

Pengaruh Gaya Hidup Cashless dan Literasi Keuangan Digital terhadap Intensitas Penggunaan Seabank pada Generasi Z

The Influence of Cashless Lifestyle and Digital Financial Literacy on Seabank Usage Intensity among Generation Z

Trisa Anidia¹⁾, Agni Mauliani Mutmainnah²⁾, Mega Zhafarina Purwono³⁾

^{1,2)} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Kebangsaan Republik Indonesia, Bandung

³⁾ Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Kebangsaan Republik Indonesia, Bandung

*e-mail korespondensi: trisaanidia818@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh gaya hidup *cashless* dan literasi keuangan digital terhadap intensitas penggunaan SeaBank pada Generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap pengguna SeaBank dari kelompok Generasi Z yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis melalui regresi linier berganda dengan pengujian asumsi klasik serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup *cashless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan SeaBank. Sebaliknya, literasi keuangan digital berpengaruh signifikan dengan arah negatif, yang menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman keuangan digital, semakin selektif dan rasional pengguna dalam memanfaatkan layanan perbankan digital. Secara simultan, gaya hidup *cashless* dan literasi keuangan digital berpengaruh terhadap intensitas penggunaan SeaBank. Temuan ini menegaskan bahwa kebiasaan transaksi non-tunai mendorong penggunaan layanan bank digital, sementara literasi keuangan digital berperan dalam membentuk perilaku penggunaan yang lebih terukur dan bijak.

Kata Kunci: bank digital; gaya hidup cashless; Generasi z; intensitas penggunaan; literasi keuangan digital

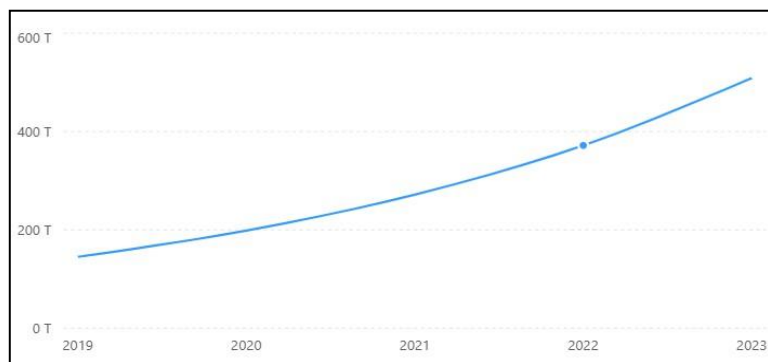
Abstract

This study aims to analyze the influence of cashless lifestyle and digital financial literacy on SeaBank usage intensity among Generation Z. A quantitative approach was employed using a survey method involving Generation Z users of SeaBank selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through multiple linear regression, supported by classical assumption testing and hypothesis testing. The results indicate that a cashless lifestyle has a positive and significant effect on SeaBank usage intensity. In contrast, digital financial literacy has a significant negative effect, suggesting that users with better digital financial understanding tend to be more selective and rational in using digital banking services. Simultaneously, cashless lifestyle and digital financial literacy influence the intensity of SeaBank usage. These findings confirm that non-cash transaction habits encourage the use of digital banking services, while digital financial literacy plays a role in shaping more measured and prudent usage behavior among Generation Z users.

Keywords: digital bank; cashless lifestyle; generation z; usage intensity; digital financial literacy

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah sistem keuangan, terutama cara transaksi dilakukan, yang kini semakin beralih ke bentuk digital. Inovasi layanan keuangan seperti perbankan seluler, dompet elektronik, dan platform fintech memungkinkan masyarakat melakukan transaksi lebih cepat, nyaman, dan efisien. Secara konseptual, perubahan ini menunjukkan pergeseran dari pembayaran tunai ke pembayaran elektronik yang terintegrasi dalam ekosistem digital.



