



Transformasi Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa dalam Penggunaan *E-Money* di Universitas Hamzanwadi

Eli mazlin^{1)*}, Hanapi¹⁾, Ahmad Tohri¹⁾

¹⁾Pendidikan Sosiologi, FISE, Universitas Hamzanwadi

*Correspondence: 220403007@student.hamzanwadi.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam sistem transaksi keuangan melalui penggunaan uang elektronik (*e-money*) yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan berbagai fitur menarik sehingga berpotensi mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa sebagai pengguna aktif teknologi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam penggunaan *e-money* di Universitas Hamzanwadi serta faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya transformasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan 12 responden mahasiswa pengguna *e-money* aktif yang dipilih melalui purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan Kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan *e-money* telah mendorong transformasi gaya hidup mahasiswa yang ditandai dengan pergeseran pola transaksi dari tunai ke digital, meningkatnya aktivitas belanja, serta munculnya kecenderungan pembelian impulsif (*impulsive buying*). Transformasi tersebut dipengaruhi oleh kemudahan transaksi, promosi digital, perkembangan teknologi, lingkungan sosial, dan kebiasaan berbelanja daring. Dengan demikian, *e-money* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga berperan dalam membentuk gaya hidup konsumtif mahasiswa di era digital.

Kata Kunci: *e-Money*; Gaya Hidup Konsumtif; Transformasi Gaya Hidup; Mahasiswa; Teknologi Digital

This is an open access article under the [CC-BY](#) license.



PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital di era globalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pada sektor ekonomi dan sistem transaksi keuangan (Tarantang et al., 2019). Perkembangan teknologi dan komunikasi mendorong lahirnya berbagai inovasi yang memberikan kemudahan dalam aktivitas sehari-hari, salah satu inovasi tersebut adalah sistem pembayaran digital (Hisyam & Lubis, 2024). Inovasi ini menghadirkan alternatif transaksi yang lebih cepat, praktis, dan efisien dibanding uang tunai. Salah satu bentuk pembayaran digital yang berkembang pesat adalah uang elektronik (*electronic money* atau *e-money*). *E-money* merupakan alat pembayaran non-tunai yang menyimpan sejumlah nilai uang dalam bentuk elektronik dan digunakan untuk mempermudah berbagai macam transaksi (Bank Indonesia, 2023).

Perkembangan *e-money* di Indonesia menunjukkan kemajuan signifikan seiring berkembangnya teknologi finansial dan meningkatnya penggunaan internet. Berbagai platform dompet digital seperti Gopay, Ovo, Dana, dan Shopeepay semakin banyak digunakan Masyarakat karena menawarkan kemudahan, pembayaran cepat, praktis, dan efisien. Penggunaan *e-money* tidak lagi terbatas pada transaksi transportasi atau pembayaran makanan, tetapi telah merambah berbagai aktivitas ekonomi lainnya, termasuk belanja daring, pembayaran tagihan, hiburan, hingga kebutuhan pendidikan. Kondisi ini menunjukkan *e-money* telah menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat modern terutama di kalangan generasi muda yang semakin terhubung dengan teknologi digital (Abiba & Indrarini, 2021; Aldilaa et al., 2025; Penindra et al., 2026).

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang paling cepat mengadopsi metode pembayaran digital (Khotimah et al., 2025). Sebagai generasi yang dibesarkan di tengah kemajuan teknologi digital, mahasiswa memiliki kemampuan adaptasi tinggi terhadap berbagai inovasi pembayaran non-tunai. Aktivitas akademik dan non-akademik yang padat membuat mahasiswa cenderung memilih metode transaksi yang cepat dan praktis.

Akses yang mudah ke berbagai platform digital juga mendorong mahasiswa memanfaatkan *e-money* dalam memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari, mulai dari pembelian kebutuhan kuliah, transportasi, makanan, hingga aktivitas belanja online (Nawawi, 2020; Permana et al., 2022).

Kemudahan transaksi yang ditawarkan memungkinkan proses pembelian dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa harus menggunakan uang tunai. Selain itu, berbagai fitur promosi seperti diskon, *cashback*, dan voucher yang ada dalam aplikasi pembayaran digital sering kali mendorong pengguna melakukan transaksi berulang. Kondisi ini menyebabkan aktivitas konsumsi menjadi lebih mudah dilakukan dan berpotensi mengubah cara mahasiswa mengelola pengeluaran serta menentukan prioritas kebutuhan (Devica, 2022; Fristia & Megawaty, 2025; Susilowati et al., 2025).

Dalam konteks tersebut, penggunaan *e-money* tidak hanya dipahami sebagai perubahan alat pembayaran, tetapi sebagai bagian dari perubahan sosial yang memengaruhi gaya hidup masyarakat. Gaya hidup merupakan pola hidup yang tercermin melalui aktivitas, minat, pilihan, dan kebiasaan individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari (Kotler & Keller, 2016). Ketika penggunaan teknologi digital semakin menyatu dalam aktivitas konsumsi, terjadi perubahan dalam cara individu memenuhi kebutuhan, membuat keputusan pembelian, serta memanfaatkan berbagai layanan yang tersedia.

Gaya hidup konsumtif tidak hanya terlihat dari perilaku pembelian yang berlebihan, tetapi juga dari perubahan pola aktivitas, kebiasaan konsumsi, penggunaan teknologi digital, serta cara individu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kebiasaan yang dilakukan secara berulang juga ikut membentuk pola perilaku tertentu dalam Masyarakat (Habibuddin et al., 2023). Dalam konteks penggunaan *e-money*, perubahan tersebut dapat membentuk pola hidup baru yang semakin bergantung pada transaksi digital, layanan berbasis aplikasi, serta kemudahan teknologi dalam aktivitas konsumsi sehari-hari (Safitri et al., 2026). Dari perspektif teori sosiologi konsumsi, situasi ini dipahami sebagai bagian dari perubahan nilai, pola pikir, dan budaya konsumsi masyarakat di era digital (Featherstone, 2007).

