

The Effect Of Ease Of Use Of Mobile Banking And Lifestyle On Consumptive Behavior In Generation Z

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z

Siti Zakiyyah Frialyani^{1*}, Dedi Mulyadi², Santi Pertiwi Hari Sandi³

Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2,3}

mn19.sitifrialyani@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, dedi.mulyadi@ubpkarawang.ac.id²,

santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id³

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Ease of Use and Lifestyle variables on Consumptive Behavior in Generation Z in Karawang District. For the determination of samples in this study using Purposive Sampling Technique with the criteria of respondents being BCA Mobile users and using a quantitative approach. In this study the number of population is unknown, therefore to determine the number of samples from the population with the moe formula as many as 100 respondents. The result of this study is that there is a strong and positive correlation between the variables of ease of use and lifestyle. Partial ease of use has a positive and significant influence on consumptive behavior, and lifestyle variables have a positive and significant influence on consumptive behavior. And simultaneously the variables of ease of use and lifestyle have a positive and significant effect on consumptive behavior.

Keywords: *Ease of Use, Lifestyle, Consumptive Behavior, and Generation Z.*

ABSTRAK

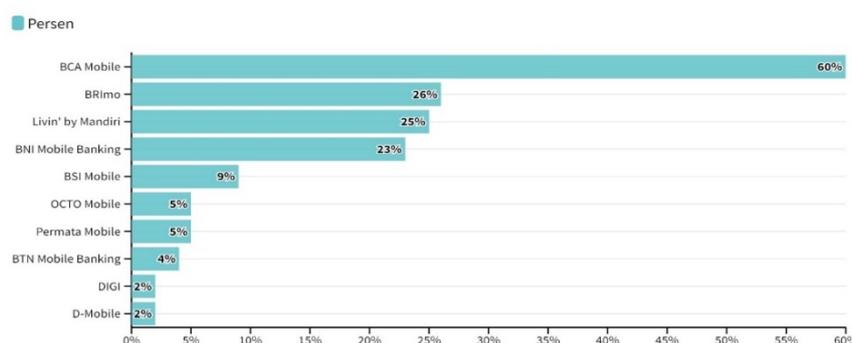
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kabupaten Karawang. Untuk penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Purposive Sampling dengan kriteria responden adalah pengguna BCA Mobile dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, oleh karena itu untuk menentukan jumlah sampel dari populasi dengan rumus moe sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang kuat dan positif antara variabel kemudahan penggunaan dan gaya hidup. Kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan secara simultan variabel kemudahan penggunaan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. **Kata Kunci:** Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, dan Generasi Z,

1. Pendahuluan

Teknologi kini menjadi objek yang sangat berpengaruh dalam kebutuhan manusia, salah satunya adalah teknologi informasi. Berdasarkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 2014 mengenai Bank Indonesia, salah satu wewenang Bank Indonesia dalam mengatur kelancaran dalam pembayaran yaitu dengan menetapkan penggunaan alat pembayaran. Kehadiran *mobile banking* atau sering disebut dengan m-banking dapat menjawab tantangan perubahan, masih banyak masyarakat yang berfikir bahwa tingkat keamanan dari m-banking ini kurang terjamin dengan beberapa kasus yang terjadi. Hadirnya ekonomi digital ditandai dengan semakin maraknya perkembangan transaksi perdagangan atau bisnis yang memanfaatkan media digital sebagai alat kegiatan ekonomi, komunikasi, dan kolaborasi antar perusahaan ataupun antar individu (Nasution, Dewi Sartika, 2019). *BCA Mobile* layanan aplikasi *mobile*

banking, BCA yang menghadirkan sebuah kemudahan didalam transaksi perbankan baik melalui KlikBCA ataupun m-BCA.

