Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2776-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (3) 2026, Page: 52152-52158

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Shopee dan Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa

Hana Raissa Aristawati[1], Lutfi Nur Rohmah[2], Farra Dhita Putri Nabila[3], Sarah Widad Aribah[4], Afroh Najya Raasida[5], Joko Tri Nugraha[6]

[1,2,3,4,5,6]Program Ilmu Administrasi Negara, Universitas Tidar

hana.raissa.aristawati@students.untidar.ac.id[1], lutfi.nur.rohmah@students.untidar.ac.id[2], farra.dhita.putri.nabila@students.untidar.ac.id[3], sarahwidad@students.untidar.ac.id[4], afrohnayja@students.untidar.ac.id[5], jokotrinugraha@untidar.ac.id[6]

Published: November , 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi Shopee dan gaya hidup terhadap pola konsumsi mahasiswa. Perkembangan teknologi digital, khususnya *e-commerce*, telah memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam melakukan kegiatan belanja secara *online*. Namun, kemudahan tersebut juga dapat memengaruhi kebiasaan mahasiswa dalam menentukan barang yang dibeli, baik berdasarkan kebutuhan maupun keinginan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan Google Form kepada 92 responden. Responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif yang menggunakan dan pernah melakukan transaksi melalui aplikasi Shopee. Pengukuran jawaban menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh 24 indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70, dengan nilai tertinggi sebesar 0,902 dan terendah sebesar 0,761. Pengujian reliabilitas juga menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70, sedangkan nilai AVE masing-masing variabel, yaitu penggunaan Shopee sebesar 0,710, gaya hidup sebesar 0,711, dan pola konsumsi sebesar 0,724. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Shopee memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa, dengan nilai koefisien 0,264, *T-statistics* 1,672, dan *P-values* 0,095. Sementara itu, gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien 0,555, *T-statistics* 3,485, dan *P-values* 0,000497. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memiliki peran lebih besar dibandingkan penggunaan aplikasi Shopee dalam memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan lebih bijak dalam mengatur pengeluaran serta mampu membedakan kebutuhan dan keinginan ketika melakukan pembelian.

Kata Kunci: e-commerce, gaya hidup, mahasiswa, pola konsumsi, Shopee

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Shopee application usage and lifestyle on students' consumption patterns. The development of digital technology, particularly e-commerce, has provided convenience for students in conducting online shopping activities. However, this convenience may also influence students' purchasing habits when deciding which products to buy, whether based on needs or personal desires. This study employed a quantitative approach with an associative research design. The data used were primary data collected through an online questionnaire distributed via Google Forms to 92 respondents. The respondents were selected using a purposive sampling technique, with the criteria of being active university students who use and have made transactions through the Shopee application. Responses were measured using a five-point Likert scale ranging from 1 to 5. The results showed that all 24 indicators had outer loading values above 0.70, with the highest value of 0.902 and the lowest value of 0.761. The reliability test also indicated that all variables had Cronbach's Alpha values above 0.70, while the Average Variance Extracted (AVE) values for each variable were 0.710 for Shopee usage, 0.711 for lifestyle, and 0.724 for consumption patterns. The hypothesis testing results revealed that Shopee application usage had a positive but insignificant effect on students' consumption patterns, with a coefficient value of 0.264, a T-statistic of 1.672, and a P-value of 0.095. Meanwhile, lifestyle had a positive and significant effect, with a coefficient value of 0.555, a T-statistic of 3.485, and a P-value of 0.000497. Based on these findings, it can be concluded that lifestyle plays a greater role than Shopee application usage in influencing students' consumption patterns. Therefore, students are expected to manage their expenses more wisely and be able to distinguish between needs and wants when making purchasing decisions.

