

PENGARUH PENGGUNAAN FITUR SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KABUPATEN KOLAKADini Kusumawati Anggraeni¹ M Zakariah² Abd.Rizal³ Aiedil Pebri Suwarna⁴¹²³⁴Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah KolakaEmail : aidil.febri@usimar.ac.id**Abstrak**

Shopee Paylater merupakan salah satu fasilitas keuangan yang disediakan oleh platform e-commerce Shopee, memungkinkan pengguna melakukan pembayaran secara cicilan. Fitur ini semakin diminati di kalangan mahasiswa karena kemudahan akses dan proses yang cepat. Meskipun menawarkan sejumlah manfaat, penggunaan Shopee Paylater juga menimbulkan dampak negatif, terutama dalam meningkatkan perilaku konsumtif di kalangan pengguna, khususnya mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Kolaka. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa di Kabupaten Kolaka, dengan sampel sebanyak 90 responden yang dipilih menggunakan teknik insidental sampling. Data dikumpulkan melalui angket dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier sederhana serta uji T. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan Shopee Paylater dan perilaku konsumtif, dengan nilai signifikansi 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, uji T menunjukkan hasil yang konsisten, dengan nilai signifikansi 0,00 yang mengindikasikan penolakan hipotesis nol (H_0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H_a), yaitu bahwa penggunaan Shopee Paylater memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini mengonfirmasi bahwa penggunaan fitur Shopee Paylater secara signifikan berkontribusi pada peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa di Kabupaten Kolaka.

Kata Kunci: *Shopee Paylater, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa*

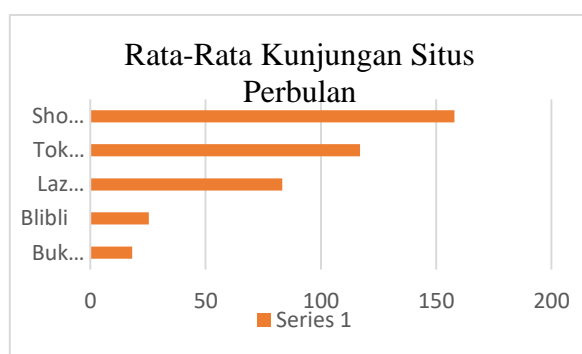
A. PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi, media dan informatika yang semakin berkembang pesat dan meluasnya perkembangan infrastruktur informasi global telah membawa pengaruh cara serta pola kegiatan bisnis di industri perdagangan, pemerintahan sosial dan politik. Perkembangan teknologi yang pesat tersebut juga mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan masyarakat. Dengan inovasi web, perilaku manusia dalam berkomunikasi antar sesama manusia atau hubungan antara mereka, interaksi antar konsumen dengan penyedia barang atau jasa yang sebelumnya dilakukan secara langsung (bertemu secara fisik) menjadi interaksi tidak langsung (perdagangan jarak jauh) yang lebih dikenal dengan perdagangan elektronik. Salah satu contoh penjualan produk secara online melalui internet adalah dengan *E-Commerce*.

E-Commerce adalah distribusi, pembelian, penjualan, pemasaran barang, dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya.¹ Mulai dari beberapa tahun kebelakang, banyak sekali situs yang menyediakan layanan jual beli barang dan jasa secara online, salah satunya adalah *Shopee* yang sudah beroperasi sejak tahun 2015 semenjak peluncuran pertamanya di Singapura.

Aplikasi *Shopee* merupakan aplikasi yang bergerak dalam bidang jual beli secara online dan dapat diakses dengan mudah menggunakan *smartphone*. Aplikasi *Shopee* juga banyak diminati masyarakat karena ragam produk yang menarik, penawaran harga yang kompetitif, serta penggunaan fitur yang memperpanjang waktu yang dihabiskan dan dalam aplikasi menjadi daya tarik tersendiri bagi penggunanya.²

Gambar 1.1



Sumber: katadata.co.id

¹ Lisda Aisyah and Siti Achiria, “Usaha Bisnis E-Commearce Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bisnis @lisdasasirangan),” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 3, Nomor 2, 2019, hlm. 187–200.

² Sri Wahyuni dan Sri Sutrismi, “Analysis of Online Buying and Selling Transactions Through the Shopee Application Based Islamic Economic Perspective”, *Journal Point of View Research Management*, Vol. III, Nomor 1, 2022, hlm. 43-44

Shopee tidak hanya memudahkan berbelanja, namun *Shopee* juga memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi saat berbelanja, salah satunya dengan metode pembayaran menggunakan uang elektronik atau uang digital seperti *Shopee Paylater*.

