



## Efektifitas Penggunaan *E-Wallet* Atau *E-Money* Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian

### *The Effectiveness of Using E-Wallet or E-Money on Students' Consumptive Behavior in the Process of Determining Purchasing Decisions*

Arini Maharani<sup>1</sup>, Muhammad Iqbal Fasa<sup>2</sup>

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Email: [aarinamaharani@gmail.com](mailto:aarinamaharani@gmail.com)<sup>1</sup>, [miqbalfasa@radenintan.ac.id](mailto:miqbalfasa@radenintan.ac.id)<sup>2</sup>

#### Article Info

##### Article history :

Received : 15-04-2025

Revised : 17-04-2025

Accepted : 19-04-2025

Published : 21-04-2025

#### Abstract

*The development of digital technology has driven changes in financial transaction systems, including the use of E-Wallets and e-money among students. Convenience, efficiency, and various promotions have made E-Wallets increasingly popular as a digital payment tool. This study aims to analyze the effectiveness of E-Wallet usage in influencing students' purchasing decisions and its impact on their consumption patterns. This research employs a descriptive analysis method and literature review to evaluate the factors contributing to students' consumer behavior. The findings indicate that E-Wallet usage encourages students to shop more practically and quickly, particularly in e-commerce transactions, campus payments, and other digital services. However, this convenience also increases consumer tendencies, especially due to cashback and discounts that attract users. The integration of E-Wallets into students' daily lives reflects adaptation to the digital era and Industry 4.0. While providing numerous benefits, uncontrolled usage can lead to excessive spending. Therefore, financial literacy is a crucial factor in ensuring that students use E-Wallets wisely and responsibly.*

**Keywords:** *E-Wallet, E-Money, consumer behavior*

#### Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam sistem transaksi keuangan, termasuk penggunaan E-Wallet dan e-money di kalangan mahasiswa. Kemudahan, efisiensi, serta berbagai promosi yang ditawarkan menjadikan E-Wallet semakin populer sebagai alat pembayaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penggunaan E-Wallet dalam memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa serta dampaknya terhadap pola konsumsi mereka. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan studi kepustakaan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan E-Wallet mendorong mahasiswa untuk berbelanja lebih praktis dan cepat, terutama dalam transaksi e-commerce, pembayaran di kampus, serta layanan digital lainnya. Namun, kemudahan ini juga meningkatkan kecenderungan konsumtif, terutama akibat adanya cashback dan diskon yang menarik minat pengguna. Integrasi *E-Wallet* dalam kehidupan mahasiswa mencerminkan adaptasi terhadap era digital dan industri 4.0. Meskipun memberikan banyak manfaat, penggunaan yang tidak terkendali dapat menyebabkan pengeluaran berlebihan. Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi faktor penting dalam memastikan mahasiswa dapat memanfaatkan *E-Wallet* secara bijak dan bertanggung jawab.

**Kata Kunci:** *E-Wallet, E-Money, perilaku konsumtif*



## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah memberikan dampak besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem transaksi keuangan. Salah satu inovasi yang semakin diminati adalah penggunaan *E-Wallet* dan *e-money*, yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran dengan lebih praktis tanpa harus membawa uang tunai. Mahasiswa, sebagai generasi yang cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi, menjadi salah satu kelompok pengguna utama layanan ini. Namun, kemudahan yang ditawarkan tidak selalu memberikan manfaat positif, karena dapat memengaruhi pola konsumsi mereka.

Perkembangan teknologi mendorong masyarakat untuk semakin mengandalkan sistem digital dalam melakukan transaksi secara online. Di Indonesia, perusahaan *fintech* umumnya menjalin kemitraan dengan berbagai sektor, termasuk perusahaan telekomunikasi (Telco), minimarket, toko atau merchant, serta bank konvensional dan Syariah, guna menyediakan layanan transaksi online yang lebih beragam dan mudah diakses (Pramesti et al., 2023).