Keywords: *consumption patterns, e-commerce, lifestyle, Shopee, students*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam berbagai aktivitas masyarakat, termasuk dalam kegiatan jual beli. Kegiatan jual beli biasanya dilakukan secara langsung, namun dengan kemajuan teknologi digital, transaksi jual beli dapat dilakukan di *e-commerce* (Fitri et al., 2024) . Salah satu *e-commerce* yang banyak digunakan adalah shopee, yang menyediakan berbagai produk, metode pembayaran, dan promosi. Kemudahan smartphone juga konsumen mencari informasi, membandingkan harga, dan melakukan pembelian dengan cepat (Nurmalia et al., 2024). Perubahan tersebut turut memengaruhi kebiasaan masyarakat dalam menentukan barang yang dibeli. Penggunaan Shopee menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan pola konsumtif generasi muda (Isworo., 2026).

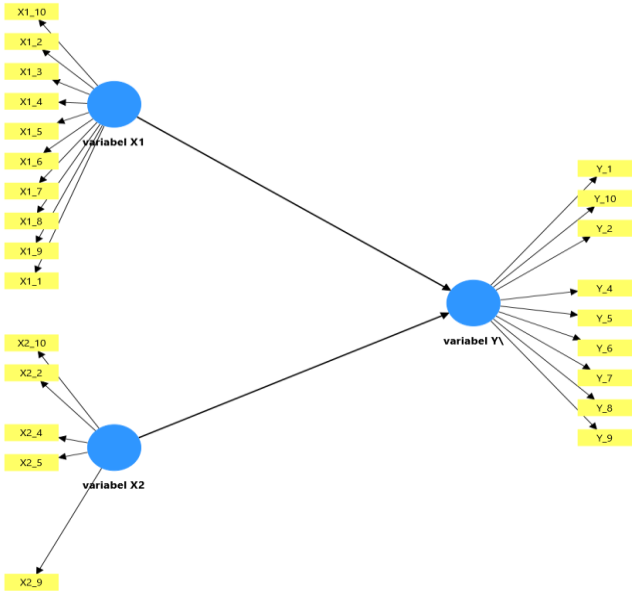
Shopee merupakan salah satu platform *e-commerce* dengan tingkat penggunaan tertinggi di Indonesia (Putri et al., 2026). Mahasiswa merupakan kelompok yang aktif menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Melalui Shopee, mahasiswa dapat mencari produk, membandingkan harga, membaca ulasan, dan memanfaatkan promosi. Namun, diskon, voucher gratis ongkir, dan tren produk juga dapat mendorong pembelian di luar kebutuhan. (Sari et al., 2026) menemukan bahwa s*hopping lifestyle,* voucher gratis ongkir, dan *viral marketing* berpengaruh positif terhadap *impulsive buying*. (Nurmalia et al., 2024) juga menemukan pengaruh positif gaya hidup digital dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian melalui Shopee. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Shopee berkaitan dengan kebiasaan belanja mahasiswa.

