



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 8527-8536

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna ShopeePAY dan Gopay

Sarah Yuliani Azzahra^{1✉}, Dian Alfia Purwandari², Shahibah Yuliani³

Universitas Negeri Jakarta

Email: Sarahyuliani01@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perbandingan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Pengguna ShopeePAY dan Gopay. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Time Limited Sampling* yaitu metode pengambilan sampel dengan pembatasan waktu pada periode yang telah diterapkan. Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 200 mahasiswa, yang terdiri dari 100 mahasiswa pengguna ShopeePAY dan 100 mahasiswa pengguna Gopay. Penelitian ini didasarkan pada hasil perhitungan uji statistik uji beda z-test dengan nilai sebesar $0,108 > 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna ShopeePAY dan Gopay.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif, Mahasiswa, ShopeePAY, Gopay*

Abstract

This study aims to determine the Comparison of Consumptive Behavior of Students of Jakarta Stated University ShopeePay and Gopay Users. The type of research used is comparative research with a quantitative approach. The sampling technique in this study used Time Limited Sampling, which is a sampling method with time restrictions on the period that has been applied. This study used a sample of 200 students, consisting of 100 ShopeePay users and 100 Gopay users. This research is based on the results of the calculation of the z-test difference test statistical test with a value of $0.108 > 0.05$. The results showed that there was no comparison of the consumptive behavior of Jakarta Negeri University students who used ShopeePay and Gopay.

Keywords: *Consumptive Behavior, Students, ShopeePay, Gopay*

PENDAHULUAN

Manusia tidak dapat terlepas dari kegiatan konsumsi. Kegiatan tersebut dilakukan seseorang guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Konsumsi merupakan kegiatan membelanjakan yang dilakukan seseorang terkait barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keperluan seseorang, baik itu untuk kebutuhan jasmani ataupun rohani seperti, sandang, pangan, papan, kesehatan. Konsumsi yang dilakukan secara berlebihan mendorong seseorang menjadi berperilaku konsumtif.

Menurut Fransisca & Erdiansyah (2020) perilaku konsumtif digambarkan sebagai tindakan membeli suatu barang tanpa didasari dengan kebutuhan dan tanpa pertimbangan. Perilaku konsumtif juga terjadinya di kalangan remaja, bukan hanya di masyarakat dewasa saja. Di masa remaja ini, seseorang berada di tahap mencari jati diri.

Salah satu penyebab tingginya perilaku konsumtif karena adanya kemajuan teknologi, yaitu adanya internet. Dari data APJII 2023 alasan masyarakat menggunakan internet dilihat dari rentang skor yaitu sebanyak 3,33 untuk mengakses sosial media, dan sebanyak 2,92 menggunakan internet untuk melakukan transaksi online (rentang skor maksimum 4, menunjukkan alasan yang dianggap semakin penting). Ada faktor internal dan eksternal yang menyebabkan perilaku konsumtif. Walaupun perilaku konsumtif ini dapat mendorong perputaran ekonomi dan dapat membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat (Mumpuni & Aski Marissa, 2023). Namun adanya perilaku konsumtif ini jika tidak segera diatasi akan terus membuat seseorang menjadi boros, kesempatan menabung, tidak dapat mengontrol nafsu belanja hingga dapat kecemburuan sosial.

Selain itu, adanya kemajuan teknologi mendorong adanya perubahan dalam berbagai aspek kehidupan. Perkembangan teknologi ini tidak luput dengan adanya kemajuan dalam sistem pembayaran. Pada awalnya sistem pembayaran hanya menggunakan uang tunai,

