

**PENGARUH PENGGUNAAN E-WALLET TERHADAP KONSUMSI DI
KALANGAN MAHASISWA/I WILAYAH JAKARTA DAN JAWA
BARAT PADA MASA COVID-19**

Benita Anastasia* dan Vidyarto Nugroho

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

**Email: benitaanastasi4@gmail.com*

Abstract:

This study aims to obtain evidence about the effect of using e-wallets on consumption among students in the Jakarta and West Java areas during the COVID-19 period. The design of this study was made in order to find out whether there is a direct or indirect effect given by the independent variable on the dependent variable. This study used simple random sampling and produced a sample of 200 people from 321 people. Furthermore, for testing the hypothesis, it is done using a simple linear regression method. This research was conducted using the SPSS (Statistical Product and Service Solution) application. The results showed that the use of e-wallet seen from all indicators (practical, security, human error, limits, recording reports and changes) had a significant effect on consumption variables. The implication of this research is that students should be more aware of the use of e-wallet, even though they can consume it effectively and easily. But students must be able to exercise control, and be introspective of the effects that arise after the use.

Keywords: *E-Wallet Users, Consumption*

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti tentang pengaruh penggunaan e-wallet terhadap konsumsi di kalangan mahasiswa wilayah Jakarta dan Jawa Barat pada masa COVID-19. Desain penelitian ini dibuat agar dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh yang langsung atau tidak langsung yang diberikan variabel bebas pada variabel independent. Penelitian ini menggunakan *simple random sampling* dan menghasilkan sampel sebanyak 200 orang dari 321 orang. Selanjutnya, untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan metode regresi linear sederhana. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solution). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet yang dilihat dari keseluruhan indikator (praktis, *security*, human error, limit, pencatatan laporan dan perubahan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel konsumsi. Implikasi dari penelitian ini mahasiswa seharusnya dapat lebih mawas diri terhadap penggunaan e-wallet, meskipun dapat melakukan konsumsi secara efektif, dan mudah. Tetapi mahasiswa harus dapat melakukan kontrol, dan mawas diri terhadap dampak yang muncul setelah penggunaan tersebut.

Kata kunci : Pengguna E-Wallet, Konsumsi

Pendahuluan

Perkembangan kebudayaan manusia setiap tahunnya mengalami perkembangan, perkembangan tersebut menciptakan cara dan adaptasi yang baru dalam menjalankan kehidupan bagi setiap individu ataupun kelompok dalam lingkungannya. Dengan kemajuan zaman dan teknologi yang mendorong manusia untuk beradaptasi dengan ciptaan yang dibuatnya, hal tersebut membuat pengguna teknologi harus bisa menyesuaikan diri dengan pola perilaku manusia yang selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu. Ditemukannya teknologi dapat membuat manusia lebih efektif dan efisien dalam segala hal yang diinginkan

Pada kemajuan peradaban kehidupan dihadapkan dengan perubahan dan cara manusia dalam melakukan tindakan ekonomi, pada saat perekonomian yang primitif mengarahkan setiap individu serta kelompok sosial untuk menghemat dalam segala sesuatu yang dikonsumsi karena dihadapkan oleh situasi kelangkaan bahan konsumsi yang diperlukan pada masanya. Namun pada saat sistem pasar yang meluas dapat dijangkau oleh masyarakat modern dan cara memanfaatkan barang dan kebutuhan masyarakatnya ikut mengalami perubahan. Segala aktivitas yang dilakukan memerlukan sistem pembayaran, dari maka itu dengan ilmu pengetahuan manusia yang terus berkembang mampu menyederhanakan aktivitas dalam sistem pembayaran, awal mulanya sistem pembayaran hanya dilakukan dengan sistem barter kemudian berevolusi ke uang kertas dan logam, dan sekarang berkat teknologi canggih digantikan dengan e-wallet atau *electronic wallet* yang bersistem digital.