Transformasi gaya hidup konsumtif penelitian ini dipahami sebagai perubahan yang berlangsung secara bertahap dan berkelanjutan pada pola hidup mahasiswa akibat penggunaan *e-money*. Transformasi tersebut tidak hanya terlihat dari meningkatnya frekuensi pembelian atau munculnya perilaku konsumtif, tetapi juga dari perubahan kebiasaan hidup sehari-hari. Mahasiswa menjadi lebih terbiasa menggunakan layanan digital untuk memenuhi kebutuhan, lebih sering melakukan transaksi melalui aplikasi, semakin bergantung pada berbagai platform digital dalam aktivitas konsumsi, serta mengalami perubahan dalam cara mengelola dan membelanjakan uang. Dengan demikian, penggunaan *e-money* tidak sekedar mempengaruhi perilaku membeli, tetapi ikut membentuk pola hidup baru yang semakin praktis, cepat, dan terhubung dengan teknologi digital (Camilla et al., 2025; Hasibuan & Fauzan, 2025).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan penggunaan *e-money* memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Penelitian yang dilakukan Dewi (2017) menemukan penggunaan *e-money* dapat meningkatkan perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi pengendalian diri yang baik. Penelitian Ambarsari & Asandimitra, (2022) juga menunjukkan penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan generasi muda. Selain itu, penelitian Kusmiati & Kurnianingsih, (2022) menemukan bahwa *e-money*, gaya hidup, literasi keuangan, dan pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian Yosfenia & Suhaji, (2025) menunjukkan penggunaan uang elektronik, media sosial, dan gaya hidup secara bersamaan ikut memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Meskipun berbagai penelitian mengenai penggunaan *e-money* telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada hubungan penggunaan *e-money* dengan perilaku konsumtif, tingkat konsumsi, atau keputusan pembelian mahasiswa melalui pendekatan kuantitatif (Eko Wardoyo, 2024). Pendekatan tersebut umumnya menjelaskan hubungan antarvariabel, namun belum mampu mengungkap secara mendalam pengalaman subjektif mahasiswa dalam mengalami transformasi gaya hidup konsumtif akibat penggunaan *e-money*. Perubahan kebiasaan hidup, pola aktivitas sehari-hari, preferensi konsumsi, serta ketergantungan terhadap layanan digital sebagai bagian dari pengalaman hidup mahasiswa masih relatif jarang dikaji melalui pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) pada pemahaman mengenai makna pengalaman mahasiswa dalam menjalani transformasi gaya hidup konsumtif sebagai dampak penggunaan *e-money*. Oleh karena itu, penelitian ini

menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi untuk mengeksplorasi dan memahami pengalaman hidup mahasiswa serta makna yang mereka berikan terhadap transformasi gaya hidup konsumtif dalam penggunaan *e-money*, sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya transformasi tersebut.

Selain itu, dominasi pendekatan kuantitatif penelitian terdahulu menyebabkan pengalaman subjektif mahasiswa dalam menggunakan *e-money* dan memaknai perubahan yang mereka alami belum banyak dieksplorasi. Oleh karena itu, terdapat kesenjangan penelitian secara konseptual maupun metodologis. Secara konseptual, penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada perilaku konsumtif, sedangkan kajian mengenai transformasi gaya hidup konsumtif masih terbatas. Secara metodologis, penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga belum mampu menggambarkan secara mendalam proses perubahan gaya hidup yang dialami mahasiswa pengguna *e-money*.

Universitas Hamzanwadi merupakan salah satu lingkungan pendidikan tinggi yang menunjukkan tingkat penggunaan *e-money* yang tinggi di kalangan mahasiswa. Pemanfaatan *e-money* dalam berbagai aktivitas akademik maupun non-akademik menunjukkan teknologi pembayaran digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswa. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena penggunaan *e-money* tidak hanya memberikan kemudahan bertransaksi, tetapi berpotensi membentuk perubahan kebiasaan hidup, pola konsumsi, dan gaya hidup mahasiswa.

Berdasarkan kondisi tersebut, penggunaan *e-money* memengaruhi cara mahasiswa melakukan transaksi dan berpotensi menciptakan perubahan dalam kebiasaan hidup, pola konsumsi, serta aktivitas sehari-hari yang mencerminkan transformasi gaya hidup konsumtif. Bentuk transformasi gaya hidup konsumtif yang dialami mahasiswa pengguna *e-money* serta faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya transformasi tersebut masih perlu diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana transformasi gaya hidup konsumtif mahasiswa pengguna *e-money* di Universitas Hamzanwadi dan faktor-faktor yang memengaruhi perubahan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam penggunaan *e-money* di Universitas Hamzanwadi serta faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya transformasi tersebut. Hasil dari studi ini diharapkan memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian ilmiah mengenai perubahan perilaku masyarakat di era digital, khususnya yang berkaitan dengan pola konsumsi dan dinamika kehidupan modern, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengeksplorasi dampak perkembangan teknologi terhadap kehidupan sosial masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi. Pendekatan ini digunakan untuk memahami makna pengalaman hidup individu terhadap suatu fenomena berdasarkan perspektif dan pengalaman yang mereka alami secara langsung (Creswell, 2016). Dalam penelitian fenomenologi, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terlibat secara langsung dalam seluruh proses penelitian, mulai dari menentukan informan, melakukan observasi dan wawancara mendalam, mengumpulkan data, menafsirkan makna pengalaman partisipan, hingga menyusun hasil penelitian. Selama proses penelitian, peneliti berupaya menjaga objektivitas melalui refleksi diri (*bracketing* atau *epoche*) dengan mengesampingkan asumsi dan pengalaman pribadi agar interpretasi yang dihasilkan berfokus pada pengalaman yang disampaikan oleh partisipan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mengungkap esensi pengalaman mahasiswa terkait transformasi gaya hidup konsumtif dalam penggunaan *e-money*.

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Hamzanwadi pada bulan Mei hingga Juni 2026. Subjek penelitian terdiri atas mahasiswa aktif semester akhir, khususnya mahasiswa semester 8 yang menggunakan *e-money* dalam aktivitas sehari-hari. Mahasiswa semester akhir dipilih karena berada pada tahap akhir perkuliahan dengan tingkat aktivitas dan kebutuhan transaksi yang cukup tinggi, seperti pembayaran kebutuhan akademik, transportasi, konsumsi, hingga belanja daring. Selain itu, mahasiswa semester akhir merupakan kelompok yang aktif memanfaatkan teknologi digital, terutama sistem pembayaran non-tunai dan transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dianggap relevan untuk menggambarkan fenomena penggunaan *e-money* dalam kehidupan mahasiswa modern (Fitriana et al., 2024; Nawawi, 2020; Wahid et al., 2024).