Selain penggunaan *e-commerce*, tekanan dari lingkungan sosial juga memegang peranan besar dalam mendorong perilaku konsumtif mahasiswa (Sari et al., 2026). Gaya hidup berkaitan dengan aktivitas, minat, kebiasaan, dan cara seseorang menggunakan uang. Mahasiswa yang mengikuti tren cenderung tertarik membeli pakaian, produk kecantikan, dan aksesoris yang mendukung penampilan dan pergaulan. Apabila tidak disertai pertimbangan kebutuhan dan kemampuan keuangan,kebiasaan tersebut dapat meningkatkan pengeluaran. (Cahyaningsih et al., 2026) menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee. (Isworo., 2026) juga menemukan adanya pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumtif siswa yang diteliti. Hasil tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam memahami pola konsumsi mahasiswa.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang dalam membeli atau menggunakan barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya (Lia & Umami, 2025). Mahasiswa perlu menyesuaikan pengeluaran dengan uang saku atau penghasilan yang dimiliki. Namun, kemudahan transaksi dan keinginan mengikuti tren dapat mendorong pembelian di luar kebutuhan utama. (Cahyaningsih et al., 2026) menemukan bahwa literasi keuangan dan *locus of control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup berpengaruh positif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pola konsumsi berkaitan dengan gaya hidup dan kemampuan mengendalikan keuangan. Oleh karena itu, penggunaan Shopee dan gaya hidup perlu dikaji untuk memahami kebiasaan konsumsi mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan beberapa landasan teori untuk menjelaskan hubungan antarvariabel. *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah sebuah model untuk memprediksi adopsi aplikasi komputer dan faktor-faktor yang berkaitan langsung dengannya (Sunarya, 2022). Teori ini digunakan untuk memahami penggunaan aplikasi Shopee oleh mahasiswa. Selanjutnya, konsep gaya hidup AIO yaitu Activities, Interest, dan Opinion dan juga pendapat konsumen, Melalui apa yang konsumen senangi dan disukai maka akan tercermin gaya hidup dari konsumen tersebut (Augusta, n.d.). Perilaku Konsumen merupakan perilaku atau tindakan individu maupun kelompok (konsumen) dalam membeli atau menggunakan produk barang dan jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga mereka akan mendapatkan produk ataupun jasa yang diinginkan oleh seorang konsumen (Zulkarnain n.d.).

Gambar 1. Kerangka Teoritis



Ketiga landasan teori tersebut menjadi dasar dalam menyusun kerangka teoritis ini. Penggunaan aplikasi Shopee (X1) dan gaya hidup (X2) ditempatkan sebagai variabel bebas, sedangkan pola konsumsi mahasiswa (Y) menjadi variabel terikat. Setiap variabel memiliki indikator yang digunakan untuk mengukur dan menggambarkan masing-masing variabel penelitian. Kerangka ini menunjukkan arah hubungan antara penggunaan aplikasi Shopee dan gaya hidup terhadap pola konsumsi mahasiswa, sebagaimana digambarkan pada Gambar 1.

Penelitian terdahulu telah membahas penggunaan Shopee dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi dengan fokus yang berbeda. (Isworo, 2026) meneliti penggunaan Shopee, DANA, dan gaya hidup terhadap pola konsumtif siswa. Cahyaningsih dan Totalia (2026) mengkaji literasi keuangan, *locus of control*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. (Nurmalia et al., 2024) membahas gaya hidup digital dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian melalui Shopee, sedangkan (Sari et al., 2026) meneliti *shopping lifestyle*, voucher gratis ongkir, dan *viral marketing* terhadap *impulsive buying*. Perbedaan variabel dan objek penelitian tersebut memberikan ruang untuk mengkaji penggunaan Shopee dan gaya hidup secara bersamaan terhadap pola konsumsi mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami faktor yang berkaitan dengan pola konsumsi mahasiswa di era digital ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif atau kausal, yaitu penelitian yang bertujuan melihat apakah suatu variabel mempengaruhi variabel lain (Kube et al., 2026) Ada dua jenis variabel, variabel independen (X) adalah variabel yang memengaruhi, yaitu penggunaan aplikasi Shopee (X1) dan gaya hidup (X2). Variabel dependen (Y) adalah variabel yang di pengaruhi, yaitu pola konsumsi mahasiswa (Fadhilah & Abadi, 2023)Metode yang dipakai adalah survai dengan data primer, yaitu data yang di ambil langsung dari responden melalui kuisioner (Program et al., 2026).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif pengguna aplikasi Shopee yang berjumlah 1.150 orang. Objek penelitiannya adalah penggunaan Shopee , gaya hidup, dan pola konsumsi , sedangkan subjeknya adalah mahasiwa aktif penggunaan Shopee. Jumlah sampel dihitung dengan rumus Slovin , yaitu $n = N / (1 + N \times e^2)$, dengan n adalah jumlah sampel , N adalah jumlah populasi , dan e adalah batas kesalahan (*margin of error*) (Fadhilah & Abadi, 2023; Khaerunisa et al., 2024). Dengan jumlah populasi N = 1.150 dan batas kesalahan e = 10% (0,1), perhitungannya adalah $n = 1.150 / (1 + 1.150 \times 0{,}1^2) = 1.150 / (1 + 11{,}5) = 1.150 / 12{,}5 = 92$, sehingga diperoleh sampel sebanyak 92 responden. Sampel adalah sebagian anggota populasi yang dipilih untuk mewakili populasi (Lestari et al., 2023) . Responden dipilih dengan *teknik purposive sampling*, yaitu berdasarkan

