

Analisis Perilaku Generasi X Dan Generasi Z Dalam Pemanfaatan Penggunaan E-Wallet Gopay

Assyifa Putri Rahmayanti¹ Woro Harkandi Kencana,²

¹*Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi*

Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160

assyifaputri177@gmail.com

Abstract

The use of e-wallets in Indonesia has experienced a significant surge alongside advancements in digital technology, making it one of the innovations that has transformed how people conduct financial transactions. However, the adoption and usage of these services show considerable differences across different generations. This study aims to explore and compare the behavior of Generation X and Generation Z in utilizing Gopay, one of the most popular digital payment platforms in Indonesia. The focus of this research is to analyze the differences in terms of preferences, satisfaction levels, and technology adaptation between these two generations. This research uses a descriptive qualitative method, where data is collected through observations and in-depth interviews with active users from Generation X and Generation Z. The findings reveal significant differences in motivation and purposes for using e-wallets, the level of trust in digital technology, and how both generations respond to marketing campaigns. Generation X, generally more conservative in adopting new technology, tends to prioritize security and service reliability before deciding to use an e-wallet. On the other hand, Generation Z, being more tech-savvy, tends to adapt more easily to new innovations, with a strong interest in ease of use and the innovative features offered by e-wallet platforms. Marketing strategies based on technological trends and emphasizing ease of use have proven to be more effective in attracting Generation Z compared to Generation X. These research findings provide valuable strategic insights for e-wallet developers, managers, and marketers in crafting more specific marketing strategies tailored to the characteristics of each generation, with the aim of increasing the broader adoption and usage of e-wallet services in society.

Keywords: *Consumer Behavior, E-Wallet, Gopay, Generation X, Generation Z.*

Abstrak

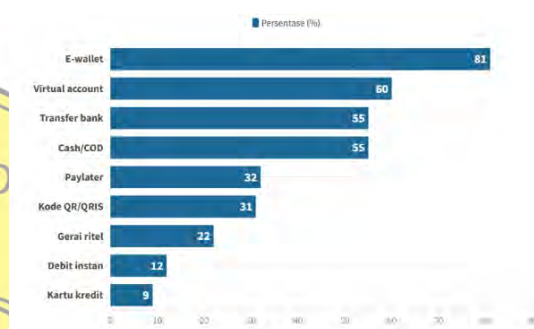
Penggunaan e-wallet di Indonesia telah mengalami peningkatan yang sangat pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital, menjadikannya sebagai salah satu inovasi yang mengubah cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Namun, adopsi dan penggunaan layanan ini menunjukkan perbedaan yang signifikan di antara generasi yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan membandingkan perilaku Generasi X dan Generasi Z dalam memanfaatkan layanan e-wallet Gopay, salah satu platform pembayaran digital paling populer di Indonesia. Fokus penelitian ini adalah menganalisis perbedaan hal preferensi, tingkat kepuasan, dan adaptasi teknologi antara kedua generasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pengguna aktif dari Generasi X dan Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dalam motivasi dan tujuan penggunaan e-wallet, tingkat kepercayaan terhadap teknologi digital, serta cara kedua generasi merespons kampanye pemasaran. Generasi X, umumnya lebih konservatif dalam hal

adopsi teknologi baru, cenderung mengutamakan aspek keamanan dan keandalan layanan sebelum memutuskan untuk menggunakan e-wallet. Di sisi lain, Generasi Z, yang lebih melek teknologi, cenderung lebih mudah beradaptasi dengan inovasi baru, dengan minat yang tinggi pada kemudahan penggunaan dan fitur-fitur inovatif ditawarkan oleh platform e-wallet. Strategi pemasaran yang berbasis tren teknologi dan menekankan pada kemudahan penggunaan terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian Generasi Z dibandingkan Generasi X. Temuan penelitian ini memberikan wawasan strategis yang berharga bagi pengembang, pengelola, dan pemasar e-wallet dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih spesifik dan sesuai dengan karakteristik masing-masing generasi, dengan tujuan untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan layanan e-wallet secara lebih luas di masyarakat.

Kata Kunci: E-Wallet, Gopay, Generasi X, Generasi Z, Perilaku Konsumen.

1. Pendahuluan

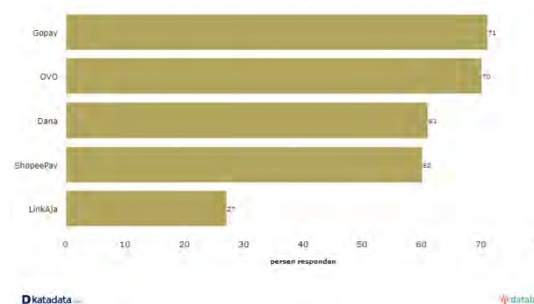
Semenjak teknologi internet ditemukan pada tahun 1990-an pemakaiannya semakin banyak memberikan kemudahan bagi kehidupan manusia (Arviani & Putri, 2021). Teknologi berkembang sangat cepat dan membuat banyak perubahan di dunia. Seiring orang semakin akrab dengan teknologi digital, mereka juga beralih ke layanan online lainnya seperti teknologi keuangan (*finTech*) dan layanan hiburan. *FinTech* telah menjadi salah satu bisnis start-up. Jasa keuangan telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, khususnya dalam subsektor pembayaran *FinTech* yang sedang meraih popularitas tinggi. Salah satu produk yang mendapat penerimaan luas adalah dompet digital atau electronic wallet/E-Wallet (Kusumawardhani & Purnaningrum, 2021) Gambar 1 Diagram Metode Pembayaran Yang Paling Banyak Digunakan Di Indonesia Tahun 2023.



(Sumber: goodstats.id)

Penerimaan terhadap pembayaran melalui ponsel meningkat terutama di pasar-pasar yang sedang berkembang. Teknologi *FinTech* ini telah secara signifikan membuat kehidupan manusia menjadi lebih mudah, terutama konteks pembayaran digital yang memiliki perkembangan pesat. Di Indonesia populer *E-Wallet* seperti OVO, GoPay, DANA, dan LinkAja yang mereka memiliki masa penggunaan sendiri. (Taqiyuddin, 2022)

Gambar 2 Merek Dompet Digital Yang Pernah Digunakan Responden *E-Wallet Industry Outlook* (September 2022)



(Sumber: databoks.katadata.co.id)

Dalam era digital saat ini, dompet elektronik (e-wallet) telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat perkotaan. Menurut survei yang tercantum dalam laporan E-Wallet Industry Outlook 2023 dari Insight Asia, sekitar 74% dari 1.300 warga perkotaan telah mengadopsi penggunaan dompet digital. Di antara berbagai aplikasi dompet digital yang ada, Gopay memimpin pasar dengan porsi pengguna mencapai 71%, diikuti oleh OVO dengan porsi pengguna sebanyak 70%. Meskipun Gopay dan OVO mendominasi, platform lain seperti Dana, ShopeePay, dan LinkAja menunjukkan tingkat penerimaan yang lebih rendah (databoks.katadata.co.id). Penelitian oleh Ghifari (2022) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital, termasuk e-wallet seperti GoPay, telah meningkat secara signifikan di berbagai lapisan masyarakat Indonesia. Menurut survei dari InsightAsia, GoPay merupakan platform e-wallet yang paling banyak digunakan oleh konsumen Indonesia, dengan 71% responden menyatakan pernah menggunakan GoPay pada tahun 2022. Survei ini juga mencatat bahwa penggunaan e-wallet untuk transaksi sehari-hari seperti belanja online dan pembayaran tagihan rumah tangga terus meningkat.

Pemilihan Gopay sebagai objek utama penelitian ini didasarkan pada dominasi Gopay dalam pasar e-wallet di Indonesia. Mengkaji dampak penggunaan Gopay menjadi penting karena kontribusi positifnya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia dengan memfasilitasi sistem pembayaran digital. Penelitian oleh Suwardana (2019) mengungkapkan bahwa pemahaman terhadap produk, persepsi risiko, dan manfaat signifikan mempengaruhi

pengguna layanan Gopay. Selain itu, Gopay dikenal memiliki sistem keamanan yang solid, proses pembayaran yang efisien, dan catatan transaksi yang terdokumentasi dengan baik. Hal ini menunjukkan signifikansi penelitian dalam memahami dampak dan kegunaan Gopay dalam konteks transformasi digital pembayaran di Indonesia.

Gopay adalah dompet digital dari aplikasi Gojek yang memiliki fitur penyimpanan uang elektronik untuk transaksi tanpa uang tunai. Tidak hanya untuk pembayaran layanan ojek online, Gopay juga digunakan dalam pembayaran e-commerce terkemuka di Indonesia dan berbagai tempat yang bekerja sama dengan Gojek. Saldo Gopay dapat ditransfer ke pengguna lain, rekening bank, dan dapat ditarik tunai. Fitur PayLater Gojek memungkinkan pengguna meminjam uang untuk pembayaran sebelum melunasi pada akhir bulan (Prakosa & Wintaka, 2020).

Gojek, yang awalnya dikenal sebagai platform pemesanan transportasi ojek, telah berevolusi menjadi perusahaan FinTech dengan meluncurkan Gopay. Pada tahun 2018, Gojek mencapai status unicorn dengan valuasi investasi 7,2 triliun rupiah, dan pada tahun 2019, Gojek menjadi decacorn, mengindikasikan pertumbuhannya menjadi super app yang menyediakan beragam layanan, termasuk pembayaran, kebersihan, perawatan kendaraan, makanan, dan transportasi (Prakosa & Wintaka, 2020).