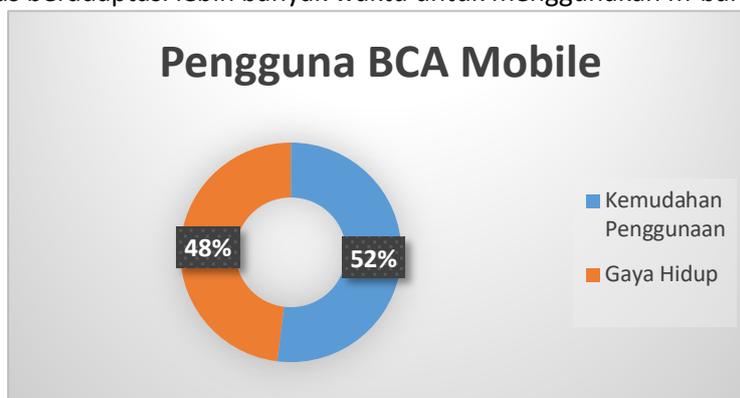
10 Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia Tahun 2022



Gambar 1. Pengguna Aplikasi Mbanking

Sumber : populix, 2022

Dapat dilihat dari gambar 1 diatas bahwa terdapat 60% masyarakat Indonesia menggunakan aplikasi BCA Mobile diberbagai transaksi, dan 40% masyarakat Indonesia menggunakan aplikasi yang lain. Berdasarkan hasil dari gambar diatas, fenomena dalam penelitian ini ialah tingkat penggunaan dari aplikasi ini cukup pesat. Dengan ini penerimaan masyarakat terhadap perkembangan sistem informasi teknologi saat ini. Selain itu sebagian masyarakat harus beradaptasi lebih banyak waktu untuk menggunakan m-banking.



Gambar 2. Pengguna BCA Mobile

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil dari pra-penelitian pada gambar 2 diatas terdapat 52% generasi Z di Kabupaten Karawang yang menggunakan BCA mobile dapat merasakan kemudahan penggunaan dari layanan aplikasi BCA mobile, dan para pengguna aplikasi BCA mobile ini dapat mendukung pertumbuhan ekonomi secara digital. Dan 48% generasi Z di Kabupaten Karawang yang menggunakan BCA mobile hanya untuk menunjang gaya hidup yang mereka adopsi. Di tengah kondisi perekonomian yang tidak menentu, transaksi digital di Indonesia secara konsisten mencatat pertumbuhan. Dalam beberapa tahun terakhir, layanan mobile banking melauai ponsel pintar telah menjadi primadona baru menjadi satu metode pembayaran di ruang digital (bisnis.com)

Pada beberapa peneliti terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh (Syifa, 2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kemudahan penggunaan Mobile Banking terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Menurut penelitian (Mariesa Giswandhani, Amalia Zul Hilmi, 2020) hasil penelitian terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara kemudahan transaksi non-tunai merujuk pada dimensinya yaitu jelas dan mudah dipahami, tidak memerlukan pemikiran panjang, mudah

digunakan, dapat dikendalikan, mudah menjadi terampil dan fleksibel terhadap sikap konsumtif masyarakat kota Makassar. Berdasarkan uraian dan permasalahan yang ditemukan maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z”

2. Tinjauan Pustaka

Kemudahan

Kemudahan didefinisikan oleh Chin dan Todd dalam (Setyarko, 2016) sebagai seberapa besar perkembangan teknologi komputer saat ini dapat dengan mudah dipahami, dipelajari, dan digunakan. Dimensi dalam mengukur kemudahan oleh Davis dalam (Wida, 2016) ini dibedakan menjadi enam yakni, jelas dan mudah dipahami (*clear and understandable*), tidak memerlukan pemikiran panjang (*doesn't require a lot of mental effort*), mudah digunakan (*easy to use*), dapat dikendalikan (*controllable*), mudah menjadi terampil (*easy to become skillfull*), dan fleksibel (*flexible*).

