

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi yang semakin cepat membuat perubahan dalam kehidupan manusia. Perkembangan teknologi yang terus berinovasi merubah transaksi dari *offline* ke *online* dengan adanya pembayaran yang dilakukan secara digital atau disebut dengan digital payment (Houston, 2019, hlm. 55-67). Perubahan tersebut diantaranya adalah perubahan sistem pembayaran digital, atau yang lebih dikenal dengan pembayaran non tunai. Pembayaran non tunai ialah pembayaran dengan uang virtual, dimulai sejak adanya kartu debit dan kredit (Rembulan & Firmansyah, 2020, hlm. 111-128).

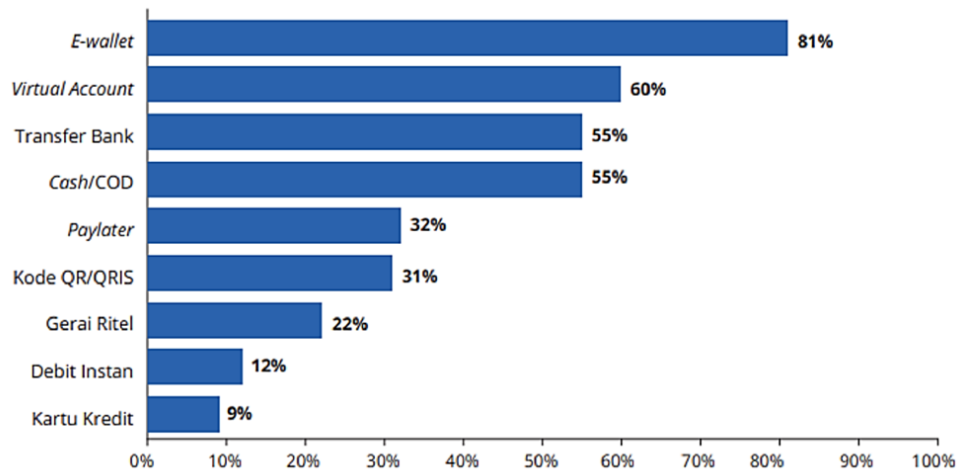
Perkembangan zaman yang terjadi saat ini telah membawa dampak yang signifikan terhadap sistem pembayaran, terutama melalui pemanfaatan teknologi yang semakin canggih. Salah satu dampak yang paling mencolok adalah munculnya berbagai aplikasi pembayaran non-tunai yang memfasilitasi transaksi secara digital. Di Indonesia, tren pembayaran digital dimulai dengan diperkenalkannya kartu pembayaran seperti kartu kredit yang memberikan alternatif kepada konsumen untuk melakukan pembayaran tanpa menggunakan uang tunai secara langsung. Namun, seiring berjalannya waktu, terjadi evolusi lebih lanjut dalam sistem pembayaran ini, di mana konsep kartu pembayaran juga mengalami transformasi dengan kemunculan teknologi seperti layanan perbankan melalui ponsel (*m-banking*) dan uang elektronik.

Perkembangan teknologi ini tidak hanya memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi secara lebih mudah dan efisien, tetapi juga membuka peluang baru dalam ekosistem pembayaran yang lebih inklusif dan beragam. Dengan adanya layanan m-banking, misalnya, konsumen dapat mengakses layanan perbankan mereka melalui ponsel mereka sendiri, tanpa harus datang langsung ke bank atau mesin ATM. Hal ini memberikan kemudahan yang luar biasa terutama bagi masyarakat yang tinggal di daerah terpencil atau sulit dijangkau oleh layanan perbankan tradisional. Di samping itu, uang elektronik juga menjadi alternatif yang populer, terutama di kalangan masyarakat yang tidak memiliki akses ke rekening bank formal. Dengan menggunakan uang elektronik, mereka dapat melakukan pembayaran secara mudah dan aman melalui aplikasi yang terhubung dengan saldo elektronik mereka.

Dengan demikian, perubahan dalam sistem pembayaran ini tidak hanya mencerminkan kemajuan teknologi, tetapi juga menggambarkan transformasi lebih luas dalam cara kita bertransaksi dan berinteraksi dengan uang. Ini menunjukkan pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi untuk mengoptimalkan pengalaman pembayaran dan meningkatkan inklusi keuangan bagi semua lapisan masyarakat. Sebagai hasilnya, sistem pembayaran yang semakin canggih dan inklusif dapat menjadi pendorong utama dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan.

