

SENAKOTA-Seminar Nasional Ekonomi dan Akuntansi

13 Juni 2026

Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Siswa SMK Wahdatul Ummat dalam Penggunaan E-Business Shopee

Neng Priska

Program Studi Akuntansi, Universitas Nusa Putra, Sukabumi, Indonesia

neng.priska_ak23@nusaputra.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku pengelolaan keuangan siswa SMK Wahdatul Ummat dalam penggunaan e-business Shopee. Perkembangan platform belanja daring telah memengaruhi pola konsumsi siswa, khususnya dalam mengatur pemasukan, pengeluaran, dan sisa keuangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur kepada siswa jurusan OTKP yang aktif menggunakan Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sumber pemasukan siswa umumnya berasal dari uang saku orang tua, pengeluaran dipengaruhi oleh kebutuhan maupun promo Shopee, dan kemampuan menyalurkan uang masih bervariasi. Temuan juga memperlihatkan bahwa sikap terhadap Shopee, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memengaruhi cara siswa mengelola keuangannya. Secara umum, penggunaan Shopee pada siswa masih perlu diimbangi dengan pengendalian diri dan perencanaan keuangan yang lebih baik agar pengeluaran tetap terkontrol dan sisa keuangan dapat dikelola secara bijaksana.

Kata kunci: pengelolaan keuangan, e-business

Abstract: This study aims to analyze the financial management behavior of students of SMK Wahdatul Ummat in using the Shopee e-business platform. The development of online shopping platforms has influenced students' consumption patterns, particularly in managing income, expenses, and remaining funds. This research employed a descriptive qualitative approach, with data collected through semi-structured interviews with OTKP students who actively use Shopee. The results show that students' main source of income comes from parental allowances, spending is influenced by both needs and Shopee promotions, and the ability to save remaining money varies among students. The findings also indicate that attitude toward Shopee, subjective norm, and perceived behavioral control affect how students manage their finances. Overall, Shopee use among students needs to be balanced with better self-control and financial planning so that expenses remain controlled and remaining funds can be managed wisely.

Keywords: financial management, e-business

PENDAHULUAN

Perkembangan *e-business* di Indonesia, khususnya melalui platform shopee, telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, termasuk di kalangan siswa SMK. Survei APJII 2025 menunjukkan bahwa shopee menjadi salah satu platform yang paling banyak diakses oleh pengguna internet Indonesia, sementara kelompok Gen Z, yang mencakup usia sekolah menengah kejuruan, merupakan pengguna yang sangat aktif di ruang digital.

“Shopee merupakan toko online yang paling sering di akses orang Indonesia, hingga mencapai 53,22% dengan gen z sebagai rata-rata pengguna shopee terbanyak yakni 25,54 %.”

**Sumber Data APJII : Editor Prihastomo
Wahyu Widodo**

Siswa SMK Wahdatul Ummat, Sukabumi, juga termasuk kelompok yang memanfaatkan shopee untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kemudahan akses, variasi produk, dan berbagai promosi yang

ditawarkan sering kali mendorong keputusan belanja yang bersifat impulsif. Kondisi ini berpotensi memengaruhi cara siswa mengelola keuangan pribadi, terutama dalam hal pemasukan, pengeluaran, dan tabungan. Dalam konteks ini, kemampuan mengelola keuangan menjadi penting agar siswa tidak hanya mampu bertransaksi, tetapi juga mampu membuat keputusan keuangan yang bijaksana.

Penelitian terdahulu umumnya lebih banyak menyoroti mahasiswa dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dan membahas perilaku konsumtif secara umum. Sementara itu, kajian yang secara khusus meneliti siswa SMK, penggunaan shopee, dan pengelolaan keuangan sederhana masih relative terbatas. Atas dasar itu, penelitian ini diarahkan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis perilaku pengelolaan keuangan siswa SMK Wahdatul Ummat dalam penggunaan *e-business* shopee.

