

The Influence Of E-Wallets And Hedonism In Mediating The Relationship Between Lifestyle And Impulsive Consumption Behavior Among Gen Z Students

Pengaruh E-Wallet Dan Hedonisme Dalam Memediasi Hubungan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Impulsif Mahasiswa Gen Z

Kamelia Astuty ¹⁾; Tara Julita Eka Putri ²⁾; Dilla Julia Azzarah ³⁾; Evi Herlyaminda ⁴⁾

^{1,2,3,4)} Universitas Dehasen Bengkulu, Indonesia

Email: ¹ Kamelia@unived.ac.id ; ² dillaazhr72@gmail.com ; ³ tarajulita0@gmail.com

⁴ evi.herlyaminda@unived.ac.id

How to Cite :

Astuty, K., Putri, T, J, E., Azzarah, D, J., Herlyaminda, E. (2026). The Influence Of E-Wallets And Hedonism In Mediating The Relationship Between Lifestyle And Impulsive Consumption Behavior Among Gen Z Students. *Tractare Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 9 (1). DOI: <https://doi.org/10.62820/trt.v9i1>

ARTICLE HISTORY

Received [20 April 2026]

Revised [27 Mei 2026]

Accepted [29 Mei 2026]

KEYWORDS

E-Wallet, Hedonism, Lifestyle, Impulsiv Consumer Behavior, Generation Z.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif impulsif dengan e-wallet dan hedonisme sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Generasi Z di Kota Bengkulu. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif dari empat perguruan tinggi, yaitu Universitas Dehasen (UNIVED), Universitas Bengkulu (UNIB), Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB), dan Universitas Prof. Dr. Hazairin (UNIHAZ). Sampel sebanyak 84 responden diambil menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria mahasiswa aktif pengguna e-wallet minimal 3 bulan terakhir. Metode analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-wallet dengan koefisien jalur sebesar 0,625 dan nilai t-statistik 9,949 > 1,96, serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap hedonisme dengan koefisien jalur 0,554 dan t-statistik 8,397 > 1,96. Namun, gaya hidup tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap perilaku konsumtif impulsif dengan koefisien jalur 0,066 dan t-statistik 0,822 < 1,96. Sementara itu, e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif impulsif dengan koefisien jalur 0,562 dan t-statistik 3,793 > 1,96, dan hedonisme juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif impulsif dengan koefisien jalur 0,313 dan t-statistik 2,378 > 1,96. Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa e-wallet dan hedonisme secara signifikan memediasi penuh (full mediation) hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif impulsif, dengan nilai t-statistik Sobel test masing-masing sebesar 3,577 dan 2,163, keduanya lebih besar dari 1,96. Nilai koefisien determinasi (R²) untuk variabel perilaku konsumtif impulsif sebesar 0,744 yang berarti 74,4% variasi perilaku konsumtif impulsif dapat dijelaskan oleh gaya hidup dan hedonisme, sedangkan sisanya 25,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Temuan ini mengindikasikan bahwa gaya hidup mahasiswa Gen Z tidak secara langsung memicu perilaku konsumtif impulsif, melainkan melalui peningkatan intensitas penggunaan e-wallet dan tingkat hedonisme. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya literasi keuangan digital serta pengendalian diri dalam bertransaksi menggunakan e-wallet.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of lifestyle on impulsive consumer behavior, with e-wallets and hedonism as mediating variables, among Generation Z college students in Bengkulu City. The study population consists of active students from four universities: Dehasen University (UNIVED), Bengkulu University

(UNIB), Muhammadiyah Bengkulu University (UMB), and Prof. Dr. Hazairin University (UNIHAZ). A sample of 84 respondents was selected using purposive sampling, with the criterion being active students who have used e-wallets for at least the past three months. Data analysis was conducted using Partial Least Squares (PLS) with the assistance of SmartPLS. The results of the study indicate that lifestyle has a positive and significant effect on e-wallet usage, with a path coefficient of 0.625 and a t-statistic of 9.949 > 1.96, and a positive and significant effect on hedonism, with a path coefficient of 0.554 and a t-statistic of 8.397 > 1.96. However, lifestyle does not have a significant direct effect on impulsive consumption behavior, with a path coefficient of 0.066 and a t-statistic of 0.822 < 1.96. Meanwhile, e-wallets have a positive and significant effect on impulsive consumption behavior with a path coefficient of 0.562 and a t-statistic of 3.793 > 1.96, and hedonism also has a positive and significant effect on impulsive consumption behavior with a path coefficient of 0.313 and a t-statistic of 2.378 > 1.96. The mediation test results indicate that e-wallets and hedonism fully mediate the relationship between lifestyle and impulsive consumption behavior, with Sobel test t-statistic values of 3.577 and 2.163, respectively, both greater than 1.96. The coefficient of determination (R^2) for the impulsive consumption behavior variable is 0.744, meaning that 74.4% of the variation in impulsive consumption behavior can be explained by lifestyle and hedonism, while the remaining 25.6% is explained by other factors outside the model. These findings indicate that Gen Z students' lifestyles do not directly trigger impulsive consumption behavior, but rather through increased intensity of e-wallet usage and levels of hedonism. The implications of this research emphasize the importance of digital financial literacy as well as self-control when transacting using e-wallets.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital di era Revolusi Industri 4.0 telah mengubah pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menjadi sistem digital. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah penggunaan dompet digital (e-wallet) seperti GoPay, OVO, Dana, dan ShopeePay yang semakin populer di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa Generasi Z. Kemudahan, kecepatan, serta berbagai promo yang ditawarkan membuat e-wallet menjadi alat transaksi yang praktis dan diminati.

