

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh uang saku, lama penggunaan, frekuensi transaksi, dan cashback terhadap pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi sebagai pengguna e-wallet. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 119 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan uji F, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan keempat variabel independen berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran mahasiswa dengan nilai R^2 sebesar 0,605. Secara parsial, uang saku, lama penggunaan, dan cashback berpengaruh negatif signifikan, sedangkan frekuensi transaksi berpengaruh positif signifikan terhadap pengeluaran. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingginya frekuensi transaksi mendorong peningkatan pengeluaran, sementara faktor uang saku, pengalaman penggunaan, dan cashback cenderung menekan perilaku konsumtif. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi, bagi penyedia layanan e-wallet dalam merancang strategi pemasaran, serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya mengenai perilaku konsumsi digital.

Kata Kunci: uang saku, lama penggunaan, frekuensi transaksi, cashback, pengeluaran, e-wallet.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of allowance, duration of use, transaction frequency, and cashback on the expenditure of students at the Faculty of Economics and Business, University of Jambi, as e-wallet users. The research applied a quantitative approach by distributing questionnaires to 119 respondents selected through purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression with F-test, t-test, and coefficient of determination (R^2). The results reveal that simultaneously all four independent variables significantly affect student expenditure, with an R^2 value of 0.605. Partially, allowance, duration of use, and cashback have a negative and significant effect, while transaction frequency has a positive and significant effect. These findings suggest that higher transaction frequency increases expenditure, while allowance, longer usage experience, and cashback tend to suppress consumptive behavior. This research is expected to contribute to students in managing personal finances, to e-wallet providers in developing marketing strategies, and to future studies on digital consumption behavior.

Keywords: *allowance, duration of use, transaction frequency, cashback, expenditure, e-wallet.*