KAJIAN PUSTAKA

Theorrry of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior dikemukakan oleh Ajzen (1991), merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned* oleh Ajzen (1980). *Theory of Planned Behavior* menyatakan terdapat tiga faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk berperilaku, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subyektif (*subjective norm*) dan persepsi control perilaku (*perceived behavioral control*). Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) menunjukkan evaluasi individu terhadap suatu tindakan, apakah dipandang positif

atau negative. Norma subyektif (*subjective norm*) menggambarkan tekanan sosial yang dirasakan individu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Sementara itu, persepsi control perilaku (*perceived behavioral control*) mengacu pada tingkat kemudahan dan kesulitan yang dirasakan seseorang dalam melakukan suatu perilaku tertentu yang dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, ketersediaan sumber daya serta hambatan yang dihadapi. (Ajzen, 1991).

Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*)

Menurut Ajzen(1991), Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) menunjukkan evaluasi individu terhadap suatu tindakan, apakah dipandang positif atau negative. Siswa yang menganggap shopee praktis, mudah digunakan dan banyak promo, cenderung memiliki perspektif positif terhadap platform tersebut. Sedangkan, apabila siswa menilai shopee mendorong perilaku implusif dan sulitnya efisiensi keuangan, maka sikap yang muncul cenderung negatif.

Norma subjektif (*subjective norm*)

Menurut Ajzen(1991), menggambarkan tekanan sosial (keluarga, teman sebaya, maupun orang yang selalu berinteraksi dengan individu tersebut) yang dirasakan individu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Dan hal tersebut ditegaskan dalam Ajzen (2007) bahwa norma subjektif berkaitan dengan sejauh mana perilaku seseorang dapat mengikuti atau

Persepsi control perilaku (*perceived behavioral control*)

Persepsi control perilaku mengacu pada tingkat kemudahan dan kesulitan yang dirasakan seseorang dalam melakukan suatu perilaku tertentu yang dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, ketersediaan sumber daya serta hambatan yang dihadapi. (Ajzen, 1991). Hal ini berkaitan dengan kemampuan siswa SMK Wahdatul Ummat dalam mengelola keuangan Ketika menggunakan shopee. Siswa yang mampu membatasi pengeluaran, menyesuaikan pembelian dengan income, dan dapat

termotivasi oleh tindakan orang lain, atau yang kita kenal *fomo*. Dalam konteks penelitian ini, norma subjektif terkait berbelanja online dapat terlihat dari pengaruh keluarga, teman sebaya, dan lingkungan sekitar. Siswa yang berada di lingkungan yang sering membicarakan perihal belanja seperti promo, discount, tren belanja dan bahkan pengalaman dalam melakukan transaksi, akan lebih cenderung terdorong untuk berbelanja menggunakan platform tersebut. Namun sebaliknya, jika siswa berada di lingkungan yang menekankan sikap hemat serta mahir dalam mengendalikan keuangan akan cenderung hati-hati dalam berbelanja khususnya di platform e-commerce. Penelitian lain juga menyebutkan bahwa faktor sosial (hubungan teman, keluarga, dan orang tua) dapat menumbuhkan keputusan dan kebiasaan dalam belanja online.

mengendalikan diri untuk berbelanja online cenderung memiliki kontrol perilaku baik. Sebaliknya, jika siswa lebih sering berbelanja online karena tertarik promo, dan penawaran terbatas lainnya maka akan lebih rentan dalam pengeluaran tidak terencana. Hasil penelitian juga menemukan bahwa kontrol diri dan persepsi atas kemudahan penggunaan e-commerce berkaitan dengan perilaku keuangan yang lebih baik maupun cenderung konsumtif. Dalam konteks perilaku berbasis keputusan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Bogdan dan Taylor

(1975) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini mengambil tempat di SMK Wahdatul Ummat, yang terletak di Jalan KH. Abdul Latif Lebaksiuh 1 RT/RW 25/08, Desa Sukamaju, Kecamatan Kadudampit, Kabupaten Sukabumi dengan