Gaya Hidup

Gaya hidup dibentuk melalui interaksi sosial dan digunakan sebagai kekuatan pendorong yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan individu, dan gaya hidup diklasifikasikan menjadi beberapa bagian dari klasifikasi gaya hidup (Tarigan, 2016). Indikator gaya hidup menurut Kotler dan Keller dalam (Sari, 2019)) adalah sebagai berikut *Activity* (Aktivitas), *Interest* (Minat), dan *Opinion* (Pendapat)

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Ancok dalam (Haryani, 2016) adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak lebih jarang manusia mementingkan faktor emosi dibandingkan faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Menurut Sumartono, dalam (Okky Dikria, 2016) indikator perilaku konsumtif yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengguna *Mobile Banking* yang berada di Kabupaten Karawang, untuk penentuan sampel dengan Teknik *Purposive Sampling* yakni teknik penentuan sampel dengan berbagai pertimbangan menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan kriteria responden merupakan pengguna *BCA Mobile*. Populasi dari penelitian ini adalah generasi z yang berada di Kabupaten Karawang, terutama nasabah *BCA*. Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, oleh sebab itu untuk menentukan jumlah sampel dari populasi dengan rumus moe sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan uji validitas dan uji reliabilitas, analisis jalur serta uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS versi 24

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

1) Analisis Deskriptif

Tabel 1. Analisis Jawaban Responden

Jawaban	X1	Mean	X2	Mean	Y	Mean
---------	----	------	----	------	---	------

		F	%		F	%		F	%
1	Sangat Setuju	11	11,0	3,78	43	43,0	4,37	45	45,0
2	Setuju	59	59,0		51	51,0		46	46,0
3	Netral	27	27,0		6	6,0		7	7,0
4	Tidak Setuju	3	3,0		0	0,0		2	2,0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0		0	0,0		0	0
Total		100	100%		100	100%		100	100%

Sumber : Data diolah,2023

Berdasarkan tabel 1 diatas hasil dari jawaban responden terkait dengan variabel kemudahan penggunaan (X1) item skor yang memiliki nilai tertinggi pada variabel X1 pernyataan ke 6 yakni nilai rata-rata 3,78 dan dengan nilai frekuensi tertinggi ialah jawaban “Setuju” yakni sebanyak 59% dengan pernyataan “Saya menggunakan BCA Mobile karena membuat transaksi lebih cepat”. Hal ini berarti kemudahan penggunaan dengan indikator (fleksibel) pada generasi Z di Kab. Karawang masuk kedalam kategori baik. Gaya hidup (X2) item skor yang memiliki nilai tertinggi pada variabel X2 pernyataan ke 5 yakni memiliki nilai rata-rata 4,37 dan dengan nilai frekuensi tertinggi ialah jawaban “Setuju” yakni sebanyak 51% dengan pernyataan “Saya memiliki minat menggunakan aplikasi BCA Mobile dalam bertransaksi apa saja untuk mencapai kepuasan saya”. Hal ini berarti gaya hidup dengan indikator (minat) pada generasi Z di Kab. Karawang masuk kedalam kategori sangat baik. Perilaku konsumtif (Y) item skor yang memiliki nilai rata-rata tertinggi pada variabel Y pertanyaan ke 5 yakni memiliki nilai rata-rata 4,34 dan dengan nilai frekuensi tertinggi ialah jawaban “Setuju” yakni 46% dengan pernyataan “Kerahasiaan transaksi yang terjamin cenderung mempengaruhi saya untuk berbelanja produk yang menunjang penampilan saya dengan menggunakan BCA Mobile”. Hal ini berarti perilaku konsumtif dengan indikator (menggunakan demi menunjang penampilan) pada generasi Z di Kab. Karawang ini masuk kedalam kategori sangat baik.

2) Analisis Verifikatif

a. Analisis Korelasi

Tabel 2. Output Analisis Korelasi

		Correlations	
		Kemudahan Penggunaan	Gaya Hidup
Kemudahan Penggunaan	Pearson Correlation	1	.402**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Gaya Hidup	Pearson Correlation	.402**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil SPSS 24, 2023

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi antara variabel kemudahan penggunaan (X1) dan gaya hidup (X2) diperoleh sebesar 0,402 dimana kedua variabel tersebut memiliki tingkat korelasi yang sedang dan searah karena memiliki nilai positif dengan nilai koefisien 0,40 - 0,599. Dengan demikian, ketika kemudahan penggunaan meningkat maka gaya hidup meningkat karena hasil tersebut memiliki korelasi yang sedang.

b. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Tabel 3. Output Analisis Jalur

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,120	2,542		2,801	,006
	Kemudahan Penggunaan	,292	,093	,289	3,141	,002
	Gaya Hidup	,394	,121	,300	3,266	,002