Tahun 2019, wabah *Corona Virus Disease-19* (COVID-19) ditemukan di Wuhan, China. Wabah tersebut terus bermunculan di belahan dunia termasuk di Indonesia, *World Health Organization* (WHO) selaku organisasi kesehatan dunia memberikan rekomendasi kepada masyarakat untuk menghindari pembayaran secara *cash* dan pembayaran yang bersifat kontak antar satu sama lain yang akan memberikan potensi terinfeksi. Oleh karena itu organisasi tersebut memberi saran untuk melakukan pembayaran secara digital. Terjadinya pandemik sekarang e-wallet dianggap sebagai salah satu cara untuk protektif pada diri. Oleh karena itu penggunaan e-wallet tersebut memberikan efek pada tingkat konsumsi yang meningkat dan ini akan berlanjut hingga waktu yang belum ditentukan.

Hal tersebut menyebabkan banyak aspek mengalami peningkatan seperti penggunaan jaringan, penggunaan e-wallet, serta kenaikan dalam melakukan transaksi pada e-wallet yang menyebabkan kenaikan pada konsumsi setiap individu. Penggunaan e-wallet yang mengalami kenaikan yang disebabkan sistem pembayaran yang bersistem internet ini praktis, fleksible, bisa melakukan pengecekan transaksi melalui aplikasinya secara langsung, dapat melakukan limit dan banyak lainnya fungsi yang terdapat pada e-wallet ini. Maka itu implikasi pada penelitian ini diharapkan kita sebagai konsumen dapat lebih mawas diri terhadap penggunaan e-wallet meskipun demikian e-wallet mudahlah untuk digunakan tetapi dapat membawa dampak yang kurang baik oleh kita.

Kajian Teori

TAM (Technology Acceptance Model). Teori ini menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi informasi yang dijelaskan oleh Fred D. Davis (1986). Pada teori ini menjelaskan tentang bagaimana individu dapat

menerima suatu teknologi yang dapat dilihat dari sisi kemudahan dalam menggunakannya, informasi yang dibutuhkan, sikap yang akan ditanggapi pengguna setelah menggunakan teknologi tersebut, dan niat yang muncul dalam menggunakan teknologi tersebut. Teori mengenai TAM ini sangatlah berhubungan dengan era sekarang yang kebanyakan aktivitas manusia berhubungan dengan teknologi terutama dalam melakukan konsumsi dengan perpaduan *Financial* dan *Technology* yang mampu menciptakan sistem pembayaran yang mudah dan fleksibel untuk konsumen. *“Consumer consider mobile payment to be compatible if they feel the benefits of the application to carry out an activity, so compatibility can strengthen the intention to use a technology.”*(Widiyati dan Neneng, 2020)

Electronic Wallet muncul di Indonesia pada tahun 2007 mulanya berbentuk kartu sekarang beralih ke bentuk jaringan atau internet. Pada tahun 2019 e-wallet menjadi menjadi trend di beberapa kalangan, ditambah dengan adanya Pandemi yang dimulai dari tahun 2019 menjadikan setiap individu untuk beralih ke e-wallet yang berdampak membludaknya angka pemakaian jaringan, transaksi dan penggunaan e-wallet yang menjadikan Indonesia berada di posisi no 1 wilayah Asia Tenggara yang mengadopsi pembayaran yang berbasis teknologi tersebut. Dari dampak tersebut yang menciptakan suatu produk baru pada setiap perusahaan terutama perusahaan *startup*.

Tetapi dengan adanya teknologi tersebut yang menciptakan suatu produk dapat memberikan resiko kepada penggunanya yaitu dapat terjadinya kehilangan saldo kejadian ini marak terjadi dimasa pandemi, setelah itu terdapat terjadinya kebocoran data pribadi yang akan berujung penipuan hal tersebut sering terjadi jauh sebelum terjadinya pandemi, yang menjadikan masalah ini selalu menjadi topik untuk perusahaan bisa selalu menjaga privasi penggunanya.

