

Penggunaan Dompot Digital Terhadap Keputusan Pembelian dan Gaya Hidup Generasi Milenial (Studi Pada Aparatur Sipil Negara)

Heni Wijayanti^{1*}, Rachma Bhakti Utami²,

¹Program Studi Manajemen, Universitas Terbuka

²Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Malang

* Corresponding Author. E-mail: heniwijayanti.0506@gmail.com

Abstrak

Aparatur Sipil Negara (ASN) generasi milenial di DKI Jakarta sudah sangat akrab dalam penggunaan dompet digital bentuk kartu elektronik (*e-money*). Hal ini dikarenakan mobilitas sehari-hari banyak menggunakan transportasi publik seperti Transjakarta, LRT, MRT, dan KRL. Berbagai fasilitas publik lain juga sudah menggunakan transaksi pembayaran elektronik seperti fasilitas kesehatan, pusat perbelanjaan, bahkan pasar tradisional. Inovasi pada pembayaran fasilitas publik ini menuntut masyarakat DKI Jakarta khususnya para ASN untuk menggunakan dompet digital. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh dompet digital terhadap keputusan pembelian konsumen, serta pengaruhnya terhadap gaya hidup konsumen khususnya para ASN yang masuk dalam generasi milenial. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif. Peneliti melakukan wawancara kepada 4 (empat) responden. Responden merupakan Aparatur Sipil Negara (ASN) generasi milenial dengan rentang usia 31 tahun s.d. 37 tahun. Locus penelitian yaitu instansi pemerintah di Kota Jakarta Pusat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, hasil menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan gaya hidup ASN generasi milenial. Seiring meningkatnya penggunaan dompet digital saat ini, maka perlu dilakukan edukasi kepada masyarakat khususnya ASN generasi milenial mengenai literasi keuangan agar mampu mengelola keuangannya dimasa depan.

Abstract

Millennial generation Civil Servants (ASN) in Jakarta are very familiar with the use of digital wallets in the form of electronic cards (*e-money*). This is due to their daily mobility, which often involves using public transportation such as Transjakarta, LRT, MRT, and KRL. Various other public facilities have also implemented electronic payment transactions, including healthcare facilities, shopping centers, and even traditional markets. These innovations in public facility payments require Jakarta residents, particularly ASNs, to use digital wallets. This study aims to analyze and understand the impact of digital wallets on consumer purchasing decisions and their influence on consumer lifestyles, specifically among millennial ASNs. The research was conducted using a qualitative descriptive method. The researchers interviewed four respondents who are millennial Civil Servants (ASN) aged between 31 and 37 years. The research locus is a government agency in Central Jakarta. The findings show that the use of digital wallets has a significant impact on purchasing decisions and the lifestyles of millennial ASNs.

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel

Diterima : 23-06-2024

Direvisi : 10-07-2024

Dipublish : 31-08-2024

Kata Kunci:

Generasi Milenial, Dompot Digital,
Keputusan Pembelian, Gaya Hidup

Keywords:

Millennial Generation, Digital Wallet,
Purchasing Decision, Lifestyle

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi di Indonesia memberikan pengaruh terhadap perkembangan teknologi pembayaran khususnya transaksi non tunai menggunakan dompet digital (Tarantang et al., 2019). Manfaat dompet digital sangat dirasakan oleh konsumen, sehingga penggunaannya semakin meningkat pesat. Ditambah lagi kehidupan di Ibu Kota Jakarta, masyarakat cenderung dituntut untuk menggunakan dompet digital karena banyak merchant yang menggunakan transaksi dengan dompet digital dan tidak menerima transaksi dengan uang tunai. Transaksi yang dilakukan melalui dompet digital biasanya tercatat dan tersimpan dalam riwayat transaksi. Diharapkan pengguna dapat dengan mudah melihat riwayat transaksi, sehingga memudahkan konsumen dalam mengontrol keuangan pribadinya (Alawi et al., 2020; Rosyidah et al., 2022).

Seiring dengan kemajuan teknologi di Indonesia memberikan pengaruh terhadap perkembangan teknologi pembayaran khususnya sistem transaksi elektronik menggunakan dompet digital. Dompet digital atau e-wallet merupakan aplikasi yang terpasang dalam ponsel dan terhubung dengan jaringan internet (Sihaloho et al., 2020). Penggunaan dompet digital memberikan kemudahan bagi konsumen, karena konsumen dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapan pun selama terhubung dengan jaringan internet.

