

## **Pengaruh Penggunaan ShopeePay sebagai Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Akuntansi 2023 di UNSIKA**

**Bahar Amal<sup>1</sup>, Via Seftia<sup>2</sup>, Al Aliyu Zahra<sup>3</sup>, Alfian Ramdhan Al Mugni<sup>4</sup>, Dinda Keysha Safinka<sup>5</sup>, Indira Ramdhani<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Akuntansi, Universitas Singaperbangsa Karawang

e-mail: [bahar.amal@ft.unsika.ac.id](mailto:bahar.amal@ft.unsika.ac.id)<sup>1</sup>, [2310631030153@student.unsika.ac.id](mailto:2310631030153@student.unsika.ac.id)<sup>2</sup>,  
[2310631030160@student.unsika.ac.id](mailto:2310631030160@student.unsika.ac.id)<sup>3</sup>, [2310631030161@student.unsika.ac.id](mailto:2310631030161@student.unsika.ac.id)<sup>4</sup>,  
[2310631030165@student.unsika.ac.id](mailto:2310631030165@student.unsika.ac.id)<sup>5</sup>, [2310631030174@student.unsika.ac.id](mailto:2310631030174@student.unsika.ac.id)<sup>6</sup>

### **Abstrak**

Fokus penelitian ini untuk memahami perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan ShopeePay, dompet digital yang dapat digunakan di luar aplikasi Shopee, seperti untuk berlangganan Netflix. Kemajuan teknologi mempengaruhi kebiasaan transaksi, dan dompet digital seperti ShopeePay menjadi semakin digemari. Fitur-fitur seperti promo, diskon, dan gratis ongkir menarik minat mahasiswa untuk berbelanja, sering kali membeli barang yang tidak direncanakan. Berdasarkan survei yang dilakukan melalui Google Form, banyak mahasiswa menyatakan bahwa mereka lebih sering berbelanja ketika ada penawaran menarik, dengan pengeluaran bulanan untuk ShopeePay kisaran Rp 100.000 sampai Rp 500.000. ShopeePay mempermudah proses transaksi, yang pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

**Kata kunci:** *Shopeepay, Gaya Hidup Konsumtif, Promo dan Diskon, Dompot Digital*

### **Abstract**

This research aims to understand students' consumer behavior in using ShopeePay, a digital wallet that can be used outside the Shopee application, such as to subscribe to Netflix. Technological advances are influencing transaction habits, and digital wallets such as ShopeePay are becoming increasingly popular. Features such as promos, discounts, and free shipping attract students to shop, often buying items they didn't plan on. Based on a survey conducted via Google Form, many students stated that they shop more often when there are attractive offers, with monthly spending on ShopeePay in the range of IDR 100,000 to IDR 500,000. ShopeePay makes the transaction process easier, which ultimately encourages consumer behavior among students.

**Keywords :** *Shopeepay, Consumer Lifestyle, Promos and Discounts, Digital Wallet*

### **PENDAHULUAN**

sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi modern terus berubah karena pertukaran barang dan jasa begitu cepat sehingga sistem pembayaran yang andal diperlukan untuk memungkinkan pembayaran yang lebih cepat, efektif, aman, dan andal. Pembayaran non-tunai menjadi lebih efisien dan murah berkat kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran. Mereka berharap untuk meningkatkan instrumen pembayaran mikro, seperti uang elektronik, melalui program masyarakat tunai kurang dan Gerakan Nasional Non-Tunai.(Eva Fitria et al., 2022). Selain itu, hasil penelitian oleh Ulayya dan Mujiasih (2020) menemukan bahwa mahasiswa sangat terbantu dengan adanya uang elektronik karena dianggap praktis dan mudah digunakan kapan saja. Ketika pelanggan melakukan evaluasi atas barang atau jasa yang mereka gunakan, mereka akan merasakan kepuasan, yang juga dikenal sebagai kepuasan pelanggan (Luh et al., 2023)