Teknik analisis data dalam studi kasus ini menerapkan Model Interaktif menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) dengan bantuan *software* ATLAS.ti versi 8 yang berjalan secara bertahap dan simultan. Pertama, pada tahap kondensasi data (*data condensation*), peneliti memasukkan transkrip wawancara ke ATLAS.ti 8 untuk melakukan pengodean (*coding*) dan mengelompokkan jawaban responden ke dalam tema-tema sesuai indikator, lalu membuang data tidak relevan. Kedua, pada tahap penyajian data (*data display*), informasi diorganisasikan dalam bentuk jaringan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

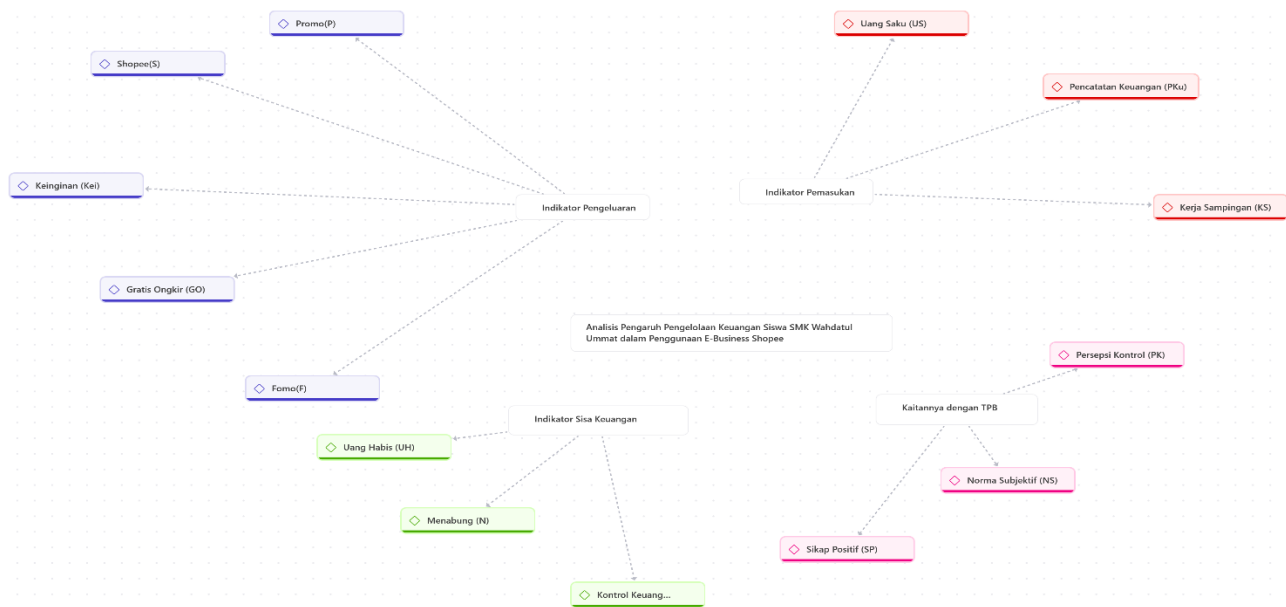
Penelitian ini dilakukan pada siswa SMK Wahdatul Ummat, khususnya jurusan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran (OTKP). Dalam proses analisis data kualitatif, peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak ATLAS.ti untuk melakukan pengkodean (*coding*) dan kategorisasi data. Penggunaan perangkat lunak ini bertujuan untuk memastikan proses analisis data dilakukan secara sistematis, transparan, dan

fokus pada subjek siswa aktif pengguna Shopee yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Objek penelitian ini berpusat pada perilaku pengelolaan keuangan siswa dalam penggunaan Shopee, yang dilihat melalui tiga indikator utama, yaitu pemasukan, pengeluaran, dan sisa keuangan.

konsep (*network chart*) atau matriks, kemudian dijelaskan secara sistematis menggunakan landasan *Theory of Planned Behavior* untuk melihat pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap tindakan siswa. Terakhir, pada tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*), peneliti menginterpretasikan makna data terstruktur tersebut menjadi kesimpulan akhir yang valid setelah diverifikasi ulang dengan catatan lapangan, sehingga diperoleh hasil penelitian yang kokoh dan objektif.

mampu memetakan hubungan antar-konsep secara akurat.

Untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai keterkaitan antara perilaku pengelolaan keuangan siswa dalam penggunaan *e-business* Shopee dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), hasil visualisasi data disajikan dalam jaringan konsep (*Network View*) berikut:



Gambar 1. Kerangka Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Siswa SMK Wahdatul Ummat
(Sumber: Hasil Olahan Data ATLAS.ti, 2026)

Visualisasi di atas memperlihatkan bahwa perilaku keuangan siswa merupakan interaksi kompleks antara tiga indikator utama Pemasukan, Pengeluaran, dan Sisa Keuangan yang dipengaruhi oleh sikap, norma, dan kontrol perilaku. Pembahasan mendalam terkait ketiga indikator tersebut diuraikan sebagai berikut:

Analisis Pemasukan

Sumber pemasukan utama siswa umumnya berasal dari uang saku orang tua. Meskipun besarannya bervariasi, ketergantungan pada kiriman keluarga menjadi ciri khas utama, dengan sebagian kecil siswa sesekali

memperoleh pemasukan tambahan yang tidak tetap. Dari sisi perencanaan, pengelolaan keuangan siswa masih bersifat sederhana. Sebagian besar belum memiliki kebiasaan mencatat arus kas secara formal, sehingga uang cenderung langsung dialokasikan untuk kebutuhan harian dan belanja *online* tanpa rencana yang terstruktur. Temuan ini tergambar jelas pada gambar 2. Jaringan konsep sumber pemasukan, yang menunjukkan bahwa pengelolaan pemasukan sangat bergantung pada kebiasaan pribadi dan kontrol diri masing-masing siswa



Gambar 2. Kerangka Pendapatan Siswa dalam penggunaan E-Business Shopee.

(Sumber: Hasil Olahan Data ATLAS.ti, 2026)

Analisis Pengeluaran

Pada dimensi pengeluaran, ketergantungan siswa terhadap platform Shopee sangat nyata. Kemudahan akses, variasi produk, serta daya tarik promo menjadi pendorong utama aktivitas belanja. Berdasarkan jaringan konsep pada Gambar 1, pengeluaran siswa dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi kontrol perilaku; yaitu kemampuan siswa dalam menahan

diri saat terpapar diskon atau *gratis ongkir*. Meskipun banyak yang beralasan belanja karena kebutuhan praktis atau tren remaja, banyak informan mengakui bahwa promosi sering memicu perilaku impulsif. Kondisi ini menunjukkan bahwa bagi sebagian siswa, penggunaan Shopee telah melampaui kebutuhan dasar dan menjadi bentuk pemenuhan keinginan sesaat yang terkadang sulit dikendalikan.



Gambar 3. Kerangka Pengeluaran Siswa dalam penggunaan E-Business Shopee.

(Sumber: Hasil Olahan Data ATLAS.ti, 2026)

Analisis Sisa Keuangan

Kemampuan siswa dalam menyalurkan uang menunjukkan variasi yang cukup kontras. Ada siswa yang mampu menabung secara konsisten, namun banyak pula yang menghabiskan uangnya sebelum periode uang saku berikutnya tiba. Ketika uang habis, pola perilaku yang umum dilakukan adalah menunggu kiriman berikutnya atau

meminta tambahan kepada orang tua, yang menandakan bahwa perencanaan keuangan belum sepenuhnya matang. Dalam konteks ini, terdapat korelasi antara kontrol diri dan stabilitas sisa keuangan; siswa yang mampu menolak dorongan belanja impulsif di Shopee terbukti lebih mampu menjaga sisa uang mereka dibandingkan siswa lainnya.



Gambar 4. Kerangka Sisa Keuangan Siswa dalam penggunaan E-Business Shopee.

(Sumber: Hasil Olahan Data ATLAS.ti, 2026)

Kaitan dengan Theory of Planned Behavior (TPB)

Integrasi data menggunakan ATLAS.ti mengonfirmasi bahwa perilaku keuangan siswa SMK Wahdatul Ummat sangat relevan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Pertama, sikap terhadap perilaku (*attitude*) dipengaruhi oleh persepsi bahwa Shopee sangat praktis dan memudahkan akses belanja. Kedua, norma subjektif (*subjective norm*) terlihat dari pengaruh lingkungan pertemanan yang membuat belanja *online* dianggap sebagai perilaku yang wajar.