Menurut Teori Innovation Diffusion, bagaimana inovasi atau teknologi baru menyebar dalam masyarakat (Rahma Shantika et al., 2022). Dompet digital sebagai inovasi baru dapat melewati tahap-tahap difusi seperti pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Penggunaan yang luas dari dompet digital dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan pola pengeluaran konsumen secara keseluruhan. Innovation Diffusion Theory pada praktiknya dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana dompet digital mempengaruhi keputusan pembelian dan gaya hidup individu (Rahma Shantika et al., 2022). Melalui teori ini, kita dapat mengidentifikasi bagaimana dompet digital secara bertahap mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dan bagaimana teknologi ini dapat menjadi bagian integral dari gaya hidup modern.

Beberapa dompet digital yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu OVO, GoPay, ShopeePay, Dana, dan LinkAja. Namun, tidak semua kalangan menggunakan atau bahkan mengetahui tentang dompet digital. Dompet digital banyak diminati oleh generasi muda yang tentunya sangat melek teknologi.

Mengutip laman kompas.com, generasi di Indonesia dikelompokkan menjadi generasi Baby Boomer, kelahiran tahun 1946 s.d. 1964), generasi X (kelahiran tahun 1965 s.d. 1980), generasi Y atau Milenial (kelahiran tahun 1981 s.d. 1996), generasi Z (kelahiran

tahun 1997 s.d. 2012), dan generasi Post Gen Z atau Alpha (kelahiran tahun 2011 s.d. sekarang).

Generasi milenial sebagai penerus dan pemeran utama dalam berbagai sektor penting di Indonesia. Pasa sektor pemerintahan, generasi milenial memilih untuk menjadi Aparatur Sipil Negara (ASN), dan berperan penting terhadap kesuksesan program-program yang dicanangkan oleh pemerintah. Pada instansi pemerintah, generasi milenial akan bersosialisasi dan berinteraksi dengan berbagai generasi yang berbeda. Tentunya perbedaan ini dapat memberikan pengaruh terhadap budaya dan cara kerja instansi pemerintah tersebut. Generasi milenial mempunyai karakteristik yang ditandai dengan akrabnya terhadap teknologi digital, tentunya kehadirannya dalam instansi pemerintah akan memberikan pengaruh positif terhadap generasi lain dalam hal penggunaan teknologi digital.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji bagaimana dompet digital mampu mempengaruhi keputusan pembelian dan gaya hidup. Durrotun Nabila & Sulistyowati (2020) mengemukakan bahwa program promosi pada dompet digital yang menarik akan memberikan pengaruh terhadap konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Berkembangnya penggunaan dompet digital yang selalu memberikan pelayanan cepat dan efisien menjadikan dompet digital sebagai suatu gaya hidup dan budaya belanja baru yang diminati oleh konsumen (Wenerda & Hariyanti, 2024)

Berdasarkan penelitian terdahulu dan teori yang mendasari, peneliti ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh dompet digital terhadap ASN generasi milenial dalam mengambil keputusan pembelian. Selain itu dengan kemudahan transaksi digital, peneliti juga ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh dompet digital terhadap gaya hidup konsumtif ASN generasi milenial.

LITERATUR REVIEW

Pengaruh Dompot Digital Terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh dompet digital terhadap keputusan pembelian, terutama pada Aparatur Sipil Negara (ASN) generasi milenial, dapat didasari menggunakan Teori Diffusi Inovasi. Teori ini mengidentifikasi bahwa adopsi teknologi baru, seperti dompet digital, mengalami tahap-tahap difusi yang dimulai dari inovator hingga *laggard*. Studi Dinata Houston (2019) menunjukkan bahwa ASN generasi milenial cenderung termasuk dalam kategori *early adopter* dan *early majority* dalam adopsi dompet digital, dipengaruhi oleh persepsi tentang keuntungan relatif teknologi ini dibandingkan dengan metode pembayaran tradisional. Penelitian lain oleh Daulay *et al.* (2020) menemukan bahwa faktor-faktor seperti kesesuaian dan kompleksitas teknologi mempengaruhi keputusan ASN milenial dalam mengadopsi dompet digital, dengan

tingkat kesesuaian dan kemudahan penggunaan yang tinggi mempercepat difusi teknologi ini.