Shopee bertujuan untuk menjadikan platformnya sebagai tempat di mana penjual dan pembeli berinteraksi, membuat berbelanja menjadi pengalaman yang menyenangkan dan mudah. Ini mencakup pengiriman barang yang sudah terintegrasi, serta fitur sosial yang inovatif seperti live chat yang memungkinkan penjual dan pembeli berinteraksi satu sama lain. Shopee juga

menawarkan fitur hastag yang memungkinkan pengguna mengikuti tren terbaru.(Pramesti et al., 2023).

Perkembangan teknologi telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, dan kemajuan ini tidak terlepas dari kemajuan dalam sistem pembayaran. Pada awalnya, sistem pembayaran hanya menggunakan uang tunai, tetapi sekarang menggunakan pembayaran nontunai(Aini et al., 2024). Dalam hal perilaku pelanggan, kemudahan dan kenyamanan ShopeePay sebagai metode pembayaran membuat seseorang menjadi lebih konsumtif. Konsumen membeli atau menggunakan barang atau jasa terlalu banyak untuk memenuhi keinginannya sendiri tanpa mempertimbangkan manfaat atau kebutuhannya. Hal ini dapat terjadi karena konsumen tidak mempertimbangkan untuk membeli barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Orang-orang tidak lagi membeli barang hanya karena fungsinya, tetapi lebih suka menikmati dan memuaskan diri sendiri(Azka Fikri, 2021). perilaku konsumtif juga berarti mereka cenderung membeli sesuatu dengan jumlah yang berlebihan. Akibatnya, mereka membelanjakan uang dengan cara yang tidak masuk akal hanya untuk membeli barang-barang yang dianggap menunjukkan keistimewaan mereka.(Diniah et al., 2023)

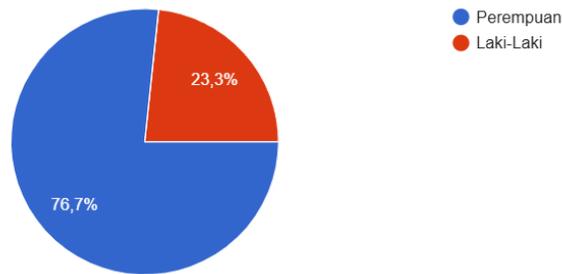
ShopeePay tidak hanya dapat digunakan sebagai metode pembayaran saat belanja online di Shopee, tetapi juga dapat digunakan sebagai dompet digital untuk transaksi keperluan lainnya. ShopeePay telah menjadi salah satu gaya hidup baru bagi masyarakat pengguna Shopee karena dapat mempermudah transaksi pembelian dan pembayaran. Selain itu, pengguna ShopeePay dapat menikmati berbagai penawaran menarik khusus untuk mereka yang menggunakan ShopeePay, termasuk penawaran khusus untuk pengguna ShopeePay yang tersedia untuk semua orang(Syifa Pramudita Faddila et al., 2022). Hadirnya *e-commerce* menjadi kemudahan bagi mahasiswa seringkali menawarkan promo dan gratis ongkir juga dapat dilakukan melalui smartphone menjadi kesempatan untuk dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja. Hasil ini sesuai dengan teori (Fandy Tjiptono, 2016) bahwa promosi adalah komponen bauran pemasaran yang berfokus pada menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali pelanggan akan merek dan produk perusahaan sehingga mereka tertarik dan puas dengan promosi(Sariatini & Ekawati, 2023). Kemudahan inilah yang dapat menimbulkan gaya konsumtif mahasiswa. Konsumen akan memilih untuk berbelanja dengan mudah selama kebutuhan mereka untuk berbelanja dapat dipenuhi. Pasar kontemporer saat ini menjadi pilihan terbaik bagi konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan konsumtifnya. *Digital payment system* adalah *financial technology* yang diminati masyarakat karena banyaknya *e-commerce*, yang bekerja sama dengan *financial technology* lain dan *digital payment system* sendiri. Salah satu contohnya aplikasi shopee yang dalam aplikasi tersebut adanya shopeepay sebagai dompet digital. Biasanya shopee menawarkan promo menarik jika hanya memakai shopeepay sehingga para konsumen dapat memanfaatkan dan memakai shopeepay dalam dompet digital mereka.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2024. Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Akuntansi angkatan 2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang yang sudah menggunakan aplikasi shopee dan fitur shopeepay. Sementara itu, sebagai metode penelitian survey digunakan dengan tujuan mengumpulkan data dari beberapa objek alami namun, peneliti juga menggunakan metode pengumpulan data lainnya, seperti menyebarkan kuesioner melalui formulir Google. Alasan penggunaan metode ini adalah karena selama proses pengumpulan data, peneliti berusaha mengumpulkan dan menggabungkan data melalui kuesioner(Rusmana et al., 2024)