Tidak dapat disangkal bahwa metode pembayaran non tunai kini semakin berkembang pesat dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Banyak perusahaan menerapkan strategi pemasaran dengan memberikan diskon besar untuk menarik minat konsumen, yang secara langsung memengaruhi mereka menjadi lebih konsumtif. Akibatnya, konsumen sering kali kesulitan mengendalikan pengeluaran mereka. Perilaku konsumtif di masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa, cenderung mengikuti pola serupa. Dampaknya dapat terlihat dari alasan pembelian yang dipengaruhi oleh iming-iming hadiah, kemasan menarik, kebutuhan akan gengsi, hingga keputusan membeli berdasarkan harga tanpa mempertimbangkan manfaat produk. Selain itu, beberapa mahasiswa melakukan pembelian demi menjaga status atau mengikuti tren yang dipromosikan dalam iklan. Perkembangan *E-wallet* atau dompet canggih akan sangat cepat sampai membuat sistem pembayaran dan penyimpanan data online menjadi lebih gampang, sederhana, cepat dan lebih mudah (Aisyah et al., 2022). Dibandingkan dengan penggunaan uang tunai dalam bentuk kertas atau koin saat bertransaksi, *E-Wallet* menawarkan kenyamanan dan kecepatan yang lebih tinggi. Pengguna hanya perlu mengakses smartphone mereka dan memindai kode QR yang tersedia untuk menyelesaikan transaksi dengan mudah. Di Indonesia, berbagai perusahaan *financial technology* telah mulai menyediakan layanan pembayaran digital melalui *E-Wallet*, seperti GoPay, Ovo, Dana, ShopeePay, LinkAja, dan lainnya.

Penggunaan *E-Wallet* atau *e-money* juga berkontribusi terhadap perilaku konsumtif, terutama dalam bentuk pembelian impulsif. Pembelian semacam ini dilakukan secara spontan tanpa pertimbangan matang, yang dapat menyebabkan pengeluaran berlebihan hanya demi kesenangan atau kepuasan sesaat (Lestari et al., 2023).

Sejumlah penelitian telah mengkaji dampak penggunaan *E-Wallet* dan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Salah satunya mengungkapkan bahwa faktor seperti kemudahan akses, tingkat keamanan, serta efisiensi transaksi yang ditawarkan oleh *e-money* dalam *E-Wallet* berkontribusi terhadap kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif (Fitria & Pratama, 2023). Namun, tidak semua penelitian menemukan adanya hubungan yang signifikan. Sebagai contoh, sebuah studi mengungkapkan bahwa metode pembayaran non-tunai (*E-Wallet*) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Suharto & Kurniawan, 2023).



Perbedaan hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa faktor lain, seperti literasi keuangan dan gaya hidup, dapat berperan dalam memoderasi dampak *E-Wallet* dan e-money terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami bagaimana penggunaan *E-Wallet* dan e-money memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, serta faktor-faktor yang dapat memengaruhi atau memperantarai hubungan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana penggunaan *E-Wallet* dan e-money berdampak pada tingkat konsumsi mahasiswa, serta faktor-faktor yang mendorong perubahan pola konsumsi akibat kemudahan transaksi digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi mahasiswa agar lebih bijak dan bertanggung jawab dalam mengelola keuangan mereka.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan analisis data sekunder, yaitu mengolah data yang sudah ada tanpa wawancara, survei, atau observasi. Data diperoleh dari situs web atau aplikasi *E-Wallet* untuk memahami dan menjelaskan permasalahan secara lebih operasional.

Selain itu, studi kepustakaan dilakukan dengan menelusuri jurnal dan sumber daring guna memperoleh landasan teori yang relevan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Yang dimana Analisis deskriptif adalah teknik analisis data yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang telah dikumpulkan tanpa menarik kesimpulan yang bersifat umum atau membuat prediksi (Sugiyono, 2019).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kemajuan teknologi memberikan manfaat bagi setiap generasi, namun hanya mereka yang mampu beradaptasi yang dapat mengendalikannya, termasuk mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z. Dalam kehidupan yang serba digital, generasi Z cenderung lebih cepat menyesuaikan diri, sehingga teknologi menjadi alat yang mendukung aktivitas mereka. Perkembangan teknologi finansial (fintech) menawarkan alternatif serta kemudahan dalam sistem pembayaran bagi konsumen. Menurut Aulia (2020), perubahan teknologi telah melahirkan kebiasaan baru yang disebut *cashless society*, yaitu sistem transaksi keuangan berbasis pembayaran elektronik sebagai pengganti uang tunai dalam aktivitas ekonomi. Kebiasaan ini bertujuan untuk mempermudah proses transaksi dengan menggunakan metode pembayaran seperti debit, kredit, atau sistem elektronik lainnya yang dapat diakses melalui perangkat digital (Aulia, 2020).