Metode pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode penentuan sampel untuk memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai masalah yang diteliti, sehingga dapat memberikan informasi yang relevan dengan kebutuhan penelitian (Moleong, 2018). Teknik ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang perubahan gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam penggunaan *e-money*, sehingga sebagian mahasiswa dianggap memiliki pengalaman dan perilaku konsumsi yang relevan dengan fokus penelitian di lingkungan universitas.

Kriteria pemilihan informan mencakup mahasiswa yang secara aktif menggunakan *e-money* dalam transaksi, sering melakukan pembayaran secara digital, serta memiliki pengalaman dalam menggunakan berbagai layanan pembayaran non-tunai di lingkungan universitas. Kriteria tersebut ditetapkan agar informan benar-benar memahami perubahan pola konsumsi dan gaya hidup yang terjadi akibat penggunaan *e-money* (Moleong, 2018; Sukmadinata, 2017). Jumlah informan studi ini adalah 12 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Angka ini ditetapkan berdasarkan kebutuhan data penelitian sampai mencapai titik kejenuhan data, yaitu saat informasi yang diperoleh sudah bersifat repetitif dan tidak ada data baru yang ditemukan (Moleong, 2018).

Dalam penelitian ini, instrumen utama adalah peneliti yang berperan secara langsung dalam proses pengumpulan dan analisis data. Instrumen pendukung yang digunakan meliputi pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan pedoman dokumentasi. Pedoman wawancara digunakan untuk menggali pengalaman, pandangan, serta makna yang diberikan mahasiswa terhadap penggunaan *e-money* dalam kehidupan sehari-hari. Lembar observasi digunakan untuk mencatat aktivitas dan perilaku mahasiswa yang berkaitan dengan penggunaan *e-money* serta pola konsumsi yang tampak selama penelitian. Sementara itu, pedoman dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung berupa riwayat transaksi (apabila bersedia ditunjukkan oleh partisipan), tangkapan layar penggunaan aplikasi *e-money*, foto kegiatan penelitian, serta dokumen lain yang relevan.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi untuk memperoleh informasi yang akurat, lengkap, dan sesuai dengan fokus penelitian (Creswell, 2016). Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali pengalaman hidup, pandangan, dan alasan mahasiswa dalam menggunakan *e-money*. Observasi dilakukan untuk mengamati perilaku penggunaan *e-money* dan pola konsumsi mahasiswa dalam aktivitas sehari-hari. Adapun studi dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi (Moleong, 2018).

Seluruh informasi dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif, dengan tujuan mendapatkan pemahaman mendalam mengenai fenomena yang diteliti melalui interaksi langsung dengan data empiris yang diperoleh. Proses analisis data penelitian mengacu pada model analisis interaktif yang dikemukakan Miles et al., (2014) meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi data sebagai upaya meningkatkan validitas dan kredibilitas temuan (Moleong, 2018). Triangulasi dilakukan dengan membandingkan dan mengecek kesesuaian informasi yang diperoleh dari berbagai sumber serta teknik pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi (Creswell, 2016). Hasil wawancara dikonfirmasi melalui data observasi dan didukung oleh dokumen yang relevan sehingga informasi yang diperoleh lebih akurat, konsisten, dan dapat dipercaya. Dengan demikian, proses triangulasi membantu memastikan bahwa temuan penelitian benar-benar mencerminkan pengalaman mahasiswa mengenai transformasi gaya hidup konsumtif dalam penggunaan *e-money*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

E-money dalam Kehidupan Sehari-hari Mahasiswa

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa Universitas Hamzanwadi, penggunaan *e-money* telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari partisipan. Berbagai aplikasi pembayaran digital, seperti Dana, ShopeePay, GoPay, dan Brizzi, dimanfaatkan untuk melakukan transaksi secara cepat, praktis, dan fleksibel dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan: "*Saya lebih sering menggunakan Dana atau ShopeePay untuk membayar kebutuhan sehari-hari karena lebih praktis dan cepat. Hampir semua*

transaksi, mulai dari beli makan, belanja online, sampai bayar transportasi, saya lakukan menggunakan *e-money*." (Informan 1). Kutipan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* telah menjadi bagian dari kebiasaan transaksi mahasiswa. Kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas yang ditawarkan mendorong mahasiswa menjadikan *e-money* sebagai metode pembayaran utama dalam berbagai aktivitas sehari-hari.

Dari segi intensitas penggunaan, sebagian besar informan mengaku menggunakan *e-money* hampir setiap hari. Tingginya frekuensi penggunaan menunjukkan transaksi digital telah menjadi kebiasaan yang melekat dalam kehidupan mahasiswa. Penggunaan *e-money* yang dilakukan secara rutin menandakan adanya perubahan pola transaksi mahasiswa, di mana pembayaran digital semakin mendominasi dibanding penggunaan uang tunai. Mahasiswa merasa transaksi melalui *e-money* lebih cepat, efisien, dan memudahkan berbagai aktivitas tanpa harus membawa uang fisik.

Jenis transaksi yang dilakukan mahasiswa pengguna *e-money* sangat beragam, meliputi pembayaran makanan dan minuman, membayar tagihan, belanja online melalui *marketplace*, pembelian pulsa dan paket data internet, transfer uang, pembayaran menggunakan QRIS di berbagai toko, pembayaran transportasi, serta pembelian kebutuhan akademik dan kebutuhan sehari-hari. Keragaman transaksi tersebut menunjukkan *e-money* telah menjadi sarana transaksi utama pendukung berbagai aktivitas ekonomi dan kebutuhan harian mahasiswa.

Integrasi *e-money* dengan aktivitas digital mahasiswa terlihat dari penggunaannya yang telah terhubung dengan berbagai platform dan layanan digital yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari seperti *marketplace*, media sosial, layanan pesan antar makanan, transportasi online, pembelian pulsa dan paket data, transfer dana, serta pembayaran melalui QRIS. Melalui integrasi tersebut, mahasiswa dapat mencari informasi produk di media sosial, melakukan pembelian melalui *marketplace*, memanfaatkan berbagai promo dan *cashback* yang tersedia, hingga menyelesaikan transaksi secara menggunakan *e-money* tanpa harus berpindah ke metode pembayaran lain. Kondisi ini menunjukkan penggunaan *e-money* telah menyatu dengan berbagai aktivitas digital mahasiswa dan mendukung terbentuknya pola hidup yang semakin praktis, cepat, dan efisien.