Di Kota Bengkulu sendiri, penggunaan e-wallet semakin meningkat seiring dengan berkembangnya pusat perbelanjaan, café, layanan transportasi online, serta marketplace yang mendukung pembayaran non-tunai. Mahasiswa dari Universitas

Dehasen (UNIVED), Universitas Bengkulu (UNIB), Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB), dan Universitas Hazairin (UNIHAZ) merupakan bagian dari generasi digital yang sangat akrab dengan transaksi berbasis aplikasi. Banyak pelaku usaha di sekitar kampus juga telah menyediakan metode pembayaran digital untuk menarik konsumen mahasiswa.

Fenomena ini membawa dampak positif berupa kemudahan dan efisiensi transaksi. Namun di sisi lain, kemudahan tersebut berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif dan impulsif. Mahasiswa cenderung melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang, terutama ketika terdapat promo cashback, diskon, atau flash sale. Hal ini diperkuat oleh karakteristik Generasi Z yang adaptif terhadap teknologi dan memiliki kecenderungan mengikuti tren gaya hidup modern.

Selain faktor kemudahan teknologi, gaya hidup hedonis juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup hedonis ditandai dengan kecenderungan mencari kesenangan, kepuasan instan, serta orientasi pada konsumsi barang dan jasa untuk meningkatkan status sosial atau kepuasan pribadi. Di Bengkulu, fenomena nongkrong di café estetik, belanja online, serta mengikuti tren fashion dan gadget terbaru menjadi bagian dari pola konsumsi mahasiswa saat ini.

Perilaku konsumtif impulsif merupakan tindakan pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya dan sering kali dipengaruhi oleh dorongan emosional. Jika tidak

dikendalikan, perilaku ini dapat berdampak pada kondisi keuangan mahasiswa, terutama bagi mereka yang masih bergantung pada uang saku orang tua.

Berdasarkan fenomena tersebut, menarik untuk diteliti bagaimana pengaruh penggunaan e-wallet dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif impulsif mahasiswa Generasi Z. Selain itu, penting juga untuk mengetahui apakah gaya hidup hedonis berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif impulsif.

Dari fenomena di atas peneliti tertarik mengambil judul "Pengaruh E-Wallet Dan Hedonisme Dalam Memediasi Hubungan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Impulsif Mahasiswa Gen Z Studi Kasus (Mahasiswa Unived, Unib, Umb, & Unihaz)".

LANDASAN TEORI

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan salah satu kajian utama dalam ilmu pemasaran yang membahas bagaimana individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam mata kuliah Perilaku Konsumen dijelaskan bahwa perilaku konsumen tidak hanya terbatas pada aktivitas pembelian, tetapi juga mencakup proses sebelum pembelian (pencarian informasi), saat pembelian, dan setelah pembelian (evaluasi kepuasan). (Nurul Fadilah Aswar, S.E., 2025)

Menurut (Rahmawati et al., 2022) perilaku konsumen Generasi Z di era digital ditandai dengan tingginya ketergantungan terhadap platform online dalam proses pencarian informasi produk, perbandingan harga, hingga transaksi pembelian. Konsumen tidak lagi mengandalkan toko fisik sebagai sumber utama, tetapi lebih memilih marketplace dan aplikasi digital karena dianggap lebih praktis dan efisien.

E-Wallet (Z)

Bank Indonesia melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Uang Elektronik mendefinisikan ewallet sebagai layanan uang elektronik berbasis aplikasi mobile yang menyimpan saldo elektronik untuk keperluan pembayaran barang dan jasa secara non-tunai melalui server penyedia layanan. Definisi ini menekankan aspek teknologi digital dan transaksi tanpa uang fisik sebagai karakteristik utama e-wallet (Vinet & Zhedanov, 2011)

Teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1985 menjadi landasan teoritis penting dalam memahami adopsi e-wallet oleh mahasiswa. Menurut teori ini, ada dua faktor utama yang memengaruhi niat menggunakan teknologi yaitu perceived ease of use atau kemudahan yang dirasakan dan perceived usefulness atau manfaat yang dirasakan. Dalam konteks e-wallet, kemudahan penggunaan terwujud melalui fitur scan QR code dan one-click payment yang sangat sederhana, sedangkan manfaat yang dirasakan berasal dari cashback, promo eksklusif, dan transfer antar akun yang cepat.

