

PENGARUH EFEKTIVITAS DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI DANA DI KOTA MEDAN

Novi Oktavia¹, Jumjuma², Sixtenia Ria³

Manajemen Bisnis^{1,2,3}, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan

novioktaviatambunan@polmed.ac.id¹, jumjuma@polmed.ac.id²,

sixteniarianandinimanullang@polmed.ac.id³

ABSTRAK

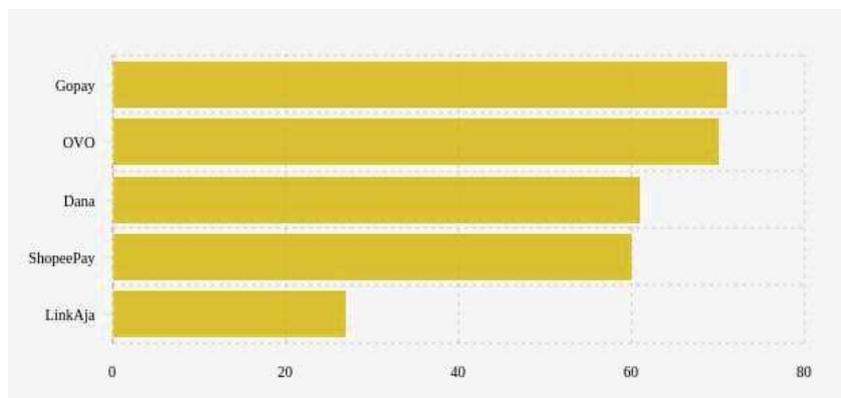
Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh efektivitas dan perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda menggunakan program olah data SPSS versi 26 dengan jumlah responden 97 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menyebarkan kuisioner dan studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa efektivitas dan perilaku konsumtif secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan konsumtif. Hasil penelitian dari uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel efektivitas dan perilaku konsumtif mampu menjelaskan sebesar 36% pengaruh yang terjadi pada variabel keputusan penggunaan.

Kata Kunci: Efektivitas, Perilaku Konsumtif, Keputusan Penggunaan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

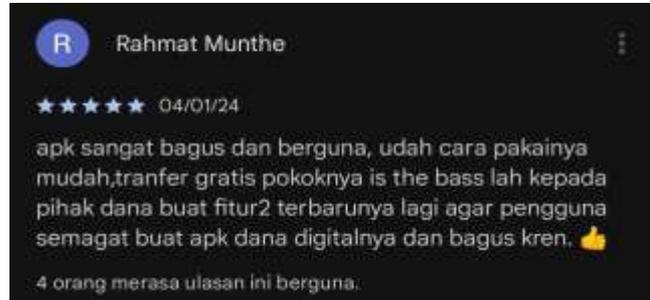
Perusahaan Aplikasi DANA telah berkembang cukup pesat di kalangan masyarakat Indonesia. Hal ini karena kegunaannya yang menggantikan fungsi dompet menjadi dompet digital yang pastinya mudah dibawa kemana-mana tanpa harus membawa uang fisik. Dan tentunya memberikan kemudahan bagi banyak orang khususnya kaum millennial, dan mahasiswa yang sudah beradaptasi terhadap teknologi. Namun pada praktiknya, penggunaan uang fisik juga masih diperlukan, terlebih jika ada kepentingan yang mendesak atau hal lainnya yang membutuhkan uang secara fisik. Selain itu, penggunaan dompet digital juga bergantung pada keadaan jaringan Internet dalam melakukan pembayaran atau transaksi. Tetapi hal itu tidak lepas dari izin Bank Indonesia dan telah memenuhi ketentuan-ketentuan yang disyaratkan oleh BI sebagai lembaga teknologi finansial di Indonesia. DANA hanya bekerjasama dengan bank-bank nasional, di antaranya Bank Mandiri, BCA, BRI, CIMB NIAGA, BNI, Panin Bank, Bank Permata, BTN dan Bank Sinar Mas. Dikutip dari databoks, berikut data pengguna *e-wallet* yang diperoleh berdasarkan riset pada tahun 2023.