Transformasi Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa dalam penggunaan *E-money*

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan mahasiswa Universitas Hamzanwadi, penggunaan *e-money* telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari mahasiswa. Berbagai aplikasi pembayaran digital seperti Dana, ShopeePay, GoPay, dan Brizzi, dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan transaksi, mulai dari pembelian makanan, belanja online, pembelian pulsa dan paket data, transfer uang, hingga pembayaran melalui QRIS.

Temuan penelitian menunjukkan penggunaan *e-money* berfungsi sebagai alat pembayaran digital yang memicu berbagai perubahan dalam pola transaksi, perilaku konsumsi, dan kebiasaan hidup mahasiswa. Perubahan tersebut terlihat dari pergeseran penggunaan uang tunai menuju transaksi digital, meningkatnya intensitas belanja online, munculnya kecenderungan pembelian impulsif (*impulsive buying*), semakin terintegrasinya aktivitas konsumsi dengan platform digital, serta perubahan cara mahasiswa mengelola pengeluaran. Berbagai bentuk transformasi gaya hidup konsumtif yang ditemukan dalam penelitian ini dirangkum pada tabel berikut.

Tabel 1. Tema Fenomenologis Transformasi Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Pengguna *E-money*

Tema Esensial	Makna Pengalaman Informan	Pernyataan Representati
<i>E-money</i> sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari	Informan memaknai <i>e-money</i> bukan sekadar alat pembayaran, tetapi telah menjadi kebutuhan dalam berbagai aktivitas sehari-hari.	"Hampir semua pembayaran saya pakai <i>e-money</i> karena lebih praktis."
Kemudahan mendorong perubahan perilaku konsumsi	Kemudahan transaksi membuat informan lebih sering melakukan pembelian tanpa banyak pertimbangan.	"Kalau tinggal scan QRIS jadi lebih gampang belanja."
Promosi digital membentuk keputusan konsumsi	<i>Cashback</i> , diskon, dan gratis ongkir menjadi pengalaman yang mendorong keinginan membeli meskipun barang tidak terlalu dibutuhkan.	"Kalau ada <i>cashback</i> saya jadi tertarik membeli."
<i>Marketplace</i> menjadi ruang konsumsi baru	Integrasi <i>e-money</i> dengan <i>marketplace</i> membuat aktivitas konsumsi semakin mudah dan lebih sering dilakukan.	"Belanja online jadi lebih sering karena langsung bisa bayar."

Tema Esensial	Makna Pengalaman Informan	Pernyataan Representati
Kontrol diri memediasi penggunaan <i>e-money</i>	Tidak semua informan menjadi lebih konsumtif; sebagian tetap mengontrol pengeluaran dengan membuat anggaran dan membatasi saldo.	"Saya tetap isi saldo seperlunya supaya tidak boros."

Berdasarkan Tabel 1, Berdasarkan hasil analisis fenomenologis, pengalaman para informan menunjukkan lima tema esensial yang menggambarkan transformasi gaya hidup konsumtif mahasiswa pengguna *e-money*. Tema pertama menunjukkan bahwa *e-money* telah dimaknai sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari, bukan lagi sekadar alat pembayaran. Tema kedua memperlihatkan bahwa kemudahan transaksi mendorong perubahan perilaku konsumsi melalui peningkatan frekuensi pembelian dan kecenderungan pembelian spontan. Tema ketiga menunjukkan bahwa promosi digital menjadi stimulus penting dalam pengambilan keputusan konsumsi. Tema keempat menggambarkan marketplace sebagai ruang konsumsi baru yang memperkuat integrasi aktivitas ekonomi mahasiswa dengan ekosistem digital. Sementara itu, tema kelima menunjukkan bahwa kemampuan mengendalikan diri dan mengelola keuangan menjadi faktor yang membedakan dampak penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Hasil wawancara menunjukkan kehadiran berbagai aplikasi pembayaran digital telah mengubah cara mahasiswa melakukan transaksi dalam kehidupan sehari-hari. Sebagian besar partisipan memaknai penggunaan *e-money* bukan sekadar sebagai alat pembayaran, tetapi sebagai bagian dari gaya hidup yang memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam memenuhi berbagai kebutuhan. Sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan, "*Saya lebih sering menggunakan Dana atau ShopeePay karena lebih praktis dan cepat untuk semua kebutuhan sehari-hari.*" Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman mahasiswa dalam menggunakan *e-money* telah membentuk kebiasaan baru, yaitu menjadikan transaksi digital sebagai pilihan utama dibandingkan penggunaan uang tunai.

Pengalaman tersebut mengindikasikan transformasi yang terjadi tidak hanya berupa perubahan alat pembayaran, tetapi juga perubahan cara mahasiswa memaknai aktivitas konsumsi. Kemudahan akses, proses pembayaran yang cepat, serta integrasi *e-money* dengan berbagai layanan digital membuat transaksi menjadi bagian yang tidak lagi memerlukan banyak pertimbangan. Kondisi ini menjadikan penggunaan *e-money* sebagai praktik yang terus diulang hingga akhirnya menjadi kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomena tersebut dapat dipahami melalui teori gaya hidup dari Anthony Giddens yang menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan pola praktik sosial yang terus direproduksi dalam kehidupan sehari-hari melalui pilihan-pilihan individu. Dalam konteks penelitian ini, penggunaan *e-money* mencerminkan perubahan praktik sosial mahasiswa dari pembayaran tunai menuju pembayaran digital sebagai bagian dari identitas dan rutinitas kehidupan modern. Dengan demikian, transformasi yang dialami mahasiswa tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga menunjukkan perubahan makna terhadap cara mereka beraktivitas, mengonsumsi, dan berinteraksi dengan perkembangan teknologi digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fitriana (2024) serta Rizaldi & Kismini (2024) yang menunjukkan bahwa perkembangan teknologi pembayaran digital mendorong perubahan perilaku masyarakat menuju budaya *cashless society*. Namun, penelitian ini melengkapi temuan tersebut dengan memperlihatkan bagaimana mahasiswa memaknai perubahan tersebut sebagai pengalaman yang membentuk kebiasaan dan gaya hidup konsumtif dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil wawancara dengan tokoh menjelaskan kemajuan teknologi yang pesat mengakibatkan perubahan budaya transaksi masyarakat dari sistem tunai menuju masyarakat tanpa uang tunai. Menurutnya, generasi muda lebih mudah beradaptasi dengan perubahan tersebut karena sejak awal telah hidup berdampingan dengan teknologi digital. Mengacu teori gaya hidup yang dikemukakan Chaney, (2004) perubahan cara pembayaran ini mencerminkan perubahan pola hidup masyarakat modern yang dipengaruhi perkembangan teknologi. Penggunaan *e-money* tidak lagi sekadar alat transaksi, tetapi menjadi bagian dari identitas dan gaya hidup mahasiswa yang ingin menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman.