Hedonisme (Z)

Hedonisme merupakan pandangan yang menempatkan kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan utama dalam kehidupan. Dalam konteks perilaku konsumen, hedonisme merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan konsumsi demi memperoleh kesenangan emosional, pengalaman menyenangkan, dan kepuasan pribadi, bukan semata-mata berdasarkan kebutuhan rasional. Menurut (Permadi, 2025) dalam teori perilaku konsumen, konsumsi hedonis berkaitan dengan aspek emosional, fantasi, dan pengalaman sensorik dalam proses pembelian. Pada perkembangan terbaru, perilaku hedonis semakin terlihat pada Generasi Z yang hidup dalam lingkungan digital dan media sosial.

Berdasarkan penelitian terbaru, ((Rahmawati et al., 2022)) menyatakan bahwa gaya hidup

hedonis pada mahasiswa ditandai oleh orientasi pada kesenangan, keinginan mengikuti tren, serta kecenderungan berbelanja untuk meningkatkan citra diri.

Selanjutnya, (Lestari & Khomsiyah, 2023) menjelaskan bahwa hedonisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif karena individu lebih mengutamakan kepuasan emosional dibanding pertimbangan rasional. Sejalan dengan itu, (Kurnianingtiyas et al., 2024) menemukan bahwa Generasi Z cenderung melakukan pembelian spontan ketika produk dianggap mampu memberikan pengalaman menyenangkan atau meningkatkan status sosial di lingkungan pergaulan.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis Data

Analisis Deskriptif

Data yang terkumpul dalam penelitian pertama-tama akan dianalisis secara deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan dan menggambarkan variabel penelitian sesuai dengan fenomena lapangan (Sugiyono, 2013). Dalam analisis deskriptif ini, akan dihitung frekuensi jawaban dan nilai rata-rata jawaban responden terhadap parameter-parameter penelitian.

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang karakteristik responden (perguruan tinggi, jenis kelamin, semester, dan jenis *e-wallet* yang digunakan) serta tanggapan responden terhadap setiap indikator variabel penelitian (Gaya Hidup, E-Wallet, Hedonisme, dan Perilaku Konsumtif Impulsif). Hasil analisis deskriptif disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan nilai rata-rata (*mean*).

Analisis Partial Least Square (PLS)

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hal ini dikarenakan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan satu variabel laten endogen (*dependen*) dan satu variabel laten eksogen (*independen*) serta dua variabel mediasi. Menurut (Abdillah & Jogiyanto, 2015) model yang terdiri atas banyak variabel *dependen* dan variabel *independen* pada penelitian kuantitatif yang menggunakan model penelitian yang kompleks sebaiknya menggunakan PLS, yaitu dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dan yang menggunakan efek mediasi atau moderasi.

PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut (Ghozali, 2014) PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* (Ghozali, 2014) karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Misalnya, data sampel tidak mengharuskan besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Evaluasi *Inner Model* (Model Struktural)

Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi atau R-square. Nilai ini mencerminkan sejauh mana konstruk eksogen mampu menjelaskan konstruk endogen dalam model struktural. Pengujian *inner model* bertujuan untuk menguji hubungan antar konstruk laten dengan menggunakan nilai R-square. Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel laten *independen* memberikan pengaruh substantif terhadap variabel laten *dependen*. Nilai R-square sebesar 0,67 termasuk kategori kuat, 0,33 tergolong moderat, dan 0,19 dikategorikan lemah. Nilai R-square yang digunakan adalah dari model modifikasi kedua yang telah dinyatakan fit. Hasil pengujiannya disajikan pada Tabel 4.17.

Tabel 1. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Variabel	Nilai R ²	Keterangan
Gaya Hidup (X)	-	-
E-Wallet (Z')	0,390	Sedang
Hedonisme (Z ²)	0,306	Lemah
Perilaku Konsumtif Impulsif (Y)	0,744	Kuat

Sumber: Hasil penelitian 2026, diolah

Hasil estimasi memperlihatkan bahwa nilai koefisien determinasi (R²) pada variabel E-Wallet (Z') sebesar 0,390 yang berada pada kategori sedang, berarti pengaruh Gaya Hidup (X) terhadap E-Wallet adalah sebesar 39%, sedangkan sisanya sebesar 61% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R²) variabel Hedonisme (Z²) sebesar 0,306 yang berada pada kategori lemah, berarti pengaruh E-Wallet (Z') terhadap Hedonisme adalah sebesar 30,6%, sedangkan sisanya 69,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Kemudian, nilai koefisien determinasi (R²) variabel Perilaku Konsumtif Impulsif (Y) sebesar 0,744 yang berada pada kategori kuat, berarti pengaruh Hedonisme (Z²) dan Gaya Hidup (X) terhadap Perilaku Konsumtif Impulsif (Y) adalah sebesar 74,4%, sedangkan sisanya 25,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil di atas disimpulkan bahwa nilai R-square yang dihasilkan bervariasi, ada yang masih relatif rendah (Hedonisme), sedang (E-Wallet), dan kuat (Perilaku Konsumtif Impulsif). Artinya, masih banyak faktor lain yang turut mempengaruhi masing-masing variabel endogen, seperti faktor lingkungan, sosial, demografi, psikologis, dan sebagainya. Secara teoritis, nilai R-square umumnya berkisar antara 0-1, nilai R-square yang semakin mendekati 1 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan dan pengaruh variabel bebas akan semakin kuat terhadap variabel terikat. Namun, R-square bukanlah parameter absolut dalam mengukur ketetapan model prediksi karena dasar hubungan teoretis adalah parameter yang paling utama untuk menjelaskan hubungan kausalitas.