Sistem pembayaran non-tunai mempermudah, mempercepat, serta meningkatkan keamanan dan kenyamanan transaksi, terutama bagi mahasiswa. Salah satu contohnya adalah penggunaan *E-Wallet dan e-money* untuk memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari. Beragam fitur dan kemudahan dalam penggunaannya menjadikan generasi ini semakin tertarik untuk memanfaatkan perkembangan teknologi keuangan. Hal ini mendorong peningkatan penggunaan uang elektronik (*E-Money*) atau dompet digital (*E-Wallet*) di kalangan mahasiswa, Mahasiswa sebagai bagian dari generasi milenial cenderung memanfaatkan teknologi yang sesuai dengan karakter mereka, seperti *E-Wallet*, karena sudah memahami sebagian besar manfaatnya. Sehingga dapat memengaruhi perilaku mereka menjadi lebih konsumtif dan Penggunaan teknologi ini juga memengaruhi mereka dalam proses pengambilan keputusan saat berbelanja karena kemudahan dalam bertransaksi.



Dompot digital atau *E-Wallet* adalah layanan elektronik yang berfungsi sebagai produk aplikasi yang memungkinkan pembayaran digital dilakukan melalui segala media elektronik yg berupa server, serta dapat diakses dan digunakan dengan smartphone (Sriyono et al., 2023). Sedangkan *e-money* atau yang biasa disebut dengan uang elektronik yaitu alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uang disimpan secara elektronik, dan nilai uang tersebut sesuai dengan apa yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang *E-money* kepada penerbit (Islami et al., 2023).

*E-Wallet* termasuk dalam kategori *e-money* berbasis server, di mana nilai uang disimpan secara digital atau online dalam media server. Selain itu, *E-Wallet* juga diklasifikasikan sebagai bagian dari Pengelompokan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran. Fungsinya tidak hanya sebagai alat transaksi, tetapi juga dapat digunakan untuk menyimpan dana dalam jumlah yang relatif besar.

Salah satu faktor utama keberhasilan *E-Wallet* adalah kemudahan dalam mengisi ulang saldo untuk bertransaksi di platform e-commerce. Metode pembayaran yang umumnya tersedia dalam transaksi *e-commerce* meliputi kartu kredit online, dompet digital (*E-Wallet*), uang elektronik, saldo tersimpan online (*stored-valued online*), sistem akumulasi digital (*digital accumulating*), pembayaran menggunakan cek digital, serta sistem pembayaran berbasis nirkabel (Nawawi, 2020). Saat ini, *E-Commerce* menjadi pilihan favorit di kalangan mahasiswa karena dapat diakses dengan mudah melalui perangkat mereka. Dalam ekosistem *E-Commerce*, terdapat dua peran utama, yaitu *seller* sebagai penyedia barang atau jasa dan *buyer* sebagai pembeli yang melakukan transaksi. Kedua pihak tersebut perlu memiliki pemahaman dasar mengenai proses belanja dan metode pembayaran sebelum mengambil keputusan untuk membeli atau menjual di platform *E-Commerce*.

Perkembangan teknologi menjadikan penggunaan gadget sebagai bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat, terutama mahasiswa. Sikap konsumtif dan keinginan untuk mengikuti tren mendorong mayoritas mahasiswa memanfaatkan *E-Commerce* guna memenuhi kebutuhan mereka. Mereka sering menghabiskan waktu untuk mencari serta melihat produk terbaru. Selain itu, berdasarkan dari hasil penelitian, faktor utama yang membuat generasi Z tertarik untuk menggunakan sistem pembayaran *E-Wallet* atau *e-money* adalah promosi. Merchant dalam *E-Commerce* kerap menawarkan promo seperti diskon atau *cashback*, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para pembeli.

Sebagai generasi muda mahasiswa tidak dapat jauh dari gadget mereka. Gaya hidup yang serba digital membentuk identitas khas bagi penggunanya. Selain itu, transaksi tanpa uang tunai atau penggunaan *E-Wallet* telah menjadi bagian dari gaya hidup mereka, dan mereka juga sangat gemar memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk mengekspresikan diri di dunia digital (Moreno et al., 2017). Pola konsumtif pun semakin melekat, didorong oleh tuntutan sosial yang mendorong mereka untuk tampil lebih modis dan mengikuti tren terbaru. Salah satu platform yang banyak diminati saat ini adalah dompet digital atau *E-Wallet*. Seperti halnya dompet konvensional, *E-Wallet* berfungsi sebagai alat penyimpanan dana yang fleksibel dan dapat digunakan kapan saja serta di mana saja.