Gambar 1. Data pengguna e-wallet berdasarkan riset pada tahun 2023

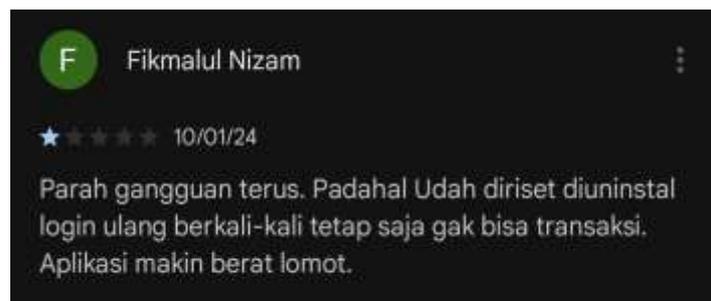
Aplikasi DANA menempati peringkat 3 besar dengan tingkat kepuasan pengguna sebesar 61%. Persentase terhadap kepuasan tersebut merupakan perolehan dari tingkat kepuasan pengguna terhadap penggunaan aplikasi DANA serta fitur-fitur yang ditawarkan. Selain fitur layanan aplikasi DANA juga menjadi salah satu alasan pengguna dalam memakai aplikasi DANA. Dimana layanan

aplikasi Dana ini dibagi menjadi dua jenis yakni DANA *Basic* dan DANA *Premium*. Beberapa perbedaan dari kedua jenis layanan ini antara lain setiap transaksi yang dilakukan, transaksi saldo yang disimpan, transaksi saldo yang ditarik dan banyak lagi fitur lainnya. Keuntungan pemakaian DANA adalah pengguna dapat mentransfer saldo Dana mereka dan dapat tarik tunai dari saldo Dana yang pengguna simpan tanpa terkena biaya admin. Selain itu, penggunaan DANA premium tentunya tentunya akan lebih dinikmati kemudahannya karena memiliki fitur-fitur yang tidak dimiliki oleh DANA basic, seperti fitur tarik saldo, dan fitur transfer ke bank lain. Keuntungan-keuntungan dari pemakaian aplikasi DANA ini, tampak dari *review* aplikasi DANA. Berikut merupakan *review* pengguna terhadap aplikasi DANA yang diperoleh melalui *Google Playstore*.



Gambar 2. Review pengguna aplikasi DANA melalui Google Playstore

Menurut *review* pengguna aplikasi DANA di atas bahwa aplikasi DANA sangat bagus, berguna, dan penggunaannya mudah. Walaupun dirasa praktis dan mudah dalam hal penggunaan, aplikasi DANA tak luput dari banyak keluhan dari para pengguna aplikasi ini, baik keluhan mengenai kendala top up saldo, sistem eror berkepanjangan, transaksi pending akibat sistem yang sedang sibuk serta kendala responsivitas pada aplikasi DANA. Berikut keluhan dari para pengguna aplikasi DANA.



Gambar 3. Keluhan para pengguna aplikasi DANA

Dari *review* di atas ita dapat mengetahui bahwa tidak sepenuhnya pengguna dana puas akan kinerja dari aplikasi *e-wallet* yang satu ini. Hal ini dapat dilihat dari penentu keberhasilan dalam penggunaan produk yang terletak pada efektivitas, karena dalam hal ini efektivitas produk dapat mempengaruhi kembali pembelian atau penggunaan produk. Jika efektivitas produk baik, maka akan menimbulkan adanya rasa kepercayaan dari para pengguna, termasuk pengguna aplikasi Dana. Hal ini akan membuat konsumen yang memiliki perilaku konsumtif akan melakukan pembelian berulang menggunakan aplikasi tersebut.

Kemudahan-kemudahan penggunaan aplikasi Dana juga dirasakan oleh kalangan mahasiswa. Tidak dapat dipungkiri bahwa generasi muda adalah pasar yang sangat penting bagi Dana. Dimana dengan hadirnya Dana ini memudahkan mahasiswa dalam melakukan transaksi, mulai dari transfer uang, pembayaran token atau listrik bagi serta pembelian kuota internet yang mudah. Dalam hal ini mahasiswa merasakan kemudahan dalam penggunaan Dana ini. Sehingga secara tidak langsung mahasiswa mengikuti perkembangan penggunaan Dana itu sendiri. Hal ini juga menyebabkan mahasiswa menjadi lebih sering menggunakan transaksi non tunai menggunakan aplikasi Dana

dibandingkan dengan menggunakan uang tunai. Hal ini terjadi karena adanya manfaat yang diterima ketika menggunakan aplikasi Dana dan adanya perilaku konsumtif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Efektivitas dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi DANA di Kota Medan”**.

