



## Analisis Penggunaan Metode Pembayaran ShopeePay dan Fitur Gratis Ongkir terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STABN Sriwijaya Tangerang

**Yudi Saputra**

STABN Sriwijaya, Indonesia  
yudisaputraaaaa10@gmail.com

**Edi Ramawijaya Putra**

STABN Sriwijaya, Indonesia  
edirama@sekha.kemenag.go.id

**Andhyka Wicaksono**

STABN Sriwijaya, Indonesia  
andhyka.fasa@gmail.com

**E-ISSN****P-ISSN****Article Info****Received: 1 Oktober 2024****Revised: 1 November 2024****Accepted: 1 December 2024****Doi Number****ABSTRACT :**

*The purpose of this study was to analyze the impact of the use of shopeepay and free shipping on Consumptive Behavior of STABN Sriwijaya Students. The subjects in this study were the leaders of STABN Sriwijaya and students who used the shopee application at STABN Sriwijaya. While the object of this study is the role of the use of the ShopeePay payment method and the Free Shipping Feature on the Consumptive Behavior of STABN Sriwijaya Tangerang Students. Then the data collection technique uses observation, interview, and documentation techniques using data analysis techniques according to Miles, Huberman, and Saldana (2014) and through the data condensation stage (data condensation: drawing/verifying). The results of the study indicate that the Role of Using the ShopeePay Payment Method and Free Shipping can Features causes consumptive behavior among STABN Sriwijaya Students. The solution taken by the campus is that the campus has tried and always reminded students not to behave consumptively, there are also universal Buddhist values, one of which is about the mind, the campus always reminds students not to get carried away by the euphoria of the surrounding environment in order to avoid consumptive behavior.*

**Keywords:** shopeepay payment method, free shipping features and consumptive.



## ABSTRAK :

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak yang ditimbulkan oleh penggunaan shopeepay dan gratis ongkir terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa STABN Sriwijaya. Subjek pada penelitian ini yaitu pimpinan STABN Sriwijaya dan mahasiswa pengguna aplikasi shopee STABN Sriwijaya. Sedangkan objek penelitian ini adalah peran penggunaan metode pembayaran ShopeePay dan Fitur Gratis Ongkir terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STABN Sriwijaya Tangerang. Kemudian teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan menggunakan teknik analisis data menurut Miles, Huberman, dan Saldana (2014) dan melalui tahapan kondensasi data (data condensation: drawing/verifying). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peran Penggunaan Metode Pembayaran ShopeePay dan Fitur Gratis Ongkir dapat menimbulkan perilaku konsumtif dikalangan Mahasiswa STABN Sriwijaya. Adapun solusi yang dilakukan pihak kampus yaitu pihak kampus telah berupaya dan selalu mengingatkan kepada mahasiswa supaya tidak berperilaku konsumtif, terdapat juga nilai-nilai universal buddhis salah satunya tentang pikiran, pihak kampus selalu mengingatkan kepada para mahasiswa/i untuk tidak terbawa euforia lingkungan sekitar agar terhindar dari konsumtif.

**Kata Kunci:** metode pembayaran shopeepay, fitur gratis ongkir, perilaku konsumtif.

## PENDAHULUAN

Setiap manusia memiliki kebutuhannya masing-masing, baik itu kebutuhan primer maupun sekunder. Masing-masing individu akan berusaha memenuhi kebutuhannya dengan cara yang berbeda-beda juga. Kebutuhan tersebut meliputi sandang, pangan, dan juga papan. Keanekaragaman kebutuhan manusia tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari diri individu maupun luar individu. Salah satunya karena mereka selalu mengikuti tren yang ada untuk menunjang penampilan diri mereka, bahkan terkadang mereka berpikiran dengan selalu mengikuti tren terkini akan membuat mereka lebih percaya diri.

Kemajuan teknologi memang membawa dampak yang baik diantaranya berupa kemudahan dalam berinteraksi, namun kemajuan teknologi juga berdampak negatif salah satunya dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku Konsumtif adalah sebagai kecenderungan seseorang yang berlebihan dalam membeli suatu barang, pembelian dilakukan terus-menerus dan dapat menimbulkan sifat pemborosan serta keuangan yang tidak terkontrol. Di era industri 4.0 semua aktivitas menggunakan teknologi, dengan berbasis teknologi dapat membantu mempermudah semua proses perdagangan dan belanja barang-barang ataupun produk. Perkembangan teknologi yang pesat, membuat segala sesuatu kegiatan dapat dilakukan menggunakan internet.