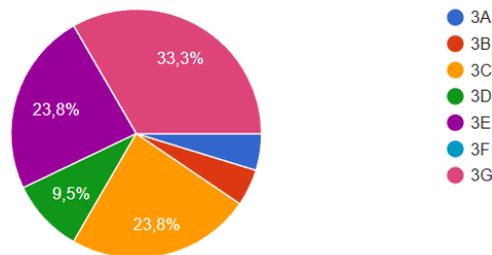
Hal ini dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan ataupun juga pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden. Instrumen pengumpulan data yang digunakan terdiri dari pertanyaan yang disusun secara sistematis. Selanjutnya, data kuesioner diolah untuk mengidentifikasi kondisi, pengalaman, pengetahuan, dan informasi lainnya yang berasal dari responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN



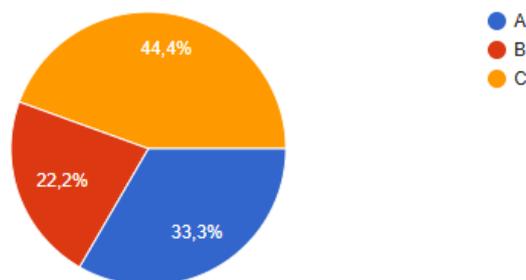
**Gambar 1. Jenis Kelamin**

Pada pembahasan pertama peneliti ingin mengetahui jumlah responden antara laki-laki dan perempuan. Dari seluruh responden yang menjawab, sebanyak 76,7% adalah Perempuan dan 23,3% adalah Laki-laki. Hal tersebut menjelaskan bahwa mahasiswa Akuntansi Angkatan 2023 di UNSIKA didominasi oleh Perempuan.



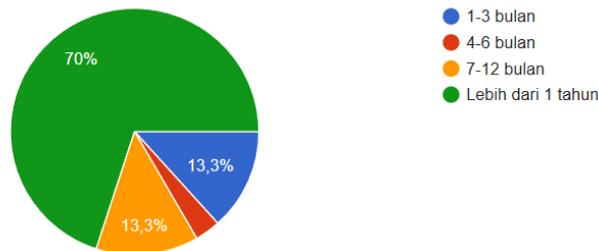
**Gambar 2. S1 Akuntansi**

Pada pembahasan kedua, dari sini disimpulkan bahwa Sebagian besar responden berasal dari kelas 3G yaitu sebesar 33,3% dan diikuti oleh 3B dan 3C sebesar 23,8%, sedangkan kelas 3E dan 3F tidak ikut berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.