Gambar 1. Pertumbuhan nilai transaksi uang elektronik di Indonesia tahun 2019-2023

Sumber: Diolah penulis, 2023

Jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia meningkat secara signifikan dari Rp 145,2 triliun pada tahun 2019 menjadi Rp 508,6 triliun pada tahun 2023, menurut data empiris, yang menunjukkan bahwa masyarakat sedang memperluas sistem pembayaran digital (Sari & Harahap, 2025). Ini menunjukkan bahwa teknologi digital telah menjadi bagian penting dari aktivitas ekonomi kontemporer dan tidak lagi bersifat pelengkap (Fadhilah., 2025)

Perkembangan tersebut mendorong munculnya masyarakat *Cashless*, yaitu pola konsumsi yang mengandalkan transaksi non-tunai dalam kegiatan sehari-hari. Masyarakat *Cashless* bukan sekadar mengganti metode pembayaran, melainkan juga menandai pergeseran perilaku ekonomi yang menekankan efisiensi, kenyamanan, dan kecepatan transaksi. Implementasi Gerakan Nasional *Cashless* oleh Bank Indonesia mempercepat perubahan ini, sehingga masyarakat semakin terbiasa menggunakan instrumen pembayaran digital seperti uang elektronik dan dompet digital (Maysaroh, 2023). Perubahan preferensi ini mencerminkan kecenderungan masyarakat untuk memprioritaskan kemudahan dan praktikalitas dalam aktivitas ekonomi, menjadikan sistem pembayaran digital bagian dari gaya hidup (Husna Afrizal et al., 2025)

Generasi Z paling peka terhadap perkembangan teknologi digital. Mereka tumbuh akrab dengan internet dan perangkat digital, sehingga lebih mudah beradaptasi dengan inovasi termasuk layanan keuangan digital. Kedekatan ini membuat mereka menggunakan layanan digital lebih intens dibanding generasi sebelumnya. Karena cenderung terbuka pada perubahan dan mengutamakan kecepatan serta kenyamanan, Generasi Z menjadi motor utama pergeseran menuju masyarakat tanpa uang tunai (Laoli et al., 2025)

Namun, adopsi teknologi digital yang luas tidak selalu berarti keterampilan manajemen keuangan yang baik. Literasi keuangan digital sangat penting untuk memahami, menilai, dan memanfaatkan

layanan fintech secara optimal. Jika seseorang memiliki literasi keuangan digital, mereka tidak hanya harus tahu tentang produk keuangan, tetapi mereka juga harus dapat mengelola risiko dan membuat

keputusan keuangan yang bijak. Mereka yang tahu banyak tentang keuangan digital cenderung menggunakan layanan keuangan digital dengan lebih terkontrol, sementara mereka yang tidak tahu banyak tentang keuangan digital mungkin melakukan perilaku yang tidak bijak (Maria Florensa dkk., 2024). Selain itu, literasi keuangan digital berkontribusi pada penerimaan dan jumlah layanan fintech yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari (Ingrianida Agya Saputri & Suyatmin Waskito Adi, 2025)

Perbankan digital telah berkembang sebagai inovasi layanan keuangan berbasis teknologi yang memungkinkan akses mudah tanpa batasan ruang dan waktu. Bank digital mempercepat aktivitas keuangan dengan memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi secara langsung melalui aplikasi mereka. SeaBank adalah salah satu bank digital yang berkembang di Indonesia dengan berbagai fitur seperti transfer instan, tabungan digital, dan integrasi dengan ekosistem digital lainnya. Fitur-fitur ini membuat SeaBank relevan dengan karakteristik Generasi Z, yang mengutamakan kecepatan dan kemudahan transaksi (Rinjani et al., 2024)

Kemudahan akses dan fitur yang ditawarkan bank digital berpotensi meningkatkan intensitas pemakaian layanan. Di sini, intensitas pemakaian berarti seberapa sering dan konsisten seseorang menggunakan layanan perbankan digital dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Semakin layanan digital terintegrasi ke dalam gaya hidup seseorang, semakin besar kemungkinan tingkat pemakaiannya naik. Oleh sebab itu, gaya hidup *Cashless* dan literasi keuangan digital menjadi faktor penting untuk dianalisis, karena keduanya memengaruhi kebiasaan dan kemampuan seseorang dalam memanfaatkan teknologi keuangan (Salsadillah et al., 2026)

Evaluasi terhadap keberhasilan layanan perbankan digital, secara khusus pada model *neobank* seperti SeaBank, tidak lagi memadai apabila hanya ditinjau dari metrik adopsi awal, seperti tingkat pengunduhan aplikasi maupun pembukaan rekening baru. Pada tataran praktis, profitabilitas serta keberlanjutan operasional bank digital ditentukan secara fundamental oleh tingkat retensi nasabah dan eskalasi frekuensi transaksi berkesinambungan. Sementara itu, pada tataran teoritis, literatur kontemporer dalam bidang sistem informasi dan perilaku konsumen menggarisbawahi bahwa perilaku pasca-adopsi (*post-adoption behavior*), yang dikonseptualisasikan melalui variabel intensitas penggunaan, merupakan parameter keberhasilan implementasi teknologi yang jauh lebih reliabel dibandingkan dengan sekadar intensi penggunaan awal (*initial intention to use*). Oleh karena itu, pengukuran terhadap intensitas penggunaan menjadi sebuah urgensi guna mengonfirmasi sejauh mana digitalisasi layanan keuangan telah terinternalisasi secara substantif ke dalam rutinitas ekonomi Generasi Z (Christy, 2025).