Ketiga, persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) menjadi penentu paling krusial; siswa yang mampu membatasi pengeluaran dan menolak promo adalah mereka yang memiliki kontrol diri yang baik. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa penggunaan platform *e-business* seperti Shopee perlu diimbangi dengan perencanaan keuangan yang lebih baik agar siswa dapat bertransaksi secara bijak tanpa mengganggu kestabilan keuangan pribadi



Gambar 5. Kerangka TPB Siswa dalam penggunaan E-Business Shopee.

(Sumber: Hasil Olahan Data ATLAS.ti, 2026)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-business Shopee di kalangan siswa SMK Wahdatul Ummat cukup tinggi dan menjadi bagian dari kebiasaan belanja sehari-hari. Kemudahan akses, variasi produk, serta promosi yang menarik membuat siswa cenderung menggunakan Shopee untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan tertentu. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan siswa masih beragam. Sebagian siswa mampu mengelola uang saku dengan cukup

baik, namun sebagian lainnya masih mudah terdorong oleh promo dan diskon sehingga pengeluaran menjadi kurang terkontrol. Kondisi ini memperlihatkan bahwa penggunaan Shopee tidak hanya memengaruhi pola konsumsi, tetapi juga berdampak pada cara siswa mengatur pemasukan, pengeluaran, dan sisa keuangan.

Jika dikaitkan dengan Theory of Planned Behavior, sikap siswa terhadap Shopee cenderung dipengaruhi oleh pandangan bahwa platform tersebut praktis dan mudah

digunakan. Norma subjektif terlihat dari pengaruh teman sebaya dan lingkungan sekitar yang turut membentuk kebiasaan belanja online. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku tampak dari kemampuan siswa dalam membatasi pengeluaran dan menahan diri dari pembelian impulsif. Dengan demikian, ketiga faktor tersebut berperan dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan siswa dalam penggunaan Shopee. Secara umum, penelitian ini menegaskan bahwa pengelolaan keuangan siswa SMK Wahdatul Ummat perlu diperkuat melalui kebiasaan merencanakan pemasukan, mengendalikan pengeluaran, dan membangun kontrol diri dalam penggunaan platform e-business. Hal ini penting agar siswa dapat memanfaatkan Shopee secara bijak tanpa mengganggu kestabilan keuangan pribadi.

Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang menjadi celah penelitian (*research gap*) untuk dikembangkan pada riset mendatang. Penelitian ini hanya berfokus pada pendekatan kualitatif deskriptif di satu sekolah dengan ruang lingkup variabel *Theory of Planned Behavior* yang terbatas pada faktor internal siswa. Celah penelitian yang dapat dikembangkan kembali oleh peneliti selanjutnya adalah menguji fenomena ini menggunakan metode kuantitatif atau *mixed-methods* guna mengukur tingkat signifikansi pengaruh antar-variabel secara lebih luas. Selain itu, riset masa depan dapat memperluas *gap* ini dengan menambahkan variabel eksternal baru yang belum terungkap mendalam dalam penelitian ini,

seperti tingkat literasi keuangan digital (*digital financial literacy*), pola asuh keuangan orang tua, atau fitur spesifik *paylater* (*Shopee PayLater*) yang berpotensi besar memicu perilaku konsumtif ekstrem pada remaja.

Berdasarkan kesimpulan dan celah penelitian di atas, diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Siswa: Diharapkan dapat meningkatkan kontrol diri (*perceived behavioral control*) dengan membuat skala prioritas kebutuhan sebelum membuka aplikasi Shopee, serta membiasakan diri menyisihkan uang saku untuk tabungan di awal sebelum dialokasikan untuk belanja *online*.
2. Bagi Pihak Sekolah (SMK Wahdatul Ummat): Disarankan untuk mengadakan program edukasi atau seminar literasi keuangan digital khusus. Sekolah juga dapat mengintegrasikan materi manajemen keuangan praktis ke dalam mata pelajaran kewirausahaan guna membimbing siswa mengelola pemasukan dan pengeluaran secara bijak.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Disarankan untuk mengisi *research gap* yang ada dengan melakukan penelitian komparatif antar-sekolah atau beralih ke pendekatan kuantitatif. Peneliti berikutnya juga perlu mengeksplorasi dampak fitur kredit digital seperti *paylater* terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi muda yang saat ini perkembangannya sangat pesat.