Secara teoritis, Rahma Shantika *et al.* (2022) menekankan bahwa adopsi inovasi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keuntungan relatif, kemudahan penggunaan, dan kompatibilitas dengan nilai-nilai individu. ASN generasi milenial yang memilih untuk menggunakan dompet digital biasanya melihat teknologi ini sebagai solusi yang lebih praktis, efisien, dan modern dalam mengelola transaksi dan keuangan pribadi mereka. Studi oleh Wenerda & Hariyanti (2024) menemukan bahwa penggunaan dompet digital mempermudah ASN milenial dalam melakukan transaksi secara efisien dan aman, mengurangi kebutuhan akan transaksi tunai serta meminimalisir risiko kehilangan atau pencurian uang. Penelitian Dina Marsela *et al.* (2022) menunjukkan bahwa kecepatan dan kemudahan dalam pembayaran menggunakan dompet digital dapat meningkatkan frekuensi pembelian barang dan jasa, serta memfasilitasi adopsi gaya hidup yang lebih modern dan digital.

Secara keseluruhan, literatur menunjukkan bahwa dompet digital tidak hanya mempengaruhi cara ASN generasi milenial melakukan pembelian, tetapi juga berpotensi mengubah pola konsumsi dan gaya hidup mereka menuju lebih digital dan terintegrasi dengan teknologi. Dengan demikian, adopsi dompet digital oleh ASN generasi milenial dapat dipahami melalui proses difusi inovasi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis, sosial, dan teknologis sesuai dengan teori Innovation Diffusion.

Pengaruh Dompot Digital Terhadap Gaya Hidup

Pengaruh dompet digital terhadap gaya hidup, khususnya pada Aparatur Sipil Negara (ASN) generasi milenial, menggambarkan perubahan signifikan dalam cara mereka mengelola keuangan dan aktivitas sehari-hari. Penelitian Putri *et al.* (2022) menyoroti bahwa dompet digital memberikan kenyamanan yang tinggi dalam melakukan transaksi, memungkinkan ASN milenial untuk mengatur dan melacak pengeluaran dengan lebih efisien. Hal ini mengarah pada gaya hidup yang lebih terorganisir dan sadar finansial.

Studi dari Luthfi *et al.* (2023) menemukan bahwa penggunaan dompet digital mempengaruhi preferensi dan perilaku konsumsi ASN generasi milenial, yang cenderung lebih memilih layanan dan produk yang terintegrasi dengan teknologi digital. Dompot digital juga memberikan fleksibilitas dalam mengakses layanan keuangan dan melakukan pembayaran di berbagai platform, sehingga memperluas pilihan gaya hidup mereka.

Secara teoritis, pendekatan Teori Innovation Diffusion dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana dompet digital mempengaruhi gaya hidup ASN generasi milenial. Persepsi terhadap manfaat (*benefit*), norma sosial (*social norm*), dan kontrol

perilaku (*behavioral control*) terhadap penggunaan dompet digital dapat membentuk sikap dan niat untuk mengadopsi gaya hidup yang lebih terhubung dengan teknologi.

Secara keseluruhan, dompet digital tidak hanya mengubah cara ASN generasi milenial melakukan transaksi keuangan, tetapi juga mempengaruhi gaya hidup mereka dengan memperkenalkan pola pengeluaran yang lebih terstruktur, penggunaan teknologi yang lebih luas, dan integrasi digital dalam aktivitas sehari-hari.

METODE

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif serta menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung terhadap responden agar peneliti dapat memahami dan mendalami ide dan jawaban responden. Mendapatkan pemahaman mendalam tentang ide-ide dan jawaban asli dari responden. Data sekunder didapatkan dari kajian literatur dan jurnal mengenai literasi dompet digital. Makbul (2021) mengemukakan bahwa metode kualitatif merupakan data yang berasal dari wawancara atau jawaban terhadap kuesioner atau informasi dari berbagai sumber yang dikumpulkan menjadi satu. Objek penelitian ini yaitu dompet digital di Indonesia. Subjek penelitian ini adalah ASN generasi milenial pada instansi pemerintah di Kota Jakarta Pusat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan dengan wawancara terhadap 4 (empat) orang responden. Responden adalah ASN generasi milenial yang bekerja pada instansi pemerintah di Kota Jakarta Pusat. Tujuan penelitian ini yaitu peneliti ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan dompet digital terhadap keputusan pembelian dan gaya hidup, khususnya pada ASN yang masuk dalam generasi milenial.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Responden	Jenis Kelamin	Status	Dompot Digital
R1	Wanita	Menikah - Anak 1	OVO
R2	Laki-laki	Menikah - Anak 1	OVO
R3	Laki-laki	Belum menikah	OVO, GoPay, Shopee Pay
R4	Wanita	Belum menikah	GoPay, Shopee Pay