Meskipun literatur perbankan digital berkembang pesat, mayoritas studi terdahulu masih terfokus pada tahap adopsi awal dan belum mampu menjelaskan secara memadai perilaku pengguna dalam mempertahankan layanan secara intensif pada fase pasca-adopsi (Gong et al., 2020). Lebih lanjut, penelitian sebelumnya cenderung memperlakukan Generasi Z sebagai kelompok yang homogen, sehingga menyisakan kesenjangan teoretis mengenai faktor pendorong frekuensi penggunaan secara berkelanjutan. Secara spesifik, eksplorasi mengenai keterkaitan antara kapasitas kognitif (Literasi Keuangan Digital) dan transformasi perilaku empiris (Gaya Hidup Non-tunai) sebagai pendorong intensitas penggunaan berkelanjutan masih sangat terbatas, terutama pada platform berekosistem tertutup seperti SeaBank. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi mengisi kekosongan tersebut

dengan memodelkan bagaimana literasi keuangan dan pergeseran gaya hidup secara bersama-sama membentuk intensitas penggunaan secara terus-menerus setelah tahap adopsi (Supriyadi, 2023).

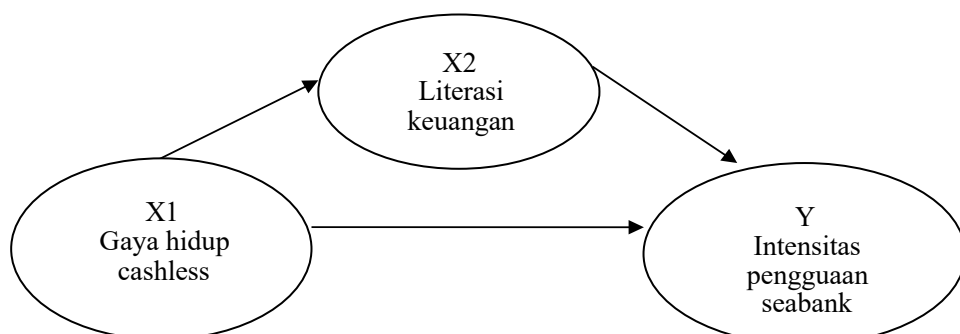
Penelitian ini dikembangkan untuk menjembatani kesenjangan teoretis tersebut melalui pergeseran sudut pandang analisis, yakni dari sekadar evaluasi penerimaan teknologi tahap awal menuju intensitas penggunaan berkelanjutan. Kontribusi utama dari studi ini terletak pada perumusan model penelitian yang menegaskan bahwa intensitas penggunaan layanan perbankan digital di kalangan Generasi Z tidak lagi ditentukan semata-mata oleh kemudahan teknis aplikasi. Sebaliknya, intensitas tersebut secara mendasar didorong oleh perubahan menuju gaya hidup non-tunai serta tingkat kecakapan literasi keuangan digital. Dengan menempatkan SeaBank yang terintegrasi erat dengan ekosistem niaga elektronik sebagai konteks pengamatan, penelitian ini menawarkan temuan baru mengenai bagaimana pemahaman keuangan dan pergeseran perilaku secara bersama-sama membangun intensitas transaksi digital pada fase setelah penerimaan awal (Christy, 2025).

