4462>
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 9(4), 271–279. <https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950>.