

**PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE, DANA, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP POLA KONSUMTIF SISWA JURUSAN AKUNTANSI DI
SMK NEGERI 2 KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
Pada Prodi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri



OLEH :

NENCHY WIDYA ISWORO

NPM : 2212030010

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2026**

Skripsi oleh :

NENCHY WIDYA ISWORO

NPM : 2212030010

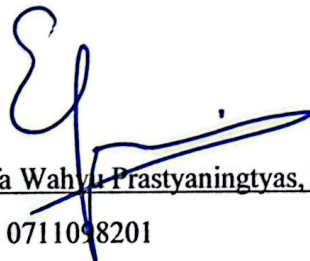
Judul :

**PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE, DANA, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP POLA KONSUMTIF SISWA JURUSAN AKUNTANSI DI
SMK NEGERI 2 KOTA KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi
Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Tanggal : 24 Juni 2026

Pembimbing I



Dr. Efa Wahyu Prastyaningtyas, M.Pd.
NIDN. 0711098201

Pembimbing II



Dra. Elis Irmayanti, S.E, M.Pd.
NIDN. 0006016701

Skripsi oleh:

NENCHY WIDYA ISWORO
NPM: 2212030010

Judul:

**PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE, DANA, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP POLA KONSUMTIF SISWA JURUSAN AKUNTANSI DI
SMK NEGERI 2 KOTA KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Pendidikan Ekonomi FEB UN PGRI Kediri
Pada tanggal: 13 Juli 2026

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Efa Wahyu Prastyaningtyas, M.Pd.
2. Penguji I : Bayu Surindra, M.Pd.
3. Penguji II : Dra. Elis Irmayanti, S.E, M.Pd.



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Nenchy Widya Isworo
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl.lahir : Kediri/13 Agustus 2003
NPM : 2212030010
Fak/Jur./Prodi. : FEB/S1 Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 27 Juni 2026

Yang Menyatakan

The image shows an official red stamp of the institution, featuring a Garuda emblem and the text "KETERANGAN TEMPEL". Overlaid on the stamp is a handwritten signature in black ink.

Nenchy Widya Isworo

NPM. 2212030010

MOTTO

"Cukuplah Allah (menjadi penolong) bagi kami dan Allah adalah sebaik-baik Pelindung."

- Q.S. Ali 'Imran Ayat 173

"Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga."

- H.R. Muslim

"Kamu harus mencoba yang terbaik untuk segala sesuatu dalam hidup. Jangan menyerah!"

- Kim Mingyu *from* Seventeen

"Barangkali aku hidup tidak untuk menjadi yang paling hebat, tetapi aku hidup dengan sebaik-baiknya: menjaga hubunganku dengan Tuhan, menjadi versi terbaik dari diriku sendiri, dan menjadi alasan mengapa keluargaku tersenyum bangga."

- Nenchy Widya Isworo, 2026

Kupersembahkan karya ini untuk:

Seluruh keluargaku tercinta.

RINGKASAN

Nenchy Widya Isworo: Pengaruh Penggunaan Shopee, Dana, Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumtif Siswa Jurusan Akuntansi Di SMK Negeri 2 Kota Kediri

Kata Kunci: Shopee, DANA, Gaya Hidup, Pola Konsumtif, Siswa SMK

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama dalam aktivitas berbelanja dan penggunaan layanan keuangan berbasis elektronik. Kemudahan yang ditawarkan oleh platform *E-Commerce* (Shopee), *financial technology* (DANA), dan gaya hidup yang modern berpotensi memengaruhi pola konsumsi generasi muda, khususnya siswa sekolah menengah kejuruan. Siswa perlu memiliki kemampuan mengelola keuangan secara bijaksana agar dapat mengendalikan perilaku konsumsinya. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui pengaruh penggunaan Shopee terhadap pola konsumtif siswa jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri, 2) Mengetahui pengaruh penggunaan DANA terhadap pola konsumtif siswa jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri, 3) Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumtif siswa jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri, 4) Mengetahui pengaruh penggunaan Shopee, penggunaan DANA, dan gaya hidup terhadap pola konsumtif siswa jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data dari penyebaran kuesioner. Populasi penelitian berjumlah 215 siswa kelas X jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri dan jumlah sampel sebanyak 140 responden dengan teknik *random sampling*. Analisis data ini menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Penggunaan Shopee secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumtif siswa dengan nilai $t_{hitung} 3,668 > t_{tabel} 1,656$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. 2) Penggunaan DANA secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumtif siswa dengan nilai $t_{hitung} 2,351 > t_{tabel} 1,656$ dan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$. 3) Gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumtif siswa dengan nilai t_{hitung} sebesar $7,926 > t_{tabel} 1,656$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. 4) Secara simultan, penggunaan Shopee, penggunaan DANA, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumtif siswa jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri dengan nilai F_{hitung} sebesar 64,888 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,589, yang berarti bahwa sebesar 58% variasi pola konsumtif siswa dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sebesar 42% dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pola konsumtif siswa Jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, namun faktor eksternal yaitu perkembangan teknologi dan gaya hidup. Maka, dari itu, diperlukan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik, peningkatan literasi keuangan, dan pengendalian gaya hidup yang bijaksana agar siswa dapat lebih rasional dalam mengambil keputusan konsumsi dan terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

PRAKATA

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penyusunan proposal skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu dengan judul *“Pengaruh Penggunaan Shopee, DANA, dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumtif Siswa Jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri”*. Proposal ini disusun sebagai bagian dari tahapan dalam melaksanakan penelitian skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, S.Pd, M. Pd. Selaku Rektor UN PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Amin Tohari, M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Efa Wahyu Prastyaningtyas, M.Pd. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi dan selaku pembimbing I yang telah memberikan saran serta masukan demi hasil yang baik.
4. Dra. Elis Irmayanti, S.E, M.Pd. selaku pembimbing II yang telah memberikan saran serta masukan demi hasil yang baik.
5. Kedua orang tua saya dan adik yang selalu menjadi *support system* saya.
6. Keluarga besar Almarhum Ayah saya yang selalu menyemangati dan memberi motivasi dan doanya selalu.
7. Bapak dan ibu dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Program Pendidikan Ekonomi yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
8. Penulis juga ingin menyampaikan terimakasih kepada grup musik SEVENTEEN yang melalui karya lagunya sudah menemani di fase mengerjakan skripsi.
9. Teman terdekat, Evelyn Ridha Ardelia dan Riska Dwi Rohmatika
10. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan proposal skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, masukan berupa kritik yang membangun, saran, dan arahan dari berbagai pihak sangat diharapkan guna menyempurnakan proposal ini kedepannya. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun kontribusinya hanya kecil seperti setets air di tengah lautan yang luas.