Rumusan Masalah

- 1) Apakah efektivitas berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan?
- 2) Apakah perilaku konsumtif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan?
- 3) Apakah efektivitas dan perilaku konsumtif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui:

- 1) Pengaruh efektivitas terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan.
- 2) Pengaruh perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan.
- 3) Pengaruh efektivitas dan perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

Efektivitas

Efektif berasal dari bahasa Inggris, yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Pada dasarnya efektivitas menjadi unsur pokok untuk menentukan tercapai atau tidaknya tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi. Pencapaian tujuan dari suatu organisasi mencerminkan rencana kerja organisasi yang dilaksanakan oleh anggota dari organisasi tersebut melalui kegiatan-kegiatan tertentu sehingga rencana kerja yang telah ditetapkan dan disepakati sebelumnya dapat tercapai. Menurut Peter dalam Lataruva (2022: 15) mengemukakan bahwa efektivitas pada dasarnya berhubungan dengan pencapaian suatu tujuan atau sasaran yang harus dicapai, dan efektif dalam kemampuan untuk memiliki tujuan yang tepat atau dengan kata lain melakukan pekerjaan yang benar. Menurut Komariah dan Triatna dalam Mesiono (2018: 43), efektivitas berarti menunjukkan ketercapaian tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan. Pendapat di atas sejalan dengan pendapat Ravianto dalam Mufida, dkk, (2018: 145), pengertian efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Ini berarti bahwa apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya maupun mutunya, maka dapat dikatakan efektif.

Budiani dalam Kowas, dkk (2017: 4) menyatakan bahwa untuk mengukur efektivitas program dapat dilakukan dengan menggunakan variabel-variabel sebagai berikut:

1. Ketepatan sasaran program.
2. Sosialisasi program.
3. Tujuan program.

Perilaku Konsumtif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia/KBBI perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan perilaku konsumtif diartikan sebagai bersifat konsumsi dimana hanya memakai saja dan tidak menghasilkan sendiri. Menurut Haning (2022: 35), perilaku konsumtif adalah perilaku yang mengarah pada pola hidup dengan keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan dan perasaan tidak puas selalu menyertai bila barang-barang yang diinginkan belum dimiliki. Pendapat Zebua dalam Haning (2022: 36), remaja merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik yang khas, seperti mudah tertarik pada model, mudah terbujuk oleh iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistis, romantis, dan impulsive. Karakteristik ini memudahkan mereka terjatuh dalam perilaku membeli yang kurang efisien. Biasanya remaja akan bersikap lebih aktif mencari masukan dari teman maupun berbagai iklan agar dapat menampilkan diri secara menarik, maka banyak

remaja yang akhirnya terjerat dalam perilaku konsumtif. Menurut Maulana dalam Noorah (2020: 3) menjelaskan perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli suatu barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dalam psikologi, hal ini dikenal dengan istilah *compulsive buying disorder* (kecanduan belanja), dimana orang yang terjebak di dalamnya tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan keinginan.

Menurut Sumartono dalam Deviyanti (2019: 5), ada delapan indikator perilaku konsumtif, yaitu:

1. Membeli produk karena adanya penawaran hadiah.
2. Membeli produk karena kemasan produk terlihat lebih menarik.
3. Membeli produk karena alasan gengsi dan penampilan diri.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga yang dinilai murah/terjangkau, bukan atas dasar manfaat dan kegunaan.
5. Membeli produk hanya karena menjaga symbol status sosial.
6. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan meningkatkan rasa percaya diri.
7. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model iklan, membeli bukan atas dasar kebutuhan tetapi juga untuk berlebihan.
8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda.