*E-Wallet* termasuk dalam kategori Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran. Platform ini memungkinkan pengguna menyimpan saldo dalam jumlah yang cukup besar. Misalnya, aplikasi DANA dan GoPay memungkinkan penyimpanan dana mulai dari Rp 2.000.000 hingga Rp



40.000.000. Berbagai fitur *E-Wallet* yang menarik minat mahasiswa antara lain layanan merchant, promosi, pembayaran tagihan, transportasi online, serta pemesanan makanan secara daring. Fitur merchant memiliki peran penting, karena semakin banyak mitra yang bekerja sama, semakin besar pula peluang menarik minat konsumen. Contohnya, pembelian tiket film di Cinema XXI dengan penawaran diskon tertentu. Hal ini akan Menjadi daya tarik bagi mahasiswa yang gemar menonton film di bioskop kesukaan mereka dengan memanfaatkan *E-Wallet* sebagai metode pembayaran.

Selanjutnya, terdapat fitur promosi yang ditawarkan oleh DANA dan GoPay. Saat ini, GoPay sering memberikan promo berupa *cashback* yang berkisar antara 10% hingga 70%, tergantung pada kesepakatan antara merchant atau *e-commerce* dengan GoPay. Promo ini biasanya tersedia dalam periode waktu tertentu. Penawaran tersebut cukup berpengaruh dalam menarik minat pengguna baru untuk mencoba *E-Wallet*, terutama melalui strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.



Gambar 1. *Cashback* GoPay X Tagihan



Gambar 2. Promo Gaming DANA X MLBB

Selanjutnya, Fitur pembayaran tagihan dan pembelian pulsa memudahkan pengguna dalam membayar listrik, telepon, air, internet, dan asuransi, serta mengisi pulsa kapan saja. Selain itu, *E-Wallet* seperti DANA dan GoPay digunakan sebagai metode pembayaran di GoFood dan GrabFood. Transaksi dilakukan dengan mengisi saldo, yang kemudian terpotong otomatis sesuai pesanan. Pembayaran di merchant mitra juga mudah, cukup dengan memindai barcode. Fitur pembayaran transportasi online menjadi salah satu yang paling diminati mahasiswa. DANA dan GoPay berfungsi sebagai dompet digital untuk pembayaran di masing-masing platform, yaitu DANA untuk



Grab dan GoPay untuk Gojek. Hal ini mendorong mahasiswa untuk membiasakan transaksi non-tunai (*cashless*). Selama pandemi COVID-19, penggunaan *E-Wallet* menjadi solusi untuk mengurangi kontak langsung dengan uang tunai dan benda lain yang berpotensi terpapar, sejalan dengan protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah, seperti mencuci tangan secara rutin.

Selain menawarkan berbagai promo menarik, keberadaan *E-Wallet* memberikan kemudahan bagi penggunanya. Gaya hidup konsumtif yang umum di kalangan mahasiswa menjadi salah satu bukti kenyamanan yang dihadirkan oleh *E-Wallet* dalam kehidupan mereka. Kemudahan ini juga berkontribusi terhadap keberlanjutan eksistensi *E-Wallet* di masyarakat, karena mampu memberikan kenyamanan dengan praktis (Nadhilah et al., 2021). Penggunaan *E-Wallet* dapat mengubah pandangan generasi Z bahwa berbelanja tidak lagi terasa sia-sia meskipun tanpa uang tunai. Namun, setiap individu perlu mengendalikan diri terhadap dampak penggunaan *E-Wallet*. Generasi Z cenderung memilih suatu produk karena merasa nyaman dengan *E-Wallet*, sebab mereka menginginkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi hanya dengan satu perangkat dan satu aplikasi (Sriyono et al., 2023).