Shopee Paylater merupakan fasilitas keuangan dari *Shopee* yang melayani metode pembayaran dengan cara cicil tanpa membutuhkan kartu kredit mulai dari tenor 1 bulan hingga 12 bulan untuk berbelanja di platform *Shopee* dengan suku bunga 0% - 2,95%. Pengajuan *Shopee Paylater* hanya membutuhkan KTP dan foto diri saja.³ Dikutip dari laman databoks.id, *Shopee Paylater* menjadi fitur layanan yang paling banyak digunakan pada tahun 2021. Dari 100% total pengguna fitur *PayLater*, sebesar 78,4% adalah pengguna *PayLater Shopee*. Artinya, masyarakat lebih percaya dan sering menggunakan fitur *PayLater* yang ada di aplikasi *Shopee*.⁴

Kemudahan penggunaan fitur *Shopee Paylater* sebagai metode pembayaran tidak selalu berdampak positif. Salah satu dampak negatif yang timbul adalah kemunculan fenomena baru yaitu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Pengertian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Lubis dalam Lina dan Rasyid yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif melekat pada seseorang apabila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan.⁵

Mahasiswa menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan teknologi *paylater*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh MoneySmart.id porsi kebutuhan kelompok mahasiswa menjelaskan bahwa persentase pengeluaran gaya hidup terhadap responden yakni 10,8% Hiburan (nonton, konser), 37,7% *travelling* (pemesanan tiket transportasi), 23,3% nongkrong (pembelian F&B), 7,1% internet (pembelian paket internet dan pulsa), 21,1% *shopping* (belanja bermerk).⁶

Berdasarkan dari hasil obsevasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai langkah awal dalam melakukan penelitian, dari 7 orang mahasiswa di Kabupaten Kolaka pengguna *Shopee Paylater*, 4 diantaranya pernah membeli atau setidaknya memiliki keinginan untuk membeli barang-barang

³ Shopee, "Bagaimana Cara Saya Verifikasi Identitas? <https://help.shopee.co.id/s/article/bagaimanacara-saya-verifikasi-identitas>." Diakses pada tanggal 19 Juli 2023, Pukul 20.33 WITA.

⁴ Andre lidwina, "masyarakat paling banyak menggunakan Paylater di Shopee", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/23/masyarakat-paling-banyak-gunakan-fitur-paylater-di-shopee> diakses 12 juli 2022 pukul 15.00

⁵ Argo Setiawan, "Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Pembelian Produk *Online Shop* pada Mahasiswi Angkatan 2016 FIP Universitas Negeri Surabaya", *Jurnal Psikologi FIP Unesa*, Vol. 6, Nomor, 4, 2019, hlm. 3

⁶ Revan Eria Bintang Hardika dan Anam Miftakhul Huda, "Pengalaman Pengguna *Paylater* Mahasiswa di Surabaya", *Jurnal: Commercium*, Vol. 4, Nomor 2, 2021, hlm. 21

menarik di aplikasi *Shopee* walaupun sebenarnya kurang terlalu dibutuhkan. Hal ini merupakan salah satu wujud dari perilaku konsumtif yaitu *non rational buying* atau perilaku membeli barang hanya untuk kesenangan tanpa tujuan yang jelas.

Berdasarkan penjelasan diatas menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Penggunaan Fitur *Shopee PayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kabupaten Kolaka”.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif asosiatif. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa di Kabupaten Kolaka. Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil sampel dari mahasiswa yang menggunakan fitur *Shopee Paylater* di Kabupaten Kolaka yang belum diketahui dengan jelas jumlahnya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling insidental. Sampling insidental merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁷

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kolaka, Provinsi Sulawesi Tenggara pada mahasiswa yang menggunakan fitur *Shopee Paylater*. Sedangkan waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober - Desember pada tahun 2023.

Variabel Penelitian

- a. Variabel independen atau biasa juga disebut variabel bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab timbulnya variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Shopee Paylater*.
- b. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner mampu mengukur

⁷ *Ibid*, hlm. 285

variabel yang diteliti secara akurat. Teknik yang digunakan dalam uji validitas adalah Pearson Correlation, di mana item dianggap valid jika nilai signifikansi kurang dari 0,05. Selanjutnya, uji reliabilitas diterapkan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,6 dianggap menunjukkan bahwa instrumen penelitian reliabel atau layak digunakan untuk mengukur variabel.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data berdistribusi normal, yang merupakan prasyarat penting untuk analisis regresi. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, di mana data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Terakhir, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk melihat apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji ANOVA dalam regresi linier sederhana membantu menilai signifikansi hubungan ini dengan menggunakan nilai signifikansi dan nilai F sebagai dasar pengambilan keputusan.

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Adapun metode yang digunakan pada uji validitas ini menggunakan *Pearson Corelation*, dimana dikatakan valid jika nilai signifikan < 0,05. Hasil uji validitas data adalah sebagai berikut:

Hasil uji validitas variabel X (penggunaan fitur *Shopee Paylater*)

No. Item	Sig.	A 0,05	Kesimpulan
1	0,00	0,05	Valid
2	0,00	0,05	Valid
3	0,00	0,05	Valid
4	0,00	0,05	Valid
5	0,00	0,05	Valid
6	0,00	0,05	Valid
7	0,00	0,05	Valid
8	0,00	0,05	Valid
9	0,00	0,05	Valid

Berdasarkan tabel di atas maka item pernyataan penggunaan fitur *Shopee Paylater* yang dinyatakan valid berjumlah 9 item sehingga instrumen penelitian dapat mengukur variabel X penggunaan *Shopee Paylater*.

Hasil uji validitas variabel Y (perilaku konsumtif)

No. Item	Sig.	A 0,05	Kesimpulan
1	0,00	0,05	Valid
2	0,00	0,05	Valid
3	0,00	0,05	Valid
4	0,00	0,05	Valid
5	0,00	0,05	Valid
6	0,00	0,05	Valid
7	0,00	0,05	Valid
8	0,00	0,05	Valid
9	0,00	0,05	Valid

Berdasarkan tabel di atas maka item pernyataan perilaku konsumtif yang dinyatakan valid berjumlah 9 item sehingga instrumen penelitian dapat mengukur variabel Y perilaku konsumtif.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk memahami sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten walaupun dilakukan lagi atau lebih dalam kondisi yang sama dan dengan alat pengukur yang sama.

Berdasarkan hasil uji realibilitas tersebut untuk variabel penelitian *Conbrach's Alpha* >0,6 yang artinya item pernyataan pada kuesioner penelitian dianggap reliabel atau layak

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil Realibilitas
1	Penggunaan fitur <i>Shopee Paylater</i> (X)	0,859	Reliabel
2	Perilaku konsumtif (Y)	0,912	Reliabel

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.⁸ Pada penelitian ini menggunakan metode uji normalitas Kolmogorov smirnov. Jika tingkat signifikan > 0,005 maka distribusi data normal begitu pula sebaliknya.

⁸ Billy Tamarindang, Lisbeth Mananeke, dan Merinda Pandowo, "Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi, dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Di Bank BNI Cabang Manado", *Jurnal Emba*, Vol. V, Nomor 2, 2017, hlm. 1602

**Hasil uji normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	8.28238638
	Absolute	.054
Most Extreme Differences	Positive	.054
	Negative	-.042
Kolmogorov-Smirnov Z		.514
Asymp. Sig. (2-tailed)		.954

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh hasil nilai asymp. Sig sebesar $0,954 > 0,05$ maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

4. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan satu variabel independen (bebas) dengan satu variabel dependen (terikat) atau dengan kata lain untuk mengetahui seberapa jauh perubahan variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat.⁹

Hasil uji regresi linier sederhana

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1150.574	1	1150.574	16.584	.000 ^b
1 Residual	6105.215	88	69.377		
Total	7255.789	89			

Pada tabel di atas menjelaskan apakah ada pengaruh yang nyata atau signifikan antara variabel X terhadap variabel Y. dari tabel terlihat nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penggunaan fitur *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

⁹ Sugiyono, *op.cit*, hlm. 130

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah menganalisis seluruh hasil yang diperoleh dari tiap variabel, dilakukan uji hipotesis menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25 untuk menguji hipotesis penelitian, yaitu apakah terdapat pengaruh penggunaan fitur *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Kolaka. Proses pengujian hipotesis dilakukan melalui serangkaian uji statistik yang meliputi uji regresi linier sederhana, uji validitas, reliabilitas, serta uji normalitas untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi-asumsi dasar statistik yang dibutuhkan dalam analisis regresi.

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier sederhana, nilai konstanta sebesar 10.043 dan angka signifikansi 0,000 diperoleh, yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel independen (penggunaan *Shopee PayLater*) dan variabel dependen (perilaku konsumtif mahasiswa). Nilai signifikansi ini $< 0,05$, yang berarti hipotesis nol (H_0) ditolak, sementara hipotesis alternatif (H_a) diterima. Ini menunjukkan bahwa penggunaan fitur *Shopee PayLater* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian, semakin tinggi penggunaan fitur *PayLater*, semakin besar kecenderungan mahasiswa untuk terlibat dalam perilaku konsumtif.