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Hasil SPSS 24, 2023

- 1) Besarnya pengaruh langsung variabel kemudahan penggunaan (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,289. Hasil koefisien jalur sebesar 0,289 dan thitung 3,141 > 1,984 menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan
- 2) Besarnya pengaruh langsung variabel gaya hidup (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,300. Hasil koefisien jalur sebesar 0,300 dan thitung 3,266 > 1,984 menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 ^a	,390	,376	2,13111

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Kemudahan
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Hasil SPSS 24, 2023

Berdasarkan tabel 4 di atas, diperoleh hasil R-square sebesar 0,390. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan (X1) dan Gaya Hidup (X2) memiliki pengaruh sebesar 39% terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan (X1) dan gaya hidup (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan tingkat signifikansi (α) 5%, degree of freedom (df2) = (n-k) = 100 - 2 = 98, kita mendapatkan Ftabel = 3.089.

Tabel 5 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	224,586	2	112,293	12,329	.000 ^b
	Residual	883,502	97	9,108		
	Total	1108,088	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan

Sumber : Hasil SPSS 24, 2023

Berdasarkan Tabel 5 didapatkan nilai f hitung sebesar 12,329 dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai f hitung 12,329 > f tabel 3,089 atau nilai sig 0,000 < α (0,05). Maka dinyatakan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima.

Pembahasan

1. Pembahasan Deskriptif

Variabel kemudahan penggunaan memiliki enam indikator, dari hasil jawaban responden ini dinyatakan bahwa kemudahan penggunaan pada aplikasi BCA mobile masuk kedalam kategori baik dan memiliki jawaban setuju sebagai jawaban tertinggi dengan indikator fleksibel sebagai item dari variabel kemudahan penggunaan yang berkontribusi paling besar senilai 3,78, maka dapat dikatakan bahwa generasi Z di Kabupaten Karawang setuju jika menggunakan BCA mobile dapat membuat transaksi lebih cepat. Untuk variabel gaya hidup memiliki tiga indikator, hasil jawaban responden pada variabel gaya hidup ini masuk kedalam kategori baik dan memiliki jawaban setuju sebagai jawaban tertinggi dengan indikator minat sebagai item dari variabel gaya hidup yang berkontribusi paling besar senilai 4,37, maka dapat dikatakan bahwa generasi Z di Kabupaten Karawang setuju jika mereka memiliki minat untuk menggunakan aplikasi BCA mobile dalam bertransaksi apa saja hanya untuk mencapai kepuasan. Dan untuk variabel perilaku konsumtif memiliki delapan indikator, hasil jawaban responden pada variabel perilaku konsumtif ini masuk kedalam kategori baik dan memiliki jawaban setuju sebagai jawaban tertinggi dengan indikator menggunakan untuk menunjang penampilan sebagai indikator perilaku konsumtif yang berkontribusi paling besar senilai 4,34, maka dapat dinyatakan bahwa generasi Z di Kabupaten Karawang ini setuju jika kerahasiaan transaksi yang terjamin dapat mempengaruhi mereka untuk menggunakan BCA mobile agar dapat menunjang penampilan.

2. Pembahasan Verifikatif

Korelasi Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan adanya korelasi yang cukup kuat antara kemudahan penggunaan dan gaya hidup. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor kemudahan penggunaan BCA mobile berhubungan erat dengan gaya hidup generasi Z yang terhubung secara digital dan memiliki preferensi terhadap kenyamanan serta fleksibilitas, kemudahan penggunaan BCA mobile memberikan solusi yang praktis dan efisien dalam mengelola keuangan sehari-hari. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa peneliti yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berkorelasi terhadap gaya hidup (Salsabila, 2022).

