



Analisis Dampak Covid-19 terhadap Perilaku Konsumen Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Dompot Digital

Iyus Wiadi
Mohamad Sajili
Universitas Paramadina
Pos-el: mohamad.sajili@paramadina.ac.id

DOI: 10.32884/ideas.v9i1.1213

Abstrak

Penelitian ini membahas terkait dampak pandemi Covid-19 terhadap perilaku konsumen didalam menggunakan dompet digital sebagai metode pembayaran digital dalam bertransaksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen untuk pembelian cepat dan tidak terencana (pembelian impulsif) tergantung pada kampanye produk dan metode pembayaran yang digunakan. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Covid-19 mengarah pada peningkatan perilaku belanja saat menggunakan dompet digital. Selain itu, terjadi perubahan karena tuntutan dan kebutuhan era digital serta perubahan budaya baru dari pembayaran tradisional ke pembayaran elektronik. Keempat faktor yaitu budaya, sosial, pribadi, dan faktor psikologi tersebut mempengaruhi terjadinya perubahan pada perilaku konsumen dalam menggunakan dompet digital untuk transaksi sehari-hari.

Kata Kunci

Perilaku konsumen, dompet digital, *cashless society*, generasi milenial

Abstract

This research discusses the impact of the Covid-19 pandemic on consumer behavior in using digital wallets as a digital payment method in transactions. The purpose of this study is to determine consumer behavior for quick and unplanned purchases (impulse purchases) depending on the product campaign and payment method used. The research method uses a qualitative descriptive method. The results of the study show that Covid-19 leads to an increase in shopping behavior when using digital wallets. In addition, changes have occurred due to the demands and needs of the digital era as well as changes in the new culture from traditional payments to electronic payments. The four factors, namely cultural, social, personal, and psychological factors influence changes in consumer behavior in using digital wallets for daily transactions.

Keywords

Consumer behavior, digital wallet, cashless society, millennial generation

Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini menunjukkan peningkatan inovasi salah satunya pada metode pembayaran. Pembayaran dompet digital saat ini mulai populer di kalangan masyarakat umum sebagai alat transaksi yang terus tumbuh dan berkembang sebagai pengganti pembayaran nontunai. Sebagaimana di masa pandemi saat ini, dompet digital semakin banyak digunakan sebagai alat pembayaran. Menurut Kotler dan Keller (2016) perilaku konsumen merupakan studi tentang cara individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Kotler dan Keller (2016) perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi.

Dompot digital atau *e-wallet* merupakan suatu aplikasi yang terhubung kesuatu jaringan dalam bentuk aplikasi yang terpasang pada alat komunikasi seperti gadget yang memungkinkan dapat melakukan penyimpanan sejumlah uang tertentu dengan cara yang dapat digunakan kapan dan dimana saja, selama layanan pembayaran tersedia. Dompot digital memudahkan transaksi karena pengguna tidak perlu membawa uang dalam jumlah besar, hanya sebuah aplikasi yang dipasang di ponsel serta terhubung internet sehingga dapat dibayar dengan mudah. Pengguna melihat dompet digital sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari transaksi pembayaran. Efeknya konsumen tidak bisa lagi melihat ada atau tidaknya penawaran dalam event. Menurut sebuah studi, Ipsos *exploration* melakukan survei terhadap 500 orang berusia 18 tahun hingga 40 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua segmen perilaku pengguna dompet digital antara generasi

milenial dan generasi Z. Sebagian besar pengguna dompet digital generasi muda sudah memiliki pilihan untuk melakukan suatu transaksi pembayaran.

Berdasarkan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Baicu, Gardan, dan Epuran (2022), menunjukkan bahwa hasil penelitian menyoroti antara lain bahwa variabel persepsi dampak pandemi COVID-19 terhadap gaya hidup konsumen berpengaruh langsung dan positif terhadap variabel sikap terhadap layanan internet dan mobile banking, yang dimediasi oleh variabel lain seperti keamanan penggunaan internet dan *mobile banking* dan kepercayaan pada bank. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sudarajat dan Sumiyati (2019), hasil penelitian mengenai persepsi konsumen terhadap *mobile banking* menunjukkan bahwa kata kunci "mobile banking" koefisien yang berkorelasi tidak signifikan dengan simpanan bank syariah dan bank konvensional, yang tidak dapat disimpulkan.

Suatu penelitian terkait dompet digital ini juga dilakukan oleh (Sulistiyowati, 2020) menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kenyamanan transaksi dompet digital mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan dompet digital. Sementara itu, hasil penelitian (Musthofa, 2020) menyatakan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap sistem pembayaran mata uang digital. Dari definisi di atas, bahwa pembayaran elektronik adalah transaksi ekonomi yang berbasis jaringan telekomunikasi atau jaringan elektronik yang terjadi antara penjual dan pembeli. Contoh pembayaran elektronik yang ada antara lain GoPay, OVO, Dana, ShopeePay, LinkAja dan lainnya. Dari hasil data tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perilaku konsumen pada generasi milenial yang melakukan suatu transaksi baik pembelian maupun pembayaran dengan aplikasi tersebut dan bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku konsumen selama dan pasca pandemi Covid-19.