Internet bermanfaat bagi kegiatan aktivitas kehidupan, salah satunya dalam segi dunia bisnis. Pada saat ini banyak sekali transaksi yang dilakukan secara online, baik



itu jual beli, jasa, utang piutang maupun transaksi lainnya. Jual beli merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang paling penting, jual beli dihalalkan sebagai bentuk upaya untuk mendapatkan keuntungan berupa materi. Seiring dengan perkembangan zaman, jual beli sistemnya perlahan-lahan mengikuti era perkembangan zaman. Kemajuan teknologi yang terus berkembang dan juga didukung dengan infrastruktur serta kemudahan regulasi, mendorong pertumbuhan dan perkembangan usaha berbasis digital.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat di era revolusi digital seperti saat ini memberikan dampak pengaruh pola perilaku manusia dalam mengakses berbagai informasi dan berbagai macam fitur layanan elektronik. Salah satu contoh penjualan produk secara online melalui internet adalah dengan e-commerce. E-commerce merupakan sebuah tempat yang digunakan dalam jual beli secara online (elektronik), meliputi pada pemasaran, pembelian bahkan dalam transaksi (pembayaran) dapat dilakukan secara online atau menggunakan media elektronik. Perkembangan ekonomi berbasis digital mendorong munculnya platform jual beli e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli, dan lainnya.

E-commerce memberikan beberapa manfaat bagi penjual dan pembeli. Penjual yang menjual barang melalui e-commerce dapat memasarkan produknya secara lebih luas dan secara otomatis mendapatkan income atau pendapatan yang lebih. Bagi pembeli atau konsumen dapat mendapatkan barang yang lebih bervariasi dan harga produk yang lebih murah karena terdapat banyak informasi tentang produk yang dijual, dengan berbelanja secara online membuat konsumen lebih mudah dalam mencari produk, membandingkan kualitas dan harga produk, serta mudah dalam melakukan transaksi pembelian. Berdasarkan data di atas pada kuartal 4 tahun 2018, tiga teratas pengunjung diduduki oleh Tokopedia, Bukalapak dan Shopee, pada kuartal 4 tahun 2019 satu tahun kemudian, posisi tiga teratas telah berubah, posisi pertama Shopee, Tokopedia dan Bukalapak, hingga 2020 Shopee masih mampu mempertahankan sebagai platform dengan pengunjung terbanyak, sementara di tahun 2021 hingga 2022 Tokopedia berhasil mengambil alih sebagai platform jual beli e-commerce dengan jumlah pengunjung terbanyak.

Shopee merupakan layanan e-commerce paling populer di kalangan anak muda Indonesia pada tahun 2022. Platform jual beli online asal Singapura tersebut menjadi pilihan utama 69,9% dari kalangan Generasi Z, rentang usia Generasi Z sekitar 11 - 26 tahun, serta 64,2% responden Generasi Milenial dengan rentang usia sekitar 24 - 39 tahun. Survei ini dilakukan melalui wawancara tatap muka terhadap 1.529 responden yang tersebar di seluruh Indonesia. Survei dilakukan pada bulan maret tahun 2022, dan sampel dipilih menggunakan metode multistage random sampling.

Rentang usia tersebut dikenal sebagai usia yang produktif, rata-rata status masyarakat yang berada pada rentang usia di atas adalah pelajar, karyawan dan mahasiswa, salah satunya mahasiswa STABN Sriwijaya. Fenomena belanja online shop



pada masyarakat merupakan fenomena yang sudah menyebar di berbagai macam kalangan salah satunya mahasiswa sekitar 93,7% respon mahasiswa STABN Sriwijaya yang pernah melakukan belanja online dan sekitar 6,3% mahasiswa yang tidak pernah melakukan belanja online. Dapat dikatakan bahwa rata-rata mahasiswa STABN Sriwijaya sudah pernah melakukan pembelian secara online. terdapat sekitar 84,2% mahasiswa STABN Sriwijaya menggunakan platform jual beli shopee, serta 14,7% mahasiswa yang menggunakan platform jual beli online tokopedia dan 2,1% mahasiswa menggunakan platform jual beli online lazada. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa pengguna platform jual beli online pada aplikasi shopee sangat sering digunakan oleh para mahasiswa STABN Sriwijaya ketika melakukan suatu pembelian barang secara online.