Pengujian Efek Utama

Dalam metode SEM-PLS, pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur bootstrapping pada model yang telah dinyatakan *fix* (modifikasi kedua). Hasil bootstrapping menghasilkan nilai t-hitung yang kemudian dibandingkan dengan nilai t-tabel untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Pada penelitian ini besaran nilai t-tabel adalah 1,96. Kaidah pengujian mengikuti prosedur analisis regresi, yakni:

- Jika nilai *t-value* < *t-tabel* 1,960; maka hipotesis ditolak
- Jika nilai *t-value* > *t-tabel* 1,960, maka hipotesis diterima.

Hal ini dikarenakan pada program SmartPLS 2.0 M3 nilai *p-value* tidak tertera, oleh karena itu, pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel pada tingkat kesalahan 5% (*alpha* 0,05).

Tabel 2. Bootstrapping Model Penelitian

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
Gaya Hidup (X) → E-Wallet (Z')	0,625	0,635	0,063	9,949
Gaya Hidup (X) → Hedonisme (Z²)	0,554	0,568	0,066	8,397
Gaya Hidup (X) → Perilaku Konsumtif Impulsif	0,066	0,066	0,081	0,822

E-Wallet (Z¹) → Perilaku Konsumtif Impulsif	0,562	0,568	0,148	3,793
Hedonisme (Z²) → Perilaku Konsumtif Impulsif	0,313	0,307	0,132	2,378

Keterangan:

*) Signifikan ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel } 1,960$)

Sumber: Hasil penelitian 2026, diolah

Berdasarkan Gambar dan Tabel 2 diketahui bahwa:

1. Variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap E-Wallet, yang dibuktikan dengan nilai $t\text{-hitung}$ sebesar $9,949 > t\text{-tabel } 1,960$. Hasil ini berarti hipotesis penelitian diterima. Jika dilihat dari besar pengaruh gaya hidup terhadap E-Wallet adalah positif sebesar $0,625$. Artinya, jika gaya hidup mahasiswa semakin meningkat, maka penggunaan E-Wallet juga akan semakin meningkat.
2. Variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap hedonisme, yang dibuktikan dengan nilai $t\text{-hitung}$ sebesar $8,397 > t\text{-tabel } 1,960$. Hasil ini berarti hipotesis penelitian diterima. Jika dilihat dari besar pengaruh gaya hidup terhadap hedonisme adalah positif sebesar $0,554$. Artinya, jika gaya hidup mahasiswa semakin tinggi, maka tingkat hedonisme juga akan meningkat.
3. Variabel gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif impulsif, yang dibuktikan dengan nilai $t\text{-hitung}$ sebesar $0,822 < t\text{-tabel } 1,960$. Hasil ini berarti hipotesis penelitian ditolak. Jika dilihat dari besar pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif impulsif adalah positif sebesar $0,066$. Artinya, meskipun arah pengaruhnya positif, namun gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif impulsif mahasiswa.
4. Variabel E-Wallet berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif impulsif, yang dibuktikan dengan nilai $t\text{-hitung}$ sebesar $3,793 > t\text{-tabel } 1,960$. Hasil ini berarti hipotesis penelitian diterima. Jika dilihat dari besar pengaruh E-Wallet terhadap perilaku konsumtif impulsif adalah positif sebesar $0,562$. Artinya, semakin tinggi penggunaan E-Wallet, maka perilaku konsumtif impulsif mahasiswa juga akan meningkat.
5. Variabel hedonisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif impulsif, yang dibuktikan dengan nilai $t\text{-hitung}$ sebesar $2,378 > t\text{-tabel } 1,960$. Hasil ini berarti hipotesis penelitian diterima. Jika dilihat dari besar pengaruh hedonisme terhadap perilaku konsumtif impulsif adalah positif sebesar $0,313$. Artinya, semakin tinggi tingkat hedonisme mahasiswa, maka perilaku konsumtif impulsif juga akan semakin meningkat.