Sebuah produk akan memiliki kualitas yang lebih baik jika perusahaan berupaya keras dalam meningkatkan dan menyempurnakan kualitasnya agar sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen (Palopo & Ramadhan, 2021). Agar dapat memperoleh kepercayaan dari konsumen, keamanan sistem harus menjadi prioritas utama. Semakin tinggi tingkat keamanan, semakin rendah risiko dalam penggunaannya, sehingga pengguna lebih yakin untuk memanfaatkan teknologi tersebut. Kehadiran sistem verifikasi dalam keamanan aplikasi memberikan rasa aman bagi konsumen, terutama generasi milenial, karena mereka merasa bahwa data pribadi dan informasi mereka terlindungi dengan baik oleh sistem tersebut.

Saat ini, banyak universitas di Indonesia yang telah menerapkan *E-Wallet* sebagai metode pembayaran dalam berbagai transaksi, seperti pembelian buku atau modul kuliah, pembayaran di kantin, koperasi, bazar mahasiswa, hingga biaya wisuda. Perkembangan industri 4.0 semakin mendorong perluasan sistem pelayanan digital, sebagaimana disampaikan oleh Kepala Biro Komunikasi dan Layanan Masyarakat Kemendikbud, Ade Erlangga. Oleh karena itu, inovasi dari sektor swasta, termasuk teknologi, menjadi elemen penting dalam meningkatkan kemudahan bagi masyarakat, termasuk dalam dunia pendidikan.

## **KESIMPULAN**

Efektivitas *E-Wallet* dalam memfasilitasi transaksi telah memberikan dampak besar terhadap perilaku belanja mahasiswa, terutama dalam hal belanja online dan pembayaran digital. Kemudahan dan keamanan yang ditawarkan oleh *E-Wallet* tidak hanya memengaruhi kebiasaan pengeluaran generasi milenial, tetapi juga berperan penting dalam membentuk budaya konsumsi generasi Z. Dengan integrasi *E-Wallet* yang semakin luas dalam berbagai aspek kehidupan kampus, seperti pembelian buku, pembayaran di kantin, dan biaya acara, mahasiswa semakin mengapresiasi kenyamanan serta efisiensi yang ditawarkan oleh solusi keuangan digital.

Tren ini mencerminkan bagaimana institusi pendidikan beradaptasi dengan kemajuan industri 4.0, memenuhi kebutuhan yang terus berkembang di era digital, serta menciptakan lingkungan yang mendukung mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi. Adopsi *E-Wallet* secara luas di lingkungan pendidikan menjadi bukti pentingnya peran teknologi dalam meningkatkan



kenyamanan dan efisiensi bagi masyarakat, sejalan dengan prinsip industri 4.0 serta tuntutan era digital yang terus berkembang. Seiring dengan meningkatnya ketergantungan mahasiswa terhadap E-Wallet dalam transaksi keuangan mereka, pengaruh teknologi ini terhadap pola konsumsi mereka dan pergeseran yang lebih luas menuju pembayaran digital menjadi semakin nyata, tidak hanya membentuk pengalaman mereka di universitas tetapi juga kebiasaan konsumsi mereka di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, A., Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2022). Determinan Penggunaan E-Wallet Generasi Milenial Muslim. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(2), 189–206.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 113. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Fitria, R., & Pratama, A. (2023). Pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 5(2), 123–135.
- Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Pespektif Syari'ah. *INFOTECH Journal*, 9(2), 339–344. <https://doi.org/10.31949/infotech.v9i2.6072>
- Lestari, M., Soleh, A., & Nasution, S. (2023). Pengaruh E-Wallet dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Bengkulu. *Jurnal EMAK (Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan)*, vol.4(1), 85–94.
- Moreno, F. M., Lafuente, J. G., Carreón, F. Á., & Moreno, S. M. (2017). The Characterization of the Millennials and Their Buying Behavior. *International Journal of Marketing Studies*.
- Nadhilah, P., Jatikusumo, R. I., & Permana, E. (2021). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 128. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Emik*, 3(2).
- Palopo, C. K., & Ramadhan, F. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko. *JEMMA (Journal of Economic, Management, and Accounting)*, 4, 85–95.
- 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>
- Sriyono, Afandi, S., Wulandari, arynda pramudya, & Agusti, R. (2023). efektifitas penggunaan Fintech (E-wallet) terhadap keputusan pembelian di kalangan generasi milenial. *Jurnal of Economic, Management, and Accounting*, 6(2), 153–161.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharto, B., & Kurniawan, M. (2023). Apakah e-wallet mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa? Studi kasus Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat. *Jurnal Aksioma*, 6(2), 55–67.