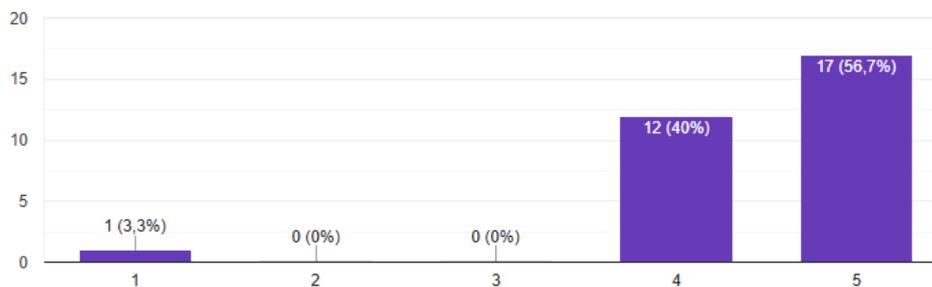
**Gambar 3. D3 Akuntansi**

Pada pembahasan ketiga, peneliti ingin mengetahui jumlah responden yang terdiri dari jenjang pendidikan S1 Akuntansi berjumlah 21 orang sedangkan yang dari D3 Akuntansi berjumlah 9 orang.



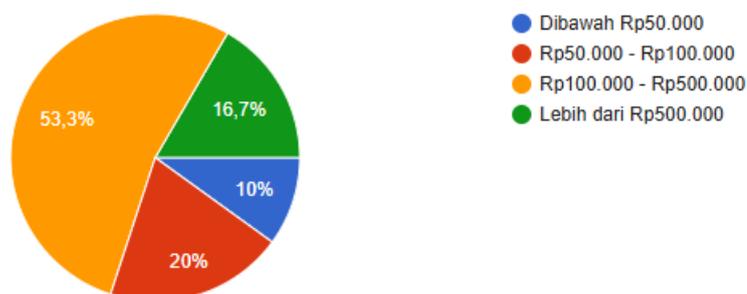
**Gambar 4. Sudah Berapa Lama Anda Menggunakan ShopeePay**

Pada pembahasan keempat, peneliti ingin mengetahui sudah berapa lama mahasiswa menggunakan shopeepay dalam bertransaksi. Dari keseluruhan responden menunjukkan bahwa 70% responden telah menggunakan shopeepay selama lebih dari satu tahun, Kita dapat mengambil kesimpulan dari pertanyaan tersebut bahwa shopeepay memiliki tingkat penggunaan yang cukup tinggi di kalangan mahasiswa. Dengan tingginya tingkat penggunaan ini, ada indikasi bahwa shopeepay mungkin mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Sebagaimana dijelaskan (Zuhri, 2021) bahwa intensitas penggunaan toko online memiliki efek positif terhadap perilaku konsumtif seseorang, semakin sering seseorang mengakses toko online, semakin besar keinginan mereka untuk berbelanja, yang pada akhirnya memicu perilaku konsumtif.



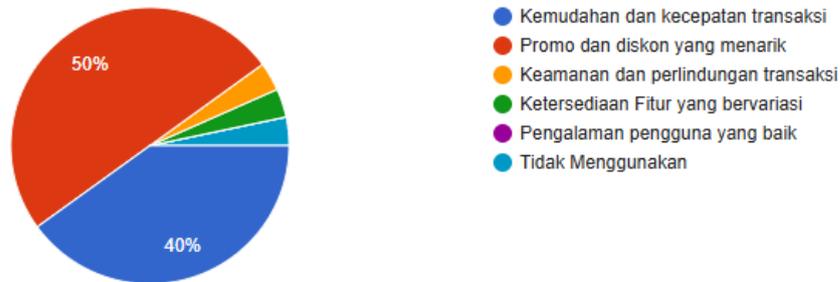
**Gambar 5. Seberapa Aman Menurut Anda Penggunaan ShopeePay dalam Bertransaksi**

Pada pembahasan kelima, peneliti ingin mengetahui seberapa aman penggunaan shopeepay dalam bertransaksi. Seseorang memiliki persepsi keamanan, yang menunjukkan seberapa aman mereka percaya untuk menggunakan teknologi yang sudah dijamin keamanannya(Prena & Dewi, 2023). Dari keseluruhan responden menjawab bahwa terdapat 1 responden menjawab sangat tidak aman, lalu 12 responden menjawab aman dan 17 responden menjawab sangat aman. Berdasarkan diagram tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang menjawab menunjukkan kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan platform ini dalam bertransaksi.