Meskipun penggunaan e-wallet dapat menimbulkan resiko, tetapi e-wallet ini memiliki banyak fungsi salah satunya yaitu sebagai sistem pembayaran. Penggunaan e-wallet sebagai sistem pembayaran yang membuat e-wallet sebagai sistem pembayaran yang multifungsi dan tanpa perlu melihat situasi dimanapun. Banyaknya fasilitas yang tersedia seperti pembayaran pendidikan, pembayaran listrik, air, pulsa, token dan banyak lainnya yang diharapkan dapat menciptakan keselarasan perekonomian pada masa COVID-19

Perilaku konsumen pada dasarnya digunakan untuk memahami mengapa konsumen melakukan konsumsi dana pa yang akan dilanjutkan selanjutnya. Shiffman dan Kanuk (2008:7) menyatakan bahwa perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) digunakan membeli barang yang berhubungan dengan konsumsi. Oleh maka itu banyak faktor yang menyebabkan orang melakukan konsumen menurut Adnan (2018) yaitu:

1. Faktor Budaya

Faktor tersebut memiliki pengaruh yang sangat tinggi dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Hal ini menyebabkan bagian pemasaran dalam suatu perusahaan harus bisa mendalami peran yang dimainkan oleh budaya, kelas sosial dan sub budaya.

2. Faktor Sosial

Faktor ini dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang ada disekitarnya yaitu kelompok kecil, keluarga, status sosial konsumen.

3. Faktor Pribadi

Faktor ini yang dipengaruhi oleh diri sendiri, yang dapat dilihat dari sisi karakteristik usia, gaya hidup, situasi ekonomi, dan kepribadian dari individu.

4. Faktor Psikologis

Faktor ini dipengaruhi oleh 4 hal yaitu motivasi, pengamatan, belajar, kepribadian dan sikap yang dapat di liha pada lampiran dibawah ini:

A) Motivasi

Motivasi yaitu keadaan yang sebagaimana individu mendorong dirinya agar mencapai tujuannya. Berdasarkan pernyataan Swastha dan Handoko (2000) motivasi terbagi atas 2 bagian yaitu motif pembelian primer dan selektif yang dimana pembelian secara primer dipengaruhi oleh produk umum sedangkan pembelian selektif yaitu dipengaruhi oleh model, merk, dan kelas pada suatu produk serta motif rasional dan emosional, motif rasional ini didasarkan atas penawaran, permintaan, harga, kualitas, kesediaan, keawetan yang dipertimbangkan oleh kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Sedangkan motif pembelian emosional berkaitan dengan emosi suatu individu dalam mengungkapkan rasa nyamannya.

B) Persepsi

Persepsi ini dilihat dari kualitas yang diterima sebagai suatu persepsi pelanggan terhadap suatu kualitas barang secara keseluruhan yang disediakan pada pelanggan.

C) Pembelajaran

Melalui pengetahuan dari konsumen menjadikan suatu cara untuk mengaplikasikan pembelian dan konsumsi sebagai bahan untuk dimasa mendatang. Dari hal tersebut dapat mengetahui informasi tentang kepuasan yang di dapatkan setelah melakukan konsumsi terhadap suatu produk.

D) Sikap

Sebagai pembeli sikap dalam membeli suatu merek merupakan pembelajaran untuk mengevaluasi merek dengan baik, dengan secara konsisten. Dengan hal tersebut pembeli dapat mengetahui dan mengevaluasi produk dari yang buruk hingga yang baik.

Bukan hanya dari faktor diatas tetapi faktor lain lain juga dapat mempengaruhi konsumsi pada individu menurut Irwansyah dkk.(2021) yaitu:

- **Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*)**

Kebutuhan ini harus adalah yang paling terpenting dan harus terlebih dahulu dipuaskan karena kebutuhan tersebut menyangkut fisik pada individu. Kebutuhan ini harus dipenuhi sebelum memenuhi kebutuhan lainnya.

- **Kebutuhan Rasa Aman (*Safety Needs*)**

Kebutuhan ini kebutuhan yang bersifat untuk melindungi diri dari segala gangguan criminal agar kehidupannyamenjadi leih aman dan nyaman.