Kediri, 27 Juni 2026



Nenchy Widya Isworo

NPM. 2212030010

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
RINGKASAN	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II: LANDASAN TEORI.....	11
A. Pola Konsumsi	11
1. Pengertian Pola Konsumsi	11
2. Perilaku Konsumtif	14
3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pola Perilaku Konsumtif.....	16
4. Indikator Pola Perilaku Konsumtif	17
B. <i>E-Commerce</i>	19
1. Definisi <i>E-Commerce</i>	19
2. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	20
3. Komponen <i>E-Commerce</i>	21
4. Karakteristik <i>E-Commerce</i>	22
5. Manfaat <i>E-Commerce</i>	23

6. Kelebihan dan Kekurangan <i>E-Commerce</i>	24
7. Indikator <i>E-Commerce</i>	25
C. Shopee	26
1. Pengertian Shopee	26
2. Kelebihan dan Kekurangan Shopee	28
D. <i>Financial Technology (Fintech)</i>	29
1. Pengertian <i>Financial Technology (Fintech)</i>	29
2. Jenis – Jenis <i>Financial Technology (Fintech)</i>	31
3. Fungsi <i>Financial Technology (Fintech)</i>	32
4. Indikator <i>Financial Technology (Fintech)</i>	33
E. Aplikasi DANA	34
1. Pengertian DANA	34
2. Kelebihan dan Kekurangan DANA	35
F. Gaya Hidup	35
1. Pengertian Gaya Hidup	35
2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Gaya Hidup	37
3. Indikator Gaya Hidup	39
G. Penelitian Terdahulu dari Variabel	40
H. Kerangka Berpikir	45
I. Hipotesis Penelitian	49
BAB III: METODE PENELITIAN	51
A. Desain Penelitian	51
B. Definisi Operasional	52
C. Alat, Bahan, dan Instrumen Penelitian	53
D. Populasi dan Sampel	56
1. Populasi	56
2. Sampel	57
E. Prosedur Penelitian	59
F. Tempat dan Jadwal Penelitian	61
1. Tempat Penelitian	61
2. Waktu Penelitian	62
G. Teknik Analisis Data	62

1. Uji Asumsi Klasik	63
2. Analisis Regresi Ganda	64
3. Uji Hipotesis	64
4. Uji Koefisien Determinasi	65
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	67
A. Gambaran Objek Penelitian.....	67
1. Sejarah Singkat SMKN 2 Kota Kediri	67
2. Visi dan Misi Sekolah	68
B. Deskripsi Data Variabel	69
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	69
C. Hasil Kuisioner Sampel.....	73
1. Deskripsi Data Variabel Bebas	73
2. Deskripsi Data Variabel Terikat.....	79
3. Uji Asumsi Klasik.....	83
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	89
5. Uji Hipotesis	90
D. Pembahasan	92
1. Pengaruh Penggunaan Shopee terhadap Pola Konsumtif Siswa Jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri.....	92
2. Pengaruh Penggunaan DANA terhadap Pola Konsumtif Siswa Jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri.....	94
3. Pengaruh Penggunaan Gaya Hidup terhadap Pola Konsumtif Siswa Jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri	96
4. Pengaruh Penggunaan Shopee, DANA, Gaya Hidup terhadap Pola Konsumtif Siswa Jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri.....	99
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
A. Kesimpulan.....	104
B. Implikasi.....	105
C. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
2.1 : Penelitian terdahulu	41
3.1 : Definisi Operasional Variabel.....	52
3.2 : Skala <i>Likert</i>	54
3.3 : Kisi – Kisi Kuesioner Penelitian.....	54
3.4 : Jadwal Penelitian.....	62
3.5 : Interpretasi Koefisien Determinasi (R^2).....	66
4.1 : Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Shopee (X_1).....	70
4.2 : Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan DANA (X_2).....	70
4.3 : Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X_3)	71
4.4 : Hasil Uji Validitas Variabel Pola Konsumtif (Y)	71
4.5 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	72
4.6 : Hasil Kuesioner Variabel Penggunaan Shopee.....	73
4.7 : Hasil Kuesioner Variabel Penggunaan DANA.....	75
4.8 : Hasil Kuesioner Variabel Gaya Hidup.....	77
4.9 : Hasil Kuesioner Variabel Pola Konsumtif.....	79
4.10 : Hasil Uji Normalitas	84
4.11 : Hasil Uji Multikolinearitas	86
4.12 : Hasil Uji Heterokedastisitas.....	87
4.13 : Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	88
4.14 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	89
4.15 : Hasil Uji t (Parsial)	90
4.16 : Hasil Uji f (Simultan).....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 : Kerangka Berpikir Konseptual.....	46
3.1 : Diagram Alir	59
4.1 : Hasil Uji Normalitas P-Plot	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1 : Lembar Pengajuan Judul.....	121
2 : Surat Izin Melakukan Penelitian.....	124
3 : Surat Keterangan Melakukan Penelitian.....	125
4 : Instrumen Penelitian	126
5 : Hasil Uji Validitas.....	128
6 : Hasil Uji Reliabilitas.....	142
7 : Tabel Distribusi Nilai r Tabel	144
8 : Frekuensi Jawaban	146
9 : Hasil Uji Asumsi Klasik	148
10 : Uji Analisis Regresi Linear Berganda	150
11 : Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	150
12 : Uji Hipotesis	150
13 : T Tabel	151
14 : F Tabel	153
15 : Dokumentasi Penyebaran Kuesioner	155
16 : Dokumentasi Lembar Kuesioner	156
17 : Berita Acara Kemajuan Bimbingan Skripsi.....	159
18 : Tabulasi Data	161

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Kemajuan teknologi yang sangat cepat di zaman modern saat ini banyak memberikan besarnya perubahan pada aspek-aspek kehidupan manusia, terutama dalam mempermudah akses terhadap beragam informasi yang dapat diperoleh secara cepat dan efisien (Junaedy et al., 2023). Salah satunya adalah masyarakat dengan mudah dan cepat memperoleh informasi apapun yang dibutuhkan kapan saja dan dimana saja. Kehadiran *smartphone* yang didukung oleh akses internet atau Wi-Fi ini yang memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi tanpa rasa khawatir. Fenomena ini menimbulkan munculnya berbagai layanan digital yang dirancang dan bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan ataupun dalam memenuhi kehidupan mereka (Prastyaningtyas et al., 2023).