Gambar 1.1

Metode Pembayaran yang Paling Banyak Digunakan



Sumber: Survei Konsumen EV-DCI 2023

Saat ini penggunaan *digital payment* sudah mendominasi kaum generasi X, Y, dan Z. Transaksi menggunakan digital payment terbilang lebih mudah dan praktis dan dengan benefit lain seperti adanya promosi-promosi yang didapatkan, baik cashback maupun diskon (Houston, 2019, hlm. 55-67). Mulai dari layanan dalam pemenuhan transportasi, konsumsi makanan dan minuman, pemenuhan kebutuhan berpakaian, termasuk juga pemenuhan terhadap alat pembayaran, semua mengalami digitalisasi (Indriyani & Sartika, 2022). Kemudahan penggunaan digital payment mengubah gaya hidup masyarakat karena masyarakat akan lebih cenderung menghabiskan lebih banyak dan memilih hal-hal yang efektif dan efisien. Perilaku konsumsi adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu yang berlebihan saat berbelanja sehingga terjadi pengeluaran uang yang tidak rasional (Riska, 2022).

Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh besar beriringan dengan revolusi digital. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa mereka sudah melek dalam penggunaan teknologi. Salah satu kemudahan dari teknologi yaitu penerapan sistem pembayaran yang menggunakan digital payment. Para generasi Z tertarik terhadap layanan digital payment karena memungkinkan mereka untuk membeli dan membayar produk melalui perangkat seluler mereka. Transaksi keuangan melalui perangkat seluler tersebut menawarkan fitur fleksibilitas, keakraban dan kenyamanan saat melakukan pembayaran. Dari sisi kemudahan pengguna digital payment, generasi Z tumbuh di era teknologi, sehingga mereka lebih terbiasa dengan antarmuka digital.

Digital payment menawarkan proses transaksi yang cepat dan mudah melalui aplikasi atau platform online. Dengan pemrosesan yang instan dan cepat sehingga meminimalisir kebutuhan untuk membawa uang tunai. Dengan digital payment ini memungkinkan generasi Z untuk dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja, serta mereka dapat mengakses akun *digital payment* mereka melalui perangkat seluler tanpa dibatasi oleh batasan geografis atau waktu. Sistem keamanan yang canggih memberikan tingkat keamanan yang tinggi sehingga generasi Z dapat lebih percaya diri dalam metode pembayaran secara digital. Generasi Z juga lebih tertarik dengan fitur-fitur inovatif yang ada disetiap aplikasi *digital payment*, seperti *cashback*, diskon, dan lain-lain yang dapat menarik perhatian generasi Z.

Perkembangan zaman yang terus berlangsung, terutama dengan dominasi generasi Z yang aktif mengikuti gaya hidup dan tren terbaru, telah mengubah

pola pikir dan gaya hidup menjadi lebih konsumtif. Fenomena ini sering terlihat di mana banyak anak muda yang mengenakan pakaian serupa pada waktu yang bersamaan, dipengaruhi oleh tren dan iklan yang mendorong mereka untuk memiliki barang-barang yang sedang populer saat itu. Tak hanya itu, kemunculan berbagai franchise baru, baik di bidang makanan, minuman, atau jenis usaha lainnya, seringkali langsung disambut dengan antusiasme oleh masyarakat. Namun, di balik gemerlapnya tren dan konsumsi berlebihan, terdapat dampak negatif yang tak dapat diabaikan.

Salah satu dampak negatif yang nyata adalah sulitnya mengendalikan dorongan untuk membeli barang-barang yang mungkin tidak benar-benar diperlukan. Para generasi Z cenderung tergoda untuk memenuhi keinginan mereka seiring dengan munculnya banyak opsi konsumsi. Selain itu, tren belanja online juga semakin menguat, memudahkan akses terhadap berbagai produk dan menggoda untuk melakukan pembelian impulsif. Hal ini berpotensi mengurangi kesempatan untuk menabung, karena lebih banyak uang yang dihabiskan untuk barang-barang yang mungkin tidak esensial. Kondisi ini juga membingungkan dalam memisahkan antara kebutuhan yang mendasar dan keinginan yang muncul akibat tekanan tren dan iklan. Banyak dari mereka merasa tertekan untuk terus mengikuti tren yang berkembang, meskipun pada akhirnya hal tersebut hanya menambah daftar keinginan yang sebenarnya tidak begitu penting.