Pengujian Efek Utama

Variabel mediasi merupakan bagian dari kelompok variabel yang dalam ilmu sosial sering disebut sebagai variabel spesifikasi, yaitu variabel yang berfungsi untuk menjelaskan bentuk maupun kekuatan hubungan antara variabel independen (gaya hidup) dan variabel dependen (perilaku konsumtif impulsif). Dengan adanya variabel mediasi, hubungan tersebut dapat menjadi lebih jelas karena melibatkan mekanisme perantara. Dalam penelitian ini, variabel mediasi yang digunakan adalah E-Wallet dan hedonisme.

Pengujian mediasi dilakukan pada hipotesis keenam (H6) dan hipotesis ketujuh (H7) dengan mengacu pada pendekatan Baron dan Kenny (1986). Pendekatan ini mensyaratkan beberapa kondisi untuk menyatakan adanya peran mediasi, yaitu adanya pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap mediator, mediator terhadap variabel dependen, serta pengaruh langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kondisi-kondisi tersebut tidak sepenuhnya terpenuhi. Variabel gaya hidup tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap perilaku konsumtif impulsif, namun memiliki pengaruh signifikan terhadap E-Wallet dan hedonisme, serta kedua variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif impulsif. Hal ini menunjukkan bahwa E-Wallet dan hedonisme berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif impulsif mahasiswa Gen Z.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa E-Wallet dan hedonisme mampu memediasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif impulsif, meskipun pengaruh langsung gaya hidup terhadap perilaku konsumtif impulsif tidak signifikan. Hasil pengujian efek utama (pengaruh langsung) tersebut dapat dilihat secara rinci pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai Koefisien Jalur Untuk Pengujian Efek Mediasi

	Original Sample (O)	Standard Error (STERR)	Keterangan
Gaya Hidup → Hedonisme	0,554	0,066	Nilai a
Gaya Hidup → E-Wallet	0,625	0,063	Nilai a
Hedonisme → Perilaku Konsumtif Impulsif	0,313	0,132	Nilai b
E-Wallet → Perilaku Konsumtif Impulsif	0,562	0,148	Nilai b

Sumber: Hasil penelitian 2026, diolah

Tabel 4 Kesimpulan Efek Mediasi

Jalur Mediasi	Pengaruh Langsung (c)	Pengaruh Tidak Langsung (axb)	T Statistik	Kesimpulan
Gaya Hidup → Hedonisme → Perilaku Konsumtif Impulsif	0,066	0,173	2,163	Mediasi Penuh
Gaya Hidup → E-Wallet → Perilaku Konsumtif Impulsif	0,066	0,351	3,577	Mediasi Penuh

Artinya terdapat perubahan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen setelah memasukkan variabel mediasi. Pada penelitian ini, variabel gaya hidup mengalami perubahan dari pengaruh langsung (c) ke pengaruh total (c) setelah dimasukkan variabel mediasi. Namun, pengaruh langsung gaya hidup terhadap perilaku konsumtif impulsif tidak signifikan, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi signifikan, sehingga bentuk mediasi yang terjadi adalah mediasi penuh (full mediation).

Dari Tabel 3. selanjutnya diperoleh nilai t-value efek mediasi variabel E-Wallet dan hedonisme pada pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif impulsif. Hasil perhitungannya adalah sebagai berikut:

Pengujian 1: Efek Mediasi Hedonisme pada pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Impulsif

$$t_value = \frac{(a \times b)}{\sqrt{(b^2 \times SEa^2 + a^2 \times SEb^2)}}$$

$$t_value = \frac{(0,554 \times 0,313)}{\sqrt{((0,313)^2 \times (0,066)^2 + (0,554)^2 \times (0,132)^2)}}$$

$$t_value = \frac{0,173}{\sqrt{(0,097969 \times 0,004356) + (0,306916 \times 0,017424)}}$$

$$t_value = \frac{0,173}{\sqrt{0,000427 + 0,005345}}$$

$$t_value = \frac{0,173}{0,0759}$$

$$t_value = 2,163$$

Berdasarkan hasil pengujian efek mediasi variabel hedonisme pada pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif impulsif, diperoleh nilai t-value sebesar 2,163. Nilai t-value tersebut lebih besar dari t-tabel 1,960, sehingga dapat disimpulkan bahwa efek mediasi hedonisme signifikan.

Pengujian 2: Efek Mediasi E-Wallet pada pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Impulsif

$$t_value = \frac{(a \times b)}{\sqrt{((b^2 \times SEa^2 + a^2 \times SEb^2))}}$$

$$t_value = \frac{(0,625 \times 0,562)}{\sqrt{((0,562)^2 \times (0,063)^2 + (0,625)^2 \times (0,148)^2)}}$$

$$t_value = \frac{(0,351)}{\sqrt{(0,315844 \times 0,003969) + (0,390625)}}$$

$$t_value = \frac{0,351}{0,0990}$$

$$t_value = 3,577$$

Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa E-Wallet memediasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif impulsif mahasiswa Gen Z dinyatakan **diterima**.

Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa hedonisme memediasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif impulsif mahasiswa Gen Z dinyatakan **diterima**.