- **Kebutuhan Sosial (*Social Needs*)**

Setiap individu memiliki banyak perbedaan oleh karena itu kebutuhan sosial ini dipengaruhi dari sisi usia, latar belakang, pendapatan, pendidikan, keadaan sosial, dan banyak lainnya.

- **Kebutuhan akan Harga Diri (Esteem Needs)**

Kebutuhan ini dipengaruhi dari pencapaian orang terhadap prestasi yang didapatkan lebih tinggi dari pada yang lainnya. Pada kebutuhan ini menciptakan rasa kurang puas akan pencapaian tersebut yang akan membuat orang tersebut akan berusaha untuk mendapatkan apa yang akan dicapainya.

- **Kebutuhan Aktualisasi Diri (*Self Actualization Needs*)**

Kebutuhan ini adalah kebutuhan akan diri sendiri untuk menjadikan dirinya menjadi lebih baik dengan potensi dan kemampuan yang dimilikinya sendiri. Dalam Kebutuhan ini bisa berupa sebuah gagasan, ide, dan penilaian yang diberikan oleh orang lain dalam meyakinkan hal tersebut.

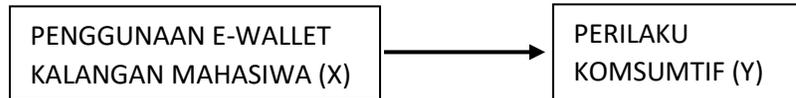
Kaitan Antar Variabel

Kaitan variabel antara penggunaan e-wallet dengan konsumsi. Pada Jurnal Nawawi (2020) menyatakan bahwa e-wallet merupakan salah satu Fintech (Financial Technology) yang memanfaatkan media internet dan digunakan sebagai salah satu alternatif dalam melakukan pembayaran. Sedangkan menurut Meuthia, Ranga dkk.(2020) menyatakan bahwa e-wallet inovasi yang baru untuk bertransaksi di Indonesia. Oleh karena itu e-wallet yaitu sistem pembayaran yang berbasis internet yang dapat diakses kapan saja tanpa perlu melihat situasi dimanapun berada. Sedangkan konsumsi sendiri yaitu kegiatan berbelanja untuk keperluan rumah tangga barang dan jasa menurut Syukuri, Adya Utami pada Mankiw (2013). Dari kedua variabel ini dapat dihubungkan dengan menggunakan penggunaan e-wallet yang memberikan fasilitas pada pengguna yang pastinya memberikan kemudahan terutama di masa kini yang berkembang, yang akan menyebabkan terjadinya konsumsi secara mudah yang salah satunya dipengaruhi oleh situasi sekarang yaitu pandemi. Menciptakan rasa ketergantungan akan e-wallet yang mudah diakses melalui gadget masing-masing.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan penelitian, Konsumen adalah pembeli yang mendapatkan barang dan jasa dari penjual yang dimana nantinya barang yang dibeli oleh pembeli itu akan digunakan sebagai pemenuhan dalam melakukan konsumsi. Dalam melakukan pembelian atas barang, perilaku konsumen dapat menjelaskan pengaruh yang terjadi dalam mendorong keinginan dalam membeli barang. Dalam suatu lingkungan pastinya teknologi ikut berkembang dan memberikan pengaruh yang besar terhadap kehidupan individu salah satunya teknologi yang memberikan pengaruh yaitu e-wallet. E-wallet tersebut memberikan banyak sekali benefit terutama dari segi safety yang menciptakan rasa aman terhadap penggunaannya.

Penggunaan e-wallet yang kembali menjadi bahan pembicaraan oleh banyak kalangan yang, menjadikan e-wallet terus berkembang menciptakan produk-produk yang mudah untuk digunakan kapanpun oleh penggunanya. Dari kajian teori tersebut dapat kita ketahui dengan adanya teknologi dapat memberikan kemudahan dan kepraktisan yang dapat diterima oleh siapapun, oleh maka itu dengan 2 variabel X dan Y yang terdapat pada variabel ini maka kerangka dari penelitian ini yaitu:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sedangkan untuk rumusan hipotesis pada penelitian ini yaitu :

Ho: Tidak ada pengaruh penggunaan e-wallet terhadap konsumsi mahasiswa

Ha: Terdapat pengaruh penggunaan e-wallet terhadap konsumsi mahasiswa

Maka dari hipotesis diatas dapat disimpulkan apabila terjadinya hubungan positif antara penggunaan e-wallet dengan konsumsi maka Ha diterima, tetapi apabila hubungan negative maka Ha ditolak.