Keputusan Penggunaan

Sebelum melakukan pembelian/penggunaan, seseorang biasanya akan melakukan keputusan terlebih dahulu terhadap suatu produk. Keputusan penggunaan merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian/penggunaan terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Meithiana (2019:69) mendefinisikan keputusan pembelian atau penggunaan konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian atau penggunaan tertentu dan tindakan tertentu, maka keadaan tersebut bukan merupakan suatu keputusan.

Keputusan pembelian atau penggunaan merupakan serangkaian proses yang akan dijalani konsumen ketika akan melakukan transaksi. Hal ini dilakukan konsumen agar mendapatkan pemilihan objek yang tepat dalam melakukan pembelian atau penggunaan baik itu produk fisik maupun jasa yang dibutuhkan. Menurut Peter dan Olson dalam Meithiana (2019:70), keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya. Keputusan pembelian atau penggunaan merupakan serangkaian proses yang akan dijalani konsumen ketika akan melakukan transaksi. Hal ini dilakukan konsumen agar mendapatkan pemilihan objek yang tepat dalam melakukan pembelian atau penggunaan baik itu produk fisik maupun jasa yang dibutuhkan. Tjiptono dalam Indrasari (2019:74) menyatakan bahwa indikator keputusan pembelian atau penggunaan seorang konsumen dalam melakukan pembelian atau penggunaan suatu produk meliputi lima sub keputusan sebagai berikut:

1. Pilihan Produk.
2. Pilihan Merek.
3. Pilihan Penyalur.
4. Waktu Penggunaan.
5. Jumlah Pembelian atau penggunaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi DANA yang berdomisili di Kota Medan dengan hasil sampel sebanyak 97 responden.

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan non probability sampling dengan teknik incidental, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel apabila memenuhi kriteria yang sesuai. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Signifikan Parsial (t-test)

Pengujian parsial atau uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05. Apabila lebih besar dari 0,05 maka H₀ ditolak. Berikut merupakan hasil uji signifikan parsial (uji t). Hasil uji t ditunjukkan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized	Beta		
	B	Std. Error	Coefficients			
(Constant)	6.469	2.686			2.408	.018
1 Efektivitas	.335	.090	.341		3.725	.000
Perilaku Konsumtif	.109	.027	.376		4.105	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Nilai t_{hitung} untuk variabel efektivitas sebesar 3,725 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan t_{tabel} pada α 5% adalah 1,985. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 < 0,05 atau t_{hitung} 3,725 > t_{tabel} 1,985. Maka, dapat disimpulkan bahwa efektivitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

Nilai t_{hitung} untuk variabel perilaku konsumtif sebesar 4,105 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan t_{tabel} pada α 5% adalah 1,985. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 < 0,05 atau t_{hitung} 4,105 > t_{tabel} 1,985. Maka, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

Hasil Uji Signifikan Simultan (F-test)

Uji simultan dilakukan untuk melihat secara simultan atau serempak apakah variabel Efektivitas (X₁) dan Perilaku Konsumtif (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka terdapat pengaruh variabel bebas (X₁) dan (X₂) secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X₁) dan (X₂) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 2. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Model	ANOVA ^a					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	650.427	2	325.214	28.038	.000 ^b
	Residual	1090.315	94	11.599		
	Total	1740.742	96			

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 28,038 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000, sedangkan F_{tabel} untuk alpha 5% adalah 3,09. Oleh karena nilai F_{hitung} 28,038 > F_{tabel} 3,09 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent efektivitas (X₁) dan perilaku konsumtif (X₂) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikansi terhadap variabel dependen yaitu keputusan penggunaan (Y).

Pengaruh Efektivitas terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel efektivitas memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan, bila dilihat dari nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} ($3,725 > 1,985$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) yang menunjukkan bahwa efektivitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan.

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akhnes Noviyanti dan Teguh Erawati (2021) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Keputusan Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul)” yang menyatakan bahwa variabel efektivitas berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan penggunaan.

Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel efektivitas memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan, bila dilihat dari nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} ($3,725 > 1,985$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) yang menunjukkan bahwa efektivitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan.

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akhnes Noviyanti dan Teguh Erawati (2021) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Keputusan Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul)” yang menyatakan bahwa variabel efektivitas berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan penggunaan.