Walaupun e-wallet sudah banyak diperkenalkan di Indonesia, pemahaman masyarakat tentang manfaat dan kegunaannya masih terbatas. Menurut Dina Marsela et al. (2022), pentingnya e-wallet di Indonesia semakin menonjol, namun terdapat kekurangan dalam sistem pembayaran dan kesadaran keamanan di

kalangan pengguna yang masih bervariasi. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan e-wallet dan strategi peningkatan kesadaran keamanan pengguna.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat berinteraksi dengan berbagai layanan, termasuk layanan keuangan seperti e-wallet. Penggunaan e-wallet di Indonesia semakin meningkat, terutama di kalangan generasi yang lebih muda, seiring dengan berkembangnya teknologi finansial (fintech). Namun, adopsi teknologi ini bervariasi antar generasi, khususnya antara Generasi X dan Generasi Z, yang memiliki karakteristik unik dalam hal adaptasi teknologi dan perilaku konsumen.

Generasi X (lahir antara 1960-1980) tumbuh dalam era sebelum munculnya teknologi digital, tetapi harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi di usia dewasa. Mereka cenderung lebih berhati-hati dalam mengadopsi teknologi baru, termasuk e-wallet. Fokus utama mereka dalam memilih teknologi seperti e-wallet adalah keamanan, keandalan, dan kemudahan penggunaan. Generasi ini sering kali melakukan riset mendalam sebelum menggunakan teknologi baru dan mengutamakan layanan yang memberikan rasa aman, seperti perlindungan data dan sistem keamanan transaksi yang kuat.

Di sisi lain, Generasi Z (lahir antara 1995-2010) adalah kelompok yang tumbuh di tengah perkembangan pesat teknologi digital. Mereka sangat akrab dengan internet, smartphone, dan berbagai platform digital sejak usia dini. Generasi ini lebih terbuka terhadap inovasi teknologi dan lebih impulsif dalam mengadopsi teknologi baru, termasuk e-

wallet. Generasi Z lebih tertarik pada fitur-fitur inovatif yang ditawarkan oleh e-wallet, seperti cashback, diskon, dan kemudahan transaksi. Mereka juga lebih responsif terhadap kampanye pemasaran digital yang memanfaatkan media sosial dan influencer, yang lebih sesuai dengan gaya hidup digital mereka.

Generasi X dan Generasi Z menjadi fokus penelitian ini karena memberikan wawasan tentang perbedaan demografis dan karakteristik antara kedua generasi. Generasi X, yang tumbuh tanpa teknologi digital namun mengadopsinya di usia dewasa, lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan dan selektif dalam mengadopsi teknologi baru. Sementara itu, Generasi Z, yang lebih impulsif dan terbuka terhadap teknologi, menunjukkan preferensi yang berbeda. Memahami perilaku ini penting untuk mengembangkan produk dan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan kedua generasi tersebut.

Fenomena komunikasi bisnis sangat dalam penggunaan e-wallet seperti Gopay, khususnya dalam membahas perbedaan antara Generasi X dan Generasi Z. Komunikasi bisnis yang efektif memastikan pesan mengenai manfaat, fitur, dan keamanan e-wallet tersampaikan dengan baik. Untuk Generasi X, perlu menekankan keamanan, keandalan, dan kemudahan penggunaan, serta memberikan informasi proteksi data yang komprehensif. Sebaliknya, Generasi Z lebih responsif terhadap komunikasi yang cepat, interaktif, dan berbasis media sosial, dengan penggunaan influencer dan konten menarik yang lebih efektif (Afista et al. 2024). Media komunikasi juga berbeda; Generasi X lebih mengandalkan email, website resmi, dan media tradisional, sementara Generasi Z lebih aktif di media

sosial dan aplikasi mobile seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Pesan harus disesuaikan: Generasi X membutuhkan informasi rinci dan fokus pada keamanan, sedangkan Generasi Z lebih tertarik pada pengalaman pengguna dan fitur menarik seperti cashback dan promo. Customer support dan engagement juga penting, dengan Generasi X menghargai layanan pelanggan yang responsif dan personal, dan Generasi Z menginginkan interaksi cepat melalui platform digital. Mendengarkan feedback dari kedua generasi dan menyesuaikan strategi komunikasi secara berkelanjutan sangat penting untuk menjaga dan kepuasan pengguna (Indriyani & Sartika, 2022).

Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah membandingkan perilaku Generasi X dan Generasi Z dalam memilih, menggunakan, dan mencapai kepuasan dalam penggunaan Gopay. Penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi motivasi yang mendasari penggunaan e-wallet oleh kedua generasi serta mengevaluasi tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang ditawarkan oleh Gopay. Dengan memahami perbedaan mendasar dalam perilaku dan preferensi antara Generasi X dan Z, penyedia layanan e-wallet seperti Gopay dapat mengembangkan strategi pemasaran dan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masing-masing generasi

Rumusan Masalah Penelitian ini bagaimana perilaku Generasi X dan Generasi Z dalam memilih, membeli, menggunakan, dan merasakan kepuasan terhadap E-Wallet Gopay ? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku Generasi X dan Generasi Z dalam pemanfaatan penggunaan E-Wallet Gopay

Manfaat secara praktis, penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pengguna uang elektronik dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mencapai kepuasan dengan E-Wallet Gopay. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu pengembangan bisnis Gojek serta layanan E-Wallet lainnya. Dengan pemahaman yang lebih baik terhadap preferensi konsumen dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mencapai kepuasan dengan E-Wallet Gopay, hasil penelitian ini dapat berperan dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan membuka peluang untuk pengembangan layanan E-Wallet di masa depan. Manfaat Secara akademis, hasil penelitian ini menjadi referensi yang memberikan kontribusi pada literatur terkait uang elektronik, FinTech, dan perilaku konsumen dalam konteks memilih, membeli, menggunakan, dan kepuasan terhadap layanan E-Wallet.

2. Tinjauan Literatur Perilaku konsumen

Perilaku masyarakat, pada dasarnya, bertujuan untuk memahami alasan di balik tindakan masyarakat dan apa yang mendasari perilaku mereka. masyarakat menunjukkan keragaman yang menarik untuk dikaji, melibatkan berbagai kelompok usia dan latar belakang sosial. karena itu, penting untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang terkait dengan keragaman ini. Dari perspektif lain, perilaku konsumen dapat diartikan sebagai serangkaian proses dan kegiatan yang terjadi ketika individu atau masyarakat (Harvianto, 2022).

Konsumen sebagai pengguna, pengonsumsi barang ataupun jasa, memiliki karakter yang berbeda-beda, yang seharusnya mampu ditangkap oleh

pelaku pemasaran dalam kegiatannya, agar dapat menangkap peluang tentang kebutuhan dan keinginan konsumen (Kusuma et al., 2020) Masyarakat terlibat dalam proses pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, dan pengevaluasian produk serta jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi proses ini melibatkan aspek budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. memiliki peran dalam membentuk perilaku masyarakat (Musthofa, 2020) Definisi perilaku masyarakat menurut (Schiffman, 2012) mengacu pada studi tentang bagaimana seseorang mengambil keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka, seperti waktu, uang, dan usaha, guna memperoleh barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Dalam konteks ini, perilaku konsumen melibatkan pengambilan keputusan untuk memenuhi kebutuhan, termasuk motivasi untuk terus menggunakan, dan dorongan untuk memotivasi pengguna lain.

Generasi X

Generasi X, yang melibatkan individu yang lahir antara tahun 1960 hingga 1980, memiliki pengalaman dan keterampilan teknologi sejak awal perkembangannya. Generasi ini dikenal memiliki kemampuan adaptasi yang baik dan motivasi untuk mengikuti perkembangan teknologi guna meningkatkan kualitas hidup (Muhammad et al., 2020). Kemampuan alamiah mereka untuk beradaptasi dengan lingkungan teknologi dan informasi yang berkembang pesat telah diakui.

Dengan perbedaan yang signifikan dalam rentang generasi, khususnya ketika beralih dari konsumen non-digital menjadi konsumen yang lebih akrab dengan aktivitas digital, proses adaptasi membutuhkan waktu dan penyesuaian

khusus. Adaptasi terhadap layanan digital, yang memiliki sistem yang berbeda dari layanan konvensional, memerlukan perhatian khusus. Perbedaan kebiasaan antara Generasi X dan Generasi Z terkait dengan layanan online juga menunjukkan variasi. Dalam konteks ini, perbandingan antara jasa transportasi konvensional dan digital, mencakup aspek hubungan sosial antara penyedia dan pengguna layanan, jarak tempuh, efisiensi waktu, keamanan, dan kapasitas. Aspek-aspek ini mencerminkan perbedaan mendasar antara layanan transportasi konvensional dan digital (Zhulal et al., 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana proses adaptasi terhadap aplikasi Gojek berbeda antara Generasi X dan Generasi Z, serta untuk menyoroti persamaan dan perbedaan yang mendasarinya.

Proses penggunaan e-wallet terhadap generasi X tidak secara langsung dikaji dalam sumber-sumber yang disediakan. Namun, beberapa penelitian yang dikutip menunjukkan bahwa generasi X memiliki perilaku yang lebih dipengaruhi oleh motivasi hedonis dan kebutuhan akan teknologi yang mudah digunakan dalam menggunakan e-wallet. Faktor-faktor seperti keamanan, kemudahan penggunaan, dan kegunaan aplikasi juga mempengaruhi keputusan penggunaan e-wallet oleh generasi X (Afista et al., 2024).

Generasi Z

Generasi Z, yang muncul setelah Generasi Y dan sebelum Generasi Alfa dengan rentang kelahiran 1995 hingga 2010, memiliki pemahaman yang intuitif terhadap teknologi. Mereka mendapatkan informasi secara simultan dengan prosesnya, membentuk pemahaman yang unik dan berpotensi berkembang seiring

dengan eksposur terhadap teknologi Keunggulan Generasi Z muncul dalam kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan zaman, yang termanifestasi dalam kemampuan multitasking, yaitu melaksanakan tugas-tugas secara bersamaan. Keunggulan ini didukung oleh lingkungan dan kapabilitas yang dimiliki oleh generasi ini (Putra, 2016)

Electronic Wallet (E-wallet)

Menurut (Télez & Zeadally, 2017), *E-wallet* merupakan suatu bentuk aplikasi perangkat lunak yang memungkinkan individu untuk menyimpan dan mengelola informasi pelanggan mereka, seperti mengatur rekening bank dan mengelola kredit mereka. Selain itu, Dalam hal pembayaran, *e-wallet* memungkinkan transaksi keuangan bisa dibereskan dan dipantau secara langsung. Hal ini memudahkan pengguna dalam melakukan pembayaran dan memudahkan penjual dalam menyelesaikan transaksi. Selain itu, *e-wallet* juga memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan dengan cepat dan mudah melalui perangkat elektronik seperti *smartphone* atau komputer.