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, kerangka pemikiran penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: Secara teoritis, gaya hidup *Cashless* mirip dengan kebiasaan orang untuk melakukan transaksi tanpa uang tunai menggunakan teknologi digital. Menurut Model Penerimaan Teknologi (TAM), penggunaan teknologi akan meningkat jika dianggap menguntungkan dan mudah. Akibatnya, Generasi Z, yang terbiasa dengan transaksi digital, lebih cenderung menggunakan layanan perbankan digital seperti SeaBank. Selain itu, penelitian yang dilakukan (Ilham et al., 2026) menemukan bahwa peningkatan jumlah transaksi tanpa uang tunai mendorong adopsi layanan perbankan digital

Secara teoritis, memahami keuangan digital membantu orang memahami manfaat, risiko, dan penggunaan yang tepat dari layanan keuangan digital. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang keuangan digital, semakin percaya diri dan mampu menggunakan layanan perbankan digital. Studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan mereka tentang keuangan digital dan layanan perbankan digital (Penggunaan et al., 2026)

Secara konseptual, ketika seseorang tidak memiliki banyak uang tunai, mereka lebih cenderung menggunakan layanan perbankan digital. Di sisi lain, ketika seseorang tahu tentang keuangan digital, mereka dapat menggunakannya dengan lebih baik. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa perilaku transaksi digital dan literasi keuangan digital berdampak pada penggunaan layanan perbankan digital, jadi kombinasi kedua elemen ini mungkin meningkatkan jumlah orang yang menggunakan SeaBank (Penggunaan et al., 2026)



Gambar 2. Kerangka Pemikiran
Sumber: Diolah penulis, 2023

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh gaya hidup *Cashless* dan literasi keuangan digital terhadap intensitas penggunaan layanan perbankan digital SeaBank di kalangan generasi Z. Pendekatan kuantitatif dipilih karena fokus penelitian adalah mengukur hubungan antar variabel secara objektif melalui data numerik dari responden, sehingga memungkinkan pengujian hipotesis secara statistik (Raslina et al., 2026)

Generasi Z dalam penelitian ini adalah mereka yang menggunakan layanan perbankan digital, khususnya SeaBank. Generasi Z dalam penelitian ini adalah mereka yang lahir dari tahun 1995 hingga 2010. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas (*purposive sampling*) karena populasi yang besar dan sulit untuk menjangkau semua sampel. Metode ini dipilih karena peserta dipilih berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut: mereka termasuk dalam Generasi Z, mereka memiliki atau pernah menggunakan aplikasi SeaBank, dan mereka aktif melakukan transaksi digital (Maysaroh, 2026)

Penetapan ukuran sampel sebesar 76 responden pada penelitian ini didasarkan pada pertimbangan kelayakan dan akurasi pemodelan analisis regresi. Merujuk pada postulat (Hair & Sarstedt, 2019) batas minimum observasi yang direkomendasikan untuk analisis tersebut adalah lima hingga sepuluh kali lipat dari total indikator yang diamati. Secara komplementer, besaran sampel ini juga telah melampaui ambang batas minimum kelayakan ukuran sampel dalam penelitian kuantitatif, yakni lebih dari 30 observasi (Sugiyono, 2022). Dengan landasan tersebut, penarikan sampel sejumlah 76 responden dinilai sangat representatif dan memadai secara metodologis guna menghasilkan estimasi statistik yang stabil, presisi, serta menjamin keandalan dalam proses pengujian hipotesis.

Sumber data penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner. Kuesioner disusun dengan skala Likert lima tingkat, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Pemilihan skala 1–5 didasarkan pada kemudahannya bagi responden dalam menyampaikan jawaban serta kemampuannya untuk mengukur secara kuantitatif sikap, persepsi, dan opini terhadap fenomena sosial. Menurut (Baghaei & Effatpanah, 2024), skala Likert merupakan skala respons psikometrik yang umum digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, pengetahuan, dan perilaku individu melalui tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap suatu pernyataan.

Variabel gaya hidup *Cashless* diukur melalui beberapa indikator, yaitu kemudahan transaksi nontunai, fleksibilitas transaksi, keamanan sistem pembayaran digital, dan kecenderungan untuk menggunakan transaksi digital dalam aktivitas sehari-hari. Indikator-indikator ini didasarkan pada gagasan masyarakat tanpa uang tunai, yang menekankan kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan sistem pembayaran digital (Raslina et al., 2026)

Variabel literasi keuangan digital dinilai melalui indikator-indikator seperti pengetahuan mengenai produk keuangan digital, keterampilan dalam mengelola keuangan, pemahaman terhadap risiko transaksi digital, dan kemampuan mengevaluasi penggunaan layanan fintech. Indikator-indikator ini mencerminkan sejauh mana seseorang mampu memahami dan memanfaatkan layanan keuangan digital secara bijak (Iranda & Rahmawati, 2023).