Metodologi

Metodologi pada penelitian ini adalah peneluitian kuantitatif dengan data primer yang didapatkan dari pengisian kuisisioner yang dilakukan melalui gogle form. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan simple random sampling. Penggunaan E-Wallet ini memiliki kriteria yaitu 1) mahasiswa yang sedang berkuliah pada wilayah Jakarta dan Jawa Barat, dan 2) menggunakan e-wallet sebagai konsumsi. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 200 orang. Dalam penelitian ini juga menggunakan pengelolaan data yaitu menggunakan teknik editing yang dimana melakukan pengecekan pada kuisisioner dan melakukan penyaringan agar menghindari kesalahan, selanjutnya melakukan teknik codeting teknik ini menggunakan teknik kode terhadap suatu pernyataan dan persepsi yang dipilih oleh responden pada kuisisioner yang tersedia, dan terakhir menggunakan teknik tabulasi sesudah melakukan pemilihan atas pernyataan yang ada maka melakukan analisis pada pernyataan tersebut yang dapat dilihat pada *pie chart* yang tersedia pada Google Form.

Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1 Variabel Operasional dan pengukuran

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Penggunaan E-Wallet pada kalangan mahasiswa (X)	Fungsi dari e-wallet	Praktis, Human Error, Fleksible, Security, Financial Report	Linkert
Konsumtif (Y)	Pola konsumsi di masa covid-19	Fasilitas, Reward, Dana Darurat, Media Belanja,	Linkert

		Investasi, Kebutuhan, Social	
--	--	------------------------------	--

Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Uji Asumsi klasik di gunakan sebelum pengujian hipotesis dilakukan. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji normalitas, uji linearitas. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov*, dan dari uji yang dilakukan menunjukkan bahwa *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,021, yang berarti lebih besar dari 0,05, dapat ditarik dari uji diatas menunjukkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini terdistribusi secara normal. Hasil uji linearitas menunjukkan nilai *derivation for linearity* sebesar 0,072 yang berarti variabel X sebagai penggunaan e-wallet memiliki hubungan linearitas terhadap variabel Y yaitu konsumsi.

Setelah uji asumsi klasik telah dilakukan dan telah memenuhi syarat maka , selanjutnya melakukan analisis uji yaitu seperti uji analisis regresi linear sederhana, uji analisis korelasi sederhana, analisis koefisien sederhana. Berikut hasil dari hasil uji analisis yang dilakukan.

Tabel. 2 Hasil Uji Analisis Regresi sederhana

Model	Unstandardized coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	4,616	1,420		3,250	,001
Pengguna e-wallet (X)	,640	0,52	,656	12,230	<,001

a. Dependent Variable: Total_Baru

Berdasarkan hasil pengujian pada tabe diatas, maka diperoleh persamaan regresi sederhana yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4,616 + 0,64X$$

Selanjutnya yaitu uji korelasi sederhana, maka hasil perolehan dari uj ini sebagai berikut:

Tabel. 3 Hasil Uji korelasi sederhana

	Total penggunaan e-	Total_baru
--	---------------------	------------

		wallet	
Total Penggunaan e-wallet	Pearson Correlation	1	,656**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	200	200
Total_baru	Pearson Correlation	,656**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	200	200