kriteria tertentu, yaitu mahasiswa aktif yang menggunakan dan pernah bertransaksi di Shopee (Afni et al., 2026).

Data dikumpulkan dengan kuesioner yang dibagikan melalui tautan Google Form dan diisi secara sukarela oleh mahasiswa yang sesuai kriteria (Lestari et al., 2023; Fitri et al., 2024) . Jawaban diukur dengan skala Likert 1-5, dari sangat tidak setuju (1) sampai sangat setuju (5). Data yang terkumpul diperiksa kelengkapannya, diberi skor, lalu dimasukkan ke program SmartPLS untuk diolah. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (*PLS-SEM*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 1. Hasil Uji Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
X1	X1.1	0,762	Valid
X1	X1.2	0,867	Valid
X1	X1.3	0,888	Valid
X1	X1.4	0,875	Valid
X1	X1.5	0,843	Valid
X1	X1.6	0,846	Valid
X1	X1.7	0,761	Valid
X1	X1.8	0,801	Valid
X1	X1.9	0,886	Valid
X1	X1.10	0,881	Valid
X2	X2.2	0,835	Valid
X2	X2.4	0,850	Valid
X2	X2.5	0,774	Valid
X2	X2.9	0,902	Valid
X2	X2.10	0,850	Valid
Y	Y.1	0,836	Valid
Y	Y.2	0,877	Valid
Y	Y.4	0,788	Valid
Y	Y.5	0,819	Valid
Y	Y.6	0,808	Valid
Y	Y.7	0,886	Valid
Y	Y.8	0,857	Valid
Y	Y.9	0,902	Valid
Y	Y.10	0,877	Valid

Berdasarkan Table 1, diketahui bahwa seluruh 24 indikator dalam penelitain ini memiliki nilai di atas 0,70. Nilai tertinggi diperoleh indikator Y.9 sebesar 0,902, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator X1.7 sebesar 0,761. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator sudah mampu menggambarkan variabel dengan baik. Selain itu nilai yang diperoleh juga menunjukkan bahwa hubungan antara masing-masing indikator dengan variabel penelitiannya telah memenuhi batas yang ditetapkan. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

Table 2. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_a	rho_c	AVE	Keterangan
X1	0,954	0,960	0,961	0,710	Reliabel dan valid
X2	0,898	0,913	0,925	0,711	Reliabel dan valid
Y	0,952	0,955	0,959	0,724	Reliabel dan valid

Berdasarkan Table 2, seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha*,*Composite reliability* (rho_a), dan *Composite reliability* (rho_c) yang berada di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki tingkat konsistensi yang baik sehingga dapat dinyatakan reliabel. Selain itu, nilai AVE yang diperoleh pada masing-masing variabel juga telah memenuhi kriteria, yaitu, X1 sebesar 0,710, X2 sebesar 0,711, dan Y sebesar 0,724. Dengan demikian, ketiga konstruk telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas konvergen.

Table 3. Hasil Uji Fornell-Larcker

Variabel	X1	X2	Y
X1	0,842	-	-
X2	0,727	0,843	-
Y	0,668	0,747	0,851

Berdasarkan Table 3, nilai diagonal pada tabel menunjukkan angka 0,842 untuk X1, 0,843 untuk X2, dan 0,851 untuk Y. Nilai tersebut lebih besar dibangdingkan antara masing-masing variavel dengan variabel lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model penelitian telah memenuhi persyaratan validitas diskriminan. Artinya, variabel penggunaan Shopee, gaya hidup, dan pola konsumsi mahasiswa memiliki karakteristik pengukuran yang berbeda satu sama lain.