Salah satunya dampak dari perkembangan teknologi saat ini adalah maraknya bisnis online. Jenis bisnis online ini dijalankan melalui internet dan menawarkan segala kemudahan bagi konsumen dalam berbelanja (Sudiantini et al., 2023). Salah satu kemudahan yang ditawarkan adalah konsumen dapat memilih produk atau jasa yang diinginkan dan melakukan transaksi secara online tanpa harus mendatangi toko fisik, sedangkan produk yang telah dibeli akan dikirimkan ke lokasi tujuan sesuai alamat konsumen (Willis et al., 2024). Di antara berbagai jenis bisnis online, *e-commerce* merupakan platform yang paling berkembang dan telah menjadi sarana yang banyak digunakan dalam pelaksanaan transaksi perdagangan melalui internet.

Istilah *E-Commerce* di era modern ini, keberadaannya sudah dikenal luas oleh masyarakat karena adanya perkembangan teknologi tersebut. *E-Commerce* merupakan kegiatan jual beli barang maupun jasa yang ditawarkan dengan memanfaatkan jaringan internet, baik oleh individu, kelompok, perusahaan swasta, maupun instansi pemerintah

dalam proses transaksinya (Majir & Nasar, 2021). Secara umum, *E-Commerce* mencakup seluruh aktivitas jual beli dan strategi pemasaran yang menggunakan jaringan internet untuk menawarkan barang maupun jasa. Pesatnya kemajuan teknologi telah memungkinkan *E-Commerce* memberikan berbagai kemudahan dan manfaat bagi konsumen (Zahroh et al., 2023). Namun, perkembangan ini juga menimbulkan tingkat persaingan yang tinggi di kalangan para pelaku usaha. Banyak pebisnis atau pelaku usaha dari yang sudah lama terjun maupun yang baru memulai dituntut untuk bergerak cepat dalam memanfaatkan teknologi digital, salah satunya dalam hal strategi pemasaran produk dan jasa mereka dengan menggunakan *E-Commerce*.

E-Commerce saat ini menjadi alternatif yang semakin digemari oleh masyarakat, khususnya generasi muda (Pratama et al., 2025). Hal ini disebabkan karena kemudahan dalam melakukan transaksi secara online tanpa perlu mengunjungi toko fisik secara langsung. Dengan adanya berbagai platform belanja online yang mudah digunakan menjadi alternatif menarik bagi kalangan muda (Nugraha, 2023). Belanja secara online dianggap lebih praktis dan nyaman dibandingkan belanja langsung ke toko fisik, yang seringkali dihadapkan pada keramaian, rasa cemas, kemacetan, keterbatasan waktu, dan sulitnya mencari tempat parkir (Febriyanti et al., 2024). Kemudahan akses yang tersedia memungkinkan konsumen memperoleh informasi dan memilih produk yang dibutuhkan dengan memanfaatkan perangkat digital. Sehingga, *E-Commerce* ini membuat sebagian kalangan muda menjadi ketergantungan dalam menggunakannya untuk berbelanja.

E-Commerce memiliki cakupan yang sangat luas karena menyediakan kemudahan akses tanpa terikat oleh waktu dan tempat selama terdapat koneksi internet yang memudahkan dalam proses transaksi (Aprianto, 2021). Keberadaan beragam program promosi, yakni diskon dan *cashback* yang disediakan oleh platform *E-Commerce*, menjadi salah satu faktor yang mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu, beragam fitur transaksi yang disediakan, membuat

masyarakat khususnya generasi muda seperti para pelajar atau siswa semakin tertarik untuk berbelanja secara online. Seiring dengan perkembangan zaman, tren belanja online terus mengalami peningkatan dan perlahan mulai menggantikan peran toko tradisional. *E-Commerce* memberikan keleluasaan bagi konsumen guna mengakses beberapa toko dan produk sesuai kebutuhan mereka (Fadil et al., 2024). Jika dibandingkan dengan pasar konvensional, *E-Commerce* menawarkan efisiensi waktu dan kenyamanan dalam memilih barang. Sedangkan berbelanja di pasar tradisional dapat memakan waktu yang lebih lama.

Dari banyaknya kemudahan serta keuntungan yang ditawarkan, *E-Commerce* juga memiliki sejumlah keterbatasan yang menjadi tantangan bagi konsumen dalam melakukan transaksi secara daring. Salah satunya adalah tidak adanya proses tawar-menawar harga seperti yang terjadi di pasar konvensional dan keterbatasan konsumen dalam mengetahui secara langsung kualitas ataupun bahan dari produk yang akan dibeli (Fuady & Rokhmat, 2021). Berbeda dengan belanja secara langsung, dimana konsumen dapat menilai barang secara fisik dan berinteraksi langsung dengan penjual.

Salah satu platform *E-Commerce* yang sering digunakan masyarakat saat ini yakni Shopee. Shopee merupakan salah satu *platform* belanja daring yang menyediakan berbagai varian produk, mulai dari barang elektronik, aksesoris, pakaian, hingga beragam kebutuhan di bidang fashion (Putri et al., 2024). Selain menawarkan variasi produk yang lengkap, Shopee juga memberikan layanan berupa pengembalian barang maupun pengembalian dana jika barang yang diterima tidak sama dengan pesanan.

Kemudahan dalam penggunaan aplikasi Shopee yang praktis dan efisien ini, juga berperan dalam meningkatkan minat konsumen untuk melakukan transaksi (Sari & Nasution, 2024). Hanya dengan mengunduh aplikasi Shopee, para konsumen dengan mudah dapat melakukan transaksi jual beli. Pengguna dapat mencari produk dengan cepat hanya dengan memasukkan kata kunci atau gambar pada kolom pencarian. Setelah itu,

akan muncul informasi berupa gambar produk, harga, dan ulasan dari berbagai pembeli yang dapat dijadikan bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian. Shopee juga sering memberikan banyak promo menarik, yakni gratis ongkir ke semua wilayah Indonesia, adanya merk barang yang tidak ditemukan di toko konvensional, dan produk yang lebih banyak serta lebih variasi serta sering mengadakan *event* besar setiap bulan yang menawarkan voucher cashback dengan persentase yang cukup besar, sehingga semakin meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja melalui platform tersebut (Christy, 2022). Selain transaksi jual beli yang dilakukan secara digital, dalam melakukan pembayaran juga menggunakan metode digital (Maylani et al., 2022). Metode pembayaran ini dengan menggunakan *fintech*.

Dengan kemajuan teknologi saat ini juga memunculkan teknologi di bidang keuangan dan terdapat inovasi baru yang dikenal sebagai *financial technology (fintech)* (Purwanto et al., 2022). Teknologi ini, kini mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran secara digital. *Fintech* hadir sebagai solusi modern yang berfokus pada penyediaan layanan keuangan berbasis teknologi (Norrahan, 2023). Hal ini berbeda dengan *E-Commerce* yang lebih menitikberatkan pada proses jual beli produk melalui platform digital. Meskipun kedua teknologi tersebut memiliki fokus yang berbeda, *fintech* maupun *E-Commerce* merupakan hasil dari perkembangan teknologi yang terus mengalami kemajuan mengikuti tuntutan, kebutuhan masyarakat dan tren pasar. Kedua inovasi ini saling melengkapi dan membentuk ekosistem digital yang terintegrasi.