Dengan kelebihan yang ditawarkan oleh *e-wallet*, seperti kemudahan penggunaan, manfaat yang beragam, promosi yang menarik, dan tingkat keamanan yang baik, konsumen cenderung tertarik untuk membeli saldo *e-wallet*. *E-wallet* atau dompet digital, telah menjadi semakin populer di kalangan konsumen karena berbagai keunggulan yang ditawarkannya. Kemudahan penggunaan *e-wallet*, termasuk proses pembayaran yang cepat dan mudah, merupakan salah satu faktor utama yang membuat konsumen memilih *e-wallet* sebagai metode

pembayaran mereka. Selain itu, manfaat yang diperoleh dari penggunaan *e-wallet*, seperti diskon, *cashback*, dan *reward*, juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Oleh karena itu, perkembangan sistem pembayaran dari metode tunai dan kartu kredit beralih ke sistem pembayaran digital melalui berbagai aplikasi *e-wallet*, baik yang disediakan oleh bank maupun penyedia dana lainnya, menjadi sebuah tren yang signifikan (Agung & Rachmawati, 2021)

Sebagai aplikasi pembayaran, *e-wallet* memungkinkan individu melakukan transaksi dengan menyimpan informasi kartu kredit pengguna. Ini dianggap sebagai metode transaksi yang populer karena memberikan kemudahan, fleksibilitas, dan perlindungan terhadap pengguna. Penggunaan *e-wallet* semakin meningkat karena memberikan layanan di Dalam berbagai sektor, seperti transportasi, pengiriman makanan, dan pembayaran tagihan, *e-wallet* telah menjadi solusi yang populer.

Penelitian Terdahulu

Dalam mengeksplorasi perilaku penggunaan E-Wallet Gopay, penting untuk memahami konteks penelitian sebelumnya yang telah memberikan wawasan tentang keputusan dan preferensi pengguna dalam ranah keuangan digital.

Berdasarkan penelitian yang berjudul “Pengaruh Dompot Digital (E-Wallet) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Masyarakat Milenial Di Jakarta)” menyatakan bahwa mayoritas pengguna dompet digital memiliki lebih dari dua jenis dompet digital dan menggunakan layanan tersebut secara rutin. Sebagian besar responden menggunakan dompet digital karena adanya berbagai promosi yang tersedia.

Analisis inferensial menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan memainkan peran krusial dalam adopsi dompet digital. Untuk meningkatkan penggunaan dompet digital, disarankan untuk meningkatkan pengetahuan tentang dompet digital, memperbaiki kenyamanan aplikasi dompet digital, dan menyelenggarakan promosi. Studi ini menekankan bahwa persepsi terhadap kecepatan, kenyamanan, dan keamanan memiliki korelasi dengan transaksi pembayaran menggunakan dompet digital, dibandingkan dengan metode pembayaran lain seperti uang tunai, kartu debit/kredit, e-money, dan sebagainya (Mukarramah, 2023).

Menurut penelitian yang berjudul “Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompet Digital”, menyatakan bahwa kepercayaan merupakan faktor utama yang memengaruhi adopsi penggunaan dompet digital. Provider dompet digital dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memprioritaskan keamanan yang terintegrasi dalam sistem dompet digital, sehingga pengguna merasa lebih yakin untuk menyimpan uang elektronik di dalam akun rekening dompet digital mereka. Untuk penelitian selanjutnya terkait dengan adopsi dompet digital, penelitian ini memberikan indikasi akan pentingnya menggali lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen dalam menggunakan layanan dompet digital (Diva et al., 2020).

Selain itu berdasarkan penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Qris Di Kota Pematangsiantar”, menyatakan Peningkatan tingkat kepuasan pengguna QRIS oleh generasi Z di Kota Pematangsiantar mencerminkan dampak yang signifikan

dan positif dari penggunaan QRIS. Tingkat kepuasan yang tinggi ini menjadi bukti bahwa QRIS telah berhasil memperluas cakupan penggunaannya, baik di kalangan konsumen maupun produsen (pedagang) di Pematangsiantar selama lebih dari dua tahun terakhir. Dengan pencapaian ini, dapat diperkirakan bahwa QRIS akan mengalami pertumbuhan yang pesat dan merambah ke setiap kota besar di Indonesia di masa mendatang. Ini juga menandakan perubahan yang signifikan dalam sistem pembayaran di negara kita (Nainggolan et al., 2022).

Penelitian terdahulu yang menggali perilaku pengguna E-Wallet memberikan landasan konsisten bagi fokus penelitian ini, memungkinkan untuk memperluas pemahaman dan merinci faktor-faktor yang mungkin telah berubah atau tetap relinforman Z3. Temuan penelitian sebelumnya yang menyoroti preferensi dan motivasi pengguna E-Wallet dapat memberikan kerangka konseptual yang berharga, memandu analisis lebih lanjut terhadap perbedaan dan kesamaan dalam konteks Generasi X dan Generasi Z. Selain itu, penggalian lebih dalam terhadap penelitian terdahulu yang memeriksa interaksi sosial dan faktor lingkungan yang memengaruhi penggunaan E-Wallet Gopay dapat memberikan dimensi tambahan untuk memperdalam pemahaman terkait pengaruh sosial dalam konteks Generasi X. Dengan merinci temuan penelitian terdahulu, penelitian ini dapat memvalidasi tren-tren yang telah diidentifikasi sebelumnya, sekaligus menambahkan dimensi kontekstual baru yang mungkin muncul seiring perubahan dinamika sosial dan teknologis. Dengan demikian, penelitian ini membangun pada kerangka pengetahuan yang telah ada, menyediakan kontinuitas dalam

pemahaman perilaku pengguna E-Wallet Gopay, dan mengidentifikasi evolusi dalam preferensi seiring perkembangan teknologi dan perubahan generasional.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada fokusnya yang lebih spesifik terhadap perbedaan perilaku penggunaan e-wallet antara Generasi X dan Generasi Z, khususnya dalam konteks penggunaan platform Gopay. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mungkin lebih umum atau tidak memperhatikan perbedaan generasi secara khusus, penelitian ini menggunakan metode yang lebih terfokus dan mempertimbangkan faktor-faktor generasional dalam analisisnya. Dengan memperhitungkan tren terbaru dalam teknologi keuangan digital dan penggunaan e-wallet, penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi yang berharga terhadap pemahaman kita tentang cara Generasi X dan Generasi Z berinteraksi dengan platform e-wallet seperti Gopay, serta implikasinya terhadap pasar dan industri secara keseluruhan.

Selain itu, dalam penelitian ini terdapat unsur kombinasi atau interseksi yang terletak pada penggabungan dua variabel utama: generasi (Generasi X dan Generasi Z) dan penggunaan e-wallet (dalam hal ini, Gopay). Penelitian ini tidak hanya memeriksa perilaku penggunaan e-wallet secara umum, tetapi juga membedah perbedaan-perbedaan dalam perilaku tersebut berdasarkan karakteristik generasional. Dengan demikian, penelitian ini mencoba untuk menggabungkan dua domain yang berbeda - yaitu generasi dan teknologi keuangan digital - untuk memahami lebih baik bagaimana perilaku penggunaan e-wallet bervariasi di antara dua kelompok usia yang berbeda. Ini menciptakan kesempatan untuk memahami

lebih dalam tidak hanya faktor-faktor yang memengaruhi adopsi e-wallet, tetapi juga bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dengan karakteristik generasional tertentu. Dengan demikian, unsur kombinasi ini menawarkan wawasan yang lebih holistik dan kontekstual tentang perilaku pengguna dalam konteks penggunaan e-wallet Gopay di antara Generasi X dan Generasi Z.

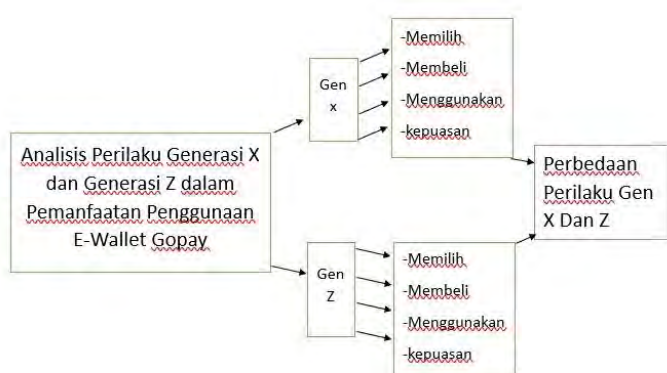
Penelitian ini memiliki kebaruan yang terletak pada fokus yang lebih spesifik terhadap perbedaan perilaku penggunaan e-wallet antara Generasi X dan Generasi Z, khususnya dalam konteks penggunaan platform Gopay. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mungkin lebih umum atau tidak memperhatikan perbedaan generasi secara khusus, penelitian ini menggunakan metode yang lebih terfokus dengan mempertimbangkan faktor - faktor generasional dalam analisisnya. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi baru dengan mempelajari secara mendalam interaksi antara generasi (Generasi X dan Generasi Z) dan teknologi keuangan digital (Gopay). Dengan memperhitungkan tren terbaru dalam teknologi keuangan digital dan penggunaan e-wallet, penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi yang berharga terhadap pemahaman kita tentang cara kedua generasi berinteraksi dengan platform e-wallet seperti Gopay, serta implikasinya terhadap pasar dan industri secara keseluruhan.