Shopeepay merupakan salah satu fitur layanan uang elektronik yang digunakan melakukan pembayaran di platform jual beli online, dalam penjualan di shopee, sekaligus sebagai dompet digital untuk menyimpan pengembalian dana. Shopeepay juga menawarkan kemudahan dalam bertransaksi sehari-hari, untuk bayar praktis, transfer juga gratis. sekitar 73,7% mahasiswa STABN Sriwijaya adalah para pengguna metode pembayaran Shopeepay, selanjutnya sekitar 24,2% mahasiswa STABN Sriwijaya menggunakan metode pembayaran berupa Cash On Delivery dan 3,1% mahasiswa STABN Sriwijaya menggunakan metode Transfer Bank untuk melakukan pembayaran secara online. Penggunaan metode pembayaran Shopeepay juga mendapatkan banyak keuntungan salah satunya adalah mendapatkan voucher Shopeepay cashback hingga 30% untuk digunakan di Merchant favoritmu. Cashback setiap hari, belanja di aplikasi shopee atau kemudian transfer kemana aja selalu gratis, transfer ke bank atau ke akun Shopeepay lainnya, selalu bebas biaya admin.

Mahasiswa STABN Sriwijaya merupakan salah satu bagian dari lapisan masyarakat yang sering melakukan kegiatan belanja online. Oleh karena itu, kegiatan belanja online bukanlah sesuatu yang asing bagi mereka. Di tengah-tengah keterbatasan waktu yang dimiliki mahasiswa/i STABN Sriwijaya akibat kesibukan mereka, belanja online menjadi solusi yang hemat waktu dan tenaga. Kepraktisan berbelanja dengan cara online memegang peranan penting akan mengapa hal tersebut sangat diminati masyarakat, khususnya kalangan mahasiswa. Remaja terkesan senang dengan perilaku berbau konsumtif, beberapa dari mereka senang mengeluarkan uang demi mendapatkan barang yang sedang tren karena tidak mau ketinggalan zaman.

## METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode fenomenologi. Menurut Afrizal (2015). "Penelitian kualitatif merupakan penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) serta perbuatan manusia kemudian peneliti tidak menghitung data kualitatif yang telah diperoleh dengan demikian tidak menganalisis angka-angka".





Peneliti memilih jenis penelitian kualitatif dengan metode fenomenologi dikarenakan peneliti ingin mengungkapkan dan mendeskripsikan analisis penggunaan metode pembayaran ShopeePay dan Fitur Gratis ongkir terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STABN Sriwijaya Tangerang Banten. Subjek penelitian ini adalah Wakil Ketua III Bidang Kemahasiswaan dan Mahasiswa aktif semester 2 pengguna aplikasi shopee, Mahasiswa aktif semester 4 pengguna aplikasi shopee, Mahasiswa aktif semester 6 pengguna aplikasi shopee dan Mahasiswa aktif semester 8 pengguna aplikasi shopee di kampus STABN Sriwijaya Tangerang Banten. Jumlah pimpinan yang diwawancarai yaitu satu orang dan mahasiswa aktif yang diwawancarai yaitu berjumlah 6 Mahasiswa dari Mahasiswa semester 2 satu orang, Mahasiswa semester 4 dua orang, Mahasiswa semester 6 satu orang dan Mahasiswa semester 8 dua orang. Adapun objek penelitian ini adalah analisis penggunaan metode pembayaran ShopeePay dan Fitur Gratis ongkir terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STABN Sriwijaya Tangerang Banten. Teknik analisis data dilakukan untuk mendapatkan suatu kesimpulan yang benar tentang Analisis penggunaan metode pembayaran ShopeePay dan Fitur Gratis ongkir terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa STABN Sriwijaya Tangerang Banten. Data yang diperoleh dari hasil pengamatan observasi, wawancara, dan dokumentasi, dicatat secara lengkap untuk dianalisis. Sugiyono (2012) menyatakan bahwa “analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan- bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami oleh panitia dan dapat diinformasikan kepada orang lain”.