Dalam situasi pandemi Covid-19 yang lalu, terjadi pergeseran paradigma dalam dunia pembayaran baik bagi individu maupun perusahaan. Situasi ini mengharuskan mereka untuk melakukan penyesuaian dan reorientasi terhadap

cara-cara transaksi yang biasa dilakukan. Khususnya, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi semakin peka terhadap berbagai solusi pembayaran yang tersedia. Sementara itu, di sisi lain, penyedia layanan pembayaran juga semakin giat mengembangkan berbagai solusi inovatif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Salah satu solusi yang semakin populer adalah penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang mempermudah transaksi tanpa kontak fisik secara langsung. QRIS diperkenalkan pada bulan Agustus 2019 sebagai sistem pembayaran yang menggabungkan berbagai kode QR dari berbagai Penyedia Layanan Sistem Pembayaran yang juga memanfaatkan kode QR. Penggunaan kode QR dan pembayaran berbasis tautan semakin populer sebagai solusi yang memudahkan transaksi tanpa kontak fisik secara langsung (Faridah et al., 2023, hlm. 379-388). Fenomena ini didorong oleh peningkatan penggunaan uang elektronik di masyarakat, sejalan dengan kesadaran akan keamanan dan kenyamanan dalam transaksi digital. Pertumbuhan sistem pembayaran digital yang luas dan mudah diakses, serta percepatan dalam transformasi perbankan digital, juga berperan dalam mempercepat pertumbuhan transaksi pembayaran secara keseluruhan.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan diatas, dapat diamati bahwa peluang penggunaan digital payment oleh generasi Z di Kota Banjarmasin sangatlah besar. Hal ini menimbulkan minat peneliti untuk menjalankan penelitian yang fokus pada pola perilaku konsumsi terkait dengan penggunaan digital payment di kalangan generasi Z tersebut. Dengan demikian,

ditetapkanlah judul penelitian ini sebagai **“Penggunaan *Digital Payment* dalam Membentuk Perilaku Konsumsi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Penggunaan Digital payment dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis Penggunaan *Digital Payment* dalam Membentuk Perilaku Konsumsi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Pembahasan terhadap permasalahan yang telah diuraikan diatas, diharapkan akan memberikan suatu pengetahuan mengenai penggunaan *digital payment* dalam membentuk perilaku konsumsi. Secara teoritis, manfaat penelitian akan membawa perkembangan terhadap ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan pertimbangan sekaligus rujukan terutama dalam studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan mahasiswa dan masyarakat luas terutama setiap orang yang ingin memperdalam ilmu mengenai *digital payment*, perilaku konsumsi dan generasi z. Selain itu,

penelitian ini juga berguna sebagai syarat akademisi untuk menyelesaikan strata I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Agar penelitian ini terfokus pada suatu latar permasalahan dan judul yang diangkat maka dideskripsikan batasan istilah berikut.

1. *Digital Payment*

Digital payment merupakan sistem pembayaran digital merujuk pada proses pembayaran yang dilakukan secara *online* menggunakan perangkat lunak khusus, jaringan internet, dan akun virtual. Ini mencakup berbagai teknologi dan platform yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan tanpa perlu menggunakan uang tunai secara fisik. Transisi dari penggunaan metode pembayaran konvensional yang berbasis tunai ke sistem pembayaran digital merupakan fenomena yang semakin umum terjadi (Viani Naufalia, 2022).

2. *Perilaku Konsumsi*

Perilaku adalah sikap terhadap suatu tindakan yang dikembangkan seseorang ketika melakukan sesuatu. Tindakan seseorang akan berbeda-beda dalam menanggapi suatu peristiwa, termasuk tindakan untuk menggunakan atau memperoleh suatu barang atau jasa. Perilaku konsumsi ini terjadi hampir di semua lapisan masyarakat. Tidak hanya di kalangan yang memiliki jabatan tinggi dan pengusaha yang sukses, tetapi juga berlaku di kalangan kelas bawah.

Konsumsi merupakan salah satu bentuk perilaku ekonomi dasar dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan kegiatan konsumsi. Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak identik dengan kondisi konsumsi

dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan sebagai perilaku makan dan minum. Dalam ekonomi konsumen, perilaku setiap orang untuk menggunakan dan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya (Imamudin Yuliadi, 2001).

Kegiatan konsumsi dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan primer dan sekunder. Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda, tetapi tidak semua kebutuhan harus dipenuhi pada waktu yang sama. Jika seseorang ingin memiliki sesuatu pada saat ini, itu disebut keinginan atau keinginan yang muncul dalam diri orang tersebut. Setiap orang memiliki hak untuk memenuhi keinginannya, tetapi mereka harus memahami batasan yang harus dilakukan untuk mengurangi keinginan. Jadi, perilaku konsumsi adalah kegiatan yang berkaitan dengan pendapatan, konsumsi, dan penggunaan produk atau layanan, termasuk proses kebutuhan yang mendahului dan mengikuti kegiatan tersebut.

3. Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok yang muncul sebagai peralihan dari Generasi Y saat teknologi mulai berkembang pesat. Mereka adalah individu yang secara khusus terhubung dengan perkembangan teknologi, terutama yang berkaitan dengan media massa dan internet. Anggota dari generasi ini cenderung memiliki pemahaman yang mendalam tentang tren dan informasi yang beredar di dunia maya. Mereka dikenal sebagai pengguna aktif teknologi dan memiliki kemampuan yang luar biasa dalam mengakses, memahami, dan berpartisipasi dalam berbagai platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan untuk selalu *ter-update* terhadap hal-hal terbaru yang

terjadi di dunia teknologi dan media sosial, serta memiliki kemampuan adaptasi yang cepat terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan digital mereka (Stillman J & Stillman D, 2017)

F. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang sangat relevan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sulisti Afriani dan Rina Trisna Yanti. Universitas Dehasen Bengkulu. Fakultas Ekonomi (2023). Judul Penelitian : *The Influence Of Digital payment On Consumptive Behavior (Case Study Students Of The Faculty Economics, UNIVED Bengkulu)*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang bersifat asosiatif. Hasil penelitian menyatakan bahwa pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dimana nilai t adalah 6,04 yang berarti semakin tinggi levelnya dari perilaku konsumtif. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,654 atau 65,4% yang dapat diartikan bahwa pada variabel penggunaan *digital payment* (X) memiliki pengaruh sebesar 65,4% terhadap variabel perilaku konsumsi syariah (Y) Sedangkan sisanya 34,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian Sulisti Afriani dan Rina Trisna Yanti mencakup variabel utama yang sama, yaitu penggunaan *digital payment* dan perilaku konsumsi. Serta tidak menyebutkan jenis *digital payment* yang menjadi fokus penelitian tetapi memberikan kesan bahwa kedua penelitian ini dapat mencakup berbagai metode pembayaran digital. Sedangkan perbedaannya terletak dari lokasi dan

populasi. Pada penelitian ini terfokus pada generasi z di kota Banjarmasin dan penelitian yang dilakukan oleh Sulisti Afriani dan Rina Trisna Yanti terfokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di UNIVED Bengkulu (Afriani & Yanti, 2023).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Andika Nikita Sari, Sri Umi Mintarti, dan Sugeng Hadi Utomo. Universitas Negeri Malang. Jurusan Pendidikan Ekonomi (2020). Judul Penelitian : *Penggunaan E-wallet dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Mahasiswa*. Metode penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet yang dilakukan oleh mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang membentuk perilaku konsumsi yang rasional, Oleh karena itu, penting bagi para mahasiswa untuk terus menerima pendidikan yang mendalam tentang cara mengendalikan kecenderungan konsumtif. Hal ini diperlukan agar di era teknologi ini, mahasiswa dapat sejalan dengan perkembangan e-wallet dan metode pembayaran baru lainnya. Adapun perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh Andika Nikita Sari, Sri Umi Mintarti, dan Sugeng Hadi Utomo dengan penelitian ini adalah subjek penelitiannya yang berfokus pada mahasiswa dan dalam penelitian ini mencakup generasi z yang ada di Kota Banjarmasin. Sedangkan, persamaannya terletak dari segi objek penelitian yang memfokuskan pada penggunaan pembayaran digital (Sari et al., 2020).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nikma Yucha, Setiawan, Ninnasi Muttaqin, Ratna Ekasari, dan Kemal Farouq Mauladi. Universitas Maarid Latif. Fakultas Ekonomi dan Bisnis (2020). Judul Penelitian : *Digital payment System Analysis of Buying Decision in Indonesia*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran digital berkembang sangat cepat, namun pembayaran tunai masih mendominasi karena ketersediaan fasilitas dan infrastruktur yang belum lengkap untuk mendukung sistem pembayaran digital selain di kota. Penelitian ini mengilustrasikan bahwa pembayaran digital belum sepenuhnya mampu mengubah perilaku beli konsumen secara besar-besaran, tetapi temuan utama dalam penelitian ini adalah peningkatan persentase penggunaan pembayaran digital untuk pasar online, karena banyak kemudahan yang disediakan dalam aplikasi pintar OVO. Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah variabel utama yang sama yaitu *digital payment* dan fokus yang sama dengan mempertimbangkan segala aspek penggunaan *digital payment* dan dampaknya pada keputusan pembelian atau perilaku konsumsi. Sedangkan perbedaannya pada penelitian yang dilakukan oleh Nikma Yucha, Setiawan, Ninnasi Muttaqin, Ratna Ekasari, dan Kemal Farouq Mauladi ini menyebutkan "*Buying Decision*" yang menunjukkan fokus pada keputusan pembelian yang dapat melibatkan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan sistem pembayaran digital sedangkan pada penelitian ini lebih spesifik dalam

menyebutkan "Perilaku Konsumsi," menyoroti aspek-aspek konsumtif yang mungkin dipengaruhi oleh penggunaan *digital payment* (Yucha et al., 2020).