namun sekarang menggunakan pemayaran non tunai. Adanya uang elektronik dan pembayaran digital ini, tak luput dengan munculnya dompet digital atau yang disebut dengan *e-wallet*. Dengan munculnya sistem pembayaran digital menggunakan dompet digital membuat masyarakat terutama mahasiswa lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun kebutuhan kuliah. Dengan dompet digital ini, semua riwayat transaksi tercatat di dompet digital tersebut hal ini dapat mempermudah masyarakat untuk memantau keuangan mereka. Ditambah dengan cara penggunaannya yang mudah dan praktis, membuat masyarakat terutama mahasiswa mulai beralih menggunakan dompet digital. Dilihat dari hasil penelitian IPSOS (*Institut Public de Sondage d'Opinion Secture*) yang dimana merupakan perusahaan riset pasar terdapat 68% yang menggunakan dompet digital adalah kalangan milenial, karena tingkat produktivitasnya jauh lebih aktif dibandingkan kalangan lain (Catriana, 2020). Terdapat beberapa jenis layanan dompet digital yang digunakan di Indonesia, diantaranya yaitu Gopay, Dana, Ovo, Shopeepay, Linkaja, i.saku, Octomobile, Doku, Sakuku, Jakonemobile.

Saat ini perusahaan dompet digital juga membuat promo untuk menarik masyarakat dan mahasiswa agar mereka menggunakan dompet digital. Para *e-commerce*, UMKM, resto cepat saji mulai beralih pembayaran melalui dompet digital sehingga memudahkan masyarakat maupun mahasiswa untuk berbelanja. Oleh karena itu, sudah banyak masyarakat atau mahasiswa melakukan pembayaran digital dengan menggunakan dompet digital karena merasa lebih praktis, efisien, aman, dan menguntungkan. Sejalan dengan Dewi et al. (2021) digital payment merupakan teknologi yang memberi gambaran terkait pembayaran non-tunai itu lebih efisien, praktis, juga aman ketika bertransaksi di platform digital

Dari hasil survei *Populix*, alasan masyarakat menggunakan dompet digital di antaranya sebanyak 81% tidak repot, 80% bergabung dengan *e-commerce*, 79% menilai dompet digital mudah digunakan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Mujahidin & Astuti (2020) bahwa adanya kemudahan dalam bertransaksi dapat membuat seseorang memiliki perilaku konsumtif. Dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan Basru et al. (2023) adanya kemudahan menggunakan dompet digital membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif.

Perilaku konsumtif sering terjadi di kalangan mahasiswa, karena mahasiswa lebih melek akan kemajuan teknologi, dan masih mudah terpengaruh oleh lingkungan. Hal itu membuat perubahan dalam gaya hidup mahasiswa. Salah satunya dengan mahasiswa

membeli berbagai macam produk yang viral atau yang ber*merk* dibandingkan dengan membeli peralatan untuk mendukung perkuliahan. Fenomena perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa sudah tidak asing, atau dikatakan bahwa sekarang telah menjadi budaya. Sependapat dengan Septiansari & Handayani (2021) karena budaya ini, membuat masyarakat khususnya mahasiswa cenderung mengkonsumsi mengarah pada perilaku mubazir atau mengkonsumsi secara tidak rasional, membeli barang yang tidak dibutuhkan, dan lebih mementingkan karena keinginannya. Mahasiswa juga biasanya sering membeli barang karena adanya promo diskon atau *cashback*, membeli produk karena keinginan bukan sesuai kebutuhan, membeli produk untuk meningkatkan kepercayaan diri, juga mahasiswa senang membeli produk demi menjaga penampilan agar tidak ketinggalan zaman.