Penelitian terbaru oleh Jumawan dkk (2024) membahas tren adopsi e-wallet dan pengaruh strategi pemasaran pada Generasi Z. Generasi Z mengapresiasi kemudahan, kecepatan, keamanan, dan promo yang ditawarkan e-wallet. Minat terhadap inovasi teknologi juga menjadi faktor penting dalam penerimaan e-wallet.

Tiga alasan mendasar yang mendukung perilaku konsumtif Generasi Z pada e-wallet adalah pelayanan dan fitur yang menarik, kenyamanan, dan kemudahan penggunaan (Pratama & Purnomo, 2023). Aspek yang mempengaruhi fenomena penggunaan e-wallet pada Generasi Z antara lain dominasi perempuan, umur yang mempengaruhi kebutuhan, manfaat mempermudah transaksi, dan risiko yang tidak bisa dihindari (Afista dkk, 2024).

Secara keseluruhan, penelitian terbaru menunjukkan bahwa Generasi Z telah mengadopsi e-wallet dengan baik, didorong oleh kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan strategi pemasaran yang menarik seperti promo dan diskon. Namun, isu keamanan tetap menjadi perhatian yang harus dikelola dengan baik oleh penyedia layanan e-wallet.

Kerangka Berpikir



Bagan ini dibuat untuk mencari pengguna pada Generasi X dan Generasi Z dengan tujuan memahami perbedaan perilaku mereka dalam pemanfaatan e-wallet Gopay. Dengan menganalisis aspek-aspek seperti memilih, membeli, menggunakan, dan kepuasan, penelitian ini bertujuan

untuk mengidentifikasi pola-pola perilaku yang berbeda antara kedua generasi tersebut. Hal ini akan membantu dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran, serta mengembangkan fitur dan layanan Gopay yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing generasi. Bagan ini juga akan membantu dalam menilai tingkat adaptasi dan kepercayaan terhadap teknologi digital di antara Generasi X dan Generasi Z, serta memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan e-wallet.

Penelitian ini mengkaji perilaku Generasi X dan Generasi Z dalam penggunaan Gopay, dengan menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi dan perilaku konsumen pada kedua generasi. Kerangka konseptual ini mengintegrasikan teori perilaku konsumen dan adopsi teknologi untuk memahami perbedaan perilaku antar generasi dalam memanfaatkan layanan e-wallet, seperti yang dijelaskan oleh Schiffman (2012) dalam teorinya tentang proses pengambilan keputusan konsumen.

Generasi X, yang lahir antara tahun 1960 hingga 1980, dikenal lebih berhati-hati dan selektif dalam mengadopsi teknologi baru. Mereka fokus pada keamanan dan keandalan layanan, terutama dalam aspek perlindungan data dan transaksi yang aman. Perilaku ini didukung oleh teori dari Muhammad et al. (2020) yang menjelaskan bahwa Generasi X, meskipun mampu beradaptasi dengan teknologi, memerlukan lebih banyak waktu dan bukti keamanan untuk mempercayai teknologi baru, seperti Gopay.

Di sisi lain, Generasi Z, yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010, memiliki

karakteristik yang sangat berbeda. Mereka tumbuh di era digital dan lebih responsif terhadap inovasi teknologi. Afista et al. (2024) menambahkan bahwa Generasi Z cenderung lebih mudah tertarik pada fitur-fitur inovatif dan promosi seperti cashback dan diskon, yang membuat mereka lebih cepat mengadopsi teknologi baru. Mereka lebih mengutamakan kemudahan dan inovasi dalam penggunaan layanan, serta sangat terpengaruh oleh media sosial dan kampanye pemasaran digital.

Kerangka ini juga mencakup hubungan antara perilaku konsumen dan tingkat kepuasan pengguna. Bagi Generasi X, kepuasan diperoleh dari keamanan yang ditawarkan oleh Gopay, sementara bagi Generasi Z, kepuasan didorong oleh pengalaman pengguna yang cepat dan inovatif serta penawaran promosi. Afista et al. (2024) memperkuat pandangan ini dengan menyatakan bahwa perilaku konsumtif Gen Z terhadap e-wallet sangat dipengaruhi oleh fitur-fitur yang memberikan nilai tambah dan kenyamanan.

Dengan demikian, kerangka konseptual ini menggambarkan bagaimana perilaku konsumen dalam memilih, menggunakan, dan merasa puas terhadap Gopay sangat dipengaruhi oleh perbedaan generasional, serta bagaimana penyedia layanan seperti Gopay dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan fitur berdasarkan preferensi dan karakteristik masing-masing generasi.

3. Metode

Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif berupaya memahami gejala sedemikian rupa dengan menapikan segala hal yang bersifat kuantitatif sehingga

gejala yang ditemukan tidak mungkin diukur oleh angka-angka. penggunaan pendekatan kualitatif dengan beragam metode-metode atau triangulasi dalam penelitian ini mencerminkan upaya untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang sedang dikaji. (Mulyadi, 2012)

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang berguna dalam menggambarkan fenomena yang kompleks dan sulit diukur secara kuantitatif. Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini menghasilkan data deskriptif yang berasal dari orang-orang serta perilaku yang dapat diamati (Mulyadi, 2012)

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder.

a. Primer

Data primer nantinya akan peneliti ambil untuk menjawab permasalahan penelitian dan dianggap lebih akurat karena data ini disajikan secara rinci. Peneliti mengumpulkan data ini melalui metode observasi dan wawancara. Sementara itu, data sekunder merupakan informasi yang diperoleh oleh peneliti melalui pihak ketiga, tidak diperoleh secara langsung dari subjek penelitian (Narimawati, 2008).

Informan dalam penelitian ini akan berasal dari dua kelompok utama, yaitu Generasi X dan Generasi Z, yang merupakan pengguna e-wallet Gopay. Representasi yang seimbang dari kedua kelompok usia tersebut akan dipertimbangkan dalam pemilihan informan dengan memperhatikan beragam latar belakang, pengalaman, dan perilaku

dalam penggunaan e-wallet. Informan kunci yang dipilih akan mencakup pengguna aktif e-wallet Gopay, yang memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan platform tersebut, serta individu yang belum menggunakan e-wallet Gopay namun memiliki ketertarikan atau pertimbangan untuk menggunakannya. Hal ini akan memastikan bahwa penelitian mencakup berbagai perspektif dan pengalaman dalam penggunaan e-wallet, serta memungkinkan peneliti untuk memahami lebih baik faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan e-wallet di antara kedua kelompok usia tersebut.

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan yang terstruktur terhadap gejala-gejala, baik yang bersifat fisik maupun mental. Dalam melaksanakan observasi, partisipasi pengamat atau peneliti dapat dilakukan dalam berbagai kondisi, sebagaimana dijelaskan oleh (Miles, 2014) yang membedakan tingkatan partisipasi menjadi nihil, aktif, dan penuh dalam konteks penelitian.

memerlukan penyamaran. Klasifikasi ketiga menyangkut latar belakang penelitian. Dalam konteks penelitian ini, secara teknis, peneliti melakukan observasi terhadap seluruh sistem. Peneliti dalam melaksanakan observasi ini mengambil peran sebagai partisipan dan non-partisipan. Observasi terhadap konsumen GoPay dapat memberikan wawasan yang berharga terkait perilaku, preferensi, dan pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan tersebut. Mengamati seberapa sering konsumen menggunakan GoPay dalam transaksi

sehari-hari. Dan juga Menentukan pola penggunaan, seperti apakah lebih sering digunakan untuk pembayaran harian atau transaksi yang lebih besar.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang digunakan, sesuai dengan klasifikasi yang dapat dilakukan dalam dua bentuk, yakni wawancara berstruktur dan wawancara tak berstruktur. Wawancara berstruktur melibatkan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya sesuai dengan permasalahan penelitian, sedangkan wawancara tak berstruktur berkembang seiring dengan jawaban yang muncul, meskipun tetap terkait dengan permasalahan penelitian.

Instrumen wawancara untuk penelitian ini akan didasarkan pada tujuan penelitian, variabel penelitian yang ditetapkan, teori-teori dan literatur terkait, serta pertimbangan praktis seperti fleksibilitas, probing, validitas, reliabilitas, dan etika. Pertanyaan dalam instrumen wawancara akan dirancang untuk mencakup aspek penggunaan e-wallet Gopay, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan, pengalaman pengguna, preferensi, dan sikap terhadap teknologi keuangan digital. Dengan memperhatikan semua faktor ini, instrumen wawancara akan dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan data yang valid, dapat diandalkan, dan memenuhi standar etika penelitian.

Penelitian ini menggunakan wawancara berstruktur kepada para informan. Wawancara dilakukan dengan purposive sampling. Dimana informan pada penelitian ini sebanyak 3 Informan menggunakan kategori kepada para informan yaitu informan generasi X yang berumur 40-55 tahun informan generasi Z

yang berumur 8-23 tahun, dan kepada Nulu Dili Kartika selaku staff marketing dari Gopay.

Tabel 1: Kategori dan Penggunaan Gopay oleh Informan Berdasarkan Generasi

Informan	Usia	Penggunaan Gopay
Gen Z (1)	10-15 tahun	1 tahun
Gen Z (2)	16-20 tahun	1,5 tahun
Gen Z (3)	21-25 tahun	2 tahun
Gen X (1)	40-45 tahun	1 tahun
Gen X (2)	46-50 tahun	1,5 tahun
Gen X (3)	51-55 tahun	2 tahun

Tabel 2: Data informan staff marketing Gopay

Informan	Usia	Lama Bekerja
Nulu Dili Kartika	39 tahun	4 tahun

Wawancara dapat memberikan kesempatan bagi Informan untuk menjelaskan pemikiran dan perasaan mereka dengan lebih rinci, serta memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai aspek penggunaan e-wallet yang mungkin tidak teramati secara langsung. Ini juga memungkinkan peneliti untuk memahami konteks sosial, ekonomi, dan budaya yang memengaruhi perilaku pengguna.