REFERENCE

- Adi, R. K., & Pratiwi, A. (2024). Pengaruh norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap keputusan berbelanja online mahasiswa. *Jurnal Psikologi dan Perilaku Konsumen*.researchhub
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2007). *Attitudes, personality, and behavior* (2nd ed.). McGraw-Hill/Open University Press.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Survei penetrasi dan perilaku internet Indonesia 2025*. APJII.
- Bogdan, R. C., & Taylor, S. J. (1975). *Introduction to qualitative research methods: A phenomenological approach to the social sciences*. John Wiley & Sons.
- Fauzi, M. A., & Wahyuni, S. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan pribadi mahasiswa. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Keuangan*.ejurnal.stie-trianandra.ac
- Fauziyah, N., Suriyanti, & Basalamah, J. (2025). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater dan diskon terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *YUME: Journal of Management*.journal.stieamkop.ac
- Febriana, S., & Suryani, E. (2023). Pengaruh penggunaan e-commerce dan fitur paylater terhadap pola konsumsi remaja. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*.ejournal.unikama+1
- Fitriani, D., & Rismawati, R. (2024). Analisis perilaku keuangan siswa sekolah menengah atas dalam penggunaan e-commerce. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*.ejurnal.stie-trianandra.ac
- Girsang, A. G., & Dewi, M. H. U. (2024). Pengaruh e-commerce terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*.ejurnal.stie-trianandra.ac
- Hendriawan, E., & Siska, A. (2024). Pengaruh pengenalan manajemen keuangan lewat program sekolah terhadap perilaku pengelolaan uang saku siswa. *Jurnal*
- Indra, M. R., & Sari, D. (2024). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna Shopee PayLater. *Jurnal Teknik dan Ekonomi Akuntansi*.journal.fkpt

- Lutfiaazahra, A. (2025). Fenomena penggunaan e-commerce terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. *Jurnal Dinamika Penelitian*.ejurnal.stie-trianandra.ac
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.
- Nurhayati, A., & Septiana, R. (2025). Pengaruh lingkungan sosial dan media sosial terhadap perilaku konsumtif belanja online. *Jurnal Pemasaran dan Perilaku Konsumen*.ejurnal.stie-trianandra.ac
- Prasetya, A. G., & Rahmawati, R. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan Shopee PayLater terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*.journal.fkpt+1
- Setiawan, R., & Hidayat, R. (2023). Role of perceived behavioral control in online shopping behavior of students. *International Journal of Behavioral Economics and Finance*.researchhub
- Simamora, D., & Panjaitan, R. (2025). Hubungan intensitas belanja online dengan perencanaan keuangan. *Jurnal Global Ekonomi*.ejurnal.stie-trianandra.ac
- Siregar, A. H., & Putri, R. M. (2024). Hubungan intensitas belanja online dan pengelolaan keuangan pribadi siswa SMA/SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.ejurnal.stie-trianandra.ac
- Sukmadinata, N. S. (2017). *Metode penelitian pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Suryani, D., & Mustakim, M. (2025). Digital financial literacy and financial behavior of Gen Z in Indonesia. *Journal of Digital Economics and Finance*.data.goodstats+1
- Susanti, R., & Haryadi, S. (2023). Pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku konsumtif remaja Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Indonesia*.ejurnal.stie-trianandra.ac
- Utomo, S. B., et al. (2024). Pengaruh e-commerce dan digital payment terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.ejurnal.stie-trianandra.ac
- Wijayanti, N., & Prasetyo, B. (2024). Pengaruh Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*.journal.an-nur+1