Meskipun demikian, Intensitas penggunaan SeaBank diukur melalui frekuensi akses aplikasi, lama setiap sesi penggunaan, dan sejauh mana pengguna bergantung pada layanan ini untuk transaksi keuangan. Pengukuran tersebut bertujuan menggambarkan seberapa dalam layanan perbankan digital

ini telah menyatu dengan kegiatan keuangan harian responden (Ramadhani Putri & Trisnaningih, 2025)

Sebelum digunakan dalam studi utama, instrumen kuesioner akan diuji validitas dan reliabilitasnya dengan data dari studi percontohan. Pengujian validitas memastikan bahwa setiap pernyataan memiliki kemampuan untuk mengukur variabel yang dimaksud, sedangkan pengujian reliabilitas memastikan bahwa hasil pengukuran yang konsisten (Raslina et al., 2026)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, analisis regresi linier berganda digunakan pada data. Sebelum analisis regresi, data diuji dengan asumsi klasik seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Ini memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan analisis statistik. Untuk menguji hipotesis, uji t digunakan untuk mengukur pengaruh parsial dan uji F untuk mengukur pengaruh simultan. Selain itu, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen (Raslina et al., 2026)

HASIL ANALISIS

Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	11.21393667
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.111
Test Statistic		.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		.007 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode Uji Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel, jumlah sampel (N) adalah 76 dengan rata-rata residual mencapai 0,0000000 dan simpangan baku 11,21393667. Nilai statistik pada uji Kolmogorov-Smirnov adalah 0,121, dengan nilai signifikansi (Asymptotic Sign 2-tailed) sebesar 0,007. Ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara distribusi data dan distribusi normal. Nilai perbedaan maksimum (Perbedaan Ekstrem Terbesar) ditemukan sebesar 0,121 pada kedua sisi.

Meskipun uji normalitas menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,007 ($p < 0,05$) yang menunjukkan adanya penyimpangan dari distribusi normal, model regresi tetap layak digunakan. Menurut (Knief, 2021), pelanggaran asumsi normalitas yang tidak terlalu ekstrem umumnya tidak

memberikan dampak yang signifikan terhadap hasil analisis regresi, terutama ketika ukuran sampel cukup besar dan asumsi-asumsi penting lainnya terpenuhi. Oleh karena itu, penyimpangan kecil dari

normalitas masih dapat ditoleransi dalam analisis regresi. Selain itu, hasil pemeriksaan grafik Histogram dan Normal P-P Plot juga menunjukkan pola distribusi yang masih dapat diterima.

Di samping itu, model telah memenuhi asumsi klasik lainnya, ditunjukkan dengan tidak adanya multikolinearitas (Tolerance 0,993; VIF 1,008) dan autokorelasi (Durbin-Watson 1,721). Oleh karena itu, model regresi dalam penelitian ini tetap dianggap valid dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolonearitas

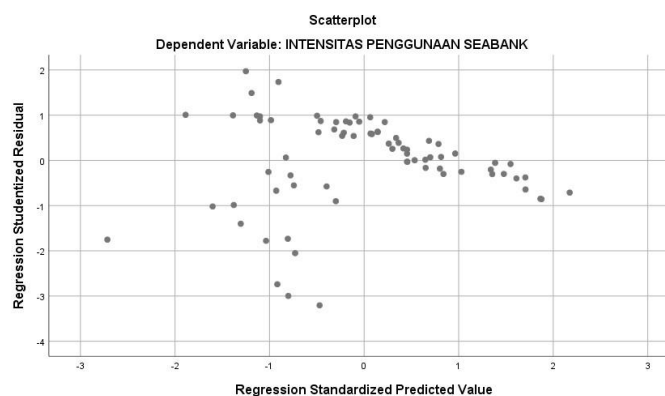
Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (X1) Gaya Hidup Cashless	.993	1.008
(X2) Literasi Keuangan Digital	.993	1.008

a. Dependent Variable: (Y) Intensitas Penggunaan Seabank

Hasil uji multikolinearitas yang ditunjukkan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup *Cashless* (X1) memiliki nilai toleransi 0,993 dan nilai VIF 1,008. Nilai toleransi yang tinggi dan mendekati 1 menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang kuat antara variabel independen. Di sisi lain, nilai VIF yang sangat kecil dan jauh di bawah batas umum menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas. Dengan demikian, secara deskriptif kedua variabel independen tidak saling mempengaruhi secara berlebihan, sehingga model regresi memenuhi asumsi bebas multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis lanjutan.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Uji heteroskedastisitas biasanya menggunakan pola distribusi titik pada grafik scatterplot antara nilai prediksi (ZPRED) dan residual (SRESID). Hasil uji menunjukkan bahwa titik-titik tersebut tidak