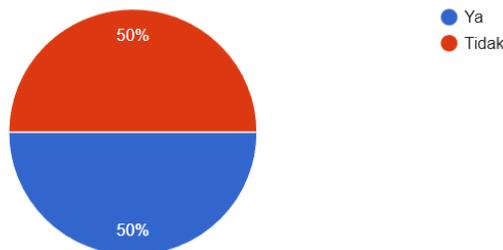
**Gambar 6. Seberapa Besar Pengisian Nominal Shoppepay Yang Pernah Anda Lakukan**

Pada pembahasan keenam, seberapa besar pengisian nominal shopeepay yang pernah dilakukan oleh mahasiswa. Dari keseluruhan responden 3 orang menjawab Rp50.000, lalu 6 orang menjawab Rp50.000 - Rp 100.000, 16 orang menjawab Rp100.000 - Rp500.000, dan 5 orang menjawab lebih dari Rp500.000. Hasil survei menunjukkan bahwa siswa cenderung mengisi saldo Shopeepay mereka dengan nominal yang beragam, tetapi sebagian besar dari mereka lebih sering mengisi nominal antara Rp100.000 dan Rp500.000, menunjukkan bahwa siswa mungkin memiliki saldo yang cukup besar dalam akun mereka, yang mungkin menunjukkan bahwa mereka harus melakukan banyak transaksi dengan Shopeepay.



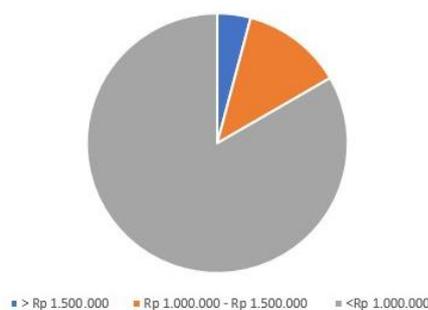
**Gambar 7. Apa Alasan Utama Menggunakan Shopeepay**

Pada pembahasan ketujuh, apa alasan utama mahasiswa dalam menggunakan Shopeepay. Dari keseluruhan responden menyatakan bahwa alasan utama mahasiswa menggunakan Shopeepay adalah karena promo dan diskon yang menarik. Hal ini ditunjukkan oleh persentase 50% yang memilih alasan tersebut. Ini menunjukkan bahwa penggunaan Shopeepay lebih banyak didorong oleh manfaat finansial seperti promosi dan diskon.



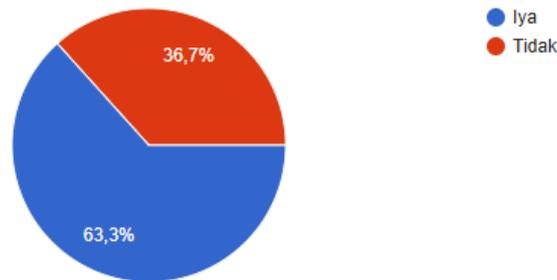
**Gambar 8. Apakah Anda Menggunakan Shopeepay Hanya Untuk Berbelanja Di Shopee Saja?**

Pada pembahasan kedelapan, Apakah mahasiswa menggunakan Shopeepay hanya untuk berbelanja di shopee saja? Dari keseluruhan responden hasil yang didapatkan bahwa 50% hanya menggunakan Shopeepay sebagai alat pembayaran yang spesifik untuk shopee, dan 50% menyatakan bahwa Shopeepay digunakan untuk berbagai macam transaksi di luar platform shopee.