Pengaruh Parsial Kemudahan Penggunaan Terhadap Perilaku Konsumtif

Kemudahan penggunaan terhadap variabel perilaku konsumtif menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan yang ditawarkan pada layanan BCA *Mobile*, akan menumbuhkan perilaku konsumtif. Kemudahan penggunaan memungkinkan generasi Z untuk dengan mudah mengakses informasi mengenai produk dan layanan, melakukan transaksi, dan berbelanja secara online atau fitur-fitur seperti pembayaran digital, pengelolaan anggaran dan kemudahan akses ke promosi serta penawaran khusus dapat mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa peneliti yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Mariesa Giswandhani, Amalia Zul Hilmi, 2020)

Pengaruh Parsial Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel gaya hidup terhadap variabel perilaku konsumtif menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap

perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang berhubungan secara digital dan intensif dapat berkontribusi terhadap peningkatan perilaku konsumtif. Gaya hidup generasi Z ditandai oleh keterlibatan yang tinggi dalam penggunaan teknologi digital, dan keaktifan di media sosial. Gaya hidup ini menciptakan lingkungan dimana konsumsi dianggap sebagai bagian dari identitas dan ekspresi diri. Dalam konteks ini gaya hidup yang serba cepat, didorong oleh tren baru dan keinginan untuk tampil di sosial media dapat mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z. Mereka cenderung tergoda untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumsi segera tanpa mempertimbangkan beberapa aspek. Hal penelitian ini sejalan dengan beberapa peneliti yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Mukmin Pohan, 2021)

Pengaruh Simultan Kemudahan Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel kemudahan dan gaya hidup gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah penggunaan BCA mobile dan semakin intens gaya hidup yang terhubung secara digital, semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif generasi Z. Pengaruh kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif menunjukkan pentingnya peran teknologi dan lingkungan digital dalam membentuk pola konsumsi mereka. Kemudahan penggunaan BCA mobile memberikan akses tanpa hambatan ke produk dan layanan konsumsi, sementara gaya hidup dapat memperkuat dorongan untuk membeli atau menggunakan. Hal penelitian ini sejalan dengan beberapa peneliti yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Choirunnisa Mutiara Trisuci, 2022)

5. Penutup Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga kemudahan penggunaan meningkat seiring dengan meningkatnya perilaku konsumtif dan sebaliknya. Gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan gaya hidup, baik secara simultan maupun parsial dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z menggunakan aplikasi BCA *Mobile*.

Implikasi

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang diperoleh, diketahui bahwa kemudahan penggunaan, gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Diperlukan kesadaran untuk dapat mengontrol pengeluaran dan dorongan dengan membuat skala prioritas, seiring dengan kemudahan penggunaan aplikasi BCA *Mobile*. Selain itu dari perusahaan diperlukan kebijakan untuk meningkatkan perlindungan pengguna BCA *Mobile*, agar meminimalisir kerugian dan risiko lain dari penggunaan aplikasi

Daftar Pustaka

- Ancok, D. (1995). *Nuansa psikologi pembangunan*. Yogyakarta: Insan Kamil, PustakaPelajar .
- Choirunnisa Mutiara Trisuci, F. I. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Gaya Hidup, Sikap Keuangan, dan Kemudahan Fasilitas Digital Payment pada Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Peran Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Law and Economics Review*.
- David, F. D. (2016). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance of Information Technology. *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*, 1-15.

- Haryani, I. &. (2016). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi*.
- Kotler, P. d. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Linnatunnisa, S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking. *Etheses Uin Malang*.
- Malikah, I., Mulyadi, D., & Sandi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Financial Technology Peer To Peer Lending (Pinjaman Online) Pada Mahasiswa 2018-2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 451-467.
- Mariesa Giswandhani, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *Kareba Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Mukmin Pohan, J. J. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Jurnal Umsu*.
- O. S. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 128-139.
- Salsabila, L. (2022). Pengaruh gaya hidup dan perceived ease of use terhadap keputusan mahasiswa menggunakan mobile banking. *Etheses UIN Malang*.
- Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *eJournal Administrasi Bisnis*, 474-487.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 128–147.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Syifa, L. (2019). Pengaruh Kemudahan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Tarigan, E. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*.
- Wahyuni, N., Supartoyo, Y., Esti, E., Sianturi, J., Hidayati, H., Rokhimah, Hina, H. (2023). *Manajemen Keuangan : Teori dan Aplikasi*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Wida, P. A. (2016). Aplikasi Model TAM (Technology Acceptance Model) Pada Perilaku Pengguna Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*.