membentuk pola tertentu, seperti bergelombang, melebar, atau menyempit. Distribusi yang tidak teratur ini menunjukkan bahwa pada setiap nilai prediksi, varians residual cenderung sama. Dengan demikian, secara deskriptif, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga memenuhi salah satu asumsi klasik dalam analisis regresi.

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.572 ^a	.327	.309	11.367	1.721
a.	Predictors: (Constant), (X2) Literasi Keuangan Digital,(X1) Gaya Hidup Cashless				
b.	Dependent Variable: (Y) Intensitas Penggunaan Seabank				

Nilai Durbin-Watson adalah 1,721, berdasarkan hasil uji autokorelasi yang ditunjukkan pada Tabel 4. Nilai ini berada di antara -2 dan +2, yang biasanya menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi dalam model regresi. Selain itu, nilai ini juga mendekati 2, yang menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antara residual yang positif atau negatif.

Uji t (Parsial)

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	59.089	15.563		3.797	.000
	(X1) Gaya Hidup Cashless	.302	.053	.551	5.717	.000
	(X2) Literasi Keuangan Digital	-.513	.237	-.209	-2.168	.033

a. Dependent Variable: (Y) Intensitas Penggunaan Seabank

Berdasarkan uji-t parsial pada Tabel 5, variabel Gaya Hidup *Cashless* (X1) menunjukkan koefisien regresi 0,302 dengan signifikansi 0,000. Ini mengindikasikan pengaruh positif dan signifikan: semakin tinggi kecenderungan gaya hidup tanpa uang tunai, semakin besar intensitas penggunaan Seabank. Sebaliknya, variabel Literasi Keuangan Digital (X2) memiliki koefisien regresi -0,513

dengan signifikansi 0,033. Karena nilai signifikansinya $< 0,05$, pengaruhnya signifikan namun negatif, artinya peningkatan literasi keuangan digital terkait dengan penurunan intensitas penggunaan Seabank.

Uji F (Simultan) dan Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 6. Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4587.769	2	2293.885	17.755	.000 ^b
	Residual	9431.428	73	129.198		
Total		14019.197	75			

a. Dependent Variable: (Y) Intensitas Penggunaan Seabank

b. Predictors: (Constant), (X2) Literasi Keuangan Digital, (X1) Gaya Hidup Cashless

Berdasarkan uji F (simultan) pada Tabel 6, nilai F hitung sebesar 17,755 dengan signifikansi (Sig.) 0,000. Karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05, model regresi yang digunakan signifikan secara simultan. Artinya, variabel Gaya Hidup *Cashless* (X1) dan Literasi Keuangan Digital (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Intensitas Penggunaan Seabank (Y).

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.572 ^a	.327	.309	11.367	1.721

a. Predictors: (Constant), (X2) Literasi Keuangan Digital, (X1) Gaya Hidup Cashless

b. Dependent Variable: (Y) Intensitas Penggunaan Seabank

Berdasarkan koefisien determinasi pada Tabel 7, nilai R Kuadrat sebesar 0,327 menunjukkan bahwa Gaya Hidup *Cashless* (X1) dan Literasi Keuangan Digital (X2) bersama-sama menjelaskan 32,7% variasi Intensitas Penggunaan Seabank (Y). Sisanya, sebesar 67,3%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai Adjusted R Kuadrat sebesar 0,309 menandakan bahwa setelah penyesuaian, kemampuan model menjelaskan variabel dependen adalah 30,9%. Dengan demikian, model ini cukup menjelaskan, namun masih memiliki keterbatasan.