Pada tabel karakteristik responden, menunjukkan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 2 (dua) orang responden wanita dan 2 (dua) responden laki-laki. Berdasarkan status responden yaitu 2 (dua) orang menikah memiliki 1 (satu) orang anak, dan 2 (dua) orang belum menikah. Responden dengan status belum menikah cenderung menggunakan lebih dari 1 (satu)

dompet digital, sedangkan generasi milenial yang sudah menikah dan memiliki anak cenderung hanya menggunakan 1 (satu) dompet digital. Berdasarkan penggunaan dompet digital terlihat bahwa 1 (satu) orang responden dapat menggunakan lebih dari 1 (satu) dompet digital. Pengguna dompet digital OVO sebanyak 3 (tiga) orang, pengguna GoPay sebanyak 2 (dua) orang, dan pengguna Shopee Pay sebanyak 2 (dua) orang.

Dompet Digital Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Dompet digital telah melakukan integrasi dengan berbagai merchant, transportasi publik, restoran, dan juga toko ritel. Transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan pemindaian kode QR atau dengan fitur NFC (*Near Field Communication*) pada ponsel, tanpa membawa dompet dan mengeluarkan uang tunai atau kartu fisik debit/kredit. Pembayaran melalui dompet digital dapat mempersingkat antrian di kasir karena proses checkout menjadi lebih efisien. Hal tersebut dapat mengurangi waktu tunggu pelanggan dan meningkatkan pengalaman belanja atau bertransaksi secara keseluruhan. Disamping itu, beberapa dompet digital sering memberikan penawaran promo dan diskon khusus bagi pengguna ketika bertransaksi dengan *merchant* atau penyedia layanan tertentu. Ini dapat menjadikan keuntungan bagi pengguna dompet digital ketika berbelanja atau menggunakan layanan tersebut.

Dalam penelitian ini, pernyataan seluruh responden yakni mereka merasakan kemudahan dalam melakukan pembayaran menggunakan dompet digital. Ketika proses transaksi tidak mengalami kendala, tidak dipersulit, dan lebih praktis, maka konsumen akan mengambil keputusan pembelian. Dengan adanya dompet digital di banyak merchant, tentunya sangat membantu responden melakukan transaksi pembelian di merchant tersebut.

Fasilitas dompet digital memiliki potensi besar untuk mempengaruhi keputusan pembelian karena kemudahan dan kecepatan transaksi. Dompet digital memungkinkan konsumen untuk melakukan pembayaran secara instan dan tanpa perlu membawa uang tunai atau kartu fisik. Ini mengurangi hambatan transaksi yang mungkin terjadi dalam penggunaan metode pembayaran konvensional seperti kartu kredit atau debit. Kemudahan-kemudahan ini menjadi inovasi baru dan menguatkan Teori Innovation Diffusion dalam pengaruh dompet digital terhadap keputusan pembelian (Rahma Shantika *et al.*, 2022).

Berdasarkan pengalaman responden, terkadang responden dapat membatalkan keinginannya untuk membeli produk/layanan tertentu, ketika pada merchant tersebut tidak menyediakan transaksi menggunakan dompet digital. Sebaliknya, ketika merchant bekerjasama dengan dompet digital dengan berbagai promo dan diskon menarik, responden akan merasa tertarik untuk datang dan membeli

produk/layanan tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya ASN generasi milenial.

Tabel 1 Penggunaan Dompet Digital Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Responden	Tanggapan Responden
R1	“Sebagai seorang ibu yang bekerja, penggunaan dompet digital sangat membantu terutama dalam pemesanan makanan untuk anak dirumah dapat melalui aplikasi Grabfood”.
R2	“Penggunaan dompet digital memberikan kemudahan bagi saya dalam menggunakan transportasi seperti ojek online dan KRL, jadi tidak perlu membawa kendaraan pribadi”.
R3	“Sebagai anak kos, saya sering memesan makanan melalui aplikasi Gofood atau Grabfood, terlebih lagi banyak promo menarik di aplikasi dibandingkan datang langsung ke restorannya”.
R4	“Ketika saya ingin membeli sesuatu namun transaksi nya menggunakan uang tunai, maka saya menunda untuk membelinya. Karena saya jarang membawa dompet, yang penting saya membawa HP karena sudah terisi dompet digital”.