Universitas Negeri Jakarta telah menerapkan pembayaran secara non tunai (*cashless*) atau pembayaran secara digital. Hal itu dibuktikan dengan diberlakukannya pembayaran non tunai di kantin Blok M yang terletak di kampus A, dan tak luput adanya mesin print digital yang dapat digunakan dengan pembayaran digital, mesin print tersebut yang tersebar di beberapa titik di wilayah kampus Universitas Negeri Jakarta. Hal itu mendorong mahasiswa untuk memiliki dompet digital agar memudahkan mereka dalam melakukan transaksi pembayaran. Walaupun dengan adanya dompet digital ini memudahkan mahasiswa dalam bertransaksi, hal itu tak luput mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Dilihat dari hasil penelitian Astuti & Fujiah (2023) dompet digital memengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Dilihat dari hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat sebanyak 57 dari 74 mahasiswa UNJ memiliki lebih dari 1 dompet digital. Mahasiswa tersebut bisa memiliki dua hingga lima dompet digital yang digunakan. Selain itu, dari pra penelitian yang dilakukan peneliti tingkat penggunaan dompet digital mahasiswa UNJ didominasi oleh pengguna Shopeepay sebesar 73%, disusul oleh Gopay sebesar 68%, di posisi ketiga ada Dana sebesar 62,2%, diposisi ke empat terdapat OVO sebesar 29,7%, linkaja berda diposisi ke lima sebesar 5,4% dan i.saku diposisi ke enam sebesar 2,7%. Dari hasil pra penelitian tersebut, terlihat bahwa Shopeepay dan Gopay banyak digunakan oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

Gopay merupakan dompet digital yang digunakan untuk bertransaksi melalui aplikasi gojek. Gojek merupakan suatu aplikasi yang menyediakan layanan di bidang transportasi bagi masyarakat melalui jasa ojek *online* (Masoemiversity, 2020). Layanan transportasi

seperti Goride, Gocar, Gotransit, GoBluebird, Gofood, dan lainnya. Adanya layanan tersebut dipermudah dengan adanya pembayaran menggunakan Gopay. Gopay bukan hanya untuk membayar layanan transportasi, namun digunakan untuk membayar layanan yang ada di aplikasi gojek seperti bayar tagihan, listrik, pulsa, makan di restoran hingga belanja *online* (Gopay.co.id, n.d.).

Shopeepay merupakan layanan dompet digital yang ditawarkan oleh Shopee yang digunakan sebagai metode pembayaran online di Shopee, Offline di Merchant Shopeepay, dan menyimpan pengembalian dana yang dapat digunakan untuk membayar transaksi lainnya (Shopeepay.co.id, n.d.). Sama halnya dengan Gopay, Shopeepay dapat digunakan untuk membayar tagihan seperti listrik, pulsa dan lainnya. Yang membedakan antara Shopeepay dan Gopay yaitu Shopeepay tidak terhubung dengan layanan moda transportasi, sedangkan Gopay terhubung dengan layanan transportasi.

Adanya perbedaan ini menjadi daya tarik peneliti untuk melihat perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna Shopeepay dan juga Gopay. Dari hasil pra penelitian yang dilakukan peneliti, adanya perbedaan tingkat penggunaan dompet digital yang didominasi antara Shopeepay dan Gopay oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dan peneliti belum menemukan adanya penelitian yang membahas terkait membandingkan perilaku konsumtif yang menggunakan dompet digital Shopeepay dengan Gopay. Hal ini mendorong untuk dilakukannya penelitian terhadap pola konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dengan judul "Perbandingan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna Shopeepay dengan Gopay".