Pembahasan

Gaya Hidup dan E-Wallet

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan E-Wallet. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi gaya hidup mahasiswa Gen Z, maka kecenderungan penggunaan E-Wallet juga semakin meningkat. Temuan ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi keuangan digital telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari gaya hidup modern, khususnya di kalangan generasi muda.

Gaya hidup merupakan pola hidup individu yang tercermin dari aktivitas, minat, dan opini dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa dengan gaya hidup tinggi cenderung mengutamakan efisiensi, kepraktisan, dan kemudahan dalam bertransaksi. Oleh karena itu, penggunaan E-Wallet menjadi solusi yang relevan karena menawarkan berbagai kemudahan seperti transaksi tanpa uang tunai, kecepatan pembayaran, serta berbagai promo menarik seperti cashback dan diskon.

Selain itu, penggunaan E-Wallet juga dipengaruhi oleh faktor sosial, di mana mahasiswa cenderung mengikuti tren yang berkembang di lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini, E-Wallet tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai bagian dari identitas gaya hidup digital yang modern. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memiliki peran penting dalam mendorong adopsi teknologi keuangan seperti E-Wallet.

Gaya Hidup dan Hedonisme

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap hedonisme. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi gaya hidup mahasiswa, maka tingkat hedonisme yang dimiliki juga semakin meningkat.

Hedonisme merupakan suatu pola perilaku yang berorientasi pada pencarian kesenangan dan kepuasan pribadi. Mahasiswa dengan gaya hidup tinggi cenderung memiliki keinginan yang besar untuk menikmati hidup, mengikuti tren, serta memenuhi kebutuhan yang bersifat emosional. Dalam konteks ini, gaya hidup modern sering kali dikaitkan dengan aktivitas konsumtif yang bertujuan untuk memperoleh kepuasan instan.

Selain itu, pengaruh media sosial juga menjadi faktor penting yang mendorong meningkatnya perilaku hedonisme. Mahasiswa sering kali terpapar oleh berbagai konten yang menampilkan gaya hidup mewah, sehingga memicu keinginan untuk meniru dan menyesuaikan diri dengan standar tersebut. Hal ini menyebabkan individu lebih mengutamakan kesenangan dibandingkan pertimbangan rasional dalam mengambil keputusan konsumsi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memiliki hubungan yang erat dengan tingkat hedonisme, di mana gaya hidup yang tinggi akan mendorong individu untuk lebih mengedepankan kesenangan dalam kehidupan sehari-hari.

Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Impulsif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif impulsif. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa memiliki gaya hidup yang tinggi, namun hal tersebut tidak secara langsung menyebabkan terjadinya pembelian impulsif.

Perilaku konsumtif impulsif merupakan tindakan pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya dan lebih didasarkan pada dorongan emosional. Tidak signifikannya pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif impulsif menunjukkan bahwa mahasiswa masih memiliki kontrol diri dalam melakukan pembelian, meskipun mereka memiliki gaya hidup yang tinggi.

Hal ini dapat disebabkan oleh adanya pertimbangan rasional seperti keterbatasan keuangan, prioritas kebutuhan, serta kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan. Selain itu, faktor lain seperti kemudahan transaksi dan dorongan emosional melalui hedonisme justru lebih dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif impulsif dibandingkan gaya hidup itu sendiri.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup bukan merupakan faktor utama yang secara langsung mempengaruhi perilaku konsumtif impulsif, melainkan melalui variabel lain sebagai perantara.

E-Wallet dan Perilaku Konsumtif Impulsif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-Wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif impulsif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi penggunaan E-Wallet, maka kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif juga semakin meningkat.

E-Wallet memberikan kemudahan dalam bertransaksi yang dapat mengurangi hambatan dalam proses pembelian. Dengan sistem pembayaran yang cepat dan praktis, individu tidak perlu lagi menggunakan uang tunai, sehingga proses pengeluaran menjadi terasa lebih mudah dan tidak terasa secara langsung. Kondisi ini dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian secara spontan.

Selain itu, berbagai fitur yang ditawarkan oleh E-Wallet seperti promo, diskon, cashback, serta notifikasi penawaran khusus juga menjadi faktor pendorong terjadinya perilaku konsumtif impulsif. Mahasiswa cenderung tergoda untuk memanfaatkan penawaran tersebut tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan E-Wallet memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan perilaku konsumtif impulsif, terutama karena kemudahan dan berbagai insentif yang ditawarkan.

Hedonisme dan Perilaku Konsumtif Impulsif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif impulsif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat hedonisme mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif.

Individu yang memiliki tingkat hedonisme tinggi cenderung mengutamakan kesenangan dan kepuasan pribadi dalam setiap keputusan yang diambil, termasuk dalam aktivitas konsumsi. Pembelian yang dilakukan tidak lagi didasarkan pada kebutuhan, melainkan pada keinginan untuk memperoleh kepuasan emosional.