Transformasi gaya hidup konsumtif mahasiswa juga terlihat dari meningkatnya frekuensi belanja online setelah menggunakan *e-money*. Mahasiswa mengaku sering berbelanja melalui marketplace seperti Shopee dan TikTok Shop karena proses pembayaran menjadi lebih mudah dan cepat. Kemudahan tersebut memungkinkan mahasiswa melakukan pembelian kapan dan di mana saja tanpa harus mengunjungi toko secara langsung. Temuan ini sejalan dengan penelitian Durman & Wafa, (2024) serta Putri & Pramurindra, (2022) yang

menyatakan kemudahan pembayaran digital dan akses marketplace meningkatkan aktivitas konsumsi online masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Semakin mudah proses transaksi dilakukan, semakin tinggi pula kemungkinan seseorang melakukan pembelian. Peningkatan aktivitas belanja online menunjukkan konsumsi mahasiswa semakin terintegrasi dengan teknologi digital. *marketplace*, media sosial, dan layanan digital lainnya tidak hanya menjadi sarana memperoleh informasi, tetapi telah menjadi ruang mahasiswa melakukan aktivitas konsumsi.

Salah satu bentuk transformasi gaya hidup konsumtif yang ditemukan penelitian ini adalah munculnya kecenderungan pembelian impulsif (*impulsive buying*). Beberapa mahasiswa mengaku melakukan pembelian tanpa perencanaan setelah melihat promosi, cashback, diskon, gratis ongkir, atau rekomendasi produk di media sosial. Kondisi tersebut menunjukkan kemudahan transaksi digital mengurangi hambatan proses pembelian. Ketika pembayaran dapat dilakukan dalam beberapa detik melalui telepon genggam, mahasiswa lebih mudah mengambil keputusan pembelian tanpa mempertimbangkan kebutuhan secara mendalam. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Pernanda (2021) dan Pramesti (2023) yang menjelaskan promosi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif pengguna *e-money*. Berbagai bentuk promosi mampu menciptakan persepsi keuntungan sehingga mendorong konsumen melakukan pembelian yang sebelumnya tidak direncanakan (Susilowati et al., 2025).

Selain itu, media sosial juga berperan dalam membentuk perilaku impulsif mahasiswa. Khotizah & Azzahra, (2024) menjelaskan konten promosi yang disampaikan influencer melalui TikTok, Instagram, YouTube dapat meningkatkan minat beli konsumen karna dianggap lebih menarik dan meyakinkan. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang menunjukkan mahasiswa sering membeli produk setelah melihat rekomendasi atau ulasan di media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi mahasiswa semakin terintegrasi dengan teknologi digital. Berdasarkan pengalaman partisipan, penggunaan *e-money* tidak lagi dimaknai hanya sebagai alat pembayaran, tetapi telah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari yang memberikan rasa praktis, cepat, dan efisien dalam memenuhi berbagai kebutuhan. Salah satu informan mengungkapkan, "*Sekarang hampir semua pembayaran saya pakai e-money karena lebih praktis, mulai dari beli makan, belanja online, sampai bayar transportasi.*" Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai *e-money* sebagai sesuatu yang mempermudah aktivitas sehari-hari sehingga penggunaannya dilakukan secara terus-menerus hingga menjadi kebiasaan.

Kebiasaan tersebut menunjukkan bahwa transformasi yang dialami mahasiswa bukan sekadar perubahan cara membayar, tetapi juga perubahan dalam cara menjalani aktivitas konsumsi. Kemudahan akses terhadap berbagai layanan digital membuat aktivitas konsumsi semakin terintegrasi dengan teknologi sehingga transaksi digital menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mahasiswa. Dalam perspektif teori *Consumer Culture Theory* yang dikemukakan oleh Mike Featherstone, konsumsi dipahami sebagai praktik sosial yang membentuk gaya hidup dan identitas individu, bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan. Pengalaman mahasiswa dalam penelitian ini mencerminkan konsep tersebut, karena mereka memaknai penggunaan *e-money* sebagai bagian dari gaya hidup digital yang menunjukkan kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi sekaligus membentuk pola konsumsi yang semakin modern dan terdigitalisasi.

Hasil wawancara dengan narasumber juga mendukung temuan penelitian ini. Ia menyatakan kemajuan teknologi digital memiliki dampak signifikan terhadap pola konsumsi generasi muda. Menurutnya, kemudahan melakukan transaksi digital dan banyaknya promosi membuat mahasiswa lebih mudah untuk berbelanja sehingga perilaku konsumtif semakin meningkat. Penggunaan *e-money* ikut membawa perubahan terhadap cara mahasiswa mengelola keuangan dan pengeluaran. Sebagian mahasiswa mengaku pengeluaran menjadi lebih sulit dikendalikan karena transaksi digital terasa lebih mudah dibandingkan penggunaan uang tunai. Tidak adanya interaksi langsung dengan uang fisik membuat mahasiswa kurang menyadari jumlah uang yang telah dikeluarkan.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Hasibuan & Fauzan, (2025) dan Mora & Sidiq, (2024) yang menjelaskan pembayaran digital dapat meningkatkan kecenderungan konsumtif karena proses transaksi berlangsung lebih cepat dan minim hambatan psikologis dibandingkan pembayaran tunai (Wardani et al., 2025). Meskipun demikian, beberapa mahasiswa menunjukkan kemampuan mengelola keuangan dengan membuat perencanaan anggaran, membatasi penggunaan aplikasi belanja, serta memprioritaskan kebutuhan

dibandingkan keinginan. Hal ini menunjukkan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumsi sangat dipengaruhi oleh kemampuan pengendalian diri dan literasi keuangan pengguna.