Dengan demikian, kombinasi antara observasi dan wawancara mendalam akan lebih ideal untuk mendapatkan pemahaman yang holistik dan mendalam tentang penggunaan e-wallet Gopay di antara kedua generasi tersebut. Observasi dapat memberikan konteks situasional yang penting, sementara wawancara mendalam dapat mengungkapkan alasan

dan motivasi di balik perilaku pengguna secara lebih mendalam.

b. Sekunder

Menurut (Mulyadi, 2012) Data Sekunder adalah informasi yang didapat oleh peneliti secara tidak langsung dari obyek penelitian, biasanya data sekunder bersifat umum. Jenis data ini mencakup struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan, buku, dan sumber lain yang relevan dengan penelitian. Data sekunder diperoleh tidak langsung, melalui perantara, dan dapat dicatat oleh pihak lain. Sumber data ini termasuk buku, internet, surat kabar, jurnal, majalah, dan lainnya

Teknik analisis data kualitatif

Menurut (Miles, 2014), dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara berlanjut hingga diperoleh data yang dianggap kredibel. Kegiatan analisis data terdiri dari tiga langkah yang dilakukan secara berlanjut, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Untuk informasi lebih rinci mengenai ketiga langkah tersebut, berikut adalah penjelasannya secara lebih mendalam:

Reduksi data merupakan proses merangkum dan memilih elemen-elemen utama, fokus pada aspek penting, sehingga transformasi data yang awalnya kasar menghasilkan gambaran yang lebih jelas. Langkah ini memudahkan peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya. Setelah proses reduksi data, langkah berikutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, metode penyajian yang sering digunakan, menurut Miles dan Huberman, adalah dengan menggunakan teks uraian singkat yang bersifat naratif.

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan atau verifikasi. Menurut Miles & Huberman, penarikan kesimpulan merupakan bagian dari konfigurasi keseluruhan (Lestari, 2022)

Analisis tingkah laku Generasi X dan Z dalam memanfaatkan E-Wallet Gopay dilaksanakan melalui penerapan teknik analisis yang menggabungkan data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Output dari analisis tersebut kemudian diperinci untuk meraih pemahaman yang lebih komprehensif.

Teknik Absahan data

Peneliti memakai metode triangulasi sebagai metode untuk memperoleh data kredibel. Dengan menggunakan triangulasi, peneliti dapat memperoleh data yang lebih kredibel dan dapat memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai fenomena penelitian penulis. Dalam penelitian kualitatif, triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen, serta dengan menggunakan beberapa sumber data, seperti informan, dokumen, dan arsip. (Miles, 2014)

Triangulasi Peneliti

Triangulasi dalam penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas penelitian dengan menggabungkan data dari berbagai sumber, metode, dan teori. Triangulasi ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang suatu fenomena dan memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai fenomena tersebut. (Sutriani & Octaviani, 2019).

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil Analisis Perilaku Generasi X dan Generasi Z dalam Penggunaan E-Wallet Gopay

Setelah ditinjau, data informan harus mencerminkan deskripsi yang jelas dan lengkap, dengan memastikan bahwa rincian demografi mereka, seperti usia dan pengalaman, sesuai dengan klasifikasi generasi. Generasi X (lahir antara 1960-1980) dan Generasi Z (lahir antara 1995-2010) harus diwakili oleh individu-individu dalam rentang usia tersebut. Dalam konteks ini, Generasi X terdiri dari individu yang lebih konservatif dalam mengadopsi teknologi baru dan lebih mementingkan keamanan serta kenyamanan dalam menggunakan e-wallet seperti Gopay. Sementara itu, Generasi Z terdiri dari individu yang tumbuh dengan teknologi digital dan lebih adaptif terhadap inovasi baru, menjadikan mereka lebih impulsif dalam menggunakan fitur-fitur inovatif dari Gopay seperti promosi, cashback, dan kemudahan transaksi.

Penyesuaian diperlukan untuk membedakan secara lebih jelas perilaku dan pengalaman masing-masing kelompok berdasarkan klasifikasi generasi ini. Perbedaan dalam cara kedua generasi ini memilih, membeli, dan menggunakan Gopay menjadi fokus utama penelitian ini, serta bagaimana tingkat kepuasan mereka dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keamanan dan efektivitas kampanye pemasaran Gopay. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, ditemukan beberapa poin penting mengenai adopsi, preferensi penggunaan, tingkat kepercayaan terhadap keamanan, serta efektivitas kampanye pemasaran yang diterapkan oleh Gopay untuk menarik minat kedua generasi ini.

Preferensi dan Pilihan

Kedua generasi memiliki alasan yang kuat untuk memilih Gopay dibandingkan e-wallet lainnya. Generasi X lebih memilih Gopay karena kemudahan dalam penggunaan dan kemampuannya untuk melakukan berbagai jenis transaksi dengan cepat dan efisien. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan dimana Informan X1 menyatakan:

“Gopay lebih simpel, penggunaan user journey lebih ringan, dan pembayaran dari bank ke Gopay mudah.”

Informan X2:

“Gopay lebih simpel dan praktis, bisa digunakan untuk berbagai transaksi seperti pulsa dan transfer antar Gopay.”

dan Informan X3:

“Gopay lebih gampang, yang lain belum terlalu ngerti.”

Generasi Z, di sisi lain, memilih Gopay karena familiaritas dengan platform ini dan fitur-fitur tambahan seperti diskon dan tanpa biaya admin untuk top-up. Hal tersebut didapat dari hasil wawancara, dimana Informan Z1 mengungkapkan:

“Top up dari m-banking ke Gopay tidak ada potongan, sedangkan e-wallet lainnya biasanya ada potongan. Transfer ke rekening atau ATM lain juga tanpa biaya admin.”

Informan Z2:

“Karena saya sudah mengenal Gopay sejak lama, jadi saya tetap memilih Gopay.”

dan Informan Z3

“Gopay adalah yang pertama saya kenal, jadi saya lebih yakin dengan Gopay. E-wallet lain terkadang membingungkan, sedangkan Gopay lebih mudah digunakan.”

Temuan ini selaras dengan apa yang disampaikan oleh informan NDK, yaitu:

“Gopay tidak memiliki potongan biaya admin untuk transfer sesama bank. Terintegrasi dengan Bank Jago sehingga memudahkan pembayaran.”

Perbedaan perilaku ini juga terlihat dalam interaksi mereka dengan kampanye pemasaran Gopay. Generasi X, meskipun menggunakan Gopay dengan frekuensi yang relatif tinggi, lebih fokus pada aspek keamanan dan kemudahan penggunaan, sementara Generasi Z lebih mudah tertarik oleh promosi, diskon, dan fitur interaktif yang ditawarkan melalui media sosial. Temuan ini memperjelas bahwa Generasi X lebih konservatif dalam mengadopsi teknologi baru, sedangkan Generasi Z lebih terbuka terhadap inovasi dan promosi, yang mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan Gopay.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2021), yang menunjukkan bahwa preferensi terhadap e-wallet sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna dan penawaran khusus yang menarik. Studi tersebut juga mengungkapkan bahwa generasi muda cenderung lebih responsif terhadap penawaran diskon dan promosi,

yang memperkuat alasan mengapa Generasi Z lebih memilih Gopay.

Efektivitas Kampanye Pemasaran

Kampanye pemasaran Gopay dinilai sangat efektif oleh kedua generasi. Iklan yang menarik dan sering dilihat di berbagai media seperti Instagram, TikTok, billboard, dan KRL berhasil menarik perhatian dan mendorong pengguna untuk terus menggunakan Gopay. Hal tersebut dibuktikan dengan informasi yang disampaikan oleh Informan X1:

“Sering melihat kampanye di Instagram, TikTok, dan billboard saat berangkat kerja. Kampanye Gopay bagus, pesan yang disampaikan iklan cukup mengena dan unik bagi orang Indonesia, khususnya generasi saya.”

Informan X2:

“Pernah melihat kampanye di KRL, billboard, dan di Instagram. Menarik dan bagus, membuat kita tetap menggunakan Gopay tanpa beralih ke yang lain.”

Namun Informan X3 menyampaikan bahwa ia sering melihat kampanye pemasaran Gopay di media sosial dan jarang memperhatikan iklan di billboard. Ia tidak terlalu memperhatikan detail kampanye tersebut, namun menganggap iklan di media sosial cukup efektif untuk mengingatkannya tentang Gopay. Dia tidak terlalu memperhatikan detail kampanye tersebut, namun iklan di media sosial cukup efektif untuk mengingatkannya tentang Gopay.

Dari Generasi Z, Informan Z1 mengungkapkan bahwa ia pernah melihat kampanye Gopay di jalan, billboard, iklan, berita, dan media sosial. Ia menganggap kampanye tersebut cukup menarik karena

warnanya yang tidak monoton, melainkan warna-warni, sehingga dapat menarik perhatian dan membuat penasaran. Informan Z2 menyatakan bahwa ia juga pernah melihat kampanye pemasaran Gopay di iklan media sosial. Menurutnya, kampanye tersebut bagus dan menarik perhatian pelanggan, terutama saat pembayaran paket dan Gofood.

Selain itu informan Generasi Z3 juga menyatakan:

“Sering melihat kampanye Gopay di billboard dekat rumah saya. Kampanye tersebut menarik perhatian, terutama karena adanya diskon dan cashback. Kampanye tersebut bagus karena menarik masyarakat untuk menggunakan Gopay.”

Strategi pemasaran Gopay melalui iklan yang menarik dan promo-promo, serta kerja sama dengan Bank Jago dan integrasi tabungan yang memberikan bunga bulanan, adalah upaya untuk meningkatkan daya tarik dan penggunaan Gopay, hal ini diungkapkan oleh informan NDK.