Berikutnya dilanjutkan dengan uji korelasi sederhana, dengan menggunakan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,430 \times 100\%$$

$$KD = 43\%$$

Dari hasil regresi sederhana yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai constant yang yang terdapat pada persamaan regresi yang menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet akan berdampak positif terhadap konsumsi yang dilakukan, Sedangkan untuk uji korelasi sederhana menunjukkan bahwa nilai korelasi yang tertera sebesar 0,656 dengan nilai signifikan <.001 yang berarti variabel X yaitu penggunaan e-wallet memiliki hubungan korelasi dengan variabel Y yaitu konsumsi. Pada uji koefisien determinasi yang menunjukkan nilai KD yang tertera yaitu sebesar 43% yang dipengaruhi oleh faktor yang ada pada variabel X sedangkan untuk persentase yang tersisa yaitu sebesar 57% dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya untuk Uji T menggunakan rumus:

$$T_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$T_{hitung} = \frac{0,656 \sqrt{200-2}}{\sqrt{1-0,430}}$$

$$T_{hitung} = \frac{9,23}{0,57}$$

$$T_{hitung} = 16,192$$

Dari hasil uji diatas menunjukkan bahwa pada $T_{hitung} > T_{tabel}$ yang berarti H_0 ditolak dan hasil diterima dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian ini, pengguna e-wallet sangatlah berpengaruh besar dengan situasi masa pandemic sekarang yang terus berjalan tanpa diketahui kapan selesainya situasi tersebut. Memberikan dampak akan kenaikannya penggunaan e-wallet hal tersebut berimbang dengan pola setiap individu yang berubah lebih mudah dalam melakukan transaksi, tidak perlu takut resiko untuk kehilangan uang di jalan, tidak perlu membawa uang recehan yang sangat banyak hanya dengan melakukan scan maka transaksi pun selesai. Dengan kebiasaan ini mampu menjalin kerja sama antara perusahaan e-wallet dan e-commerce, dan menciptakan pola konsumsi yang meningkat pesat dari sebelumnya. Banyak fasilitas yang bervariasi disetiap perusahaan yang berarakan pada e-wallet, yang mampu memberikan pengaruh yang besar untuk setiap individu termasuk mahasiswa untuk melakukan konsumsi secara terus menerus atau bahkan berlebihan. Hal tersebut harus menjadi bahan keprihatinan karena hal tersebut dapat menimbulkan beberapa resiko yang besar kepada pengguna e-wallet, terutama bagi pengguna yang belum memahami jelas mengenai cara penggunaan e-wallet.

Resiko yang diberikan seperti data pribadi yang dapat mengalami kebocoran yang memungkinkan penyalahgunaan dalam identitas tersebut, yang akan memberikan dampak rugi kepada pengguna. Oleh karena itu sebagai pengguna e-wallet seharusnya dapat memahami dengan jelas terlebih dahulu bagaimana penggunaannya, niat apa yang akan dilakukan dalam e-wallet tersebut ini. Dengan sudah mengetahuinya penggunaan e-wallet dapat meminimalkan resiko yang terjadi, dan kita sebagai pengguna e-wallet sekaligus konsumen harus dapat memilih merchant yang terpercaya dan berkualitas.

Penutup

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah keterbatasan dalam referensi dalam penggunaan e-wallet dan konsumsi yang menyebabkannya sulitnya dalam melakukan pemilihan teori yang ingin digunakan, melakukan pengujian dan mendapatkan penelitian dimasa pandem, keterbatasan waktu dan tenaga dalam melakukan penelitian ini, serta jangkauan diluar kendali peneliti seperti kejujuran dalam pernyataan. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan sampel dari penelitian ini, menggunakan variabel yang lebih banyak termasuk dalam penggunaan e-wallet dan menggunakan lebih banyak sampel agar dapat lebih mengetahui impact yang diberikan penggunaan e-wallet terhadap konsumen dari berbagai kalangan.

Daftar Rujukan/Pustaka

- Schiffman, L. G., & Kanok, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen. Edisi 7*, Indeks. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.