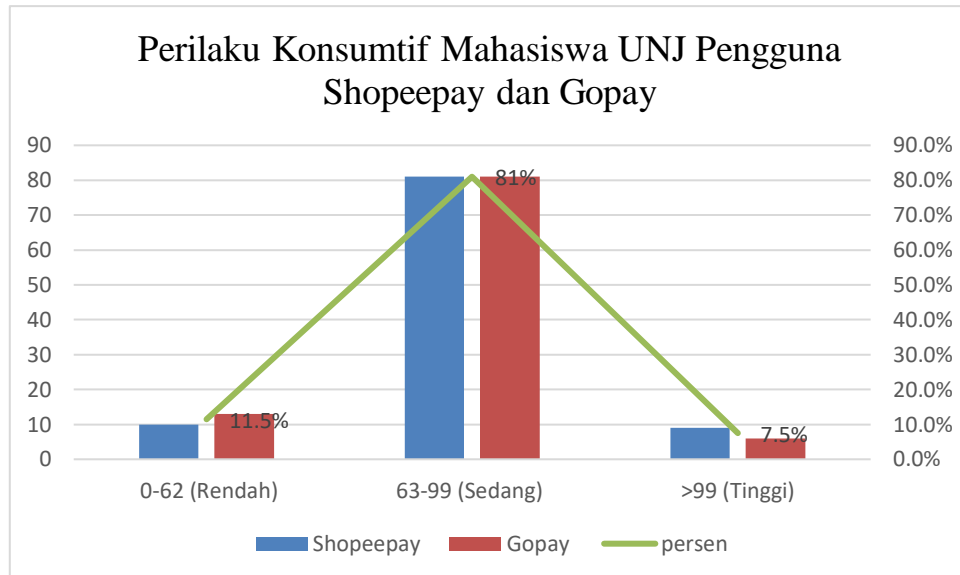
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian komparatif bertujuan untuk mengetahui apakah di antara variabel-variabel terdapat perbandingan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Time Limited Sampling* yaitu metode pengambilan sampel dengan pembatasan waktu pada periode yang telah ditetapkan. Untuk penentuan sampel uji validitas dan reliabilitas waktu yang ditetapkan pada periode 18 Maret – 19 Maret. Dan untuk penentuan sampel dalam pengambilan data, waktu yang ditetapkan pada periode 6 April dan 16-19 April 2024. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 200 mahasiswa, 100 pengguna Shopeepay dan 100 pengguna Gopay. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner perilaku konsumtif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis data interval dilakukan dengan menggunakan rata-rata jawaban berdasarkan jumlah skor yang diberikan responden. Hasilnya dapat dilihat di bawah ini:



Gambar 1. Grafik Perilaku Konsumtif Mahasiswa UNJ pengguna ShopeePAY dan Gopay

Sumber: olahan data peneliti

Dilihat dari grafik tersebut, menunjukkan bahwa dari total 200 mahasiswa yang terdiri dari 100 pengguna ShopeePAY dan 100 pengguna Gopay, perilaku konsumtif mahasiswa UNJ masuk kedalam kategori sedang. Hal ini dibuktikan dengan sebanyak 81 mahasiswa pengguna ShopeePAY dan Gopay masuk kedalam kategori sedang dengan persentase 81%, sebanyak 10 mahasiswa pengguna ShopeePAY dan 13 mahasiswa pengguna Gopay masuk kedalam kategori rendah dengan persentase 11,5%, dan sebanyak 9 mahasiswa pengguna ShopeePAY dan 6 mahasiswa pengguna Gopay masuk kedalam kategori tinggi dengan persentase 7,5%.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Kelompok	Nilai Sig.	Nilai Rujukan	Kesimpulan

Pengguna Shopeepay	0,200	0,05	Normal
Pengguna Gopay	0,200	0,05	Normal

(Sumber: olahan data peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov dengan SPSS 25 signifikansi perilaku konsumtif mahasiswa UNJ pengguna Shopeepay 0,200 dan Gopay 0,200. Dari nilai signifikansi yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa data perilaku konsumtif mahasiswa UNJ pengguna Shopeepay dan Gopay berdistribusi normal, karena $0,200 > 0,05$.

Uji Homogenitas

Tabel 2. Hasil Uji Homogenitas

Kelompok	Nilai Sig.	Nilai Rujukan	Kesimpulan
Perilaku Konsumtif	0,824	0,05	Normal

(Sumber: olahan data peneliti, 2024)

Dari hasil uji homogenitas menggunakan SPSS diatas menunjukkan nilai signifikansi 0,824. Berarti nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,824 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok data mempunyai varian yang sama / homogen.