Fintech adalah hasil inovasi di aspek teknologi keuangan yang berbasis pada pemanfaatan teknologi modern (Adji et al., 2023). Adapun tujuan utama dari inovasi ini digunakan untuk memberikan kemudahan akses, kenyamanan, efisiensi waktu, dan penghematan biaya dalam melakukan transaksi keuangan (Aningsih et al., 2025). Dari sudut pandang bisnis, *fintech* merupakan perkembangan teknologi yang berdampak langsung ataupun tidak langsung sehingga dapat mendorong peningkatan

efisiensi operasional, memperbesar peluang keuntungan, dan memperluas jangkauan pasar (Iswan et al., 2025). Kolaborasi antara teknologi dan keuangan ini menghasilkan berbagai bentuk layanan, di antaranya adalah *crowdfunding*, *peer-to-peer lending*, *microfinancing*, sistem pembayaran digital, *e-aggregator*, dan layanan perbandingan pasar (Yanti, 2022).

Semakin berkembangnya penggunaan sistem pembayaran digital seperti aplikasi DANA, hal ini telah memberikan perubahan yang besar dalam cara masyarakat melakukan transaksi (Sihotang & Nasution, 2025). Sistem pembayaran berbasis aplikasi *fintech* ini semakin diminati karena memungkinkan proses transaksi dilakukan dengan mudah melalui *smartphone*. Aplikasi DANA ini dapat diakses dan diunduh melalui perangkat berbasis iOS maupun Android. Di samping itu, DANA telah menjalin kemitraan dengan berbagai merchant dan aplikasi *online* populer yang mendukung penggunaan layanan pembayaran digital, sehingga dapat digunakan sebagai alternatif pembayaran digital yang praktis yang baik untuk transaksi secara daring maupun transaksi langsung di tempat. Kemudahan tersebut turut memengaruhi perilaku konsumen, terutama bagi mereka yang gemar berbelanja (Hidayat & Riofita, 2024). Karena hal tersebut menyebabkan transaksi dapat dilakukan kapan saja tanpa hambatan waktu maupun tempat.

Strategi melalui teknologi media sosial ini merupakan salah satu pendekatan yang efektif untuk menarik perhatian kalangan muda, terutama mereka yang aktif menggunakan platform digital (Rohmah et al., 2024). Efektivitas strategi ini telah dibuktikan melalui berbagai hasil penelitian. Banyak kalangan muda yang memanfaatkan digital dengan tingkat yang tinggi. Karena kemudahan dalam metode pembayaran tersebut, menjadikan gaya hidup di golongan generasi muda saat ini menunjukkan kecenderungan gaya hidup konsumtif yang tinggi, baik dalam hal pembelian produk maupun penggunaan jasa (Rohmah et al., 2024).

Gaya hidup memiliki beragam artian dan biasanya diartikan berbeda-beda tergantung dari sudut pandang disiplin ilmu yang membahasnya. Perkembangan gaya hidup dipengaruhi oleh faktor-faktor

yang meliputi kebutuhan, keinginan, tekanan sosial, dan dorongan untuk menunjukkan identitas diri (Khairunnisa, 2023). Gaya hidup juga bentuk cara hidup setiap individu yang dilihat dari setiap kegiatan, minat, dan pandangan terhadap berbagai aspek (Laowo et al., 2023). Gaya hidup menggambarkan bagaimana setiap individu menampilkan dirinya dan bersosialisasi dengan lingkungan sekitar. Secara umum, gaya hidup menunjukkan cara seseorang dalam bertindak dan bersosialisasi di kehidupan sehari-hari.

Seseorang ketika menjadi konsumen dapat dibedakan ataupun diklasifikasikan berdasarkan orientasi gaya hidup mereka menjadi dua kelompok, yaitu mereka yang memiliki gaya hidup tinggi dan gaya hidup rendah (Isnawati & Kurniawan, 2021). Konsumen yang memiliki gaya hidup tinggi umumnya lebih tertarik pada produk atau layanan yang dapat merepresentasikan pencapaian dan keberhasilan mereka di mata orang lain. Sebaliknya, individu dengan gaya hidup rendah lebih fokus pada pemenuhan kebutuhan dasar dibandingkan keinginan semata. Oleh karena itu, gaya hidup yang tinggi biasanya berkaitan dengan tingkat minat beli yang tinggi terhadap barang atau jasa, sementara mereka yang bergaya hidup sederhana cenderung lebih selektif dan hanya membeli hal-hal yang sangat dibutuhkan.

Saat ini gaya hidup masyarakat cenderung mengarah pada kemewahan, karena munculnya pandangan bahwa kebahagiaan dapat dicapai dengan mengejar berbagai bentuk kesenangan. Fenomena ini juga tampak jelas karena pola konsumsi dimulai dari remaja, termasuk para siswa (Juniar Alya, 2023). Hal ini menunjukkan gaya hidup sekarang menimbulkan adanya pola konsumtif dari mereka.

Berubahnya gaya hidup di kalangan siswa saat ini cenderung ditandai dengan kebiasaan mengonsumsi barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena dorongan keinginan semata (Okarniatif & Suhaeb, 2023). Apalagi kalangan siswa yang bertempat tinggal di daerah kota yang masyarakatnya sudah tidak asing dengan penggunaan teknologi. Gaya hidup ini dapat terlihat dari pilihan pakaian,

barang yang dikonsumsi, serta sikap dan tingkah laku seseorang saat bersosialisasi dengan orang lain. Banyak diantara mereka yang mudah terpengaruh oleh promosi penjual, tergoda oleh iklan, dan potongan harga sehingga kurang memperhatikan pola konsumsi mereka.

Konsumsi merupakan aktivitas yang tujuannya untuk menggunakan nilai guna dari suatu barang ataupun jasa yang dimanfaatkan guna memenuhi kebutuhan hidup (Isnawati & Kurniawan, 2021). Para siswa yang berada dalam fase remaja sedang berada pada tahap pencarian jati diri, dimana mereka belum memiliki prinsip yang kokoh dalam bertindak, bersikap, dan mengambil tanggung jawab. Kondisi ini menjadikan remaja cenderung mudah terpengaruh dan menunjukkan kecenderungan tidak seimbang dalam mengelola pola konsumsi sehingga timbulnya sifat konsumtif. Tidak jarang mereka rela mengeluarkan uang bukan untuk mencukupi kebutuhan yang mendesak, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan yang bersifat sementara (Durohmah & Feriyanto, 2024). Hal tersebut terjadi di salah satunya pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Hal ini terjadi karena sebagian siswa yang di beberapa jurusan tertentu dituntut dalam hal penampilan.