Berdasarkan temuan penelitian, penggunaan *e-money* telah mendorong transformasi pada cara pembayaran, pola konsumsi, dan kebiasaan hidup mahasiswa. Transformasi tersebut diawali dengan pergeseran cara pembayaran dari penggunaan uang tunai menuju transaksi digital yang lebih praktis, cepat, dan efisien. Kemudahan transaksi kemudian memengaruhi pola konsumsi mahasiswa ditandai dengan meningkatnya frekuensi belanja, intensitas penggunaan *marketplace*, serta munculnya kecenderungan pembelian impulsif akibat berbagai promosi digital. Selanjutnya, perubahan tersebut membentuk kebiasaan hidup baru yang semakin terintegrasi teknologi digital, di mana mahasiswa terbiasa melakukan berbagai aktivitas, mulai dari mencari informasi produk, berbelanja, hingga melakukan pembayaran melalui platform digital.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Transformasi Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian, transformasi gaya hidup konsumtif mahasiswa pengguna *e-money* dipengaruhi berbagai faktor yang saling berkaitan. Faktor-faktor tersebut tidak hanya mendorong mahasiswa menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran, tetapi membentuk perubahan pola konsumsi, kebiasaan berbelanja, dan aktivitas sehari-hari yang semakin terintegrasi dengan teknologi digital.

Hasil wawancara menunjukkan kemudahan dan kepraktisan transaksi merupakan faktor utama yang mendorong mahasiswa menggunakan *e-money*. Mahasiswa memanfaatkan *e-money* untuk berbagai kebutuhan seperti membeli makanan, berbelanja online, membayar tagihan, melakukan transfer uang, hingga pembayaran melalui QRIS. Proses transaksi yang cepat, mudah, dan dapat dilakukan hanya melalui telepon genggam membuat mahasiswa lebih cenderung memilih pembayaran digital dibandingkan uang tunai. Temuan ini sejalan dengan penelitian Durman & Wafa, (2024) yang menjelaskan penggunaan system pembayaran digital meningkatkan minat Masyarakat dalam melakukan transaksi non-tunai. Kemudahan tersebut secara bertahap membentuk kebiasaan baru mahasiswa yang semakin bergantung pada teknologi digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, perkembangan budaya cashless society turut memperkuat penggunaan *e-money* di kalangan generasi muda (Fitriana et al., 2024; Rizaldi & Kismini, 2024).

Faktor lain yang mempengaruhi transformasi gaya hidup konsumtif mahasiswa adalah promosi digital yang ditawarkan penyedia layanan *e-money* maupun *marketplace*. Berbagai bentuk promosi seperti *cashback*, diskon, voucher belanja, gratis ongkir, dan program poin memberikan daya tarik tersendiri bagi mahasiswa untuk terus menggunakan *e-money* dalam bertransaksi. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian informan mengaku sering melakukan pembelian karena tertarik promosi yang tersedia. Mahasiswa merasa memperoleh keuntungan ketika mendapatkan potongan harga atau *cashback* sehingga lebih terdorong untuk melakukan transaksi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Pernanda (2021) dan Pramesti (2023) yang menjelaskan promosi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan frekuensi transaksi dan perilaku konsumtif pengguna *e-money*.

Perkembangan teknologi digital turut menjadi faktor penting dalam mendorong transformasi gaya hidup konsumtif mahasiswa. Kehadiran berbagai layanan digital membuat mahasiswa semakin terbiasa melakukan aktivitas secara digital. Menurut Chaney, (2004) perkembangan teknologi dapat membentuk pola perilaku dan gaya hidup Masyarakat modern. Dalam konteks ini, *e-money* menjadi bagian dari adaptasi mahasiswa terhadap perubahan teknologi yang memungkinkan berbagai aktivitas dilakukan secara lebih cepat dan efisien. Temuan ini juga didukung Durman & Wafa, (2024) yang menyatakan perkembangan teknologi digital mendorong perubahan pola transaksi dan konsumsi masyarakat menuju system yang lebih modern dan praktis.

Media sosial dan *influencer* ikut berperan dalam membentuk gaya hidup konsumtif mahasiswa. Hasil wawancara menunjukkan mahasiswa sering memperoleh informasi mengenai produk, promosi, dan trend konsumsi melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Rekomendasi produk dari media sosial dan *influencer* sering kali mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara online. Temuan ini sejalan dengan penelitian Khotizah & Azzahra, (2024) yang menjelaskan media sosial memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian generasi muda. Konten promosi yang menarik dan rekomendasi dari *influencer* mampu membentuk minat beli serta mendorong perilaku konsumsi yang lebih tinggi.

Lingkungan sosial dan teman sebaya menjadi faktor yang turut memengaruhi penggunaan *e-money* dan perubahan gaya hidup mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa cenderung mengikuti kebiasaan

teman-temannya yang aktif menggunakan pembayaran digital. Penggunaan *e-money* dianggap sesuatu yang umum dan mencerminkan gaya hidup modern sehingga mahasiswa terdorong untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Yuwono (2023) yang menjelaskan teman sebaya memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku pengguna *e-money* di kalangan mahasiswa. Selain itu, Prayoga & Rakhmaddian, (2022) mengatakan lingkungan sosial dapat membentuk kebiasaan konsumsi karena individu cenderung menyesuaikan perilakunya dengan kelompok sosial tempat mereka berinteraksi.

Marketplace dan ekosistem digital menjadi faktor yang memperkuat transformasi gaya hidup konsumtif mahasiswa. Kemudahan akses terhadap berbagai produk, layanan, dan promosi melalui *marketplace* membuat mahasiswa sering melakukan aktivitas konsumsi secara daring. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa lebih aktif berbelanja melalui *marketplace* karena dianggap lebih praktis, efisien, dan menawarkan banyak pilihan produk. Temuan ini sejalan dengan penelitian Harwida (2023) dan Khotimah & Febriansyah, (2018) yang menjelaskan perkembangan *marketplace* dan sistem pembayaran digital telah mengubah perilaku belanja masyarakat menjadi lebih berbasis teknologi (Pramudita & Misidawati, 2024).