- Kasirye, F., & Masum, S. M. H. (2020). *The Effects of e-Wallet Among Various Types of Users in Malaysia: A Comparative Study*, *Journal Economic and Technology*. Kuala Lumpur.
- Harseno, D. F., & Achjari, D. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang memengaruhi penggunaan E-Wallet di Indonesia*, *Jurnal Ekonomi*. Yogyakarta.
- Hakim, S. H., Rahman, A., & Syafii, M. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna E-Wallet di Sumatera Utara*, *Jurnal Akuntansi*. Sumatera Utara.
- Putri, A. D. B. (2020), *Individual Interest in E-Wallet Go-Pay Transaction As Payment Service (Study on Students of Economics and Business Faculty of State Universities in Malang City)*, *Journal Economic*. Malang
- Tan, J. D., Purba, J. T., & Widjaya, A. E. (2018). *Financial Technology as an Innovation Strategy for Digital Payment Services in the Millennial Generation*. Indonesia
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., & dkk. (2021). *Perilaku Komsumen*. Widina Bhakti Persada. Bandung.
- Adnan. (2018). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Morinaga di Kota Lhokseumawe*, *Jurnal Visioner dan Strategis*. Aceh.
- Widyanti, D., & Hasanah, N. (2020). *Factor Affecting The Use of E-money user in city of South Tangerang*, *Journal Accountability*. Tangerang.
- Raharja, S. W. (2020). *Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Malang
- Umiyati, I., Putri T. E., & Maya, N. (2021). *Sosial Influence, Usability and Security On The Intensity of DANA e-wallet Use*, *Journal of Accounting for Sustainable Society*. Subang.
- Ningrum, W. S. (2022). *Perilaku Berbelanja Online Menggunakan E-Wallet saat Pandemi sampai Sekarang*, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Jakarta.
- Suryanti., & Rahmat, Z. N. (2020). *Pengaruh Kualitas produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan pada Rumah Makan Super Chicken di Jambangan Kecamatan Ke Dawungan Kabupaten Sragen*, *Jurnal Penelitian dan kajian ilmiah*. Solo.
- Zada, C., & Sopiana, Y. (2021). *Penggunaan E-Wallet atau Dompot Digital sebagai Alat Transaksi Penggantian Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah*, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*. Banjarmasin.
- Sangjadi, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumsi*. Yogyakarta.
- Dharmesta, B. S., & Handoko, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta.

Sumber Internet

- Pahlevi, R. (2022). "Penggunaan Dompot Digital di E-Commerce Indonesia tertinggi di Antara Negara ASEAN." Retrieved Juni 07, 2022 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/21/penggunaan-dompot-digital-di-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-antara-negara-asean>)

- Setianto, H. (2019). "Daftar 38 E-Wallet atau Dompot Digital Resmi Terdaftar di Bank Indonesia." Rerieved Juni 07, 2022 (<https://www.heru.my.id/2019/05/e-wallet-legal-di-indonesia.html>)
- Junaedi, N. L. (2021). "Tren Pengguna E-Wallet di Indonesia, mana yang Unggul?". Rerieved Juni 08, 2022 (<https://www.ekrut.com/media/penggunaan-dompot-digital>)
- Aritonga, K. A. (2021). "Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Meningkatkan Efektifitas dan Efisiensi yang memudahkan masyarakat dimasa pandemi." Rerivied Juni 12, 2022 (<https://jurnalpost.com/penggunaan-aplikasi-dompot-digital-meningkatkan-efektivitas-dan-efisiensi-yang-memudahkan-masyarakat-di-masa-pandemi/24964/>)
- Darwin. (2022). "E-wallet, Apa saja kelebihan utamanya?". Rerivied Juni 22, 2022 (<https://www.julo.co.id/blog/e-wallet-apa-saja-5-kelebihan-utamanya>)
- OJK. (2022). Retrived Juni 24, 2022 (<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20588>)
- Rahardyan, A. (2022). "Dompot digital dorong minat masyarakat berinvestasi dan mengakses Neobank." Retrived Juni 25, 2022 (<https://finansial.bisnis.com/read/20211005/563/1450732/dompot-digital-dorong-minat-masyarakat-berinvestasi-dan-mengakses-neobank>)