PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, *E-LIFESTYLE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TEHADAP PERILAKU KONSUMTIF

(Survey Pada Generasi Z Pengguna Shopee Di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

RIVAL ABIZARD MAULANA

20220510347

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, *E-LIFESTYLE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TEHADAP PERILAKU KONSUMTIF

(Survey Pada Generasi Z Pengguna Shopee Di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh:

RIVAL ABIZARD MAULANA

20220510347

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 22 Juni 2026 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,	Penguji II,	Penguji III,
Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M. Si	**Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M**	**Faishal Rahimi, S.E., M.M**
NIK. 41038971054	**NIK. 410106910232**	**NIK. 410110920236**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, *E-LIFESTYLE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TEHADAP PERILAKU KONSUMTIF

(Survey Pada Generasi Z Pengguna Shopee Di Kabupaten Kuningan)

Disusun oleh:

RIVAL ABIZARD MAULANA

20220510347

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juni 2026

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M	**Micki Watulandi, S.E., M.M**
NIK. 410106910232	**NIK. 41038091295**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,	Kepala Program Studi Manajemen,
Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si	**Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M**
NIK. 41038971054	**NIK. 410104930220**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Menerima takdir kematian memang hal yang paling berat, mungkin takdir itulah yang membuatmu menjadi versi terbaikmu suatu saat, walaupun dengan cara yang sedikit rumit dan tanpa orang tersayang disampingmu**"**

#From Rival Abizard Mulana to Alm Papah tercinta 2/06/2026 00:00

"Jangan sampai orang-orang terdekatmu merasakan kondisi yang tidak menyenangkan yang pernah kamu alami. Cukup jadikan hal tersebut sebagai pembelajaran bagimu, dan jangan sampai orang-orang terdekatmu merasakannya**."**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Almarhum Papah tercinta. Terima kasih atas kasih sayang, didikan, pengorbanan, dan kerja keras yang telah Papah berikan selama hidup. Maaf karena saya belum sempat membahagiakan Papah semasa di dunia. Kini, doa menjadi cara saya untuk terus mengirimkan cinta dan bakti kepada Papah. Semua kenangan, nilai kehidupan, dan kebaikan yang Papah ajarkan akan selalu saya ingat sepanjang hidup. Semoga Papah bahagia dan mendapat tempat terbaik di sisI Allah SWT.

Untuk Mamah tercinta, terima kasih atas doa, kasih sayang, kesabaran, dan dukungan yang tidak pernah putus. Berkat doa dan perjuangan Mamah, saya dapat sampai pada titik ini. Semoga Mamah selalu diberikan kesehatan, umur panjang, dan kebahagiaan. Setiap pencapaian yang saya raih akan selalu saya persembahkan untuk Mamah. Saya sangat mencintai Papah dan Mamah.

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rival Abizard Maulana

NIM : 20220510347

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Dengan ini saya menyatakan skripsi dengan judul **"PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, *E-LIFESTYLE* DAN *DIGITAL PAYMENT* TEHADAP PERILAKU KONSUMTIF (Survey Pada Generasi Z Pengguna Shopee Di Kabupaten Kuningan) "** ini beserta seluruh isinya benar- benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau enguipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan eika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/ sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2026

Yang Membuat Pernyataan,



RIVAL ABIZARD MAULANA

NIM. 20220510347

ABSTRAK

Rival Abizard Maulana (20220510347). Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, *E-Lifestyle*, dan *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif (Survey pada Generasi Z Pengguna Shopee di Kabupaten Kuningan). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, 2026. Pembimbing I Wely Hadi Gunawan, S.E.,M.M. Pembimbing II Micki Watulandi, S.E., M.M.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya Generasi Z, di mana kemudahan berbelanja melalui *e-commerce* Shopee, meluasnya e-lifestyle, serta kemudahan transaksi *digital payment* mendorong munculnya perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Kuningan, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif melalui survei terhadap 200 responden yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala interval (1–7) dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji asumsi klasik, koefisien determinasi (R^2), serta uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce, e-lifestyle*, dan *digital payment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pengguna Shopee di Kabupaten Kuningan. Secara parsial, penggunaan *e-commerce, e-lifestyle,* dan *digital payment* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel yang memberikan pengaruh paling dominan adalah *e-lifestyle.* Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *e-commerce,* penerapan gaya hidup digital, dan penggunaan pembayaran digital, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif pada Generasi Z.

Kata Kunci: *E-Commerce, E-Lifestyle, Digital Payment,* Perilaku Konsumtif.