Perbedaan perilaku antara Generasi X dan Generasi Z dalam merespons kampanye pemasaran ini cukup signifikan. Generasi X, yang lebih konservatif dalam mengadopsi teknologi baru, lebih fokus pada keamanan dan keandalan layanan. Mereka tertarik pada iklan yang menekankan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi. Sebaliknya, Generasi Z, yang lebih impulsif dan mudah beradaptasi terhadap teknologi baru, lebih responsif terhadap promosi, inovasi, dan penawaran menarik seperti diskon dan cashback yang disampaikan melalui media sosial. Generasi Z cenderung lebih tertarik pada fitur interaktif yang ditawarkan

Gopay, yang sesuai dengan preferensi mereka terhadap teknologi yang cepat, mudah digunakan, dan menawarkan nilai tambah.

Penelitian sebelumnya oleh Suryani (2021) menyatakan bahwa kampanye pemasaran yang inovatif dan menarik mampu meningkatkan brand awareness dan loyalitas pelanggan terhadap produk atau layanan tertentu. Efektivitas kampanye pemasaran Gopay dalam menarik perhatian pengguna menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan berhasil mencapai target audiens dengan baik.

Penggunaan E-Wallet Gopay

Hasil wawancara menunjukkan bahwa adopsi e-wallet Gopay cukup tinggi baik di kalangan Generasi X maupun Generasi Z. Generasi X, seperti yang diungkapkan oleh Informan X1:

“Sangat sering, digunakan untuk antar jemput anak sekolah, beli makanan, dan pergi ke tempat lain dengan Gocar.”

dan Informan X2:

“Sering, hampir setiap hari untuk kendaraan bermotor dan seminggu 2-3 kali untuk belanja. Nominalnya untuk ojol sekitar 34 ribu per hari dan untuk belanja kopi sekitar 120 ribu per minggu.”

mereka menggunakan Gopay untuk berbagai kebutuhan harian, seperti antar jemput anak sekolah, belanja harian, dan pembayaran untuk layanan transportasi. Wawancara dengan Informan X3 menyatakan:

“Lumayan sering, paling sering untuk Gocar dan Goride. Untuk pembayaran lain jarang, paling sebulan sekali.”

menunjukkan bahwa Generasi X, meskipun sudah mengenal teknologi, lebih memilih kemudahan dalam penggunaan aplikasi e-wallet seperti Gopay. Informan X3 mengungkapkan bahwa ia menggunakan Gopay lumayan sering, terutama untuk layanan transportasi seperti Gocar dan Goride. Ini menunjukkan bahwa adopsi Gopay di kalangan Generasi X lebih didorong oleh kebutuhan praktis dan kemudahan dalam bertransaksi.

Generasi Z, seperti Informan Z1 mengungkapkan:

“Saya mengenal Gopay semenjak COVID-19 karena sebelumnya saya menggunakan aplikasi Gojek dengan pembayaran cash. Untuk mengurangi kontak fisik, saya tahu dari sosmed untuk menggunakan Gopay yang memudahkan transaksi. Hampir setiap hari untuk keperluan seperti berangkat sekolah, pulang sekolah, dan kemana-mana menggunakan Gojek dan Gopay.”

Informan Z2:

“Saya mengenal Gopay sejak sekitar 2018. Pertama kali diberitahu oleh orang tua, tetapi saya mulai aktif menggunakan Gopay pada 2021 saat COVID-19 untuk mengurangi kontak fisik. Saya tidak terlalu sering menggunakan Gopay, biasanya hanya untuk berkendara dengan Goride atau memesan makanan dengan Gofood.”

dan Informan Z3:

“Saya mulai menggunakan Gopay sekitar satu atau dua tahun yang lalu saat pandemi. Saya tahu dari sosial media karena banyak iklan, dan saat itu tidak boleh menggunakan cash. Saat ini, saya sering menggunakan Gopay untuk

Gofood karena banyak diskon, lebih sering daripada untuk Goride karena saya memiliki kendaraan sendiri.”

Generasi X lebih memprioritaskan keamanan dan kemudahan dalam penggunaan Gopay untuk kebutuhan sehari-hari, sementara Generasi Z lebih responsif terhadap diskon, promosi, dan inovasi yang ditawarkan oleh Gopay, seperti integrasi dengan aplikasi lain dan kemudahan dalam melakukan transaksi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kedua generasi merasa nyaman menggunakan Gopay, perbedaan perilaku antara Generasi X dan Z terletak pada motivasi dan kebutuhan mereka. Generasi X lebih terfokus pada efisiensi dan keandalan, sedangkan Generasi Z lebih mengutamakan kecepatan, kenyamanan, dan promosi menarik. Penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini, di mana kemudahan dan kecepatan transaksi menjadi faktor utama dalam adopsi e-wallet di berbagai kelompok usia.

Wawancara dengan pihak Gopay menunjukkan bahwa Gopay tidak membedakan antara generasi dalam pemasarannya, tetapi melihat seluruh pengguna sebagai bagian dari ekosistem yang semakin mengarah ke transaksi cashless. Penggunaan Gopay yang meluas di tempat-tempat seperti mal dan UMKM menunjukkan adopsi yang signifikan. Hal tersebut diungkapkan oleh informan ND;

“Perusahaan tidak melihat hanya dari generasi X atau Z karena semua sudah serba cashless. Banyak tempat seperti mall dan UMKM menggunakan cashless.”

studi oleh Susanto (2020) menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan aksesibilitas yang ditawarkan oleh e-wallet

menjadi faktor penentu dalam adopsi teknologi ini di kalangan pengguna yang lebih tua dan lebih muda. Hal ini konsisten dengan temuan dari wawancara yang menunjukkan bahwa kedua generasi merasa nyaman menggunakan Gopay karena mudah digunakan dan terintegrasi dengan berbagai layanan.

Keamanan dan Kepercayaan

Keamanan transaksi adalah faktor penting yang dipertimbangkan oleh kedua generasi. Generasi X dan Generasi Z sama-sama merasa bahwa Gopay menawarkan tingkat keamanan yang tinggi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa Generasi X, yang cenderung lebih konservatif dalam mengadopsi teknologi baru, sangat mengutamakan aspek keamanan dan keandalan dalam memilih e-wallet seperti Gopay. Informan X1 dan X2 menyatakan bahwa mereka merasa aman karena Gopay menggunakan berbagai fitur keamanan seperti Face ID, passcode yang sulit ditebak, dan verifikasi PIN untuk login. Generasi X lebih cenderung berpegang pada teknologi yang sudah terbukti keamanannya, serta memastikan bahwa mereka mengikuti langkah-langkah keamanan yang diperlukan, seperti menjaga kerahasiaan PIN dan kode OTP. Hal ini menunjukkan bahwa bagi Generasi X, keamanan adalah prioritas utama dalam adopsi teknologi baru, termasuk e-wallet.

Sebaliknya, Generasi Z lebih impulsif dalam mengadopsi teknologi baru, dengan fokus pada kemudahan dan inovasi. Meskipun demikian, mereka juga menghargai fitur keamanan yang ditawarkan oleh Gopay. Informan Z1, Z2, dan Z3 sepemahaman bahwa Gopay aman digunakan selama pengguna menjaga kerahasiaan informasi pribadi mereka.

Namun, Generasi Z lebih cepat beradaptasi dengan teknologi keamanan baru dan lebih tertarik pada inovasi seperti integrasi biometrik (Face ID) yang memberikan kenyamanan tanpa mengurangi keamanan. Mereka lebih mengutamakan akses cepat dan mulus, selama mereka merasa aman dengan langkah-langkah perlindungan yang ada.

Informan X3 juga menegaskan bahwa ia merasa aman menggunakan Gopay karena hanya dirinya yang memiliki akses ke ponselnya, mencerminkan preferensi Generasi X terhadap kontrol pribadi dan pengamanan yang ketat. Di sisi lain, Generasi Z cenderung mengandalkan fasilitas teknologi otomatis seperti notifikasi keamanan dan otentikasi dua faktor untuk memastikan keamanan data mereka.

Keamanan yang dirasakan oleh pengguna merupakan faktor penting dalam mempertahankan loyalitas dan kepercayaan terhadap e-wallet. Penelitian oleh Prasetyo (2019) mendukung temuan ini, dengan menyebutkan bahwa kepercayaan pengguna terhadap keamanan adalah faktor krusial yang mempengaruhi adopsi teknologi. Kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan Gopay menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil menciptakan sistem yang mampu melindungi data pengguna dengan baik, terlepas dari perbedaan generasi.

Dengan demikian, perbedaan perilaku antara Generasi X dan Generasi Z dalam menggunakan Gopay lebih jelas terlihat dari cara mereka menekankan aspek keamanan. Generasi X lebih konservatif, mengutamakan kontrol pribadi dan verifikasi manual, sementara Generasi Z lebih terbuka terhadap inovasi keamanan

yang otomatis dan berteknologi tinggi, dengan prioritas pada kemudahan dan inovasi tanpa mengabaikan keamanan.

Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna terhadap layanan Gopay sangat tinggi di kedua generasi. Informan X1 dari Generasi X menyatakan bahwa ia sangat puas. Informan X2 juga merasa sangat puas dan sementara Informan X3 merasa lumayan puas. Dari Generasi X memberikan nilai kepuasan yang sangat tinggi.

Demikian juga dari Generasi Z, Informan Z1 merasa cukup puas. Selain itu Informan Z2 menyatakan:

“Saya cukup puas dengan layanan Gopay karena pembayaran jadi lebih cepat dan tidak perlu ribet dengan uang tunai. Saya beri nilai 9/10.”

dan Informan Z3:

“Saya sangat puas, terutama karena banyak diskon. Saya memberikan nilai 9,5 dari 10.”