Selain itu, siswa SMK berada pada masa peralihan menuju kedewasaan yang cenderung lebih mudah terpengaruh oleh iklan, diskon, dan gaya hidup yang ditampilkan di media sosial. Hal ini menyebabkan timbulnya pola konsumtif pada mereka yang menjadikannya semakin tidak terkontrol. Berdasarkan hasil penelitian (Selang et al., 2020), disebutkan bahwa siswa dengan gaya hidup tinggi cenderung memiliki cara pandang tersendiri terhadap berbagai hal di sekitarnya, yang pada akhirnya turut memengaruhi pola konsumsi yang mereka bentuk. Gaya hidup menggambarkan pola hidup setiap individu yang dapat ditinjau dari cara mengelola pemasukan serta memilih jenis produk barang atau jasa yang dikonsumsi (Puspita, 2022). Gaya hidup tersebut berperan dalam memengaruhi perubahan perilaku konsumsi.

Berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh *E-Commerce* dan *fintech* serta semakin berkembangnya gaya hidup konsumtif di kalangan

remaja seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, fenomena ini justru menimbulkan kekhawatiran terhadap pola konsumsi yang tidak seimbang, khususnya di kalangan siswa. Berdasarkan observasi awal yang sudah dilakukan sebelumnya, sebagian siswa seringkali menggunakan atau memakai uang saku mereka untuk membeli berbagai barang yang bersifat konsumtif, seperti makanan dan minuman kekinian yang dipengaruhi oleh tren media sosial. Pengeluaran ini sering kali tidak sesuai dengan kebutuhan utama mereka sebagai pelajar. Tidak sedikit pula siswa yang menggunakan aplikasi belanja online dan metode pembayaran digital tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial, hanya karena tertarik dengan diskon ataupun promo yang ditawarkan. Selain itu, berdasarkan hasil observasi awal di SMK Negeri 2 Kota Kediri, terdapat pembiasaan penggunaan pembayaran digital di lingkungan sekolah, salah satunya melalui kebijakan pada hari Jumat yang mewajibkan semua siswa melakukan transaksi menggunakan metode pembayaran digital. Kebiasaan tersebut secara tidak langsung mendorong siswa untuk semakin terbiasa menggunakan layanan *fintech* dalam kegiatan konsumsi sehari-hari. Situasi ini menunjukkan perlunya perhatian terhadap bagaimana pengaruh penggunaan *E-Commerce*, pemanfaatan *fintech*, dan gaya hidup terhadap pola konsumtif siswa. Sehingga, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui dan memahami lebih dalam sejauh mana ketiga faktor tersebut memengaruhi pola konsumsi siswa dan bagaimana implikasinya terhadap kebiasaan dan pengelolaan keuangan mereka di usia remaja.

Dari pemaparan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki tujuan guna menganalisis sejauh mana penggunaan Shopee, DANA, dan gaya hidup memengaruhi pola konsumtif siswa dari SMK. Pola konsumsi di sini merujuk pada kebiasaan dan cara siswa dalam membelanjakan uang mereka untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan sehari-hari. Apalagi pada SMK Negeri 2 Kota Kediri tersebut memiliki jurusan yang dimana siswanya mempelajari terkait dengan keuangan. Dari uraian latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Penggunaan Shopee, DANA, Dan

Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumtif Siswa Jurusan Akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri”

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini disusun sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh penggunaan Shopee terhadap pola konsumtif siswa jurusan akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri?
2. Bagaimana pengaruh DANA terhadap pola konsumtif siswa jurusan akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumtif siswa jurusan akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri?
4. Bagaimana pengaruh penggunaan Shopee, DANA, dan gaya hidup terhadap pola konsumtif siswa jurusan akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini bertujuan untuk mencapai beberapa sasaran sebagai berikut.

1. Mengetahui pengaruh penggunaan Shopee terhadap pola konsumtif siswa jurusan akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri.
2. Mengetahui pengaruh penggunaan DANA terhadap pola konsumtif siswa jurusan akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri.
3. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumtif siswa jurusan akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri.
4. Mengetahui pengaruh penggunaan Shopee, DANA, dan gaya hidup terhadap pola konsumtif siswa jurusan akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan penjelasan terkait bagaimana penggunaan Shopee, DANA, dan gaya hidup dapat memengaruhi pola konsumtif siswa jurusan akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri. Maka dari itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan literatur akademis mengenai berbagai faktor yang memengaruhi pola konsumsi siswa, khususnya pada tingkat SMK.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penulis dapat mengetahui alasan mengapa penggunaan Shopee, DANA, dan gaya hidup dapat memengaruhi pola konsumtif siswa jurusan akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri, yang dapat dijadikan sebagai pengalaman penelitian dan menambah kemampuan dalam menganalisis pengaruh berbagai faktor terhadap pola konsumtif siswa.

b. Bagi Pembaca

Harapan dari penelitian ini yaitu dapat memberikan kesadaran yang lebih mendalam kepada pembaca mengenai berbagai faktor, yakni penggunaan Shopee, DANA, dan gaya hidup dapat memengaruhi pola konsumtif siswa jurusan akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri. Di sisi lain, pembaca dapat memperkaya pengetahuannya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Harapan penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya untuk mengetahui alasan dari pengaruh penggunaan Shopee, DANA, dan gaya hidup terhadap pola konsumtif siswa jurusan akuntansi di SMK Negeri 2 Kota Kediri. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi dasar untuk peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Kurnadi, E., & Apriyani, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5. <https://doi.org/https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v5i1.817>
- Abdullah, & Suja'i. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan Dewantara*, 8(September), 72–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>.
- Adji, Y. B., Muhammad, W. A., Nurwira, A., & Akrabi, L. (2023). *Perkembangan Inovasi Fintech di Indonesia*. 5(1), 47–58. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v5i1.8675>
- Agustianingsih, D., & Rizky, M. F. (2025). *Pengaruh E-Commerce Shopee Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Universitas NU Sidoarjo*. 3(2), 208–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3822>
- Aini, F., Rahmah, A., Aeni, N., & Pamulang, U. (2026). *Sikap konsumtif sebagai budaya populer dan komunikasi antar budaya dalam platform digital*. 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/linimasa.v9i1.40663>
- Aningsih, S., Efendi, J., & Purnomo, R. A. (2025). *The Digital Customer Journey: Bagaimana Digitalisasi Membentuk Perilaku Nasabah dan Mendorong Pertumbuhan Bisnis Perbankan*. 4(3), 637–651. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v4i3.7844>
- Aprianto, N. E. K. (2021). Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 2(1), 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.61242/ijabo.21.152>
- Ashari, R., Parji, P., & Sudarmiani, S. (2022). Persepsi Guru Terhadap Model Pengelolaan Keuangan Dan Perilaku Konsumtif Dalam Melaksanakan Tugas Di Madrasah Aliyah Al Fatah Temboro. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v10i1.11917>
- Astari, & Candraningrat, I. R. (2022). Pengaruh Fintech Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi.