Uji Hipotesis

Pada bagian ini dilakukan uji hipotesis dengan tujuan untuk melihat hipotesis penelitian ini diterima atau ditolak. Apabila hipotesis penelitian diterima maka terdapat perbedaan perilaku konsumtif ditinjau dari pengguna Shopeepay dan Gopay, dan begitupun sebaliknya. apabila hipotesis ditolak maka tidak terdapat perbedaan perilaku konsumtif antara pengguna Shopeepay dan Gopay.

a. Uji Z-test

Tabel 3 . Hasil Uji Z-test

Jenis Data	Nilai Sig.	Nilai Rujukan	Kesimpulan
Perilaku Konsumtif Pengguna Shopeepay dan Gopay	0,108	0,05	Ha ditolak

(Sumber: olahan data peneliti, 2024)

Dari hasil perhitungan menggunakan *independent sample z-test* diatas, dapat diketahui bahwa nilai Sig 2 Tailed sebesar 0,108. Dilihat data tersebut $0,108 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa tidak ada perbedaan atau perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa UNJ pengguna Shopeepay dan Gopay.

Pembahasan

Perilaku Konsumtif Mahasiswa UNJ Pengguna Shopeepay dan Gopay

Penelitian ini ditujukan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan oleh peneliti yaitu adanya perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna Gopay dan Shopeepay. Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan oleh peneliti ditolak, dugaan peneliti mengenai adanya perbedaan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna Shopeepay dan Gopay ternyata tidak terbukti dalam penelitian. Dari hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan atau perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa UNJ antara pengguna Shopeepay dan Gopay.

Dilihat dari kategorisasi perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta antara pengguna Shopeepay dan pengguna Gopay dapat disimpulkan bahwa berada dalam taraf kategori "sedang". Dilihat dari setiap elemen pada perilaku konsumtif terdapat beberapa perbedaan. Pada dimensi *Impulsive Buying*, dan *non-rational buying* secara keseluruhan memang cenderung masuk pada kategori sedang. Namun dilihat dari dua dimensi, yang pertama yaitu dimensi *impulsive buying*, pengguna Shopeepay terdapat 23% responden masuk kedalam kategori tinggi. Artinya, *impulsive buying* pengguna Shopeepay masuk kedalam kategori sedang ke tinggi. Hal ini bisa terjadi karena mahasiswa mudah tergiur dengan adanya promosi yang diberikan oleh produsen. Sejalan dengan penelitian Wangi & Sonja Andarini, (2021) menyatakan bahwa *Flash sale* dan *cashback* adalah bagian dari kegiatan promosi shopee. *Flash sale* dan *Cashback* memengaruhi terjadinya perilaku *Impulse Buying* pada pengguna Shopee atau dengan kata lain *Flash Sale* dan *Cashback* merupakan beberapa alat promosi yang menyebabkan timbulnya perilaku *Impulse buying* pada pengguna shopee.

Sedangkan dari dimensi *Non-rational Buying*, jika dibandingkan dengan pengguna Shopeepay, pengguna Gopay cenderung masuk kedalam kategori sedang ke tinggi, karena terdapat 41% responden masuk kedalam kategori tinggi. Hal ini bisa terjadi karena Gojek telah bekerjasama dengan beberapa marketplace, seperti Akulaku, Blibi.com, Jd.id, Zalora, dan lainnya (Gojek.com, n.d.) yang dimana Gopay merupakan anak perusahaan Gojek yang

bergerak dibidang teknologi finansial. Artinya pembayaran di beberapa marketplace yang bekerjasama dengan gojek, dapat dilakukan pembayaran melalui Gopay, atau dengan kata lain, pembayaran menggunakan Gopay bisa dilakukan di beberapa *marketplace*. Berbeda dengan ShopeePay, ShopeePay hanya dapat digunakan sebagai metode pembayaran *online* di aplikasi Shopee dan *offline* di *Merchant* ShopeePay. Kemudian, tidak dengan dimensi *Wasteful Buying*, yang dimana mahasiswa Universitas Negeri Jakarta tidak memiliki *wasteful buying* yang tinggi, justru mengarah sedang ke rendah.