Pengaruh Efektivitas dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan atau serempak variabel efektivitas dan perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Dari hasil analisis data $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($28,038 > 3,09$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0^3 ditolak, sedangkan hipotesis H_a^3 diterima, artinya adalah variabel efektivitas dan perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan.

Berdasarkan pada hasil uji koefisien determinasi R^2 dengan tujuan melihat besarnya hubungan antara ketiga variabel yaitu efektivitas dan perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan, maka ditunjukkan dengan nilai *Koefisien Determinan Adjusted R Square* sebesar 0,360. Dari jumlah nilai tersebut, berarti seluruh variabel efektivitas (X1) dan perilaku konsumtif (X2) mempengaruhi keputusan penggunaan (Y) aplikasi DANA di Kota Medan yaitu sebesar 36%, sisanya sebesar 64% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti kepercayaan, diskon, kemudahan, harga, dan sebagainya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa efektivitas dan perilaku konsumtif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA di Kota Medan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti berterima kasih kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) yang telah memberikan kesempatan dan pendanaan dalam pelaksanaan Program Hibah Karya Ilmiah Mahasiswa (HAKIM) ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhnes, Teguh Erawati. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Keputusan Menggunakan Financial Teknologi (*Fintech*) Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansia Indonesia*. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Amamilah Siti, Dedi, M., & Santi, P. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Efektivitas dan Persepsi Manfaat Terhadap keputusan Penggunaan Qris Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Economic, Business and Accounting*. Universitas Buana Perjuangan Karawang.
- Aulia Danty & Sri Trisnangsih. (2023). Pengaruh Efektivitas, Manfaat dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Pada Kalangan Mahasiswa Akuntansi Upn “Veteran” Jawa Timur Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model*. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.
- Deviyanti, Sri. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas XII IPS SMA Negeri 3 Makassar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol. 12 No. 1*. Universitas Negeri Islam.
- Dilasari, dkk. (2021). Pengaruh *Financial Literacy, Life Style, Locus of Contro* dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Subang. *Journal of Accounting for Sustainable Society Vol.2 No.2*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaadmadja.
- Droyo Sudaryo. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Yogyakarta: ANDI.
- Elda dan Mursalin. (2020). Efektivitas Penagihan Pajak dengan Surat Teguran dan Surat Paksa terhadap Penerimaan Pajak dan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Palembang Ilir Timur. *Jurnal Media Akuntansi*. Universitas PGRI Palembang.
- Fatmawati, Haning. (2022). *E Commerce dan Perilaku Konsumtif*. Yogyakarta: IAIN Kediri Press.
- Jati, Jamitko., Laksito, Herry. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem *E-Ticket* (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*. Kwik Kian Gie School of Bussines.
- Khafiyah, Nurits Nadia. (2020). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO. UIN Syarif Hidayatullah.
- Kowas, S.A Pioh, Novie. Kumayas, Neni. (2017). Efektivitas Pelaksanaan Tomohon Internasional Flower Festival di Kota Tomohon. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan Vol. 2 No. 2*. Universitas Sam Ratulangi.
- Ledy, Tiara A., Aisyah, L.F., & Rizki, A. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital *E-Wallet* DANA. *Jurnal Pendidikan Tambusai Vol. 8*. Universitas Muhammadiyah Riau.
- Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Indonesia Press.
- Mesiono. (2018). *Efektivitas Manajemen Berbasis Madrasah/Sekolah*. Yogyakarta: PPMPI.
- Mufida, dkk. (2018). Efektivitas Mediasi sebagai Upaya Penyelesaian Perselisihan Pemutusan Hubungan Kerja. *Jurnal Ekonomi Islam*. Universitas Negeri Islam Allaudin Makassar.

Oktavianda, S., Arie, S., & Prasetyo, N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment Masyarakat Sumenep. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi Vol. 15*. Universitas Trunojoyo Madura.

Rosalina dan Junaidi. (2020). Hubungan Minat Belajar dengan Hasil Belajar pada Pembelajaran Sosiologi pada Kelas XII IPS di SMAN 5 Padang. *Jurnal Kajian Pendidikan dan Pembelajaran Vol. 1 No. 3*. Universitas Negeri Padang.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.