- Jurnal Manajemen Strategik Dan Simulasi Bisnis*, 3(1), 68–81.
<https://doi.org/10.25077/mssb.3.1.68-81.2022>
- Azizah, M., & Aswad, M. (2022). *Pengaruh Belanja Online Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial di Blitar*. 1(4), 429–438. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v1i4.550>
- Betharini, N., & Sungkono, S. (2023). Penggunaan Fintech Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Di Kalangan Mahasiswa Ubp. *Jurnal Economina*, 2(6), 1416–1429. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.619>
- Christy, C. C. (2022). FoMo di media sosial dan e-WoM: pertimbangan berbelanja daring pada marketplace. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(1), 331–357. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.3742>
- Citra, D., Putri, P., & Lutfianti, A. (2024). *Peran Teknologi Finansial FinTech dalam Mengubah Layanan Perbankan Tradisional*. 2(4), 194–201. <https://doi.org/https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/MHI/index>
- Desviani, D. P., Martha, C., Sianipar, M., & Surabaya, U. N. (2024). *Pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap manajemen keuangan mahasiswa kost*. 2(12). <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/czx3tn73>
- Durohmah, S., & Feriyanto, O. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Digital*. 3(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i3.4468>
- Dwi, J., Amory, S., Mudo, M., & Rhena, J. (2025). *Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi : Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet*. 14, 28–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608>
- Efendi, P. S., & Wulandari, D. (2022). Peluang dan Tantangan Fintech Syariah dalam Mendorong Perekonomian UMKM Masyarakat Kediri. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(5), 373–382. <https://doi.org/10.59141/comserva.v2i5.319>
- Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelان. *Jurnal Ilmiah*

- Mahasiswa Perbankan Syariah, 2, 247–254.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i2.75>
- Fadil, I., Annas, F., & Hidayat, R. (2024). *Perancangan Produk dan Penjualan Multikategori melalui Platform E-Commerce*. 03(02), 384–398.
<https://doi.org/https://doi.org/10.57255/jovishe.v3i2.484>
- Fauziah, G. U., Nurochan, N., & Nopianti, N. (2022). *Pengaruh Fasilitas (Fitur) E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa STEI Ar-Risalah Ciamis)*. VII(Ii), 254–267.
- Febriyanti, R., Ariwibowo, P., & Nurmalasari F, D. (2024). Pengaruh E-Commerce Dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Di Sman 11 Depok. *Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal*, 3(2), 123–130.
<https://doi.org/https://doi.org/10.58890/eleste.v3i2.173>
- Fuady, F., & Rokhmat, A. Z. N. (2021). Kompetisi Bisnis Konvensional Terhadap Bisnis Online Pada Media Sosial di Kecamatan Klirong Kebumen. *Jurnal Literasi: Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perpektif*, 1(2), 287–318.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22515/literasi.v1i2.3717>
- Ginting, D. R., Gultom, B. T., & Simamora, B. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK Negeri 1 Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(April), 88–94.
<https://doi.org/10.47709/educendikia.v4i01.3897>
- Gultom, B. T., & Silalahi, D. R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa SMK Teladan Tanah Jawa. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4, 984–990.
<https://doi.org/10.47709/educendikia.v4i03>.
- Gunawan, Y. A., Setyaningrum, I., & Sinaga. (2024). Sudi Preferensi Konsumen Perempuan Gen Z Terhadap Produk Kosmetik Cina Pada E-Commerce Shopee. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.11317>
- Hamdani, & Sa'diyah, H. (2025). *Konsep Dasar Penyusunan Hipotesis dan Kajian Teori dalam Penelitian*. 2(2), 64–73.

<https://doi.org/https://doi.org/10.52620/jls.v2i2.93>

- Harahap, M. K., Hariyanti, I., Epi, Y., Natasya, S. F., & Afri, E. (2024). Taksonomi Fintech: Klasifikasi dan Implikasi Teknologi Finansial di Era Digital. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 3(03), 228–242. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v3i03.518>
- Hardani. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hardani, Ustiawaty, J., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Hermiati, R., Asnawati, A., & Kanedi, I. (2021). Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql. *Jurnal Media Infotama*, 17(1), 54–66. <https://doi.org/10.37676/jmi.v17i1.1317>
- Hidayat, Abdullah, W., Zulfikar, A., & Darussalam, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Pola Konsumsi Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding Nasional 2023*, h. 230.
- Hidayat, & Riofita, H. (2024). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Di Era Digital Pada Platform E-Commerce The Influence of Discounts and Promotions on Impulsive Purchasing Behavior in the Digital Era on E-Commerce Platforms. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(11), 4196–4201. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6400>
- Idayanti, R., & Ulandari, P. (2021). *Peran Aplikasi Dompot Digital Indonesia (DANA) Dalam Memudahkan Masyarakat Melakukan Pembayaran Digital*. 429–441.
- Idris, D. L. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2016 UIN Mataram Pada Trend Fashion (Pakaian). *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 624–633. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i6.114>
- Ilfiyasari, & Malau, R. M. U. (2021). *Analisis Resepsi Viewers Mengenai Konten*

- Gaya Hidup Konsumtif Pada Kanal Youtube Rans Entertainment*. 8(2), 1597–1613.
- Isnawati, E., & Kurniawan, R. Y. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), 107–112. <https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Master-8362-journal.pdf>
- Iswan, A., Triani, N., & Ilham, S. (2025). *Model Peningkatan Kinerja Keuangan melalui Financial Behavior sebagai Variabel Intervening*. 5(April).
- Jafar, M. K., Anggrainy, N. E., Suhardin, I., & Tohai, R. N. (2023). Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Manado. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 3(1), 96–105. <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizii>
- Jannah, K. A. M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Ardiawan, T. M. K. N., & Sari, M. E. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May).
- Japit, S., Risyani, Y., Selamat, T., Bombongan, C., & Machine, S. V. (2024). *Deteksi Anomali Transaksi E-Commerce Menggunakan Support Vector Machine Berbasis Data Mining*. 13, 1976–1980.
- Junaedy, A., Huraerah, A., Abdullah, A. W., & Rivai, A. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Pendidikan Indonesia. *Journal of Islamic Education Policy*, 8, 133–146. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30984/jiep.v8i2.2715>
- Juniar Alya, S. (2023). Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Siswi SMK Al-Hikmah Curug 1. *Journal of Business Education and Social*, 4(1), 18–29. <https://www.ejournal.unis.ac.id/index.php/JBS/article/view/4266>
- Khairunnisa, Y. P. (2023). Kebiasaan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perkembangan Kepribadian Anak. *JUBIKOPS: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 3(1), 37.
- Khoirunisa, D., Arifiani, N. D., Rizqi, M., Endang, M., & Panggiarti, K. (2023). Analisis Peran Otoritas Jasa Keuangan (Ojk) dalam Mengawasi Pelayanan Pada Perusahaan Financial Technology (Fintech) di Indonesia. *Inisiatif*:

Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen, 2(3), 127–132.

- Kinanti, A. F., Maulana, M. S., & Yasin, M. (2024). Analisis Pola Konsumsi di Indonesia sebagai Indikator Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(2), 19–32. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2430>
- Laowo, U. G. D., Ita, L. S., Laia, G. P., Sihotang, I. N., & Nainggolan, I. D. (2023). Gambaran Gaya Hidup Hedonisme Dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Informasi Kesehatan Stikes Santa Elisabeth Medan. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 7(1), 53–67. <https://doi.org/10.22437/titian.v7i1.24814>
- Leoni, M. I., & Purwasih, I. (2021). Hubungan antara Kematangan Emosi dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Fatah Palembang. *Indonesian Journal of Behavioral Studies*, 1(4), 473–487. <https://doi.org/10.19109/ijobs.v1i4.11934>
- Lestari, D., Ilato, R., Ardiansyah, Hafid, R., Mahmud, M., & Alwi, N. M. (2023). Pengaruh Kecakapan Hidup (life skill) dan Gaya Hidup (life style) Terhadap Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16(1), 1–15.
- Maharani, D. I. (2024). Peluang dan Tantangan Sektor E-Commerce dalam Meningkatkan Perekonomian di Era Transformasi Digital. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 201–210. <https://doi.org/10.29407/jse.v7i1.493>
- Majir, A., & Nasar, I. (2021). Pengaruh E-Commerce Era Industri 4.0 Dan Kesiapan Menyambut Revolusi Society 5.0. *Sebatik*, 25(2), 530–536. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i2.1574>
- Maylani, C., Khasanah, R. N., Zuhri, M. F., & Kustiningsih, N. (2022). Optimalisasi Penggunaan Marketplace Dan Digital Payment Sebagai Solusi Pembelian Pada Umkm Truveil.Id. *Accounting and Management Journal*, 6(1), 54–59. <https://doi.org/10.33086/amj.v6i1.2601>
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2021). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.

- Nabilah, A. P., Fitri, K. N., Primastuti, R. K., Khoirunnisaa, R. T., Anju, A., & Ernawati, E. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa. *Populika*, 9(2), 13–22. <https://doi.org/10.37631/populika.v9i2.388>
- Nainggolan, H. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan , Kontrol diri dan Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumfit pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan*. 5(1), 810–826.
- Norrahman, R. A. (2023). *Peran Fintech Dalam Transformasi Sektor Keuangan Syariah* (pp. 101–106).
- Nugraha, P. P. (2023). Korelasi Ramalan Joyoboyo Pasar Ilang Kumandange Terhadap Pemasaran Digital Di Era Marketing 4.0 Di Indonesia. *Bangun Rekaprima*, 9(1), 75. <https://doi.org/10.32497/bangunrekaprima.v9i1.4475>
- Nurdiansyah, A., Suci Pratiwi, A., & Kaunaini, N. (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kepuasan Terhadap E-Commerce. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 297–303. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.42>
- Okarniatif, A. A. M., & Suhaeb, F. W. (2023). Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Pada Remaja Pengguna Media Sosial Instagram Di Desa Uloe Kabupaten Bone. *Jurnal Kajian Sosial Dan Budaya*, 110(1), 110–123.
- Oskar, D. P., Prinoya, R. W., Novita, W., & Johan, H. (2022). E-Commerce, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online melalui Platform TikTok. *Jurnal Ekobistek*, 11, 442–447. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.434>
- Prastyaningtyas, E. W., Ausat, A. M. A., Muhamad, L. F., Wanof, M. I., & Suherlan. (2023). The Role of Information Technology in Improving Human Resources Career Development. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 5(3), 266–275.
- Pratama. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1, 21–34.
- Pratama, A., R., S. A., & Salwa, N. (2025). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce Tiktok Shop Terhadap Perilaku Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*. 02(03).

- Pratami, & Rijali, N. F. (2024). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi* *Tabalong*. 7.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55123/insologi.v4i3.5646>
- Purwanto, H., Yandri, D., & Yoga, M. P. (2022). Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap perilaku manajemen keuangan di masyarakat. *JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS*, 11.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol11no1.220>
- Puspita. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Pola Konsumsi Ibu Rumah Tangga. *Journal of Accounting Taxing and Auditing*, 3(2), 59–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.57084/jata.v3i2.899>
- Puspita, Finanta, D., Rayani, C., & Sinulingga, I. (2025). Peran Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Efisiensi Transaksi E-Commerce Shopee. *Jurnal Sains Student Research*, 3(1), 105–115.
- Putri, & Indriastuti, D. R. (2025). Pengaruh Financial Literacy, Fintech E-Wallet dan Financial Attitude Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(2), 158–171.
- Putri, O. N. S., Sudiantini, D., Ina, A. S., Davianti, A. R., & Liu, F. (2024). Pengaruh E-Commerce Shopee Sebagai Media Belanja Fashion Online. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(6), 890–897.
- Putri, Wibowo, A. S., Pebe, S. T. A., & Asidik, S. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Angkatan 2021 Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Potensial*, 1(2), 143–150.
- Rachamayani, A. N. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga*.
- Rahma, M., Arifin, W., & Cahya, S. B. (2024). *Pengaruh penggunaan Platform Digital Money dan Platform E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 12(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v12n2.p263-272>
- Rahmi, C., Fariza, M., & Farisi, A. (2024). *Tantangan dan Prospek Pengendalian*

- Riba dalam Transaksi di E-Commerce (Studi Kasus Transaksi Jual Beli Menggunakan Shopee Paylater).* 02(02), 262–267.
- Rahmi, & Norsaleha, S. (2022). *Analisis faktor internal e-commerce di indonesia studi pada lazada dan shopee.* 3(02), 26–35.
<https://doi.org/https://doi.org/10.58791/febi.v3i2.311>
- Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023). *Pengaruh Desain Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia).* 7(2), 20–32.
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2024). Aktualisasi Gaya Hidup Dalam Pola Konsumsi Santri. *Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 145–170.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56114/al-sharf.v5i2.11587>
- Rohmah, N. A., Susyanti, J., & Novianto, A. S. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Fintech, Fintech Knowledge, Dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online P2P Lending. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 926–933.
- Rohman, A. N. (2023). Urgensi Pengaturan Fintech Lending Syariah Di Indonesia: Analisis Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Layanan. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 20(1), 16. <https://doi.org/10.54629/jli.v20i1.991>
- Rondonuwu, D. B., & Tendur, S. T. E. (2022). Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Equilibrium*, 3(3), 48–54.
<https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/5466>
- Roswirman, R., & Elazhari, E. (2022). Pengaruh Implementasi Manajemen Mutu Terpadu dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru pada Era New Normal di SMK Swasta PAB 2 Helvetia. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(4), 316–333. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v1i4.139>
- Samsudin, A., & Islami, H. H. (2023). Sistem Pengaduan Masyarakat Menggunakan Metode Agile Extreme Programming. *Jurnal Infotex*, 2(1), 214–226.
- Sari, & Nasution, M. I. P. (2024). Dampak E-commerce Terhadap Perkembangan

- Digital. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 18–24.
- Sari, Nengsih, T. A., & Syahrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 137–151.
- Sari, W. N., & Hwihanus. (2023). Menerapkan Pentingnya Sistem Informasi Akuntansi (Sia) Dalam Transaksi Jual Beli Di Bidang E-Business. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(1), 39–53. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v1i1.48>
- Sasabone, L., Sudarmanto, E., Yovita, Y., & Adiwijaya, S. (2023). Pengaruh E-commerce dan Kemudahan Transaksi Terhadap Perubahan Pola Konsumsi Dalam Era Digital Di Indonesia. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(01), 32–42. <https://doi.org/10.58812/sish.v1i01.304>
- Selang, R. A., Wahjoedi, & Wahyono, H. (2020). Pengaruh Gaya Hidup , Intensitas Belajar dan Hasil Belajar. *Jurnal Pendidikan Humaniora*, 3(2), 134–142.
- Sihotang, H. T. M., & Nasution, M. I. P. (2025). *Perbandingan Efisiensi Transaksi Uang Digital dan Uang Tunai di Indonesia*. 3(1), 245–252.
- Simbolon, P., Turnip, H., Damanik, C., & Tamba, R. (2025). *MEKANISME DAN PERILAKU INDIVIDU*. 4(1), 669–679.
- Sinambela, S. M., Saragih, M. D., Novi, J., & Lumbantobing, Y. (2025). *Dinamika Kebudayaan dan Perubahan Sosial dalam Masyarakat Modern*. 2.
- Subarman, P. S., & Dunan, H. (2022). *Pengaruh Faktor Sosial , Gaya Hidup , Dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 1(3), 405–424.
- Sudiantini, D., Adelia, L., Prastiwi, L., BR Kembaren, L., & Dwi Saiful Qhozi, M. (2023). Manajemen Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Sebuah Kinerja UMKM. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1641–1650. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.902>
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*.
- Susilowati, N., Febriana, N. H., Wiguna, I., Utami, G. P., & Mulyani, H. E. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Wallet terhadap*

- Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 11(September), 105–114.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33197/jabe.vol11.iss2.2025.3371>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tambunan, A., Friska, J., Yusuf, M. D., Hanani, N., Thomas, R., Serena, R., Fransiskus, R., & Asmara, R. W. (2022). Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKMd Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat melalui Pelatihan Strategi Pemasarandengan Menggunakan Aplikasi E-Commerce. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 1(4), 63–76.
- Ubaidillah, S. R., Jidan, S., Nurika, S. F., & Khalifah, S. (2024). Prosedur Evaluasi Fintech Syariah Perspektif Maqashid Syariah Pada Studi Kasus Dana Syariah Sebagai Aplikasi Fintech Payment. *Journal of Sharia Economic Law Prosedur*, 2(2), 63–70.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37680/jshel.v2i2.5759>
- Ummu Salamah, Ati Sadiah, & Lis Aisyah. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Financial Technology Dan Pengelolaan Keuangan Pribadi Terhadap Gaya Hidup. *Jurnal Sains Student Research*, 1(1), 104–116.
- Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62.
<https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>
- Veronica, A., Ernawati, Rasdiana, Abas, M., Yusriani, Hadawiah, Hidayah, N., Sabtohadhi, J., Marlina, H., Mulyani, W., & Zulkarnaini. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Wahyudiana, E. H., & Hendriani, D. (2024). Gaya Hidup Konsumtif dan Dampaknya terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Tadris IPS UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis)*, 2(4), 401–410. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v2i4.2413>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
<https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>

- Wawo, A. B., Safaruddin, & Qalbi, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompot Elektronik Sebagai Alat Trnsaksi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(02), 142–153. <https://doi.org/http://jak.uho.ac.id/index.php/journal> PENGARUH
- Willis, I. S., Amroni, A., & Andrianti, A. (2024). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Pada Leonheart Cell Jambi. *Jurnal Manajemen Teknologi Dan Sistem Informasi (JMS)*, 4(1), 647–656. <https://doi.org/10.33998/jms.2024.4.1.1651>
- Wirananda, H. A. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Finansial Teknologi (Studi Kasus UMKM Kota Medan). *Jurnal Akuntansi*, 11(2), 236–247. <https://doi.org/10.37932/ja.v11i2.644>
- Wulandari, N., & Wahyudi, D. (2022). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan di Desa Mranggen Kabupaten Demak. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 14853–14870.
- Yanti, D. K. (2022). E-commerce dan Bisnis Fintech Syariah di Indonesia. *Students' Difficulties at Elementary School in Increasing Literacy Ability*, 4(1), 1–12.
- Yusvita Aprilyan, Elin Erlina Sasanti, & Isnawati. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>
- Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater pada Mahasiswa di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 55–62. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i1.63061>
- Zahwa, F. K., & Hanif, M. (2024). Peran Lingkungan Sosial Dalam Pembentukan Moralitas Remaja: Perspektif Psikologi Perkembangan Melalui Pendekatan Kualitatif. *JURNAL ILMU PENDIDIKAN DAN PSIKOLOGI*, 2, 103–109. <https://doi.org/https://doi.org/10.61116/jipp.v2i3.318>

Zayrin, A. A., Nupus, H., Maizia, K. K., & Marsela, S. (2025). Analisis Instrumen Penelitian Pendidikan (Uji Validitas Dan Relibilitas Instrumen Penelitian). *Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 3, 780–789.