Dengan dompet digital, konsumen dapat mengakses dan mengelola uang mereka dengan mudah melalui smartphone mereka. Mereka dapat melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja tanpa perlu mengunjungi ATM atau toko fisik untuk mengambil uang tunai. Selain itu, Beberapa dompet digital menawarkan promosi eksklusif atau diskon khusus bagi pengguna mereka. Hal ini dapat menjadi insentif tambahan bagi konsumen untuk menggunakan dompet digital saat berbelanja, karena mereka bisa mendapatkan penawaran yang lebih baik dibandingkan dengan pembayaran konvensional.

Pengaruh Dompet Digital Terhadap Gaya Hidup

Seiring dengan berkembangnya teknologi yang memberikan banyak kemudahan khususnya dengan dompet digital, banyak konsumen yang terbawa arus kemajuan teknologi tersebut. Dengan dompet digital, konsumen dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa harus menggunakan uang tunai, menghemat waktu, dan biaya. Hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen berfikir lebih cepat dalam memutuskan pembelian, sehingga melahirkan perilaku konsumen yang konsumtif.

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang dilakukan oleh seseorang karena pengaruh faktor internal maupun eksternal saat ingin memutuskan pilihan terhadap suatu barang atau jasa untuk dikonsumsi (Faisol *et al.*, 2022). Sementara itu Lubis (2022) mengemukakan bahwa perkembangan penggunaan dompet digital yang selalu

memberikan pelayanan cepat dan efisien menjadikan dompet digital sebagai suatu gaya hidup dan budaya belanja baru yang diminati oleh konsumen.

Pada penelitian ini, responden menyatakan bahwa kehadiran dompet digital dirasakan manfaatnya lebih mudah dalam bertransaksi, namun kehadiran dompet digital juga merubah gaya hidup konsumen seperti membeli barang berdasarkan keinginan bukan merupakan suatu kebutuhan pokok dan banyak pengeluaran tidak penting/boros. Generasi milenial merupakan generasi dengan tingkat keingintahuan yang tinggi terhadap sesuatu hal baru. Kemudahan penggunaan dompet digital membuat generasi milenial ingin mencoba produk/layanan baru yang ditawarkan oleh penyedia aplikasi dompet digital, sehingga penggunaannya lebih sering dan menjadi lebih konsumtif.

Banyaknya diskon dan cashback yang diberikan penyedia aplikasi dompet digital, cenderung menjadikan konsumen sulit mengontrol diri dalam belanja online. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital memberikan pengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumen khususnya ASN generasi milenial.

Berikut tanggapan responden mengenai penggunaan dompet digital dapat mempengaruhi gaya hidup:

Tabel 3 Penggunaan Dompet Digital Mempengaruhi Gaya Hidup

Responden	Tanggapan Responden
R1	"Saya cenderung lebih konsumtif karena membeli barang-barang yang tidak terlalu penting".
R2	"Terkadang saya mendahulukan keinginan bukan kebutuhan, karena praktisnya menggunakan dompet digital".
R3	"Saya tidak dapat mengontrol penggunaan dompet digital, terlebih banyak sekali promo dan <i>live sale</i> seperti Shopee".
R4	"Saya sering belanja online karena banyak pilihan dan banyak diskon. Saya menyadari itu membuat saya lebih boros".

Dompot digital mempermudah seseorang untuk melakukan pembelian secara instan tanpa harus membawa uang tunai atau kartu fisik. Hal ini bisa mendorong seseorang untuk membeli sesuatu secara impulsif ketika mereka menemukan penawaran menarik atau produk yang menarik perhatian mereka.

Dompot digital sering terhubung dengan aplikasi dan platform digital lainnya, seperti media sosial atau aplikasi *e-commerce*. Hal ini memungkinkan produk dan layanan

untuk terus muncul dalam lingkungan digital seseorang, yang dapat memperkuat dorongan untuk membeli sesuatu berdasarkan pengaruh sosial atau tren saat ini.