Table 4. Hasil Uji Hipotesis

Hubungan	Original Sample (O)	T-Statistics	P-Values	Keterangan
X1 → Y	0,264	1,672	0,095	Ditolak
X2 → Y	0,555	3,485	0,000497	Diterima

Berdasarkan Table 4, pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap pola konsumsi mahasiswa (X1 ke Y) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,264 dengan arah positif. Hasil pengujian memperoleh nilai *T-statistics* sebesar 1,672 dan *P-values* sebesar 0,095. Meskipun memiki arah pengaruh positif, nilai *P-values* yang lebih besar dari 0,05 dan *T-statistics* yang lebih kecil dari 1,96 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Sementara itu, hasil pengujian pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumsi mahasiswa (X2 ke Y) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,555 dengan arah positif. Nilai *T-statistics* yang diperoleh sebesar 3,485 dan P-values sebesar 0,000497. Karena nilai *P-values* lebih kecil dari 0,05 dan *T-statistics* lebih besar dari 1,96, maka pengaruh tersebut dinyatakan positif dan signifikan.

Berdasarkan keseluruhan hasil pengujian, diketahui bahwa penggunaan aplikasi Shopee dan gaya hidup memiliki pengaruh yang berbeda terhadap pola konsumsi mahasiswa. Penggunaan aplikasi Shopee menunjukkan arah hubungan positif, tetapi belum memberikan pengaruh yang signifikan. Hasil ini berbeda dengan penelitian (Nurmalia et al., 2024) yang menemukan adanya pengaruh gaya hidup digital dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian melalui Shopee. Selain itu, (Meylani et al., 2026) menjelaskan bahwa kemudahan akses teknologi finansial dapat mendorong perilaku konsumsi impulsif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Perbedaan tersebut dapat terjadi karena fokus variabel yang diteliti tidak sepenuhnya sama. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi dan berbagai fitur yang tersedia belum tentu secara langsung memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Dengan demikian, penggunaan aplikasi Shopee belum terbukti menjadi faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa dalam penelitian ini.

Sementara itu, gaya hidup terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Cahyaningsih et al., 2026) serta (Isworo, 2026) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian (Jurnal et al., 2026) menjelaskan bahwa mahasiswa memiliki intensitas belanja online yang relatif tinggi melalui Shopee, yang terlihat dari frekuensi belanja, kemudahan transaksi, serta ketertarikan terhadap promosi dan diskon. Hasil menunjukkan bahwa aktivitas, minat, dan kebiasaan mahasiswa dalam mengikuti perkembangan tren berkaitan dengan cara mereka menentukan kebutuhan dan melakukan pembelian. Hal ini memperlihatkan bahwa gaya hidup memiliki peran yang lebih kuat dalam menjelaskan pola konsumsi mahasiswa dibandingkan penggunaan aplikasi Shopee. Oleh karena itu, gaya hidup menjadi faktor yang lebih dominan berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa penggunaan aplikasi Shopee dan gaya hidup memberikan hasil pengaruh yang berbeda terhadap pola konsumsi mahasiswa. Penggunaan aplikasi Shopee menunjukkan hubungan positif, tetapi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pola konsumsi, dengan nilai koefisien 0,264 dan P-values 0,095. Sebaliknya, gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien 0,555 dan P-values 0,000497.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa kebiasaan, minat, aktivitas, serta ketertarikan mahasiswa terhadap tren lebih berperan dalam menentukan pola konsumsi dibandingkan penggunaan aplikasi Shopee. Dari sisi teoritis, penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi belanja online, tetapi juga berkaitan dengan gaya hidup yang dijalani. Sementara dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa agar lebih mampu mengatur keuangan dan mengutamakan kebutuhan daripada keinginan saat berbelanja.