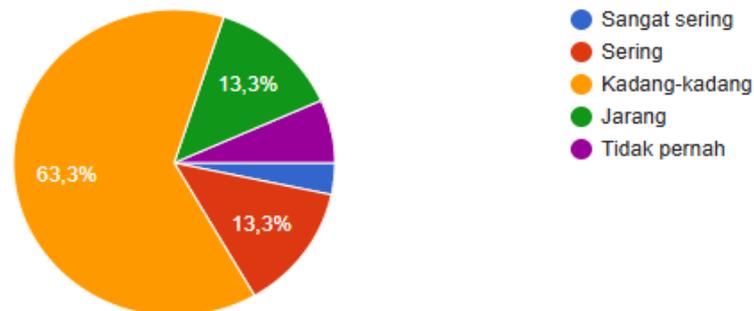
**Gambar 9. Berapa Uang Saku Mahasiswa dalam Satu Bulan**

Pada pembahasan ke sembilan, Berapa uang saku mahasiswa dalam satu bulan. Dari keseluruhan Responden hasil yang didapatkan yaitu sekitar 66,7% mengeluarkan uang saku kurang dari Rp1.000.000 per bulan, lalu sekitar 10% responden yang mengeluarkan uang saku antara Rp1.000.000 - Rp1.500.000 per bulan, dan hanya 3,3% yang mengeluarkan uang saku di atas Rp1.500.000 per bulan. Dapat disimpulkan sebagian besar mahasiswa memiliki anggaran uang saku di bawah Rp1.000.000 per bulan, yang mungkin menunjukkan bahwa sebagian besar Mahasiswa tidak memiliki cukup uang yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Selain itu, hanya sedikit mahasiswa yang memiliki anggaran uang saku di atas Rp1.500.000, yang menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil mahasiswa memiliki sumber pendapatan tambahan atau dukungan keuangan yang lebih besar.



**Gambar 10. Apakah Anda Merasa Terdorong Untuk Berbelanja Lebih Banyak Ketika Melihat Notifikasi Promo ShopeePAY?**

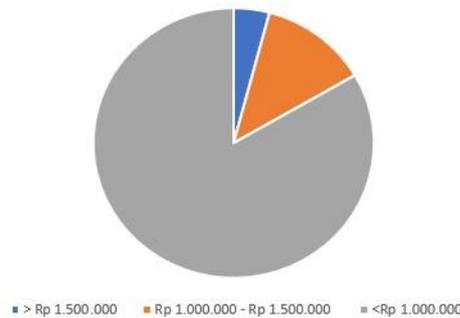
Pada pembahasan kesepuluh, Apakah mahasiswa merasa terdorong untuk berbelanja lebih banyak ketika melihat notifikasi promo ShopeePAY?. Dari keseluruhan responden hasil yang didapatkan yaitu 36,7% memilih tidak, dan 63,3% memilih iya. Hasil ini menunjukkan bahwa promo cukup menarik mahasiswa untuk berbelanja, namun tidak semua mahasiswa dapat mudah terpengaruh oleh promo. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri(2021), yang menunjukkan bahwa promosi berdampak positif dan signifikan pada perilaku konsumtif siswa(Lidya Virginia & Nurman Setiawan Fadjar, 2024).