Mereka mengapresiasi kemudahan penggunaan, penawaran diskon, dan fitur-fitur tambahan yang meningkatkan pengalaman pengguna. Pihak Gopay juga mengukur kepuasan pengguna melalui jumlah unduhan aplikasi dan jumlah top-up harian.

Hasil ini konsisten dengan penelitian oleh Widjaja (2020), yang menemukan bahwa kepuasan pengguna e-wallet sangat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, layanan pelanggan yang responsif, dan penawaran promosi yang menarik. Studi tersebut juga menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi berkontribusi pada loyalitas pengguna terhadap platform e-wallet tertentu.

Perubahan Sosial dan Ekonomi

Perubahan sosial dan ekonomi yang terjadi telah mendorong kedua generasi untuk lebih memilih transaksi non-tunai. Namun, terdapat perbedaan perilaku yang signifikan antara Generasi X dan Generasi Z dalam berinteraksi dengan teknologi baru seperti Gopay. Generasi X cenderung lebih konservatif, dengan fokus pada keamanan dan keandalan saat mengadopsi teknologi baru. Hasil dari wawancara dengan Generasi X, dimana informan X1 menyatakan:

“Penggunaan Gopay tergantung pada individu, saya pribadi lebih memilih cashless karena lebih simpel dan 70% gaji saya masuk ke Gopay.”

Informan X2 mengungkapkan bahwa penggunaan Gopay secara sosial sangat membantu dalam kehidupan sehari-hari dan secara ekonomi mempermudah transaksi tanpa ribet. Informan X3 mengakui bahwa perubahan sosial dan ekonomi mempengaruhi penggunaan Gopay di kalangan generasinya, terutama untuk mempermudah pembayaran tanpa harus keluar rumah. Generasi X menganggap transaksi cashless lebih simpel dan aman, sementara hasil wawancara dengan Generasi Z, dimana informan Z1 menyatakan:

“Di kalangan Gen Z, jarang menggunakan cash, lebih banyak yang cashless untuk mengurangi kontak fisik. UMKM juga banyak yang menggunakan QRIS, dan Gopay bisa memakai QRIS untuk memudahkan transaksi.”

Informan Z menyebutkan bahwa banyak generasi Z yang beralih dari pembayaran tunai ke non-tunai, sehingga memudahkan banyak orang. Informan Z menambahkan bahwa secara sosial, Gopay memudahkan karena transaksi non-tunai, dan secara

ekonomi, penggunaan Gopay membantu memajukan UMKM karena pembayaran menjadi lebih cepat. Generasi Z lebih memilih cashless untuk mengurangi kontak fisik. Penggunaan QRIS yang didukung oleh Gopay juga memudahkan transaksi di UMKM.

Selain itu informan NDK menyatakan:

“Gopay membantu UMKM melalui penggunaan QRIS yang memudahkan transaksi cashless di warung-warung dan UMKM, sehingga tidak perlu membawa uang tunai.”

Gopay beradaptasi dengan perubahan sosial dan ekonomi dengan membantu UMKM melalui penggunaan QRIS, yang memudahkan transaksi cashless di warung-warung dan UMKM.

Generasi X lebih memilih adopsi teknologi berdasarkan kebutuhan praktis dan keamanan, sementara Generasi Z lebih responsif terhadap inovasi teknologi dan fitur-fitur tambahan yang ditawarkan, seperti integrasi QRIS dan transaksi cashless di UMKM. Penggunaan Gopay di kedua generasi memperlihatkan bagaimana Generasi X lebih berhati-hati dalam menggunakan teknologi baru, sedangkan Generasi Z lebih mengutamakan kemudahan dan pengalaman pengguna yang cepat dan efisien.

Selain itu, Informan NDK menegaskan bahwa Gopay mendukung UMKM melalui penggunaan QRIS, yang memudahkan transaksi cashless di warung-warung dan UMKM, sehingga tidak perlu membawa uang tunai. Adaptasi Gopay terhadap perubahan sosial dan ekonomi memperlihatkan bahwa platform ini mampu memenuhi kebutuhan pengguna dari berbagai generasi, meskipun masing-masing generasi memiliki prioritas dan

pendekatan yang berbeda dalam mengadopsi teknologi baru.

Penggunaan Gopay oleh Kedua

Generasi:

Penggunaan Gopay oleh Generasi X dan Generasi Z bervariasi, baik dalam konteks kebutuhan harian maupun motivasi di balik adopsi teknologi ini. Gopay, sebagai salah satu platform e-wallet terpopuler di Indonesia, digunakan untuk berbagai transaksi sehari-hari, termasuk transportasi, pemesanan makanan, dan transaksi tanpa uang tunai di bisnis lokal. Namun, cara kedua generasi memanfaatkan Gopay mencerminkan perbedaan perilaku yang mendasar.

Generasi X:

Fokus pada kenyamanan dan keamanan: Generasi X lebih cenderung menggunakan Gopay untuk kebutuhan harian yang praktis dan terencana, seperti antar-jemput anak sekolah, membeli makanan, dan pembayaran transportasi seperti Gocar dan Goride. Mereka menghargai kemudahan dalam melakukan pembayaran tanpa harus membawa uang tunai, tetapi tetap mengutamakan keamanan. Hal ini tercermin dari pernyataan beberapa informan yang lebih memilih Gopay karena sistemnya yang mudah digunakan dan integrasinya dengan aplikasi Gojek, memungkinkan mereka menyelesaikan berbagai kebutuhan sehari-hari dengan satu aplikasi.

Penggunaan terbatas untuk transaksi harian: Meskipun Generasi X terbuka untuk menggunakan Gopay, mereka lebih sering menggunakannya untuk transaksi yang bersifat rutin dan sederhana, seperti belanja harian di pasar swalayan atau pembayaran transportasi. Fitur-fitur seperti transfer saldo antar

pengguna atau penggunaan Gopay di berbagai merchant belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh generasi ini.

Generasi Z:

Adaptasi cepat terhadap teknologi: Berbeda dengan Generasi X, Generasi Z lebih impulsif dan cepat beradaptasi dengan teknologi baru. Gopay sering digunakan oleh Generasi Z untuk berbagai keperluan sehari-hari seperti pemesanan makanan melalui layanan GoFood, transportasi menggunakan Gocar atau Goride, serta transaksi di berbagai toko dan kafe lokal yang telah terintegrasi dengan QRIS. Penggunaan QRIS, yang memungkinkan transaksi tanpa uang tunai di merchant kecil maupun besar, sangat memudahkan Generasi Z dalam bertransaksi secara cepat dan efisien.

Fokus pada promosi dan fitur inovatif: Selain kenyamanan, Generasi Z sangat tertarik dengan fitur-fitur inovatif yang ditawarkan Gopay, seperti cashback, diskon, dan tanpa biaya admin untuk top-up dari rekening bank. Fitur-fitur ini memberikan nilai tambah bagi mereka, terutama dalam transaksi harian seperti belanja online, pembayaran tagihan, dan pemesanan makanan. Generasi Z lebih banyak menggunakan fitur Gopay yang terintegrasi dengan layanan lain seperti Shopee, Tokopedia, atau bahkan layanan streaming untuk mempermudah pembelian layanan digital.

Fitur Gopay yang Lebih Diminati oleh Generasi Z: Salah satu fitur utama yang lebih dianggap nyaman oleh Generasi Z adalah QRIS, yang memungkinkan mereka melakukan pembayaran di berbagai tempat dengan hanya memindai kode QR. Fitur ini terintegrasi dengan banyak bisnis lokal seperti kafe, restoran,

dan toko kecil, yang sering dikunjungi oleh Generasi Z. Dengan hanya memanfaatkan aplikasi Gopay, mereka dapat bertransaksi secara cepat tanpa harus menggunakan uang tunai atau kartu debit/kredit, sehingga sangat mendukung gaya hidup serba digital yang diadopsi oleh Generasi Z.

Selain QRIS, Generasi Z juga memanfaatkan fitur integrasi Gopay dengan layanan lain, seperti GoFood, GoRide, dan GoSend, yang memudahkan mereka dalam melakukan berbagai aktivitas harian dengan satu aplikasi. Generasi Z juga menghargai fitur PayLater yang memungkinkan mereka untuk memesan layanan terlebih dahulu dan membayar di kemudian hari, sebuah fitur yang sangat relevan dengan kebiasaan mereka dalam mengelola keuangan secara fleksibel.

Secara keseluruhan, perbedaan dalam penggunaan Gopay oleh Generasi X dan Generasi Z sangat dipengaruhi oleh prioritas masing-masing generasi. Generasi X lebih memilih kemudahan dan keamanan dalam transaksi harian, sementara Generasi Z lebih tertarik pada fitur-fitur inovatif, promosi, dan kenyamanan yang mendukung gaya hidup digital mereka. Integrasi Gopay dengan layanan lain seperti QRIS dan berbagai platform e-commerce juga lebih banyak dimanfaatkan oleh Generasi Z, menjadikannya alat pembayaran yang praktis dan efisien untuk kebutuhan harian mereka.

5. Penutup

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Generasi X dan Generasi Z memiliki perbedaan dalam perilaku

mereka terhadap penggunaan E-Wallet Gopay.

Adopsi Teknologi dan Motivasi Penggunaan: Generasi X lebih berhati-hati dan selektif dalam menggunakan Gopay. Mereka cenderung menggunakannya untuk kebutuhan praktis seperti transportasi (Gocar dan Goride) dan belanja harian. Generasi Z lebih terbuka dan impulsif terhadap teknologi. Mereka menggunakan Gopay secara lebih intensif, terutama untuk transportasi dan pemesanan makanan. Pandemi COVID-19 menjadi pemicu utama bagi mereka untuk beralih dari pembayaran tunai ke digital. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan adalah sebagai berikut. Generasi X lebih memperhatikan aspek kemudahan dan praktis dalam penggunaan Gopay, serta lebih berhati-hati dalam memilih layanan, sedangkan Generasi Z dipengaruhi oleh promosi dan iklan di media sosial, serta lebih tertarik pada kemudahan dan diskon yang ditawarkan oleh Gopay. Kepuasan Pengguna menunjukkan bahwa kedua generasi merasa puas dengan layanan Gopay, terutama karena kemudahan, kecepatan transaksi, dan penawaran diskon yang menarik. Namun, Generasi Z menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi karena frekuensi penggunaan yang lebih sering.