ABSTRACT

Rival Abizard Maulana (20220510347). ***The Influence of E-Commerce Usage, E-Lifestyle, and Digital Payment on Consumptive Behavior (A Survey of Generation Z Shopee Users in Kuningan Regency). Management Study Program*****, Faculty of Economics and Business*****,* Kuningan *University*, 2026. *Supervisor* I Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. Supervisor II Micki Watulandi, S.E., M.M.**

The development of digital technology changed people's consumption patterns, especially among Generation Z, where the convenience of shopping through Shopee e-commerce, the expansion of e-lifestyle, and the ease of digital payment transactions encouraged the emergence of consumptive behavior. This study aimed to determine the influence of e-commerce usage, e-lifestyle, and digital payment on the consumptive behavior of Generation Z in Kuningan Regency, both partially and simultaneously. The study used a quantitative method through a survey of 200 respondents who were selected using purposive sampling. Data were collected using a questionnaire with an interval scale (1–7) and were analyzed using multiple linear regression, classical assumption tests, the coefficient of determination (R^2), t-tests, and F-tests. The results showed that e-commerce usage, e-lifestyle, and digital payment simultaneously had a significant influence on the consumptive behavior of Generation Z Shopee users in Kuningan Regency. Partially, e-commerce usage, e-lifestyle, and digital payment also had positive and significant influences on consumptive behavior. E-lifestyle was the most dominant variable influencing consumptive behavior. These findings indicated that higher levels of e-commerce usage, digital lifestyle adoption, and digital payment utilization were associated with higher levels of consumptive behavior among Generation Z.

Keywords*: E-Commerce, E-Lifestyle, Digital Payment, Consumptive Behavior.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt atas limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya kepada seluruh makhluk ciptaan-Nya, sehingga hingga saat ini penulis masih diberikan nikmat iman dan Islam. Alhamdulillah, berkat rahmat-Nya pula penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Penelitian yang berjudul **"Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, *E-Lifestyle*, dan *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif (Survei pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan)".**

Proposal penelitian ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan proposal penelitian ini masih terdapat berbagai keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi para pembaca pada umumnya, serta dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

Kuningan, 5 Februari 2026

Penulis,

Rival Abizard Maulana

20220510347

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, nikmat, serta hidayah-Nya yang senantiasa diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai tantangan dan hambatan yang harus dihadapi. Namun, berkat dukungan, bantuan, bimbingan, motivasi, serta doa dari berbagai pihak, penulis dapat melalui setiap tahapan penyusunan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, hormat, dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, serta menjadi bagian penting dalam perjalanan penyelesaian skripsi ini. Secara khusus, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Almarhum Papah saya tercinta, Bapak Pupung Mulyadi, terimakasih banyak telah menjadi seluruh bagian dalam hidup penulis, terimakasih atas cinta, doa, dan dukungan yang selalu menjadikan alasan penulis untuk tetap kuat sampai saat ini, semangat dan kerja keras yang selalu menginspirasi, terimakasih banyak Pah jasa mu akan selalu di kenang sampai kapanpun dan dimanapun. Kepada Mamah, Ibu Iin Resniawati, Terimakasih atas do'a dan kasih sayang yang tiada henti mengalir yang membuat segala prorses ini diberi jalan oleh Allah SWT, berkat do'a, kasih sayang, dan dukungan penulis bisa menyelesaikan urusan dalam hidup ini dengan lancar terutama skripsi ini yang alhamdulillah bisa selesai tepat waktu, terimakasih banyak Mamah, semoga Mamah diberikan umur yang panjang, kesehatan, dan rezeki, hiduplah lebih lama lagi.
2. kedua kaka penulis, terimakasih banyak atas semua dukungan dalam bentuk apapun itu, Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang kalian lakukan kepada saya.
3. Dr. Rina Masruroh, SE, MESy. Selaku Pembimbing Akademik, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama masa perkuliahan.

4. Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih atas waktu, bimbingan, kesabaran, serta ilmu yang sangat berharga dalam mengarahkan penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Micki Watulandi, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas masukan, kritik, dan saran-saran yang membangun sehingga penelitian ini menjadi lebih berkualitas.
6. Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
7. Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
9. staf Program Studi Manajemen, staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis, staf perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis maupun Universitas Kuningan, serta seluruh staf pelayanan Universitas Kuningan yang telah memberikan bantuan, dukungan teknis, dan pelayanan yang baik selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Kuningan. Penulis menyampaikan terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan.
10. Untuk Fany Aulia Berliany saya ucapkan terimakasih kepada semua perhatian, bantuan, doa dan apapun itu yang telah diberikan kepada penulis sehingga tugas akhir penulis yaitu skripsi dapat terselesaikan dengan tepat waktu, terimakasih telah menemani sampai sejauh ini.
11. Sahabat dan teman seperjuangan, yaitu jajaran Pengawal Gus Iwan: Ariq Wafi Robbani seseorang yang sangat kocak, Dhiny Ismayanti teman perempuan yang sangat humble, Erlangga Panca Wiraguna teman berolahraga penulis, Febian Jesi Mandela semangat febian untuk mengerjakan skripsinya, Ridwan Ahmad Fauzi yang selalu memberikan solusi dalam setiap permasalahan, dan Rizky Amanda pencair suasana pada saat kita berkumpul, terimakasih telah menemani, membantu, serta menemani proses selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
12. Teman-teman kelas Manajemen 11 yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis.

13. Khusus untuk : Ariq Wafi Robbani dan Ridwan Ahmad Fauzi terima kasih telah menjadi teman untuk bercerita lebih dalam untuk masalah kehidupan apapun itu, berbagai dukungan , dan pemberian semangat yang tak pernah surut. kalian tidak hanya membantu dalam proses ini, tapi juga memberikan contoh tentang kedewasaan, ketekunan, dan arti kebersamaan yang sebenarnya.

Akhir kata, penulis berharap seluruh kebaikan, doa, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis memperoleh balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT berupa rahmat, keberkahan, serta pahala yang tidak terputus. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi amal jariyah yang bernilai kebaikan bagi kita semua.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN
LEMBAR PERSETUJUAN
MOTTO DAN PERSEMBAHAN
PERNYATAAN OTENTISITAS
ABSTRAK i
***ABSTRACT* ..... ii**
KATA PENGANTAR iii
UCAPAN TERIMAKASIH iv
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Manfaat Penelitian 11
1.4.1 Manfaat Teoritis 11
1.4.2 Manfaat Praktis 11
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS 12
2.1 Landasan Teori 12
2.1.1 Manajemen Pemasaran 12
2.1.2 Perilaku Konsumen 13
2.1.3 Perilaku Konsumtif 14
2.1.3.1 Definisi Perilaku Konsumitf 14
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif 14
2.1.3.3 Dimensi Perilaku Konsumtif 16
2.1.3.4 Indikator Perilaku Konsumtif 17
2.1.4 Penggunaan *E-Commeerce* 18

2.1.4.1 Definisi Penggunaan *E-Commerce* 18
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *E-Commerce*.... 19
2.1.4.3 Dimensi Penggunaan *E-Commerce*..... 21
2.1.4.4 Indikator Penggunaan *E-Commerce*..... 21
2.1.5 *E-Lifestyle* 22
2.1.5.1 Definisi *E-Lifestyle*..... 22
2.1.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *E-Lifestyle*..... 22
2.1.5.3 Dimensi *E-Lifestyle*..... 25
2.1.5.4 Indikator *E-Lifestyle*..... 26
2.1.6 *Digital Payment* 26
2.1.6.1 Definisi *Digital Payment* 26
2.1.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Digital Payment*..... 27
2.1.6.3 Dimensi *Digital Payment*..... 28
2.1.6.4 Indikator *Digital Payment*..... 28
2.2 Penelitian Terdahulu..... 29
2.1.7 Pengaruh antar Variabel 38
2.1.7.1 Pengaruh variabel Penggunaan *E-Commerce*, *E-Lifestyle* dan *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif. 38
2.1.7.2 Pengaruh variabel penggunaan *E-Commerce* terhadap Perilaku Konsumtif..... 39
2.1.7.3 Pengaruh variabel *E-Lifestyle* terhadap Perilaku Konsumtif 40
2.1.7.4 Pengaruh variabel *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif 41
2.2 Kerangka Berpikir..... 41
2.3 Hipotesis Penelitian..... 43
BAB III METODE PENELITIAN 44
3.1 Metode Penelitian..... 44
3.2 Operasional Variabel 45
3.3 Populasi dan Sampel 48
3.3.1 Populasi.....48
3.3.2 Sampel.....48
3.4 Jenis dan Sumber Data 49