## HASIL DAN DISKUSI

### Penggunaan Metode Pembayaran ShopeePay

Shopee merupakan aplikasi *e-commerce* jual beli *online* yang berasal dari Singapura, yang kemudian memasuki pasar Indonesia pada akhir Mei 2015. Shopee adalah aplikasi belanja *online* yang dapat diakses dengan mudah menggunakan *smartphone* maupun *website*. Shopee bermula sebagai *platform marketplace* yang menggunakan model *consumer to consumer* (C2C). Shopee Mall adalah *platform* yang menjual berbagai macam brand lokal dan internasional yang memiliki jaminan originalitas 100%. Hal ini merupakan langkah awal untuk memulai model bisnis B2C dan juga memaksimalkan model bisnis C2C. Hal ini juga didukung oleh hadirnya hadiah menarik yang ditawarkan seperti gratis ongkir dan promo menarik lainnya pada periode diskon tanggal kembar.

Kehadiran Shopee di Indonesia menciptakan pengalaman berbelanja yang mudah dan menyenangkan. Dengan melakukan aktivitas belanja *online* yang dapat diakses dengan gampang menggunakan *gadget* kapan saja dan dimana saja. Shopee terus berkembang dengan beragam terobosan baru dan mengadakan berbagai kegiatan promosi. Tidak heran jika aplikasi belanja Shopee ini mampu mempertahankan posisinya sebagai *e-commerce* yang paling mendominasi di Indonesia. Penelitian tentang “Analisis Penggunaan Metode Pembayaran ShopeePay dan Fitur Gratis Ongkir



Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STABN Sriwijaya Tangerang” dilakukan dengan metode penelitian kualitatif *fenomenology* (Fenomena). Data penelitian diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data dilaksanakan dari bulan Mei sampai dengan September 2024. Objek penelitian ini meliputi mahasiswa/i penggunaan metode pembayaran shopeepay dan fitur gratis ongkir terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STABN Sriwijaya dengan mengamati aktivitas mahasiswa/i dan aktivitas kurir pengantar paket yang terus berdatangan mengantar pesanan paket di lingkungan kampus.

Metode shopeepay ini sering digunakan oleh para mahasiswa ketika melakukan pembelian suatu barang di aplikasi shopee. Berdasarkan hasil wawancara dengan coding W1, M1. 44,47 selaku mahasiswi yang mengatakan bahwa “sering sekali karena memudahkan dalam pembayaran transaksi”. Selanjutnya berdasarkan penjelasan W4, M4. 41,42 mengatakan “fitur shopeepay sangat mudah membantu untuk proses transaksi pembayaran pembelian di aplikasi shopee”. Selain sering dan kemudahan dalam menggunakan metode pembayaran shopeepay tersebut membuat shopeepay dirasa praktis bagi para mahasiswa/i dalam proses transaksinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan coding W6, M6. 43, 44, 45 selaku mahasiswi mengatakan “dengan adanya shopeepay jadi lebih memudahkan setiap transaksi pembayaran menjadi lebih praktis”. Berdasarkan keterangan informasi tersebut, dapat diketahui jika metode pembayaran shopeepay dapat memunculkan sikap perilaku konsumtif terhadap mahasiswa STABN Sriwijaya. Faktor kemudahan dan kepraktisan dalam penggunaan transaksi pembayaran shopeepay yang mampu menjadi pendorong mahasiswa menjadi konsumtif. Berdasarkan hal ini, menurut Maggie dan Christina (2020), persepsi kemudahan penggunaan berdasarkan sejauh mana pengguna pembayaran Shopeepay, yakin bahwa sistem yang digunakan mudah dan praktis pada saat digunakan.