Penelitian ini turut memberikan sumbangan pemahaman mengenai hubungan penggunaan e-commerce dan gaya hidup dengan pola konsumsi mahasiswa di era digital. Temuan yang diperoleh dapat menjadi gambaran bahwa kemudahan berbelanja melalui aplikasi tidak selalu menentukan kebiasaan konsumsi seseorang, karena terdapat faktor lain, terutama gaya hidup, yang memiliki pengaruh lebih kuat. Oleh sebab itu, mahasiswa diharapkan dapat menerapkan kebiasaan berbelanja secara bijak dan menyesuaikannya dengan kondisi keuangan masing-masing. Untuk penelitian berikutnya, disarankan agar mengikutsertakan variabel tambahan, seperti pemahaman keuangan (literasi keuangan), kemampuan mengendalikan diri (self-control), serta pengaruh lingkungan sosial. Selain itu, penggunaan jumlah responden yang lebih banyak dan melibatkan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi juga diperlukan agar hasil penelitian selanjutnya dapat memberikan penjelasan yang lebih luas dan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswa.

REFERENCES

Augusta, C. D. (n.d.). *Keputusan Konsumen Dalam Memilih Coffeshoop (Studi pada konsumen Coffee Toffee Kota Malang)*. 1–20.

Fadhilah, N., & Abadi, M. T. (2023). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online , Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa The Impact of Utilizing Online Shopping Applications , Lifestyle Preferences , and Financial Literacy on The Consumptive Behavior of University Students*. *XVI*(2), 141–156. https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293

Fitri, D., Salam, M., & Aditya, A. (2024). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Persfektif Pancasila*. *15*(1), 1014–1027.

Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2026). *No Title*. *12*, 232–237.

Isworo (2026) Pengaruh Penggunaan Shopee, Dana, Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumtif Siswa Jurusan Akuntansi Di SMK NEGERI 2 Kota Kediri

Jurnal, J., Mea, I., Afni, N., Ikbal, M., & Badewi, M. H. (2026). *Dampak Belanja Online Di Shopee Terhadap JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. *10*(2), 827–843.

Kube, A. S., Umbu, M., Yewang, K., & Adha, E. (2026). *Pengaruh Belanja Online dan Penggunaan Digital Payment terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nusa Cendana Kupang*. *2917*, 17782–17791.

Lia, D., & Umami, N. (2025). *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Marketplace Shopee di Era Digital (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Universitas Bhineka PGRI*. *2*(7), 1697–1709.

Meylani, S., Destiani, S. A., Alfiansyah, D., & Arifiani, R. (2026). *Dampak Digital Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee PayLater di Era Gen Z*. *4*(1), 1–13.

Nurmalia, G., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., Wulan, M. N., Lampung, U., Utamie, Z. R., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2024). *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung : Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee*. *3*(01), 22–32.

Penellitian, L., & Lestari, P. D. (2023). *Pengaruh Life Style , Media Sosial TikTok , dan Kebutuhan Terhadap Penggunaan Shopeepay Later (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bojonegoro)*. *23*(2), 2359–2365. https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.3438

Program, J., Pendidikan, S., Hidup, G., Keuangan, L., & Konsumtif, P. (2026). *Pengaruh Literasi Keuangan , Locus Of Control Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Di Shopee..14*(2), 579–587.

Sari, A. A., Khotimah, S. K., & Jannah, D. W. (2026). *Jurnal Penelitian Nusantara Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital : Studi Kasus Pengguna Platform Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa*

Ekonomi Menulis : Jurnal Penelitian Nusantara. *2*, 710–715.
Sunarya, I. M. (2022). *Pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan layanan dompet digital (e-wallet) melalui pendekatan teori technology acceptance model*. *5*(3), 1414–1422.
Zulkarnain (n.d.) Peran Penting Teori Perilaku Konsumen Dalam Strategi Pemasaran.