Hasil analisis ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya, salah satunya adalah penelitian Rahmatika Sari (2020). Sari menemukan bahwa penggunaan layanan *PayLater*, yang memudahkan konsumen untuk menunda pembayaran, mendorong perilaku impulsif dalam pembelian. Hasil ini menunjukkan adanya paralel antara perilaku konsumtif dan perilaku impulsif, di mana konsumen cenderung melakukan pembelian yang tidak direncanakan saat mereka memiliki akses ke layanan kredit seperti *PayLater*.¹⁰ Penelitian ini memberikan landasan teoritis yang kuat bahwa ketersediaan dan kemudahan penggunaan layanan *PayLater* dapat meningkatkan perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa yang cenderung lebih rentan terhadap pengaruh eksternal dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Selain itu, penelitian lain oleh Argo Setiawan (2019) tentang konformitas dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya juga menemukan hubungan yang serupa, yaitu bahwa mahasiswa cenderung lebih konsumtif ketika mereka terpapar pada pengaruh sosial dan fasilitas pembelian yang mudah, seperti *Shopee PayLater*. Fasilitas kredit ini, selain memberikan kemudahan finansial jangka pendek, juga mendorong individu untuk lebih sering berbelanja dan meningkatkan pola konsumsi yang kurang terencana.

¹⁰ Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan *Paylater* TERHADAP perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44-57.

Penemuan ini juga relevan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif sering kali dipengaruhi oleh ketersediaan fasilitas kredit. Fitur PayLater tidak hanya mempengaruhi daya beli mahasiswa tetapi juga mendorong pola konsumsi yang lebih impulsif dan kurang rasional. Dalam konteks ini, mahasiswa yang menggunakan Shopee PayLater mungkin merasa lebih terdorong untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, karena adanya fasilitas pembayaran yang lebih mudah dan dapat ditunda.

Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan layanan e-commerce, terutama dalam hal etika penggunaan layanan PayLater di kalangan konsumen muda. Sementara PayLater dapat meningkatkan aksesibilitas terhadap produk, ini juga dapat memicu perilaku konsumtif yang berlebihan, terutama di kalangan mahasiswa yang mungkin belum memiliki kontrol penuh atas keuangan pribadi mereka. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan kebijakan penggunaan yang lebih ketat atau pendidikan literasi keuangan yang lebih baik bagi mahasiswa yang menggunakan layanan ini.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan fitur Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Kolaka. Temuan ini menambah literatur yang ada tentang pengaruh layanan kredit konsumen pada perilaku pembelian, khususnya di kalangan generasi muda yang semakin tergantung pada teknologi dan layanan digital untuk memenuhi kebutuhan konsumsi mereka. Penelitian ini juga membuka ruang bagi penelitian lebih lanjut mengenai implikasi jangka panjang dari perilaku konsumtif yang difasilitasi oleh layanan seperti PayLater, terutama dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penggunaan fitur *Shopee paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa yang berada di Kabupaten Kolaka. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form dengan total responden sebanyak 90 responden. Setelah data diolah dan dianalisis menggunakan SPSS 20 maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara parsial variabel penggunaan fitur *Shopee Paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Kolaka. Sehingga, hal ini menyatakan bahwa H_0 yang menyatakan tidak terdapat pengaruh antara penggunaan fitur *Shopee paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ditolak. Sedangkan H_a yang menyatakan terdapat pengaruh antara penggunaan fitur *Shopee paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, L., & Achiria, S. (2019). Usaha bisnis e-commerce perspektif ekonomi Islam (Studi pada bisnis @lisdasasirangan). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 187–200.
- Anggraeni, E. Y., et al. (2022). *Buku ajar e-business & e-commerce*. Penerbit Adab.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee berbasis social media marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hardika, R. E. B., & Huda, A. M. (2021). Pengalaman pengguna Paylater mahasiswa di Surabaya. *Commercium*, 4(2), 21.
- Lidwina, A. (2020, December 23). Masyarakat paling banyak menggunakan PayLater di Shopee. *Databoks*. Retrieved July 12, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/23/masyarakat-paling-banyak-gunakan-fitur-paylater-di-shopee>
- Sari, R. (2021). Pengaruh penggunaan PayLater terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(1), 44–57.
- Setiawan, A. (2019). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada pembelian produk online shop pada mahasiswi angkatan 2016 FIP Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Psikologi FIP Unesa*, 6(4), 1–6.
- Shopee. (2023). Bagaimana cara saya verifikasi identitas? Retrieved July 19, 2023, from <https://help.shopee.co.id/s/article/Bagaimanacara-Saya-Verifikasi-Identitas>
- Shopee. (2023). Bagaimana cara saya verifikasi identitas? Retrieved July 19, 2023, from <https://help.shopee.co.id/s/article/Bagaimanacara-Saya-Verifikasi-Identitas>
- Suwarna, A. P., & Nur, M. (2024). Analisis kinerja keuangan pada perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2020–2022. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(1), 211–223.
- Tamarindang, B., Mananeke, L., & Pandowo, M. (2017). Pengaruh gaya kepemimpinan, motivasi, dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan di Bank BNI Cabang Manado. *Jurnal Emba*, 5(2), 1602.
- Wahyuni, S., & Sutrismi, S. (2022). Analysis of online buying and selling transactions through the Shopee application based on Islamic economic perspective. *Journal Point of View Research Management*, 3(1), 43–44.
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja*. PT Nasya Expanding Management.