Menurut Maggie dan Christina (2020) beberapa indikator yang dapat mengukur persepsi kemudahan penggunaan, yaitu: 1) Mudah dipahami/dipelajari, artinya konsumen atau pengguna dapat dengan jelas memahami bagaimana mempelajari sistem transaksi melalui aplikasi Shopee dalam menggunakan Shopeepay. Artinya bahwa ketika seseorang baru pertama kali transaksi menggunakan Shopeepay, orang tersebut akan mengerti dan paham tata cara pembayaran baik online maupun offline, pengecekan saldo, top up saldo dan transaksi lainnya dalam waktu singkat. 2) Mudah digunakan/dioperasikan, maksudnya dapat digunakan melalui aplikasi Shopee dalam menggunakan Shopeepay untuk melakukan transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan dinamis, tidak menimbulkan kesulitan dalam proses pembayaran atau pembelian barang dengan menggunakan uang elektronik Shopeepay. Dalam pengoperasian/penggunaannya Shopeepay dapat dilakukan dengan mudah, karena hanya dengan melakukan scan pada QR Kode yang sudah disediakan oleh toko offline yang sudah bekerjasama dengan Shopeepay atau dengan memasukkan PIN atau password yang digunakan dalam Shopeepay, selain itu konsumen dapat melakukan

berbagai macam transaksi yang telah disediakan oleh ShopeePay. 3) Transaksi lebih cepat, artinya transaksi dapat dilakukan dengan tanpa hambatan dan dapat dilakukan kapan saja tanpa terbatas oleh tempat dan waktu selama terdapat kuota internet untuk mengakses ShopeePay, serta transaksi menjadi lebih mudah karena tidak memerlukan uang kembali dalam bertransaksi.

Dalam Agama Buddha menjelaskan kepuasan dalam Santutthi Sutta bahwa ketika seseorang merasa puas atas yang dimilikinya maka tidak akan terhalangi dimanapun dikarenakan tidak ada penderitaan. Santutthi Sutta pada Anguttara Nikaya IV, 27, tertulis "Ketika seseorang puas dengan apa yang tanpa cela, barang sepela dan mudah diperoleh; ketika pikirannya tidak tertekan karena tempat tinggal, jubah, minuman, dan makanan, maka ia tidak terhalangi di mana pun" (Bhikkhu Bodhi, 2010:33). Ketika seseorang merasa puas maka tidak timbul tuntutan pada diri sendiri dan juga sekitar untuk memenuhi keinginan yang tidak terbatas. Bagi Sangha dapat menjadikan pikiran lebih tenang karena dapat meminimalisir kebutuhan yang harus dipenuhi. Mengkondisikan seseorang menerima dan menyesuaikan kehidupan selaras dengan penghasilan. Permasalahannya rasa puas ini bersifat sementara, sehingga perlu 'kesadaran' lebih terhadap kepuasan tersebut agar kepuasan yang dialami bersifat lebih permanen.

### **Penggunaan Fitur Gratis Ongkir**

Fitur Gratis Ongkir ini adalah salah satu fitur yang paling dicari dan banyak digunakan oleh setiap konsumen atau mahasiswa yang akan melakukan pembelian suatu barang di toko-toko online di shopee. Berdasarkan hasil wawancara dengan coding W3, M3. 28,31,35,38 mengatakan bahwa "hampir rata-rata sering soalnya gratis ongkir semua sangat menguntungkan dan membantu meringankan biaya pengiriman". Hal ini menjadi salah satu faktor alasan mengapa mahasiswa sering berbelanja di shopee. Berdasarkan wawancara dengan coding W4, M4. 39 juga mengatakan bahwa "sudah pasti sering menggunakan fitur gratis ongkir". Selain sering digunakan fitur gratis ongkir ini juga membantu memangkas biaya pengiriman ketika melakukan transaksi pembelian berdasarkan hasil wawancara dengan coding W5, M5. 34,37,41 mengatakan bahwa "dengan adanya fitur gratis ongkir sangat menguntungkan karena lebih hemat dan juga sangat membantu memudahkan". Berdasarkan keterangan informasi di atas, dapat diketahui jika fitur gratis ongkir dapat memunculkan sikap perilaku konsumtif terhadap mahasiswa STABN Sriwijaya. Fitur gratis ongkos kirim yang mudah didapatkan dan sangat sering digunakan oleh mahasiswa/i ketika membeli suatu barang karena dapat membantu memangkas biaya pengiriman, hal ini menjadi pendorong mahasiswa menjadi konsumtif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan coding W1, WK III selaku Ketua III Bidang Kemahasiswaan STABN Sriwijaya mengatakan bahwa dari pihak kampus telah berupaya dan selalu mengingatkan kepada mahasiswa supaya tidak berperilaku