3.4.1 Jenis Data 49
3.4.2 Sumber Data 50
3.5 Teknik Pengumpulan Data 50
3.6 Uji Instrumen Penelitian 51
3.6.1 Uji Validitas 51
3.6.1.1 Uji Validitas Penggunaan *E-commerce* 51
3.6.1.2 Uji Validitas *E-Lifestyle* 52
3.6.1.3 Uji Validitas *Digital Payment* 53
3.6.1.4 Uji Validitas Perilaku Konsumtif 54
3.6.2 Uji Reabilitas 54
3.7 Uji Asumsi Klasik 55
3.7.1 Uji Normalitas 55
3.7.2 Uji Multikolinearitas 56
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas 56
3.8 Metode Analisis Data 57
3.8.1 Analisis Deskriptif 57
3.8.2 Analisis Regresi Berganda 58
3.8.3 Analisis Koefisien Determinasi ($\boldsymbol{R2}$) 59
3.9 Uji Hipotesis 59
3.9.1 Uji Pengaruh Simultan (Uji F) 59
3.9.2 Uji Pengaruh Parsial (Uji t) 60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 61
4.1 Hasil Penelitian 61
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 61
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden 61
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 61
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 62
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Atau Sedang Ditempuh 63
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 63
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 64

4.1.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 65
4.1.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Berbelanja dalam Sebulan 65
4.1.3 Analisis Deskriptif 66
4.1.3.1 Analisis Deskriptif Penggunaan *E-Commerce* (X1) 66
4.1.3.2 Analisis Deskriptif *E-lifestyle* (X2) 68
4.1.3.3 Analisis Deskriptif *Digital Payment* (X3) 70
4.1.3.4 Analisis Deskriptif Perilaku Konsumtif (Y) 72
4.1.4 Uji Asumsi Klasik 74
4.1.4.1 Uji Normalitas 74
4.1.4.2 Uji Multikolinearitas 75
4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas 76
4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda 77
4.1.6 Koefisien Determinasi 78
4.1.7 Uji Hipotesis 79
4.1.7.1 Uji F (Simultan) 79
4.1.7.2 Uji t (Parsial) 80
4.2 Pembahasan 81
4.2.1 Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, *E-Lifestyle* dan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif 82
4.2.2 Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif 82
4.2.3 Pengaruh *E-Lifestyle* Terhadap Perilaku Konsumtif 84
4.2.4 Pengaruh *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif 86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 88
5.1 Kesimpulan 88
5.2 Saran 89
DAFTAR PUSTAKA 92
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pra Survey 34 Responden Perilaku Konsumtif 6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....29
Tabel 3. 1 Oprasional Variabel 46
Tabel 3. 2 Uji Validitas Penggunaan E-commerce.....52
Tabel 3. 3 Uji Validitas E-lifestyle 52
Tabel 3. 4 Uji Validitas *Digital Payment*.....53
Tabel 3. 5 Uji Validitas Perilaku Konsumtif 54
Tabel 3. 6 Uji Reabilitas.....55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 62
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....62
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 63
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 63
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....64
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 65
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Berbelanja dalam Sebulan.....65
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif.....66
Tabel 4. 9 Uji Normalitas 75
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas 76
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas 77
Tabel 4. 12 Regresi Linier Berganda.....77
Tabel 4. 13 Uji Determinasi 79
Tabel 4. 14 Uji F (Simultan) 79
Tabel 4. 15 Uji t (Parsial) 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 *E-Commerce* yang Sering Diakses di Indonesia 2
Gambar 1. 2 Nilai Transaksi *E-Commerce* di Indonesia 3
Gambar 1. 3 Metode Pembayaran E-Commerce.....5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 43
Gambar 3. 1 Skala Interval.....51
Gambar 4. 1 Logo *E-commerce* Shopee.....61
Gambar 4. 2 Letak Kriterium Penggunaan E-Commerce 68
Gambar 4. 3 Letak Kriterium E-Lifestyle 70
Gambar 4. 4 Letak Kriterium *Digital Payment*.....72
Gambar 4. 5 Letak Kriterium Perilaku Konsumtif.....74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Sarat Pengantar Bimbingan Skripsi
	Berita Acara Bimbingan Usulan dan Skripsi
	Tanskrip Aktivitas Mahasiswa (TAK)
Lampiran II	: Pengantar Kuesioner
Lampiran III	: Tabulasi Data Variabel Perilaku Konsumtif (Y)
	Tabulasi Data Variabel Penggunaan *E-Commerce* (X1)
	Tabulasi Data Variabel *E-Lifestyle* (X2)
	Tabulasi Data Variabel *Digital Payment* (X3)
Lampiran IV	: Hasil Uji Validitas
	Hasil Uji Reabilitas
	Hasil Uji Analisis Deskriptif
	Hasil Uji Asumsi Klasik
	Hasil Analisis Regresi
	Hasil Uji Determinasi
	Hasil Uji F
	Hasil Uji T
Lampiran V	: F tabel
	T tabel
Lampiran VI	: Daftar Riwayat Hidup