Adanya perilaku konsumtif tak luput berdampak pada pola pengeluaran keuangan dari mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, yang dimana semakin banyak pengeluaran maka semakin berkurang kesempatan menabung, dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Hal ini sejalan dengan Kurniawan (2017) perilaku konsumtif menimbulkan dampak negatif yaitu diantaranya menimbulkan kecemburuan sosial, contohnya seperti konsumen akan membeli apapun yang mereka inginkan tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut murah atau mahal atau apakah itu diperlukan. Akibatnya orang-orang yang tidak mampu, mereka tidak akan dapat mengikuti gaya hidup yang seperti itu. Kedua, orang tidak akan memiliki kesempatan menabung karena mereka akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan uang untuk menabung. Dan ketiga, mereka cenderung tidak mempertimbangkan kebutuhan yang akan datang, mereka akan membeli lebih banyak barang saat ini tanpa mempertimbangkan kebutuhannya dimasa depan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis data yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa tidak terdapat perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Pengguna ShopeePay dan Gopay. Hasil tersebut terdapat pada hasil uji beda *Independent sample z-test*, nilai Sig 2 tailed sebesar 0,108 dimana lebih besar dari 0,05 ($0,108 > 0,05$). Hal ini juga terlihat dari pola perilaku konsumtif mahasiswa pengguna ShopeePay dan Gopay yang masuk kedalam kategori sedang.

Peneliti memiliki saran untuk perbaikan penelitian sebelumnya berdasarkan kesimpulan tersebut diatas, antara lain yaitu: (1) diharapkan menggunakan subjek penelitian seperti pengguna dompet digital lainnya, ataupun berdasarkan gender, (3) Serta diharapkan dapat menggunakan metode yang berbeda dan memperbanyak referensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A. D., & Fujiah, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (e-wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Perspektif Islam Pada Generasi Milenial Daerah Istimewa Yogyakarta. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 209–222. <https://jurnal.instika.ac.id/index.php/alkasb/article/view/396>
- Basru, W. A., Safaruddin, & Qalbi, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompot Elektronik sebagai Alat Transaksi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Haluoleo. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(02), 142–153. <https://doi.org/https://doi.org/10.33772/jak.v8i2.101>
- Catriana, E. (2020). *Studi: 68 Persen Pengguna Dompot Digital adalah Milenial*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2020/02/12/131300826/studi--68-persen-pengguna-dompot-digital-adalah-milenial>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Gojek.com. (n.d.). *Bayar Belanja Online Lebih Mudah Pakai GoPay*. Gojek.Com. Retrieved April 29, 2024, from <https://www.gojek.com/blog/gopay/bayar-belanja-online-pakai-go-pay>
- Gopay.co.id. (n.d.). *Gopay*. Gopay.Id. Retrieved January 5, 2024, from <https://gopay.co.id/cara-bayar-pakai-gopay>
- Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.31851/jmwe.v13i4.2709>
- Masoemiversity. (2020). *Gojek, Contoh Penerapan Dari Sistem Informasi yang Bermanfaat Untuk Masyarakat*. Masoemiversity.Id. <https://masoemiversity.ac.id/berita/gojek-contoh-penerapan-dari-sistem-informasi-yang-bermanfaat-untuk-masyarakat.php>
- Mujahidin, A., & Astuti, R. P. F. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Mumpuni, H. S. A., & Aski Marissa. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-commerce Pada Wanita Dewasa Awal Saat Pandemi Covid-

19. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2111–2123.

Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 5(1), 53–65. <http://journal.lembagakita.org>

Shopeepay.co.id. (n.d.). *Shopeepay*. ShopeePay.Co.Id. Retrieved January 5, 2023, from <https://shopeepay.co.id/#:~:text=ShopeePay> adalah fitur layanan uang, untuk membayar pesanan Anda berikutnya.

Wangi, L. P., & Sonja Andarini. (2021). Pengaruh Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 79–91. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3424>.