4. Penelitian yang dilakukan oleh Rikawati Ginting Munthe, Vina Maria Ompusunggu, dan Tiarmi Sinambela. Universitas Quality Medan. Fakultas Manajemen (2023). Judul Penelitian : Peran E-Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Dalam Bertransaksi di E-Commerce. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif.. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan e-payment berpengaruh langsung secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan agar para generasi Z meningkatkan kontrol diri dalam mengimbangi penggunaan e-payment, sehingga e-payment bisa berfungsi sesuai dengan yang diharapkan, yaitu mampu mempermudah transaksi mahasiswa, dan menghindari sisi buruknya. Dengan adanya kontrol diri, generasi Z sebagai pengguna e-payment juga dapat terhindar dari sikap konsumtif. Dan kontrol diri mampu memediasi antara e-payment dengan perilaku konsumtif dengan demikian jika generasi Z memiliki kontrol diri yang tinggi, maka penggunaan *e-payment* dapat menekan atau mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Dalam artian, mahasiswa menggunakan *e-payment* hanya sebatas kebutuhan saja. Dan ada pengaruh *e-payment* terhadap perilaku konsumtif generasi Z dalam bertransaksi di e-commerce sebesar 16,7%. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian Rikawati Ginting Munthe, Vina Maria Ompusunggu, dan Tiarmi Sinambela adalah subjek penelitian yang sama yaitu generasi Z. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus

platformnya, jika dalam penelitian ini fokus pada metode pembayaran digital dan penelitian yang dilakukan oleh Rikawati Ginting Munthe, Vina Maria Ompusunggu, dan Tiarmi Sinambela cenderung fokus pada belanja *online* nya (Munthe et al., 2023).

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Arwani. 1601150228. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2020). Judul Penelitian : Pengaruh Penggunaan *Financial Technology (Fintech) Payment* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa financial technology (fintech) payment berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin. Tingkat signifikansi dari financial technology (fintech) payment memiliki nilai 0,010 lebih kecil dari 0,05. Dari uji determinasi R² diketahui bahwa besar presentase pengaruh variabel financial technology (fintech) payment dapat mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa FEBI sebesar 9,3%, sedangkan sisanya 90,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Adapun persamaan penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Arwani adalah dari objek penelitian yang sama karena memfokuskan pada penggunaan pembayaran digital. Sedangkan perbedaannya terletak pada populasi studi yang mana pada penelitian ini mencakup generasi z yang ada di kota Banjarmasin dan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Arwani berfokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN

Antasari Banjarmasin. Dari segi pendekatan terhadap pembayaran digital juga berbeda karena pada penelitian ini menggunakan istilah "*Digital payment*," memberikan kesan bahwa penelitian ini dapat mencakup berbagai metode pembayaran digital, termasuk e-wallet, kartu kredit digital, dan lainnya. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Arwani merujuk pada menyelidiki penggunaan Financial Technology (Fintech) Payment, yang dapat mencakup berbagai layanan keuangan digital termasuk e-wallet, transfer antarbank, dan layanan keuangan lainnya (Arwani, 2020).

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan langkah awal yang penting dalam merangkai struktur penelitian. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa penelitian tersebut terorganisir dengan baik sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

Bab I merupakan Pendahuluan. Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penelitian.

Bab II merupakan Landasan Teori, pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yaitu teori tentang konsep digital payment, teori perilaku konsumsi, dan teori tentang generasi z.

Bab III merupakan Metode Penelitian, yang memberikan gambaran rinci tentang pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, lokasi dan periode

penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang akan diterapkan.

Bab IV merupakan Hasil dan Pembahasan, yang menguraikan hasil temuan terkait penggunaan digital payment dalam membentuk perilaku konsumsi pada generasi Z di Kota Banjarmasin, serta hasil dari wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti.

Bab V merupakan penutup. Dalam bab ini menyajikan kesimpulan dari penelitian beserta rekomendasi yang didasarkan pada temuan yang diperoleh. Sistematika ini membantu pembaca untuk memahami struktur dan alur penelitian dengan jelas serta memberikan gambaran menyeluruh tentang proses dan hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut.