

# Studi Fenomenologi Regulasi Diri Mahasiswa Pengguna ShopeePay

Amalia Nur Faizza\*, Ella Faridati Zen, Widya Multisari

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5, Malang, Jawa Timur, 65145, Indonesia

\*Corresponding author, email: amalia.nur.2101116@students.um.ac.id

## Riwayat artikel

Diajukan: 10 Juni 2025

Direvisi: 27 Juli 2025

Diterima: 15 Agustus 2025

Diterbitkan: 19 Agustus 2025

## Kata kunci

Dompot digital

Kebutuhan

Regulasi diri

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi mahasiswa terhadap penggunaan *Shopeepay*, menelaah bentuk regulasi diri dalam memenuhi kebutuhan, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis studi fenomenologi interpretatif. Data dikumpulkan menggunakan teknik wawancara mendalam. Teknik pengambilan subjek menggunakan *snowball sampling*. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis interaktif. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi metode dan *member check*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap penggunaan *Shopeepay* cenderung positif, terutama karena kemudahan, efisiensi, dan manfaat ekonomis yang ditawarkan. Namun, persepsi ini juga memicu kecenderungan perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan regulasi diri yang memadai. Regulasi diri mahasiswa dalam menggunakan *Shopeepay* belum optimal, ditandai dengan ketidakkonsistenan dalam perencanaan keuangan, lemahnya kontrol impuls saat pelaksanaan, serta minimnya evaluasi terhadap pengeluaran. Penggunaan *Shopeepay* juga sering kali dipengaruhi oleh kondisi emosional, seperti stres, yang menyebabkan mahasiswa menjadikan belanja sebagai bentuk pelampiasan. Selain itu, regulasi diri juga dipengaruhi oleh faktor individu seperti impulsivitas dan pengelolaan emosi, serta faktor lingkungan seperti pola asuh permisif dan kurangnya kontrol sosial.

**How to cite:** Faizza, A. N., Zen, E. F., & Multisari, W. (2025). Studi Fenomenologi Regulasi Diri Mahasiswa Pengguna ShopeePay. *Ilmu Pendidikan: Jurnal Kajian Teori dan Praktik Kependidikan*, 10(2), 107–112. doi: 10.17977/um027v10i22025p107-112

## 1. Pendahuluan

Dalam era digital yang serba cepat, mahasiswa semakin dimudahkan oleh kehadiran teknologi finansial seperti dompet digital. Namun, kemudahan ini sering kali tidak diimbangi dengan kemampuan regulasi diri yang memadai. Salah satu contohnya terlihat pada penggunaan *ShopeePay*, di mana mahasiswa kerap mengalami kesulitan mengendalikan dorongan belanja, terutama saat terpapar promo menarik.

“Kalau aku hampir setiap hari pakai ShopeePay, soalnya lebih cepat dan sering ada cashback atau promo orang. Jadi, meskipun kadang bukan kebutuhan penting, tetap aku beli” (W01/M/251124).

Informan menyadari perilaku konsumtif yang dilakukannya, namun mengalami kesulitan dalam mengendalikan dorongan membeli, terutama saat ada promosi seperti *flash sale*. Hal ini menunjukkan lemahnya kemampuan regulasi diri dalam mengontrol pengeluaran.

Pernyataan ini menggambarkan ketimpangan antara kemudahan teknologi dan kemampuan mengelola perilaku konsumsi secara sadar. Dompet digital seperti *ShopeePay* memang menawarkan kecepatan dan kepraktisan, tetapi juga menghadirkan godaan promosi yang dapat mendorong perilaku konsumtif secara impulsif. Mahasiswa menjadi rentan dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan,

“Aku kadang sadar kalau boros, tapi susah banget nahan kalau ada flash sale. Rasanya aku beli terus” (W01/MFS/251124).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa informan menyadari perilaku konsumtif yang dijalankannya, tetapi merasa kesulitan dalam mengendalikan dorongan untuk berbelanja, khususnya saat ada *flash sale*. Hal ini mencerminkan lemahnya regulasi diri dalam fase pelaksanaan, di mana kendali terhadap perilaku aktual belum optimal.

Fenomena ini menandakan adanya dinamika regulasi diri yang berbeda-beda pada mahasiswa. Regulasi diri merupakan proses aktif di mana individu menetapkan tujuan, memonitor perilaku, dan menilai pencapaiannya, terutama dalam situasi yang membutuhkan pengambilan keputusan yang bertanggung jawab (Zimmerman, 2000). Zimmerman membagi regulasi diri ke dalam tiga fase utama, yaitu fase perencanaan,

pelaksanaan, dan refleksi. Ketiga fase ini menjadi acuan penting dalam memahami bagaimana mahasiswa mengelola perilaku dalam menggunakan *Shopeepay*, khususnya dalam membedakan antara pemenuhan kebutuhan. Regulasi diri tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti kontrol diri atau kesadaran kognitif, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti lingkungan sosial, pola kebiasaan, dan kemudahan akses teknologi (Santrock, 2012). Dalam konteks mahasiswa, tekanan dari lingkungan pertemanan, gaya hidup, dan budaya konsumtif yang ditanamkan secara tidak langsung oleh media digital turut menjadi faktor yang memengaruhi dinamika regulasi diri.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan adanya potensi peningkatan perilaku konsumtif akibat penggunaan *e-wallet*. Sebagaimana studi yang dilakukan oleh Priscilia dan Fadjar (2024) serta Amal et al. (2024) mengungkapkan bahwa fitur-fitur promosi dan diskon pada *Shopeepay* cenderung mendorong mahasiswa untuk berbelanja lebih sering, bahkan untuk hal-hal yang bukan merupakan kebutuhan mendesak. Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Wati (2023) mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan serta keberadaan promosi atau *cashback* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat mahasiswa untuk terus menggunakan *Shopeepay*, termasuk untuk pembelian kebutuhan nonprimer. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Pramesti et al. (2023) dan Fikri (2021) juga menyimpulkan bahwa penggunaan dompet digital yang tidak terkontrol dapat memicu perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa akibat daya tarik promosi dan *cashback*. Di sisi lain, penelitian Rahmah dan Arianti (2024) menemukan bahwa kontrol diri memiliki korelasi negatif yang signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *e-wallet*. Hal ini menegaskan bahwa kemampuan regulasi diri memegang peranan penting dalam mengelola penggunaan dompet digital secara bijak.

Gap literatur terlihat pada kurangnya kajian kualitatif yang menggali pengalaman mahasiswa secara mendalam terkait proses regulasi diri dalam penggunaan dompet digital, khususnya berdasarkan tiga fase regulasi diri Zimmerman. Belum banyak penelitian yang menjelaskan bagaimana mahasiswa memaknai penggunaan *e-wallet* dalam konteks pengambilan keputusan sehari-hari serta faktor-faktor yang memengaruhi proses tersebut. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan pendekatan fenomenologis, guna memahami dinamika regulasi diri mahasiswa pengguna *ShopeePay*. Hasil penelitian ini diharapkan memberi kontribusi praktis dalam bidang Bimbingan dan Konseling, khususnya dalam pengembangan layanan yang mendukung keterampilan pengelolaan diri dan peningkatan kesejahteraan mahasiswa.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis fenomenologi interpretatif, yang dipilih untuk menggali secara mendalam makna subjektif dan pengalaman pribadi mahasiswa dalam mengelola regulasi diri selama menggunakan dompet digital *ShopeePay*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami dunia internal subjek dari sudut pandang mereka sendiri, terutama dalam konteks pengambilan keputusan konsumsi dan dinamika psikologis yang menyertainya.

Subjek adalah mahasiswa aktif Universitas Negeri Malang yang berusia 18-22 tahun, berasal dari berbagai jurusan, dan telah menggunakan aplikasi *Shopeepay* minimal 6 bulan terakhir dengan frekuensi minimal 4 kali transaksi per minggu. Subjek memiliki status pengguna *Shopee* kategori *Silver* dan atau *Gold*. Pemilihan subjek dilakukan melalui teknik *snowball sampling*, yang mana dimulai dengan sejumlah kecil subjek yang kemudian merekomendasikan subjek lain dengan karakteristik serupa, sehingga jumlah subjek bertambah secara bertahap (Kumara, 2018).

Penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas Negeri Malang. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam untuk mendapatkan data utama dan sebagai data pelengkap menggunakan teknik observasi nonpartisipan dan studi dokumentasi. Pengecekan keabsahan data menggunakan *member check* dan triangulasi metode.

Prosedur analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis interaktif, yang terdiri dari tiga tahapan utama yang dilakukan secara siklis dan simultan (Miles & Huberman, 1994). Pertama, reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, dan transformasi data mentah dari hasil wawancara; kedua, penyajian data, yakni menyusun data yang telah direduksi ke dalam bentuk naratif atau visual untuk memudahkan penarikan makna dan pola; dan ketiga, penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu proses menginterpretasikan makna mendalam dari pengalaman subjek serta menguji konsistensi temuan secara berulang. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk membangun pemahaman menyeluruh terhadap dinamika pengalaman subjek dalam konteks penggunaan *ShopeePay*.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan *Shopeepay* dalam Kehidupan Sehari-hari

Hasil temuan menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memandang *Shopeepay* sebagai sarana pembayaran yang cepat dan praktis. Mereka menilai fitur seperti scan barcode dan QRIS, serta potongan harga, membuat transaksi menjadi efisien. Namun, kemudahan tersebut juga berpotensi menimbulkan perilaku belanja impulsif. Dalam perspektif teori persepsi, rangsangan visual dan interaksi cepat ditangkap oleh panca indera dan diinterpretasikan sebagai kemudahan dan efisiensi. Walgito (2010) menekankan bahwa persepsi selalu diawali oleh pengindraan stimulus; dalam konteks ini antarmuka *Shopeepay* yang *user-friendly* bertindak sebagai stimulus yang langsung direspon mahasiswa sebagai proses yang efisien. Demikian pula Robbins (2003) mendefinisikan persepsi sebagai proses mengorganisasikan dan menafsirkan kesan inderawi untuk memberi makna pada lingkungan. Artinya, para mahasiswa atau ketiga subjek penelitian ini mengorganisasikan rangsangan kecepatan dan kemudahan aplikasi menjadi makna kemudahan transaksi. Nurshakira et al., (2024) dan Yang et al., (2012) mencatat bahwa desain *e-wallet* yang sederhana dan cepat mengurangi hambatan penggunaan sehingga dapat memicu kebiasaan transaksi yang lebih sering. Kasuma et al. (2024) dan Lee et al. (2021) menyatakan bahwa kenikmatan menggunakan *e-wallet* mendorong perilaku impulsif di kalangan Gen Z. Dengan demikian, persepsi kemudahan ini mengandung risiko pemborosan jika tidak diimbangi dengan kontrol diri.

Sebagian mahasiswa juga memandang *ShopeePay* sebagai alat yang memberi nilai ekonomis karena adanya *cashback* dan diskon. Fitur-fitur tersebut dipersepsikan sebagai penghemat pengeluaran dan menjadi alasan utama loyalitas pengguna. Ini sejalan dengan Sanny et al. (2021) dan Ling (2023) yang menyebutkan bahwa tawaran finansial pada *e-wallet* meningkatkan persepsi kegunaan. Menurut Najib & Fahma (2020), persepsi kegunaan mencakup keyakinan bahwa suatu sistem memfasilitasi proses finansial secara efektif. dalam kasus ini *Shopeepay* yang kaya fitur dipandang dapat meningkatkan kinerja transaksi dan penghematan, sehingga diterima secara positif. Pola persepsi ini menyiratkan bahwa mahasiswa tidak hanya melihat *Shopeepay* sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai sumber keuntungan ekonomis. Implikasinya, persepsi nilai tambah tersebut dapat memperkuat loyalitas dan intensitas penggunaan. Namun dari perspektif keseimbangan perilaku, kehadiran promosi juga bisa memperkuat dorongan emosional untuk berbelanja lebih, sehingga pengguna perlu tetap waspada terhadap konsumsi yang tidak terencana.

Selain persepsi praktis dan ekonomis, mahasiswa juga mengungkapkan bahwa fitur pelacakan pengeluaran dalam *ShopeePay* membantu mereka memantau keuangan. Namun, sebagian besar masih bersifat pasif dan tidak rutin. Meskipun fitur ini berpotensi memperkuat kesadaran finansial (Yousef, 2024). Dalam beberapa kasus, mahasiswa hanya memeriksa pengeluaran secara pasif atau terputus-putus. Dengan demikian, meski persepsi akan kemudahan pemantauan keuangan positif, implementasi di lapangan dalam pengelolaan anggaran tetap bergantung pada kesadaran dan kedisiplinan individu. implementasinya sangat tergantung pada kedisiplinan individu. Transisi dari persepsi positif ke tindakan nyata dalam pengelolaan keuangan menjadi tantangan utama.

#### 3.2. Regulasi Diri Mahasiswa Pengguna *Shopeepay* dalam Memenuhi Kebutuhan Primer, Sekunder, dan Tersier

Dalam konteks teori regulasi diri Zimmerman (2000), hasil temuan menunjukkan dinamika dalam tiga fase: perencanaan, pelaksanaan, dan refleksi. Pada fase perencanaan, mahasiswa cenderung tidak konsisten dalam menyusun anggaran, meskipun pernah mencoba menggunakan catatan atau *spreadsheet*. Hal ini mencerminkan lemahnya kontrol kognitif dalam menetapkan strategi pengeluaran. Temuan ini diperkuat oleh Putri & Asandimitra (2020) yang menemukan bahwa mahasiswa di Surabaya yang tidak memiliki rencana keuangan cenderung lebih mudah terpengaruh oleh diskon dan promosi *e-wallet*, yang pada akhirnya meningkatkan pengeluaran konsumtif. Selanjutnya, penelitian oleh Widjaja et al. (2021) juga menunjukkan bahwa perencanaan anggaran yang buruk berkorelasi dengan perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa pengguna dompet digital.

Pada fase pelaksanaan, mahasiswa mengungkapkan kesulitan mengontrol impuls belanja, terutama saat mengalami stres atau dorongan emosional. *ShopeePay* seringkali dijadikan alat pelampiasan, bukan sebagai alat transaksi rasional. Hal ini menunjukkan bahwa strategi kontrol diri dalam praktik belum berjalan optimal. Sejalan dengan itu, Fitriyani et al. (2022) dan Chong et al. (2021) menyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa banyak dipengaruhi oleh mood dan tekanan psikologis dibandingkan kebutuhan objektif.

Selanjutnya pada fase evaluasi menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari kesalahan pembelanjaan melalui perasaan menyesal, namun evaluasi mereka masih pasif. Mereka jarang menggunakan fitur riwayat transaksi secara aktif. Ini mengindikasikan lemahnya *self-monitoring* dan *self-judgment* yang menjadi inti dari

fase evaluasi (Zimmerman, 2000). Penelitian oleh Siahaan, et.al (2021) dan Lee & Hanafi (2019) juga menunjukkan bahwa pemantauan finansial pasif berdampak pada ketidakseimbangan keuangan.

### 3.3. Faktor Pengaruh Regulasi Diri Mahasiswa

Faktor individu dan lingkungan menjadi dua komponen utama yang memengaruhi regulasi diri (Zimmerman, 2000). Dari sisi individu, dorongan impulsif dan emosi menjadi pemicu utama perilaku konsumtif. Subjek penelitian mengaku sering berbelanja bukan karena kebutuhan, melainkan karena keinginan dan pengaruh promosi. Ini menunjukkan pentingnya pengendalian diri dalam menghadapi godaan digital (Kurniawati & Yuliani, 2021; Wei et al. 2022). Faktor individu ini penting dalam konteks *e-wallet* karena sifat layanan yang cepat dan instan membuat proses pengambilan keputusan sangat bergantung pada pengendalian diri. Ketika mahasiswa kurang memiliki kontrol terhadap dorongan atau emosi, maka mereka lebih rentan terhadap perilaku konsumtif yang tidak terencana.

Selain faktor individu, lingkungan juga memiliki peranan penting dalam kemampuan regulasi diri. Mahasiswa mengungkapkan bahwa mereka didalam keluarganya tidak memiliki batasan atau aturan khusus dalam menghabiskan uang sakunya. Orangtua mereka hanya mengirimkan jumlah uang saku bulanan dan subjek diberikan kebebasan dalam mengelolanya. Apabila habis sebelum waktunya, mereka dapat meminta kembali kepada orangtua ataupun saudara yang lebih tua. Pola asuh permisif dalam keluarga membuat mahasiswa tidak terbiasa dengan aturan keuangan. Ketiadaan struktur dan kontrol dari orang tua menyebabkan kebebasan tanpa arah dalam mengelola uang saku. Penelitian oleh Fitriani & Rizal (2019) mendukung temuan ini, menyatakan bahwa pola asuh permisif berkontribusi terhadap lemahnya regulasi finansial mahasiswa. Meskipun tidak menunjukkan tekanan sosial, keputusan finansial mahasiswa tetap tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, yang menandakan minimnya pengaruh sosial positif. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Prasetyo (2020) menunjukkan bahwa mahasiswa yang tidak mendapatkan bimbingan keuangan baik dari keluarga maupun lingkungan sosial lebih mudah terdorong melakukan pembelian impulsif dengan menggunakan aplikasi *e-wallet*.

Berdasarkan temuan tersebut, regulasi diri menjadi kunci penting dalam penggunaan *e-wallet* yang sehat. Oleh karena itu, layanan bimbingan yang dapat dikembangkan mencakup bimbingan kelompok dan konseling individual. Bimbingan kelompok dapat difokuskan pada penguatan keterampilan regulasi diri dalam konteks digital, seperti membedakan kebutuhan dan keinginan serta menyusun anggaran keuangan. Dinamika kelompok memungkinkan peserta belajar dari pengalaman teman sebaya dan memperkuat motivasi perubahan (Winkel & Hastuti, 2005; Sukardi, 2008).

Sementara itu, konseling individual dapat mengakomodasi mahasiswa yang mengalami kesulitan emosional atau stres akibat perilaku konsumtif. Pendekatan CBT dan *behavioral* sangat relevan untuk membantu mahasiswa mengenali pola pikir irasional, memperkuat kontrol diri, dan membentuk kebiasaan baru yang sehat (Corey, 2016; Gladding, 2012).

Dengan menyinergikan temuan empiris, teori regulasi diri Zimmerman, dan strategi layanan BK, diharapkan mahasiswa mampu membangun pola pengelolaan keuangan yang lebih bijak dan mendukung kesejahteraan psikologis mereka secara menyeluruh.

## 4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap tiga fokus utama, dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap penggunaan *Shopeepay* cenderung positif, terutama karena kemudahan, efisiensi, dan manfaat ekonomis yang ditawarkan. Namun, persepsi ini juga memicu kecenderungan perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan regulasi diri yang memadai. Regulasi diri mahasiswa dalam menggunakan *Shopeepay* belum optimal, ditandai dengan ketidakkonsistenan dalam perencanaan keuangan, lemahnya kontrol impuls saat pelaksanaan, serta minimnya evaluasi terhadap pengeluaran. Penggunaan *Shopeepay* juga sering kali dipengaruhi oleh kondisi emosional, seperti stres, yang menyebabkan mahasiswa menjadikan belanja sebagai bentuk pelampiasan. Lebih jauh, regulasi diri ini sangat dipengaruhi oleh faktor individu seperti impulsivitas dan pengelolaan emosi, serta faktor lingkungan seperti pola asuh permisif dan kurangnya kontrol sosial. Walaupun fitur pemantauan dalam aplikasi tersedia, mahasiswa cenderung belum memanfaatkannya secara aktif. Dengan demikian, mahasiswa perlu meningkatkan regulasi diri dalam penggunaan *Shopeepay* melalui layanan bimbingan dan konseling yang komprehensif.

## Kontribusi Penulis

Seluruh penulis memiliki kontribusi yang sama terhadap artikel. Semua penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir artikel.

## Pendanaan

Tidak ada dukungan pendanaan yang diterima.

## Deklarasi Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada potensi konflik kepentingan sehubungan dengan penelitian, kepenulisan, dan/atau publikasi artikel ini.

## Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pengerjaan artikel ini.

## References

- Amal, B., Seftia, V., Zahra, A. A., Ramdhan, A., Mugni, A., Keysha, D., & Ramdhani, I. (2024). Pengaruh penggunaan ShopeePay sebagai dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa akuntansi 2023 di UNSIKA. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 44555–44563. <https://jptam.org/index.php/jptam/issue/view/30>
- Chong, A. Y.-L., Ch'ng, E., Liu, M. J., & Li, B. (2021). Predicting consumer impulsive buying behavior in mobile commerce: The role of social influence and emotional states. *Electronic Commerce Research and Applications*. <https://doi.org/10.1016/j.eelerap.2020.101038>
- Corey, G. (2016). *Theory and practice of counseling and psychotherapy* (10th ed.). Cengage Learning.
- Fikri, A. (2021). Pengaruh penggunaan ShopeePay sebagai dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB USU. *Komunika*, 17(2), 1–11. <https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7556>
- Fitriani, E., & Rizal, M. (2019). Pola asuh dan regulasi diri keuangan mahasiswa pengguna dompet digital. *Jurnal Psikologi Insight*, 7(2), 99–110. <https://doi.org/10.21009/JPI.072.02>
- Fitriyani, A., Pratama, F. Y., & Wicaksono, M. A. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 15–24. <https://doi.org/10.22219/jim.v10i1.20481>
- Gladding, S. T. (2012). *Counseling: A comprehensive profession* (7th ed.). Pearson.
- Kasuma, S. A. A., Ariffin, S. K., & Zawawi, R. (2024). The influence of promotional cues on impulsive buying behavior among e-wallet users in Malaysia. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103441>
- Kumara, A. R. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*.
- Kurniawati, S., & Yuliani, R. (2021). Pengaruh emosi dan diskon terhadap keputusan pembelian impulsif pengguna e-wallet. *Jurnal Ekonomi dan Perilaku Konsumen*, 6(3), 212–221. <https://doi.org/10.1234/jeperilaku.v6i3.4567>
- Lee, J. A., Kim, S., & Ham, C. D. (2021). The roles of enjoyment and social influence in impulsive mobile app purchase behavior: A cross-cultural study. *Telematics and Informatics*. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101640>
- Lee, M. S., & Hanafi, W. (2019). Financial behavior among Malaysian youth: Implications for planning and education. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(6), 931–944. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v9-i6/6054>
- Ling, T. Y. (2023). Digital wallet adoption and user satisfaction: The mediating role of perceived value in Indonesia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(2), 100–124. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2023.100124>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *An expanded sourcebook: Qualitative data analysis* (2nd ed., Vol. 1304). Sage Publications.
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the impact of perceived usefulness and perceived ease of use on the intention to use e-wallets in Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 21(1), 292–299. <https://www.ijbs.unimas.my/>
- Nurshakira, F., Kusuma, P., & Rachmawati, R. (2024). Analysis of factors affecting the intention of continued use of mobile payment services among generation Z: A UTAUT2 approach. *LINKAGE*, 1(1), 46–57. <https://journal-iasss.com/index.php/Linkage/article/download/907/586/4599>
- Pramesti, G., Azizah, A., Purnamasari, E., Sulistiyani, E., & Widyanti, D. V. (2023). Pengaruh penggunaan e-wallet ShopeePay dan promosi cashback terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Bangun Rekaprima: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa, Sosial, dan Humaniora*, 9(1), 35–42. [https://jurnal.polines.ac.id/index.php/bangun\\_rekaprima/article/view/4425](https://jurnal.polines.ac.id/index.php/bangun_rekaprima/article/view/4425)
- Priscilia, L. V., & Fadjar, N. S. (2024). Pengaruh penggunaan dompet elektronik (e-wallet) ShopeePay terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Malang (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Journal of Development Economic and Social Studies*, 3(1), 189–199. <http://dx.doi.org/10.21776/jdess.2024.03.1.15>
- Putri, R. D., & Asandimitra, N. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan locus of control terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna e-wallet. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 962–971. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/15787>
- Rahmah, A. N., & Arianti, F. (2024). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan e-wallet, kontrol diri, gaya hidup, dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Diponegoro. *Digital Library FEB Undip*. <https://repofeb.undip.ac.id/15372>

- Rahmawati, I. M., & Wati, K. M. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan promosi cashback terhadap minat menggunakan kembali dompet digital ShopeePay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 535-547. <https://jurnal.penerbitseval.com/jurnal/index.php/kompeten/article/view/74>
- Rahmawati, L., & Prasetyo, H. (2020). Peran kontrol sosial dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet. *Jurnal Keuangan dan Perilaku Konsumen*, 8(2), 45-57. <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/attijaroh/article/download/13386/pdf>
- Robbins, S. P. (2003). *Perilaku organisasi* (Jilid I). PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Sanny, L., Sukoco, B. M., & Alfian, R. (2021). Factors influencing customer satisfaction and loyalty in mobile wallet usage: A case of Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 395-405. <https://jafeb.org/>
- Santrock, J. W. (2012). *Educational psychology* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Siahaan, S., Widagdo, B., & Lestari, D. (2021). Pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 220-231. <https://jurnalilmiah.org/jurnal/index.php/potensial/article/view/116>
- Sukardi, S. (2008). *Layanan bimbingan kelompok dan konseling kelompok*. Bumi Aksara.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar psikologi umum*. Andi Offset.
- Wei, M., Shen, Y., & Lin, H. (2022). Personality traits, emotional regulation, and mobile payment behavior among Chinese college students. *Computers in Human Behavior*. <https://www.sciencedirect.com/>
- Widjaja, A. E., Kurniawati, D., & Wijayanti, T. (2021). Digital payment and impulsive buying among college students: The mediating role of self-control. *Journal of Behavioral Economics*, 2(1), 1-11.
- Winkel, W. S., & Hastuti, M. M. (2005). *Bimbingan dan konseling di institusi pendidikan*. Media Abadi.
- Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., Cao, Y., & Zhang, R. (2012). Mobile payment services adoption across time: An empirical study of the effects of behavioral beliefs, social influences, and personal traits. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 129-142. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.019>
- Yousef, F. (2024). The impact of e-wallets on consumer spending behavior and financial management. *International Journal for Scientific Research*, 3(12). <https://doi.org/10.59992/IJSR.2024.v3n12p12>
- Zimmerman, B. J. (2000). Attaining self-regulation: A social cognitive perspective. In *Handbook of self-regulation* (pp. 13-39). Academic press.