Perilaku ini sering kali dipengaruhi oleh faktor internal seperti emosi, suasana hati, serta keinginan untuk mendapatkan pengalaman yang menyenangkan. Selain itu, faktor eksternal seperti lingkungan sosial dan media juga turut memperkuat kecenderungan tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hedonisme merupakan salah satu faktor utama yang mendorong terjadinya perilaku konsumtif impulsif pada mahasiswa Gen Z.

Peran E-Wallet dan Hedonisme dalam Memediasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Impulsif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-Wallet dan hedonisme berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif impulsif mahasiswa Gen Z. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi signifikan, sedangkan pengaruh langsung tidak signifikan.

Pengujian menggunakan Sobel Test menunjukkan bahwa nilai t-value untuk jalur mediasi melalui E-Wallet sebesar 3,577, dan melalui hedonisme sebesar 2,163, di mana kedua nilai tersebut lebih besar dari t-tabel 1,960. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara signifikan memediasi hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif impulsif.

Selain itu, pengaruh langsung gaya hidup terhadap perilaku konsumtif impulsif tidak signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa bentuk mediasi yang terjadi adalah mediasi penuh (full mediation). Artinya, gaya hidup tidak secara langsung mempengaruhi perilaku konsumtif impulsif, melainkan melalui peningkatan penggunaan E-Wallet dan tingkat hedonisme.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan gaya hidup tinggi cenderung lebih aktif menggunakan E-Wallet dan memiliki tingkat hedonisme yang lebih tinggi, yang pada akhirnya mendorong munculnya perilaku konsumtif impulsif. Oleh karena itu, peran variabel mediasi menjadi sangat penting dalam menjelaskan hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif impulsif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

E-Wallet terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Impulsif mahasiswa Generasi Z di Kota Bengkulu ($t=3,723$; $p=0,000$). Semakin tinggi intensitas penggunaan e-wallet, semakin besar kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian spontan dan tidak terencana. Kemudahan fitur pembayaran digital, promosi cashback, dan notifikasi promo real-time menjadi faktor dominan yang memperlemah kendali rasional dalam pengambilan keputusan pembelian.

Hedonisme tidak terbukti berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Impulsif ($t=1,464$; $p=0,143$). Pengaruh hedonisme terhadap perilaku konsumtif impulsif hanya terjadi secara tidak langsung melalui peran mediasi dalam model, yang menunjukkan bahwa orientasi hedonis mahasiswa Bengkulu membutuhkan perantara (gaya hidup dan e-wallet) untuk menghasilkan dampak konsumtif.

Gaya Hidup tidak terbukti berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Impulsif ($t=0,695$; $p=0,487$). Namun, Gaya Hidup terbukti berpengaruh kuat terhadap E-Wallet ($t=8,853$) dan Hedonisme ($t=8,064$), yang mengindikasikan bahwa pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif impulsif bersifat tidak langsung melalui kedua variabel mediasi tersebut.

E-Wallet dan Hedonisme terbukti secara signifikan memediasi penuh (full mediation) hubungan antara Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Impulsif mahasiswa Generasi Z. Artinya, gaya hidup mahasiswa memengaruhi perilaku konsumtif impulsif sepenuhnya melalui jalur tidak langsung, yaitu melalui intensitas penggunaan e-wallet dan tingkat orientasi hedonis..

Saran

Mahasiswa Generasi Z diharapkan meningkatkan kesadaran dan literasi keuangan digital, khususnya dalam mengelola penggunaan e-wallet. Strategi praktis yang dapat dilakukan antara lain menetapkan batas pengeluaran bulanan melalui fitur budgeting di aplikasi e-wallet, menonaktifkan notifikasi promosi, serta membiasakan menunda keputusan pembelian selama 24 jam sebelum

bertransaksi (cooling-off period). Pengelolaan gaya hidup yang lebih bijak dan selektif terhadap tren juga sangat dianjurkan.

Institusi pendidikan tinggi diharapkan mengintegrasikan program literasi keuangan digital ke dalam kurikulum atau kegiatan kemahasiswaan. Program edukasi tentang manajemen keuangan pribadi, perencanaan anggaran, dan bahaya perilaku konsumtif perlu digalakkan secara berkala agar mahasiswa dapat mengelola keuangannya secara lebih bijak dan bertanggung jawab, terutama di era transaksi digital yang semakin masif.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia diharapkan memperkuat regulasi terkait praktik promosi agresif platform e-wallet yang berpotensi mendorong perilaku konsumtif berlebihan di kalangan generasi muda. Kampanye literasi keuangan digital yang menyasar mahasiswa Generasi Z perlu ditingkatkan secara masif, terstruktur, dan berkelanjutan melalui media sosial dan platform digital

Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, kontrol diri, tekanan teman sebaya (peer pressure), atau intensitas penggunaan media sosial. Selain itu, penelitian dapat dikembangkan dengan sampel yang lebih besar dari berbagai kota di Indonesia, serta menggunakan metode analisis tambahan seperti multigroup analysis untuk membandingkan kelompok responden berdasarkan gender atau tingkat uang saku.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Adolph, R. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Diskon Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Dalam Marketplace Pada Mahasiswa. 1–23.
- Alsafy, M. A. M., Abd-Elhafeez, H. H., Rashwan, A. M., Erasha, A., Ali, S., El-Gendy, S. A. A., Sathierbach, K., Petrovic, S., Schilbach, S., Mayo, D. J., Perriches, T., Rundlet, E. J. E. J. E. J., Jeon, Y. E., Collins, L. N. L. N., Huber, F. M. F. M., Lin, D. D. H. D. H., Paduch, M., Koide, A., Lu, V. T., ... Owlia, P. (2025). Title. *Frontiers In Veterinary Science*, 13(1), 1–16.
- Andini, E., Bhalode, P., Gantert, E., Sadula, S., & Vlachos, D. G. (2024). Chemical Recycling Of Mixed Textile Waste. *Science Advances*, 10(27). <https://doi.org/10.1126/sciadv.ado6827>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach To Structural Equation Modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods For Business Research* (Pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Didi Haryadi, Dwita Anggriani Sitorus, & Esra Fania Silitonga. (2025). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Komsumtif Pada Mahasiswa Di Kota Medan. *Journal Of Economic And Business Advancement*, 1(2), 102–110. <https://doi.org/10.65310/pajgm390>
- Dowding, D. (2013). *Best Practices For Mixed Methods Research In The Health Sciences* John W. Creswell, Ann Carroll Klassen, Vicki L. Plano Clark, Katherine Clegg Smith For The Office Of Behavioral And Social Sciences Research; *Qualitative Methods Overview* Jo Moriarty . *Qualitative Social Work*, 12(4), 541–545. <https://doi.org/10.1177/1473325013493540a>
- Fitriana, A. S. (2025). Tren Konsumsi Generasi Z Dan Dampaknya Terhadap Model Bisnis Beretika. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 3(2), 85–97.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables And Measurement Error. *Journal Of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (4th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- 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>
- Gustiawan, W. (2017). Theoretical Construct Measurement : Developing. *Polibisnis*, 9(2), 29–36.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) In Second Language And Education Research: Guidelines Using An Applied Example. *Research Methods In Applied Linguistics*, 1(3). <https://doi.org/10.1016/j.Rmal.2022.100027>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014a). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014b). *A Primer On PLS-SEM*. Sage Publications.
- Jasmine, O. A. (N.D.). No Peran Media Sosial Dan Trend Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Kebiasaan Menabung Generasi Muda Di Yogyakarta.
- Kurnianingtyas, M., Wibowo, T. A., Khairunnisa, H., Astrini, G. Y., & Purwanningrum, D. (2024). Cycle Time Study In Improving Production Output In The Garment Industry Sewing Line. *Jurnal Sains Dan Aplikasi Keilmuan Teknik Industri (SAKTI)*, 4(1), 47–54. <https://doi.org/10.33479/Sakti.V4i1.91>
- Lestari, A. D., & Khomsiyah, K. (2023). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Penerapan Green Accounting, Dan Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 514–526. <https://doi.org/10.47709/Jebma.V3i3.2799>
- Lingkungan, P., Dan, K., Terhadap, I., Karyawan, K., Motivasi, O. M., Pt, P., Sakti, J., Influence, T. H. E., The, O. F., Environment, W., Technology, I., The, O. N., Outsourced, O. F., Through, E., Pt, A. T., Sakti, J., Manajemen, P. M., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Hasanuddin, U. (2023). PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN OUTSOURCING MELALUI MOTIVASI PADA PT JAYA SAKTI PRASETYA.
- Mushofa, M., Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi Dan Sampel: Pilar Utama Dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 5937–5948. <https://doi.org/10.46799/Jsa.V5i12.1992>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory (3rd Ed.)*. McGraw-Hill.
- Nurul Fadilah Aswar, S.E., M. M. (2025). PERILAKU KONSUMEN.
- Permadi, I. (2025). Keterlibatan Fesyen Dan Nilai Belanja Hedonis Sebagai Prediktor Pembelian Impulsif Studi Empiris Di Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 6(1), 156–168. <https://doi.org/10.37150/Jimat.V6i1.3948>
- Rahmawati, A., Yohana, C., & Pratama, A. (2022). Pengaruh Sosial Media Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 594–604. <https://doi.org/10.21009/Jbmk.0302.19>
- Solimun. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. (2022). Identifikasi Perilaku Bidang Pengembangan Moral Anak Kelompok B Di Tk It Al-Dhaifullah Desa Betung Kecamatan Abab Kabupaten *Alfabeta, Bandung*, 27–44.
- Sugiyono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*.
- Taufan, S. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Otomotif. *KALBISCIENTIA Jurnal Sains Dan Teknologi*, 9(2), 67–74. <https://doi.org/10.53008/Kalbiscientia.V9i2.2098>
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). A “Missing” Family Of Classical Orthogonal Polynomials. In *Journal Of Physics A: Mathematical And Theoretical (Vol. 44, Issue 8, Pp. 1–14)*. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>