Perbedaan karakteristik dan preferensi antara Generasi X dan Generasi Z. Generasi X memerlukan pendekatan yang lebih menekankan keamanan dan kemudahan, sementara Generasi Z lebih responsif terhadap promosi dinamis dan kemudahan akses.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang perilaku Generasi X dan Generasi Z dalam penggunaan GoPay, beberapa

saran dapat diajukan. Pertama, GoPay sebaiknya menyesuaikan strategi pemasarannya dengan memperhatikan karakteristik unik dari kedua generasi. Untuk Generasi X, kampanye pemasaran yang menekankan keamanan dan keandalan lebih disarankan, karena mereka lebih konservatif dalam mengadopsi teknologi baru. Sebaliknya, untuk Generasi Z, promosi yang menawarkan cashback dan diskon melalui platform digital, seperti media sosial, akan lebih efektif karena mereka lebih responsif terhadap inovasi dan promosi yang menarik.

Kedua, penting bagi GoPay untuk meningkatkan fitur keamanan khusus untuk Generasi X, mengingat perhatian mereka terhadap perlindungan data dan keamanan transaksi. Peningkatan ini bisa meliputi penerapan verifikasi biometrik yang lebih canggih atau perlindungan data pribadi yang lebih ketat. Di sisi lain, Generasi Z lebih menyukai fitur yang inovatif dan fleksibel, sehingga GoPay dapat mengembangkan fitur interaktif seperti integrasi dengan layanan lain, program loyalitas yang bersifat gamified, dan penawaran personalisasi melalui aplikasi mobile atau media sosial.

Selain itu, GoPay disarankan untuk meluncurkan kampanye edukasi yang menyoroti manfaat dan keamanan penggunaan e-wallet, menyesuaikan konten dengan target audiensnya. Untuk Generasi X, kampanye edukasi dapat berbentuk informasi mendalam mengenai keamanan, sedangkan untuk Generasi Z, konten yang lebih visual dan interaktif lebih disarankan. Terakhir, pengembangan layanan yang lebih terintegrasi dan fleksibel dapat meningkatkan pengalaman pengguna, terutama bagi Generasi Z yang cenderung mencari kemudahan dan kenyamanan dalam satu platform. Dengan

demikian, GoPay dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pengguna di kedua generasi.



Referensi**Book**

- Miles, M. B. J. H. (2014). *Qualitative data analysis : a methods sourcebook*.
- Muhammad, P., Alfaruqy, Z., & Psi, S. (2020). *PSIKOLOGI MILENIAL*.
- Narimawati, Umi, 2008, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Agung Media, Bandung
- Schiffman, L. G. (2012). *Consumer Behaviour A : European Outlook Trans Atlantic Publications 2012*.
- Téllez, J., & Zeadally, S. (2017). *Mobile Payment Systems Secure Network Architectures and Protocols*.
<http://www.springer.com/series/4198>

Journal Article

- Afista, T. L., Fuadina, A. L., Aldi, R., & Nofirda, A. F. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-wallet DANA. *Jurnal Pendidikan Tambusai* (Vol. 8, Issue 1).
- Agung, A. A., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management terhadap royalitas penggunaan layanan aplikasi E Wallet Gopay (studi pada Generasi Z Kota Bandung). Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Loyalitas pengguna layanan aplikasi E Wallet Gopay (Studi pada Generasi Z di Kota Bandung).
- Arviani, K. D., & Putri, K. Y. S. (2021). Pengaruh Terpaan Iklan E-commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. In *Jurnal Komunikasi* |: Vol. VI (Issue 2).
- Citra Christiani, L., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa. *Generasi Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa*, 4.
- Dina Marsela, A., Nathanael, J., & Marchelyta, N. (2022). Penggunaan E-Wallet sebagai Kemajuan Teknologi Digital dalam Menentukan Preferensi Masyarakat di Surabaya. *Penggunaan E-Wallet Sebagai Kemajuan Teknologi Digital Dalam Menentukan Preferensi Masyarakat Di Surabaya*.
- Diva, N., Rembulan, R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. In *Valid Jurnal Ilmiah* (Vol. 17, Issue 2).
- Ghifari, Deni. "Indonesians Favor E-Wallet Over Cash as GoPay Continues Its Dominance: Survey." *Asia News Network*. 29 November 2022.
- Harvianto, M. T., (2022). Perilaku Masyarakat dalam upaya menciptakan kebersihan Lingkungan Bantaran sungai Kali Pepe kota Surakarta . *Journal of Development and Social Change*, (Volume 5, Issue. 2).
- Indriyani, D. & Sartika, S. H. (2022). Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*. (Volume 6, Issue. 1).
- Jumawan, J., Susanto, E., Sefita, A., Maharani, P. A., Maharani, S., Febianti, V., ... & Riyanto, R. (2024). IMPLEMENTASI PEMANFAATAN DIGITAL PAYMENT (E-WALLET) PADA KALANGAN GENERASI Z. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2932-2938.
- Kusuma, E. A., Efendi, D., Pontjo,), & Mahargiono, B. (2020). Penerimaan Informasi pada Keputusan Pembelian Buku Anak-Anak Impor Berbahasa Inggris Terbitan Usborne. In *Jurnal Komunikasi* | (Vol. 5, Issue 2). www.usborne.com
- Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. (2021). Penyebaran pengguna digital wallet di indonesia berdasarkan google trends analytics. 2, 377–385.

- <https://dailysocial.id/post/fintech-report-2019>
- LESTARI, S. A. (2022). Analisis Preferensi Milenial dalam memutuskan penggunaan Quick responden code Indonesian standard (Qris) sebagai alat pembayaran
- Lishobrina, L. F., Arum, M. P., Hidayat, C. M., Widianty, L. I., & Wengkau, G. P. (2023). Analisis Faktor Kepuasan Pengguna Gopay dalam Digital Financial Management. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(1), 161–171.
- Mohammad Mulyadi. (2012). Riset desain dalam Meteologi penelitian .
- Mukarramah, H. (2023). Pengaruh Dompot digital (E-wallet) terhadap Minat beli konsumen (Studi kasus pada Masyarakat Milenial di Jakarta)
- Mulyadi, M. (2012). Riset Desain dalam Metodologi penelitian. (Vol. 16, Issue 1).
- Musthofa, M. A. (2020). Pengaruh perilaku konsumen terhadap sistem Pembayaran Uang Digital.
- Muyasaroh, A., Gandhi, A., & Kurniati, A. P. (2023). Pengukuran Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Fintech XYZ di Jawa Barat Serta Perancangan Pembuatan Prototipe Perbaikan. *e-Proceeding of Engineering* : Vol.10, No. 5.
- Nainggolan, E. G. M., Silalahi, B. T. F., & Sinaga, E. M. (2022). Analisis Kepuasan Gen Z dalam menggunakan Qris dikota Pemantangsiangtar analisis kepuasan Gen Z dalam menggunakan Qris di kota Pemantangsiantar.
- Nyoman, N. :, & Arafa, J. (2022). Analisis Generasi Milenial dalam memutuskan penggunaan Quick Respondwn code Indonesian Stansard (Qris) sebagai alat pembayaran.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor – faktor yang mempengaruhi minar penggunaan ulang E wallet pada Generasi Milenial di daerah Istimewa Yogyakarta . *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72–85.
<https://doi.org/10.37112/bisman.v3i1.623>
- Prasetyo, A. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pengguna terhadap keamanan transaksi e-wallet. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, (Volume 7, Issue. 2).
<https://doi.org/10.21009/jmb.072.04>
- Pratama, A. F., & Purnomo, D. (2023). Fenomena Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Pada Generasi Milenial Dan Generasi Z. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 450-455.
- Putra, Y. S., (2016). Theoretical Review teori perbedaan Generasi . *Jurnal STIE AMA* (Volume 9, Issue.18).
- Ramadani, A. (2021). Analisis preferensi pengguna terhadap e-wallet di kalangan generasi milenial. *Jurnal Ekonomi Digital*, (Volume 3, Issue. 1).
<https://doi.org/10.21009/jed.031.03>
- Suryani, T. (2021). Efektivitas kampanye pemasaran digital dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. *Jurnal Pemasaran Digital*, (Volume 5, Issue. 1).
<https://doi.org/10.21009/jpd.051.04>
- Susanto, H. (2020). Kemudahan dan kecepatan transaksi sebagai faktor utama adopsi e-wallet. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Volume 8, Issue. 3).
<https://doi.org/10.21009/jtik.083.02>
- Sutriani, E., & Octaviani, rika. (2019). Analisis data pengecekan keabsahan data analisis data dan pengecekan seabsahan data .
- Suwardana, A. F. (2019). Analisis Faktor – Faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Gopay (mobile payment pada pelanggan Gojek analisis faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Gopay (Mobile Payment pada pelanggan Gojek .

Taqiyuddin, H. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan E-Wallet Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan E-Wallet.

Widjaja, E. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna e-wallet. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, (Volemu 12, Issue. 4).
<https://doi.org/10.21009/jbt.124.03>

Wijaya, A. (2020). Pengaruh perubahan sosial dan ekonomi terhadap adopsi teknologi digital selama pandemi COVID-19. *Jurnal Sosial dan Ekonomi*, (Volume 9, Issue. 2).
<https://doi.org/10.21009/jse.092.01>

Zhulal, M., Marits, S. A., & Herman, S., (2023). Generation Z Purchasing Behavior Profile in the Digital Economy: Normative Analysis in Online Markets. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, (Volume 12, Issue. 1).