**Gambar 11. Seberapa Sering Anda Membeli Barang Yang Sama Sekali Tidak Direncanakan Karena Kemudahan ShopeePAY?**

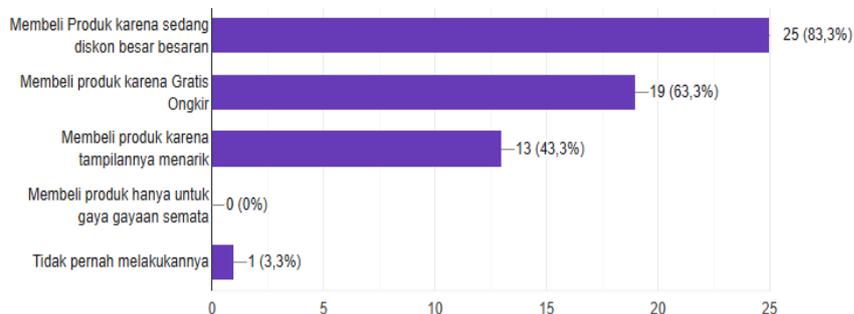
Pada pembahasan kesebelas, seberapa sering anda membeli barang yang sama sekali tidak direncanakan karena kemudahan ShopeePAY. Dari keseluruhan responden hasil yang didapatkan yaitu sekitar 63,3% kadang kadang membeli barang yang tidak direncanakan, dan 13,3% jarang membeli barang yang tidak direncanakan, dan 13,3% lagi sering membeli barang yang tidak direncanakan karena kemudahan shopeepay. Data ini menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran ShopeePAY mungkin membuat orang lebih suka membeli sesuatu secara impulsif, terutama mereka yang biasa membeli sesuatu secara tidak terencana. Namun, sebagian besar pengguna tampaknya masih dapat membatasi jumlah pembelian impulsif mereka.

Besar Nominal yang Dikeluarkan Untuk Membeli Barang Menggunakan ShopeePay



**Gambar 12. Seberapa Besar Nominal Uang Yang Dikeluarkan Untuk Membeli Barang Menggunakan ShopeePay?**

Pada pembahasan ke duabelas, Seberapa besar nominal uang yang dikeluarkan untuk membeli barang menggunakan ShopeePay?. Dari keseluruhan responden hasil yang didapatkan yaitu sebagian besar responden sekitar 66,7% mengeluarkan uang kurang dari Rp1.000.000 untuk berbelanja menggunakan shopeepay. Hal ini menunjukkan kehati-hatian atau keterbatasan anggaran yang dimiliki oleh mayoritas mahasiswa dalam memanfaatkan shopeePay. lalu sekitar 10% mengeluarkan antara Rp1.000.000 - Rp1.500.000, dan sekitar 3,3% yang mengeluarkan uang di atas Rp1.500.000. hanya sedikit mahasiswa yang mengeluarkan uang di atas Rp1.500.000. yang mungkin berasal daya beli yang lebih tinggi atau kebutuhan khusus, yang menunjukkan bahwa ShopeePay digunakan secara luas untuk transaksi yang relatif murah dan memenuhi kebutuhan belanja.



**Gambar 13. Keadaan Manakah Yang Pernah Anda Lakukan Dalam Hal Dibawah Ini? (Dapat Memilih Lebih Dari Satu Pilihan)**

Pada pembahasan ke tigabelas, Keadaan manakah yang pernah anda lakukan dalam hal dibawah ini? (dapat memilih lebih dari satu pilihan) . Dari keseluruhan responden hasil yang didapatkan yaitu sekitar 83,3% membeli produk karna diskon besar, 63,3% karena adanya gratis ongkir, lalu 43,3% tampilan produk yang menarik, 3,3% tidak pernah, dan 0% hanya untuk bergaya. Dapat disimpulkan sebagian besar pelanggan cenderung membeli barang karena faktor ekonomi, seperti diskon besar-besaran dan pengiriman gratis. Tampilan produk yang menarik juga memiliki dampak yang signifikan, tetapi tidak sebesar dua faktor ekonomi tersebut. Namun, bagi mayoritas responden, faktor gaya atau prestise tidak memengaruhi keputusan pembelian mereka. Ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih memperhatikan nilai moneter daripada aspek gaya hidup ketika mereka memutuskan untuk berbelanja.

