

ABSTRAK

Kota Bandung menjadi jumlah konsumen *e-commerce* terbanyak di Indonesia pada tahun 2019. Tingginya jumlah konsumen menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif terutama pada usia produktif. Usia produktif sangat paham terhadap dunia digital, sehingga mereka memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap sosial media, selain itu usia produktif juga sering melakukan pembelian secara online, selain itu usia produktif selalu mengutamakan belanja, menonton konser menjadi hal yang utama. Tingkat perilaku konsumtif pada usia produktif yang besar dapat mempengaruhi dalam penggunaan *financial technology e-money*. Kemudahan, keamanan, fleksibilitas serta promo yang diberikan kepada pengguna *financial technology e-money* menjadi penyebab terjadinya perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan *financial technology e-money* dan tingkat perilaku konsumtif pada usia produktif di Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *financial technology e-money* terhadap perilaku konsumtif. Pada penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui tingkat penggunaan *financial technology e-money* terhadap perilaku konsumtif pada usia produktif di Kota Bandung. Variabel pada penelitian yaitu *financial technology e-money* sebagai variabel bebas. Perilaku konsumtif sebagai variabel terikat. Responden yang akan digunakan pada penelitian ini sebanyak 400 responden, dimana menggunakan metode *purposive sampling* untuk pengambilan sampelnya. Responden yang akan digunakan merupakan orang yang tinggal di Kota Bandung yang berusia 15 sampai 64 tahun dan menggunakan *financial technology e-money*. Metode kuesioner dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data.

Pada regresi linear sederhana pada penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan antara variabel *financial technology e-money* dengan variabel perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang menggunakan uji t didapatkan bahwa $t \text{ hitung } 3,066 > t \text{ tabel } 1,966$ dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa *financial technology e-money* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada usia produktif di Kota Bandung.

Hasil dari penelitian ini maka dapat disimpulkan *financial technology e-money* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada usia produktif di Kota Bandung. Tingkat *financial technology e-money* termasuk ke dalam sangat baik dan untuk perilaku konsumtif termasuk ke dalam baik.

Kata Kunci: *Financial Technology E-money*, Perilaku Konsumtif, Usia Produktif.