PEMBAHASAN

Hasil pengujian normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,007 ($p < 0,05$), yang mengindikasikan bahwa distribusi data tidak sepenuhnya normal. Kendati demikian, kondisi tersebut masih dapat ditoleransi dalam ranah penelitian ilmu sosial, mengingat ukuran sampel yang tergolong memadai ($N = 76$). Lebih lanjut, berdasarkan postulat Teorema Limit Pusat (*Central Limit Theorem*), distribusi rata-rata sampel akan berkonvergensi mendekati distribusi normal seiring dengan besarnya ukuran sampel. Oleh karena itu, meskipun terdapat deviasi dari asumsi normalitas ideal, data penelitian ini dinilai tetap valid dan layak untuk diikutsertakan pada tahapan analisis lanjutan, dengan

prasyarat bahwa pengujian asumsi klasik lainnya telah terpenuhi tanpa adanya indikasi pelanggaran yang fatal. Uji multikolinearitas menunjukkan tidak ada gejala multikolinearitas, toleransi 0,993; VIF

1,008. Selain itu, uji autokorelasi dengan nilai Durbin– Watson 1,721 menunjukkan bahwa model bebas dari autokorelasi.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa gaya hidup *Cashless* berpengaruh positif terhadap frekuensi penggunaan SeaBank dengan koefisien 0,302, sedangkan literasi keuangan digital berpengaruh negatif dengan koefisien -0,513. Uji t menunjukkan kedua variabel berpengaruh signifikan secara parsial 0,000 dan 0,033, sehingga hipotesis parsial diterima. Uji F dengan nilai 0,000, menegaskan pengaruh simultan yang signifikan. Nilai R^2 sebesar 0,327 mengindikasikan bahwa 32,7% variasi intensitas penggunaan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut.

Konsep masyarakat *Cashless* didukung oleh hasil penelitian, yang menunjukkan bahwa penggunaan layanan keuangan digital terkait dengan frekuensi transaksi non-tunai. Generasi Z lebih suka menggunakan seabank karena mudah, cepat dan efisien. Sementara itu, hubungan negatif antara pengetahuan keuangan digital dan frekuensi menggunakan SeaBank mungkin disebabkan oleh fakta bahwa pelanggan dengan pengetahuan keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih cerdas dan selektif dalam memilih layanan keuangan. Mereka tidak hanya memikirkan berapa kali mereka menggunakan SeaBank, tetapi juga memikirkan manfaat, risiko, dan kesesuaian layanan dengan kebutuhan mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman yang lebih baik tentang keuangan digital dapat mendorong perilaku keuangan yang lebih logis dan efektif, yang berarti mereka lebih terukur saat menggunakan SeaBank.

Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, hasilnya menunjukkan bahwa gaya hidup *Cashless* memiliki manfaat, tetapi ini berbeda karena literasi keuangan digital biasanya ditemukan memiliki manfaat, bukan minat atau adopsi. Dengan demikian, literasi keuangan lebih berkontribusi pada pengelolaan penggunaan daripada peningkatan frekuensi pemakaian. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor gaya hidup dan pemahaman keuangan individu memengaruhi jumlah layanan keuangan digital yang digunakan.

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa gaya hidup *Cashless* dan literasi keuangan digital sama-sama memengaruhi intensitas penggunaan SeaBank di kalangan Generasi Z. Analisis regresi menunjukkan gaya hidup *Cashless* berpengaruh positif: semakin kuat kebiasaan memakai transaksi non-tunai, semakin sering layanan perbankan digital digunakan. Sebaliknya, literasi keuangan digital berpengaruh negatif, menandakan bahwa orang dengan pemahaman lebih mendalam cenderung memakai layanan secara lebih selektif dan rasional, sehingga frekuensi penggunaannya menurun.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup *cashless* dan pengetahuan keuangan individu memengaruhi pebggunaan layanan perbankan digital. Hasil ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi bukan satu satunya factor yang mempengaruhi penggunaan layanan perbankan digital, perubahan dalam perilaku pengguna dan literasi keuangan mereka juga merupakan factor yang memengaruhi peningkatan penggunaan layanan perbankan digital.

Bagi industri perbankan digital, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penyedia layanan seperti Seabank harus terus mengembangkan fitur praktis, cepat, dan mudah digunakan untuk mendukung gaya hidup Generasi Z tanpa uang tunai. Bank digital perlu meningkatkan program

literasi dan Pendidikan keuangan digital mereka untuk memberi pelanggan pemahaman yang lebih baik tentang manfaat dan cara terbaik untuk memanfaatkan layanan mereka. Dengan menggunakan strategi yang menggabungkan inovasi layanan dan penciptaan produk, bank digital

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mencakup perluasan variabel dengan memasukkan faktor tambahan seperti kepercayaan pengguna, persepsi keamanan, kemudahan penggunaan aplikasi, promosi digital, dan pengaruh media sosial terhadap keputusan adopsi perbankan digital. Selain itu, disarankan untuk meningkatkan ukuran sampel dan memperluas area penelitian. Penelitian lebih lanjut juga dapat menemukan perbedaan dalam kebiasaan pengguna dengan membandingkan berbagai platform perbankan online. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang alasan Gen Z untuk menggunakan layanan perbankan digital, disarankan menggunakan pendekatan kualitatif atau metode campuran.