## SIMPULAN

Didapatkan data dari 30 responden yang terdiri dari S-1 Akuntansi dan D3 Akuntansi yang masing-masing berjumlah 21 dan 9 responden. Dalam hasil tersebut disimpulkan penggunaan shopeepay berpengaruh pada gaya hidup mereka yang terdorong lebih konsumtif. Dibuktikan dari

sejumlah pertanyaan yang dijawab responden bahwa karena adanya kemudahan yang ada serta promo, diskon, gratis ongkir yang ditawarkan oleh shopeepay membuat responden tergiur untuk membeli dan menjadikan lebih konsumtif. Dalam pertanyaan tersebut pula dikatakan ada dari mereka pernah membeli barang yang tidak direncanakan. serta pernah pula membeli barang karena tampilannya menarik saja. Semua pertanyaan dan jawaban telah membuktikan bahwa responden menggunakan shopeepay membuat lebih konsumtif karena pemasukan dan pengeluaran dianggap tidak setara sehingga menimbulkan hidup gaya konsumtif. Responden seharusnya dapat lebih bijak dan disesuaikan dengan pengeluaran yang ada. Agar dapat dibatasi gaya hidup berlebihan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih yang tulus kepada Mahasiswa Mahasiswi program studi S1 dan D3 Akuntansi Universitas Singaperbangsa Karawang atas segala semua bentuk kontribusi yang telah diberikan untuk menyelesaikan penelitian ini. Kontribusi ini sangat berarti bagi kami dalam penyelesaian jurnal ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, H., Permatasari, N. P., Al-Azha, N., Hidayat, W., & Ibrahim, Z. (2024). Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Muslim Dilihat dari Penggunaan ShopeePay. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 806–815. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i2.829>
- Azka Fikri. (2021). Pengaruh Penggunaan ShopeePay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu. *Komunika*, 17(2), 1–11. <https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7556>
- Diniah, Z., Rosmanidar, E., & Fitrianova Andriani, B. (2023). Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus Of Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 8(2), 409–426. <https://doi.org/10.30631/ijoieb.v8i2.2003>
- Eva Fitria, Elvina, & Pitryani. (2022). Analisis Penggunaan Aplikasi ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Labuhanbatu. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 276–280. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.481>
- Lidya Virginia, & Nurman Setiawan Fadjar. (2024). Pengaruh Penggunaan Dompot Elektronik (E-Wallet) ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Journal of Development Economic and Social Studies*, 3(1), 189–199. <https://doi.org/10.21776/jdessa.2024.03.1.15>
- Luh, N., Erma, P., Program, M., Bisnis, S. A., Tinggi, S., Sosial, I., Politik, I., & Bhakti, W. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan ShopeePay Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Berbelanja Pada Ecommerce Shopee. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(3), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.5608/http>
- Pramesti, G., Azizah, A., Purnamasari, E., Sulistiyani, E., & Widyanti, D. V. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet ShopeePay Dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Bangun Rekaprima*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.32497/bangunrekaprima.v9i1.4425>
- Prena, G. Das, & Dewi, N. K. S. G. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan ShopeePay. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 22(2), 142–155. <https://doi.org/10.22225/we.22.2.2023.142-155>
- Rusmana, Supriadi, A., & Samlawi, F. (2024). Pengaruh Diskon, Cod, Dan Spaylater Pada Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 18(1), 114–124. <https://doi.org/10.19184/jpe.v18i1.47045>
- Sariatn, S., & Ekawati, C. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1258–1261. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.772>
- Syifa Pramudita Faddila, Uus Mohammad Darul Fadli, & Robby Fauji. (2022). Analisis Karakteristik

Pengguna ShopeePay Sebagai Dompot Digital Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(2), 1–9. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i2.2279>

Zuhri, S. (2021). Pengaruh Intensitas Mengakses Online Shop Di Media Sosial Dan Intensitas Menggunakan Pelayanan Transportasi Online Go-Jek Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kota Surakarta. *Habitus: Jurnal Pendidikan, Sosiologi, & Antropologi*, 5(1), 36. <https://doi.org/10.20961/habitus.v5i1.38531>