Hasil penelitian menunjukkan aktivitas konsumsi mahasiswa semakin terintegrasi dengan teknologi digital. Berdasarkan pengalaman partisipan, penggunaan *e-money* tidak lagi dimaknai hanya sebagai alat pembayaran, tetapi telah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari yang memberikan rasa praktis, cepat, dan efisien dalam memenuhi berbagai kebutuhan. Salah satu informan mengungkapkan, "*Sekarang hampir semua pembayaran saya pakai e-money karena lebih praktis, mulai dari beli makan, belanja online, sampai bayar transportasi.*" Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai *e-money* sebagai sesuatu yang mempermudah aktivitas sehari-hari sehingga penggunaannya dilakukan secara terus-menerus hingga menjadi kebiasaan.

Kebiasaan tersebut menunjukkan transformasi yang dialami mahasiswa bukan sekadar perubahan cara membayar, tetapi juga perubahan dalam cara menjalani aktivitas konsumsi. Kemudahan akses terhadap berbagai layanan digital membuat aktivitas konsumsi semakin terintegrasi dengan teknologi sehingga transaksi digital menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mahasiswa. Dalam perspektif teori *Consumer Culture Theory* yang dikemukakan oleh Mike Featherstone, konsumsi dipahami sebagai praktik sosial yang membentuk gaya hidup dan identitas individu, bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan. Pengalaman mahasiswa dalam penelitian ini mencerminkan konsep tersebut, karena mereka memaknai penggunaan *e-money* sebagai bagian dari gaya hidup digital yang menunjukkan kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi sekaligus membentuk pola konsumsi yang semakin modern dan terdigitalisasi.



Gambar 1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Transformasi Gaya Hidup Konsumtif

Gambar 1 menunjukkan transformasi gaya hidup konsumtif mahasiswa pengguna *e-money* dipengaruhi oleh kemudahan transaksi, promosi digital, perkembangan teknologi, marketplace dan ekosistem digital, lingkungan sosial, serta media sosial dan influencer. Faktor-faktor tersebut mendorong perubahan pola konsumsi, peningkatan transaksi digital, intensitas belanja online, ketergantungan pada teknologi digital, dan integrasi aktivitas sehari-hari dengan layanan digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* telah menjadi bagian integral dari kehidupan mahasiswa di Universitas Hamzanwadi dan berkontribusi terhadap transformasi gaya hidup konsumtif di era digital. Transformasi tersebut tidak hanya ditandai oleh pergeseran dari transaksi tunai ke pembayaran digital, tetapi juga oleh meningkatnya intensitas konsumsi melalui marketplace, kemudahan akses terhadap berbagai layanan digital, serta munculnya kecenderungan pembelian yang lebih spontan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa transformasi tersebut dipengaruhi oleh interaksi antara kemudahan transaksi, promosi digital, perkembangan teknologi, lingkungan sosial, dan ekosistem digital yang membentuk pola konsumsi baru di kalangan mahasiswa.

Kontribusi penelitian ini terletak pada penyajian pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana penggunaan *e-money* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga menjadi bagian dari proses transformasi gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam konteks budaya digital. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian sosiologi konsumsi dengan menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumsi merupakan hasil interaksi antara perkembangan teknologi pembayaran digital, budaya konsumsi, dan faktor sosial yang melingkupi kehidupan mahasiswa. Temuan ini memperkuat perspektif bahwa transformasi digital telah mengubah praktik konsumsi generasi muda melalui integrasi teknologi dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi perguruan tinggi, pemerintah, dan penyedia layanan keuangan digital untuk memperkuat program literasi keuangan digital, khususnya terkait pengelolaan anggaran, pengendalian diri dalam berbelanja, serta pemanfaatan *e-money* secara bijaksana. Upaya tersebut penting agar kemudahan transaksi digital dapat meningkatkan efisiensi tanpa mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada mahasiswa di Universitas Hamzanwadi dengan pendekatan kualitatif deskriptif, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada populasi mahasiswa secara lebih luas. Selain itu, penelitian ini berfokus pada pengalaman dan persepsi informan sehingga belum mengukur secara kuantitatif tingkat pengaruh masing-masing faktor terhadap perilaku konsumsi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan perguruan tinggi yang berbeda, menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) atau kuantitatif, serta mengkaji variabel lain seperti literasi keuangan digital, kontrol diri, status sosial ekonomi, dan intensitas penggunaan platform digital agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai transformasi gaya hidup konsumtif di era pembayaran digital.

Daftar Pustaka

- Abiba, R. W., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh penggunaan uang elektronik (e-money) berbasis server sebagai alat transaksi terhadap penciptaan gerakan less cash society pada generasi milenial di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4, 196–206.
- Aldilaa, A. R., Sifanab, D. N., Andinic, G., Putrad, P., Faizale, A. R., & Zaimasurif. (2025). Mengupas perubahan gaya hidup anak muda bandar lampung di era e-commerce dan digital payment : Studi kualitatif tentang perubahan sosial dalam konsumsi digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 02(04), 986–993.
- Ambarsari, M. D., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh financial literacy, lifestyle, konformitas, money attitude, dan e- money terhadap perilaku konsumtif Generasi Z penggemar K-pop. *Jurnal Ilmu Manajemen Laman*, 11(2021), 550–564.
- Bank indonesia. (2023). *Perkembangan sistem pembayaran di Indonesia: Elektronifikasi transaksi*. Bank Indonesia.
- Camilla, C. F., Fauzi, P. R., & Larasati, S. (2025). Gaya Hidup Digital dan Perilaku Konsumtif melalui Sistem Cashless Pada Gen Z. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 78–81.
- Chaney, D. (2004). *Lifestyles*. Routledge.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan mixed methods*. Pustaka Pelajar.
- Devica, S. (2022). Dompot Digital: Beragam Program Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Secara Impulsif. *Jurnal Bisnis Terapan*, 06, 33–42.

- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2017). Penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 5(32), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Durman, I. G., & Wafa, Z. (2024). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital , M-Banking , dan Kartu Pembayaran Elektronik Terhadap Kemudahan Transaksi Bagi Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4.
- Eko Wardoyo, H. M. (2024). Pengaruh life style, self control, penggunaan e-money dan financial literacy terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melakukan online shopping. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism*. Sage Publications.
- Fitriana, K. T., Nurhalizah, M. R., Utami, R. B., Studi, P., Bisnis, A., Niaga, J. A., & Malang, P. N. (2024). Analisis perkembangan transaksi digital terhadap kebiasaan cashless payment mahasiswa Politeknik. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 23(2), 111–115.
- Fristia, A., & Megawaty, D. A. (2025). Dampak Penggunaan E Wallet terhadap Perilaku Belanja Mahasiswa dalam Perspektif Kemudahan dan Pengeluaran Impulsif. *Journal of Economics and Accounting*, 6(2), 448–457. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v6i2.2772>
- Habibuddin, Hanapi, & Burhanuddin. (2023). Pelestarian lingkungan pesisir melalui ritual nyalamaq dilauq di desa Tanjung Luar Keruak Tombok Timur. *Jurnal Kajian Ilmu Dan Pendidikan Geografi*, 7, 130–141. <https://doi.org/10.29408/geodika.v7i1.17516>
- Harwida, G., Novilia, E., Hadi, S., Tertibi, Y., & Arqom, N. (2023). Edukasi Mahasiswa dalam Kapabilitas Belanja Online melalui Marketplace. *Jurnal Pendidikan: Riset&Konseptual*, 7(2), 266–274.
- Hasibuan, N. L., & Fauzan, A. Al. (2025). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital Pada Penggunaan E-Wallet Dan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(6), 301–311.
- Hisyam, C. J., & Lubis, N. P. (2024). Transformasi Sosial-Ekonomi dalam Era Ekonomi Digital : Analisis Sosiologi Ekonomi terhadap Dinamika Platform Online. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi Vol.1, No.2 Juli 2024*, 1(2), 1–13.
- Khotimah, A. C., Kusnaindar, M. F., & Carsika, dan W. (n.d.). Pengaruh pembayaran qris dan e-wallet terhadap pola belanja mahasiswa. *Jurnal E-Bisnis, Sistem Informasi , Teknologi Informasi ESIT Vol. XX No. 03 2025*, XX(03), 131–137.
- Khotimah, K., & Febriansyah. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen & kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 19–26.
- Khotizah, N. H., & Azzahra, J. (2024). Pengaruh influencer media sosial terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa. *Jurnal Media Akademik*, 2(12), 2(12).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Kusmiati, D., & Kurnianingsih, H. (2022). Perilaku konsumtif mahasiswa: seberapa besar peran financial literacy, life style, e-money, dan self control? *Edunomika – Vol. 06, No. 02, 2022*, 06(02), 1–11.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mora, N., & Sidiq, S. S. (2024). Digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Riau. *JIIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 7(September), 10260–10268.
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Emik*, 3.
- Penindra, I. M. D. B. P., Wedagama, D. M. P., Ngurah, I. G., Komaladewi, & Sri, A. A. I. A. (2026). Analisis Penerimaan E-Money pada Generasi Muda di Kota Denpasar. *Jurnal Akutansi*, 32–52. <https://doi.org/10.24843/EJA.2026.v36.i01.p03>
- Permana, A. B., Anggraeni, D. D., Sulistyaningrum, N. R. G., & Jauhari, Z. A. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet sebagai Alat Transaksi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi

- Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Potensial*, 1(1), 36–44.
- Pernanda, T., Aswan, A., & Balele, B. (2021). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Diskon, dan Cashback, terhadap Konsumsi Mahasiswa Menggunakan E-wallet. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(2), 122–135.
- Pramesti, G., Azizah, Purnamasari, E., Sulistiyani, E., & Widyanti, D. V. (2023). *Pengaruh penggunaan e-wallet ShopeePay dan promosi cashback terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa*. 09, 35–42.
- Pramudita, E., & Misidawati, D. N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Marketing Effect, Modernitas Individu dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(4).
- Prayoga, R. A. S., & Rakhmaddian, N. N. (2022). Perkembangan faktor yang mempengaruhi penggunaan e-money (Studi kasus mahasiswa di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Akutansi Dan Ekonomi*, 7(2018), 1–10. <https://doi.org/10.29407/jae.v7i1.17110>
- Putri, P. K., & Pramurindra, R. (2022). Factors Influencing E-Wallet Payment Usage in E- Marketplace : Digital Marketing Class Student Survey. *Jurnal Ilmiah Aktuntansi*, 20(2), 229–238.
- Rizaldi, M. F., & Kismini, E. (2024). *Fenomena cashless society sebagai bagian dari gaya hidup mahasiswa Universitas Negeri Semarang*. 13(1), 101–114.
- Safitri, D. F., Wardani, N. F., Salma, F. I., Yunita, S. R., & Afandi, M. R. (2026). Systematic Literature Review: Pengaruh E-Wallet Pada Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Sosial & Budaya*, 4(1), 32–41.
- Sukmadinata, N. S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Susilowati, N., Anggraeni, H. P., Ayun, A. B. K., Astuti, I. P., & Arfindha, E. D. (2025). Pengaruh diskon dan fitur cashback pada e-wallet terhadap minat transaksi non-tunai Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 47–60.
- Tarantang, J., Astuti, A. A. M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 di Indonesia. *Jurnal Al Qardh*, 4(1), 60–75, 4, 60–75.
- Wahid, P. M., Azis, & Erna, S. (2024). Determinan Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Pangestu. *Economic Reviews Journal*, 3, 2192–2199. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.338>
- Wardani, P. K., Nasution, I. P., & Sundari, S. (2025). Pengaruh E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 2(2), 500–507.
- Yosfenia, & Suhaji. (2025). Pengaruh gaya hidup, media sosial, dan penggunaan elektronik money (e-money) terhadap perilaku konsumtif pada pembelian online mahasiswa di kota Semarang. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 8, 4838–4849.
- Yuwono, W., Antonio, R., & Peranginangin, P. (2023). Analisis Pengaruh Faktor Kegunaan, Kemudahan, Sosial Dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money Pada Kalangan Mahasiswa Di Kota Batam. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 10(2), 166–184.