REFERENSI

- Fadhilah. (2025). Digitalisasi Sistem Pembayaran Dan Dampaknya Terhadap Inklusi Keuangan Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 13–18.
- Husna Afrizal, S., Megananda, T. B., & Info, A. (2025). an Exploratory Study of the Impact of Digital Payments on Societal Consumption Patterns. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 15101–15108. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Ilham, M., Widyastuti, U., Noviarini, D., Studi, P., Bisnis, S., Fakultas, D., Dan, E., Universitas, B., & Jakarta, N. (2026). *Anteseden Keputusan Penggunaan Bank Digital pada Generasi Z di Jabodetabek*. 2(2), 2840–2859.
- Ingrianida Agya Saputri, & Suyatmin Waskito Adi. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Fintech Lending (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(6), 2537–2550. <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i6.8583>
- Iranda, A. D., & Rahmawati, D. (2023). *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*. *Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 21(1), 19–40.
- Laoli, J. A., Harefa, I., Duha, T., & Bate'e, M. M. (2025). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Nias. In *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* (Vol. 4, Issue 3, pp. 5173–5178). <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2717>
- Maysaroh, A. (2026). *Pengaruh Jenjang Pendidikan, Skala Usaha, dan Umur Usaha Pelaku UMKM Terhadap Pengelolaan Keuangan dengan Lingkungan Eksternal Sebagai Variabel Moderasi*. November 2025.
- Penggunaan, K., Kepercayaan, D. A. N., Penggunaan, M., Digital, B., & Pada, S. (2026). *Jurnal Pemasaran Bisnis Jurnal Pemasaran Bisnis*. 8(1), 92–112.
- Ramadhani Putri, H., & Trisnaningsih, S. (2025). The Effect of Ease of Use, Effectiveness, and Perception of Risk on Interest in Using Seabank Digital Bank (A Case Study in Higher Education). *Entita: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 161–176. <https://doi.org/10.19105/ejpis.v1i.19142>
- Raslina, G., Setiawati, E., & Surakarta, U. M. (2026). *The effect of cashless society, lifestyle, financial literacy, and social media demographics on the consumptive behavior of gen z*. 9.
- Rinjani, A. N., Nandika, K. A., & Dahnaaily, S. (2024). *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting Pengaruh Bank Digital Terhadap Minat Gen Z*. 1(4), 210–215.

- Salsadillah, A. R., Pamulang, U., Ramadanty, H. C., Pamulang, U., Tatangin, N. A., Pamulang, U., Septiani, Y., & Pamulang, U. (2026). *Peran Penggunaan E-Wallet dalam Membentuk Kebiasaan Keuangan Generasi Z Pada Siswa SMA Triguna 1956 Jakarta*. 4(1), 310–316.
- Septiyani, & Wediawati. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Journal of Business and Management*, 8(2), 299–313.
- Baghaei, P., & Effatpanah, F. (2024). *Nonparametric Kernel Smoothing Item Response Theory Analysis of Likert Items*. 236–259.
- Christy, C. A. (2025). *Customer Continuance Usage of Digital Banking : A Systematic Review of Influencing Factors*. 7(2), 1714–1742. <https://doi.org/10.51519/journalisi.v7i2.1151>
- Gong, X., Zhang, K. Z. K., Chen, C., Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2020). What drives trust transfer from web to mobile payment services? The dual effects of perceived entitativity. *Information & Management*, 57(7), 103250. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103250>
- Hair, J. F., & Sarstedt, M. (2019). *Thoughtlet Factors versus Composites : Guidelines for Choosing the Right Structural Equation Modeling Method*. <https://doi.org/10.1177/8756972819882132>
- Knief, U. (2021). *Violating the normality assumption may be the lesser of two evils*. 2576–2590.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*.
- Supriyadi, F. T. (2023). *INVESTIGATING DRIVERS OF DIGITAL BANKING ADOPTION OF GEN Z*. 12(2), 257–275.