Secara keseluruhan, dompet digital tidak hanya mengubah cara kita bertransaksi, tetapi juga mempengaruhi gaya hidup dengan memfasilitasi pembelian impulsif dan non-kebutuhan. Ini menggambarkan peran penting teknologi dalam membentuk perilaku konsumen modern, di mana keinginan dapat dengan mudah berubah menjadi tindakan belanja.

KESIMPULAN

Penggunaan dompet digital tentunya memberikan banyak manfaat bagi penggunanya. Kemudahan dalam bertransaksi menggunakan dompet digital memberikan pengaruh signifikan dan positif dalam mengambil keputusan pembelian. Konsumen tidak perlu membawa uang tunai dan dapat menghemat waktu, karena transaksi pembayaran dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Konsumen juga diuntungkan dengan banyaknya promo, diskon, dan cashback dari penyedia aplikasi dompet digital. Disamping hal tersebut, dompet digital juga dapat mengubah gaya hidup konsumen apabila tidak bijak dalam menggunakannya. Konsumen cenderung membeli sesuai keinginan bukan kebutuhan pokok dan menjadi pribadi yang lebih boros. Banyaknya promo, diskon, dan cashback dari penyedia aplikasi dompet digital menjadikan konsumen khususnya generasi milenial untuk mencoba hal-hal baru, dan sulit mengontrol diri dalam menggunakan dompet digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawi, N. M., Asih, V. S., & Sobana, D. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Mahasiswa Uin Sunan Gunung Djati Bandung Terhadap Penggunaan Sistem Financial Technology. *Jurnal MAPS (Manajemen Perbankan Syariah)*.
- Daulay, D. I., Alfiyanna, G., Anggraeni, I., Sitohang, R. A., Simatupang, T., Kartini, J. R., Barat, C., & Selatan, J. (2020). Faktor Penentu Penggunaan Dompot Digital pada Konsumen di Daerah Jabodetabek. *Indonesia Business Review*, 3(1), 1–29.
- Dina Marsela, A., Nathanael, J., & Marchelyta, N. (2022). Penggunaan E-Wallet sebagai Kemajuan Teknologi Digital dalam Menentukan Preferensi Masyarakat di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) Jurusan Ilmu Ilmu Sosial FISH Universitas Negeri Surabaya*.
- Dinata Houston, D. (2019). Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 7(2).
- Durrotun Nabila, L., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Dompot Digital Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Franchise Minuman (Studi Pada Konsumen Minuman Chatime Di Lippo Plaza Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.

- Faisol, F., Sri Aliami, & Samari. (2022). Internal and External Factors of Consumer Behaviour: Phenomenon in Buying Decisions at the Keboen Rodjo Restaurant, Kediri. *Efektor*, 9(1), 35–47. <https://doi.org/10.29407/e.v9i1.16454>
- Lubis, R. H. (2022). Penggunaan Dompot Digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi. *Jurnal Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi Syariah*, 14(01), 1–10.
- Luthfi, M., Islami, N., & Rafik, A. (2023). Determinan Penggunaan Dompot Digital di Kalangan Mahasiswa. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(03), 221–248. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Makbul. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*. Universitas Islam Negeri Makassar.
- Putri, D. E., Tinggi, S., Ekonomi, I., Agung, S., Sinaga, O. S., Julyanthry, J., & Sudirman, A. (n.d.). Meningkatkan Niat Menggunakan Dompot Digital Pada Generasi Z dan Milenial Dengan Cashback Promotion sebagai Mediator Edy Dharma. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 10).
- Rahma Shantika, N., Lakunti Ardiatama, A., Purwaningrum, O., Yunanto Putra, Y., & Oktaviana Syafira, A. (2022). Analisis Adopsi Inovasi Teknologi Informasi Dompot Digital DANA Menggunakan Innovation-Diffusion Theory (IDT). *Jurnal Information System & Artificial Intelligence*.
- Rosyidah, F. N., Mardiana, A. C., & Nadhira, S. F. (2022). Pengalaman Mahasiswa Penggunaan Fitur Paylater di E-Commerce. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) Jurusan Ilmu Ilmu Sosial FISH Universitas Negeri Surabaya*.
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 1–11. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *Jurnal Al Qardh*, 4(Juli 2019), 1–16.
- Wenerda, I., & Hariyanti, N. (2024). Penggunaan Dompot Digital dalam Transaksi Daring bagi Millennial Moms selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(3), 465. <https://doi.org/10.31315/jik.v21i3.5572>