konsumtif, di dalam STABN Sriwijaya juga terdapat nilai-nilai universal buddhis salah satunya adalah tentang pikiran, pihak kampus selalu mengingatkan kepada para mahasiswa/i untuk tidak mudah terbawa euforia lingkungan sekitar agar terhindar dari konsumtif. Program hidup berkesadaran yang diterapkan kampus STABN Sriwijaya mengharapkan para mahasiswa/i bisa sadar apa yang seharusnya mereka lakukan sebagai mahasiswa dan tidak mudah dikuasai oleh nafsu-nafsu.

Dalam Syair Dhammapada 349 Buddha bersabda "*vitakkamathitassa jantuno tibbaragassa subhanupassino bhiyo tanha pavaddhati esa kho dalham karoti bandhanam*". Buddha menjelaskan bahwa orang-orang yang pikirannya kacau penuh dengan nafsu, dan hanya melihat pada hal-hal yang menyenangkan saja, maka nafsu keinginannya akan terus bertambah. Sesungguhnya, orang seperti itu hanya akan memperkuat ikatan belenggu nya sendiri.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, diperoleh kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Peran penggunaan metode pembayaran Shopeepay dapat menimbulkan perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa/i STABN Sriwijaya.
2. Peran Fitur Gratis Ongkir dapat menimbulkan perilaku konsumtif mahasiswa/i STABN Sriwijaya pada saat berbelanja di Shopee.
3. Adanya Mahasiswa/i STABN Sriwijaya yang berperilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari minat membeli barang secara berlebihan namun tidak didasari oleh kebutuhan yang jelas, serta tidak dapat membedakan yang mana kebutuhan penting dan kebutuhan yang tidak penting.

## REFERENSI

- Afrizal. (2015). Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu. Rajawali Pers.
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). E-commerce: Dasar teori dalam bisnis digital. Yayasan Kita Menulis.
- Alamsyah, N., & Saino, S. (2021). Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 18(4). <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9888>
- Bodhi, B. (2010). Khotbah-khotbah berkelompok Sang Buddha: Terjemahan baru Samyutta Nikaya. Dhamma Citta Press.
- (2020). *The Dhammapada: The Buddha's path of wisdom*. Pariyatti.
- Dewi, K. A. (2016). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada pelanggan Dunkin Donuts di Surabaya dan Sidoarjo). *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 9(1), 43-55. Qiara Media.
- Effendi, U. (2016). Psikologi konsumen. PT Rajagrafindo Persada.





- Hafsyah, A. H. (2020). Pengaruh kepuasan konsumen, perilaku konsumtif, dan gaya hidup hedonis terhadap transaksi online (E-commerce). *PRISMA (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 5.
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2022). Pengaruh diskon flash sale, rating, dan gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 10(13), 38-51.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce 2019: Business, technology, society*. Pearson.
- Miles, B. M., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. SAGE Publications Ltd.
- Nasution, A. P. (2021). Transaksi uang dan dompet digital pada saat masa pandemi virus corona (COVID-19). *Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(6). <https://doi.org/10.51903/jtikp.v12i1.233>
- Putro, K. A. (2021). Pengaruh e-commerce, kualitas pelayanan, dan brand image terhadap keputusan pembelian pada industri ekonomi kreatif PT. Immortal Cosmedika Indonesia (Studi kasus pada PT. Immortal Cosmedika Indonesia Cabang Semarang). *Journal of Management*, 7(1).
- Sari, V. N., & Nugroho, M. A. S. (2019). Pengaruh gratis ongkos kirim, diskon, dan iklan Shopee terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2). Retrieved from <https://stieww.ac.id>
- Setiawan, M., & Setyawati, C. Y. (2020). The influence of perceived ease of use on the intention to use mobile payment. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(1), 18-32. <https://doi.org/10.33005/jasf.v3i1.67>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan (Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Taan, D. H. (2017). *Perilaku konsumen dalam berbelanja*. Zahir Publishing.