Metode

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan orang-orang yang dianggap memiliki keahlian serta dapat menjelaskan digital banking khususnya *e-wallet*. Pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif digunakan dalam metode penelitian. Metode kualitatif adalah data berupa kata-kata, yang dihasilkan dari jawaban pertanyaan yang luas dalam wawancara atau jawaban atas pertanyaan terbuka dalam kuesioner atau melalui observasi atau informasi yang tersedia yang dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti Internet maupun literatur lainnya (Sekaran & Bougie, 2016). Selain itu, metode yang digunakan penelitian ini dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) secara *online* dengan jumlah responden sebanyak 10 responden yang termasuk kedalam usia generasi milenial yang telah mengetahui dan menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran pada kegiatan transaksi sehari-hari, khususnya selama masa pandemi Covid-19. Pertanyaan yang diajukan diukur dengan keempat faktor pada penelitian ini yaitu faktor budaya, sosial, psikologi, dan faktor pribadi. Adapun kriteria responden berdasarkan jenis kelamin, kelompok umur, tingkat pendidikan, dan status bekerja.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Persepsi Generasi Milenial

Tanggapan dari generasi Z pada penggunaan aplikasi *e-wallet* selama dan pascapandemi diukur dengan melalui pendekatan *Forum Group Discussion* (FGD) secara langsung dengan jumlah responden sebanyak 10 orang. Hal ini dilakukan untuk mengukur bagaimana tanggapan yang dapat diberikan terhadap aplikasi tersebut.

Tabel 1

Karakteristik Responden

	Karakteristik	Presentase Responden
Kelompok umur	Generasi Z (1995-2010)	50
	Milenial (1981-1994)	50
Jenis kelamin	Perempuan	50
	Laki-laki	50
Tingkat pendidikan	SMA (Menengah)	30
	Diploma /Sarjana	70
Statu bekerja	Bekerja	85

Sumber: Data diolah 2022

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu lima orang laki-laki dan lima perempuan berjenis kelamin seimbang. Kelompok umur responden pada generasi Z sebesar 50% dan generasi milenial 50%. Sementara itu tingkat Pendidikan sebesar 70% responden lulusan diploma dan sarjana perguruan tinggi dan 30% lulusan SMA menengah. Selain itu, responden yang telah bekerja sebesar 85%, lalu 15% responden tidak bekerja. Dengan demikian, wawasan yang digali oleh responden semakin dalam karena mereka memiliki dua persepsi yang kemudian memiliki sudut pandang yang berbeda.

Tabel 2

Presentase Responden yang Mengetahui dan Menggunakan Dompot Digital

Karakteristik		Presentase Responden yang Mengetahui Dompot Digital	Presentase Responden yang Menggunakan Dompot Digital
Kelompok umur	Generasi Z (1995-2010)	3,5	2,7
	Milenial (1981-19914)	96,5	97,3
Jenis kelamin	Perempuan	45,5	54,5
	Laki-laki	54,5	45,5
Tingkat pendidikan	SMA (Menengah)	30	15,5
	Diploma /Sarjana	70	74,5
Status bekerja	Bekerja	97,3	98,9
	Tidak Bekerja	2,3	1,1

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

Presentase responden yang telah mengetahui dan menggunakan aplikasi digital yang ditunjukkan pada Tabel 2 diatas bahwa mayoritas generasi milenial sudah mengenal dan menggunakan dompet elektronik sebesar 96,5 % menggunakan sebagai alat pembayaran transaksi sehari-harinya, dan sebesar 3,5% generasi Z telah mengetahui adanya aplikasi dompet digital.

Tabel 3

Daftar Pertanyaan Wawancara

Tema / Sub Tema	Daftar Pertanyaan
Faktor Budaya	Apakah penggunaan <i>e-wallet</i> oleh mahasiswa merupakan Bagian dari kebiasaan?
Faktor Sosial	Apakah penggunaan <i>e-wallet</i> faktor sosial menilai mahasiswa yang menggunakan <i>e wallet</i> ?
Faktor Pribadi	Apakah penggunaan <i>e-wallet</i> merupakan bagian dari kebutuhan atau gaya hidup pribadi anda?
Faktor Psikologi	Apakah penggunaan <i>e-wallet</i> mahasiswa mempengaruhi psikologi?

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

Lingkup Faktor Budaya pada Pengguna Dompot Digital oleh Generasi Milenial

Pengguna dompet digital menjadi kebutuhan yang tidak bisa dilepaskan saat ini, baik pada kondisi pandemi maupun pascapandemi. Cara-cara baru yang muncul dengan perkembangan teknologi saat ini menawarkan acara alternatif dengan bantuan sebuah aplikasi. Berikut adalah jawaban responden berdasarkan faktor budaya.

Tabel 4

Jawaban Responden pada Faktor Budaya

No	Responden/ Narasumber	Hasil Tanggapan Responden
1	Responden 1	<i>"...Menggunakan dompet digital ini bukan karena orang lain, melainkan suatu keharusan apalagi di Jakarta saat ini semua pembayaran sudah banyak menggunakan aplikasi, seperti aplikasi gopay, shoppepay, dan hampir semua outlet sudah menyediakan aplikasi QRIS sehingga mau tidak mau harus menyesuaikan dengan kondisi tersebut..."</i>
2	Responden 2	<i>"...Kalau saya lebih karena mengikuti trend, karena orang lain saya melihat sudah terbiasa dan akhirnya mencoba dengan aplikasi dompet digital ini, dan lama kelamaan akhirnya memang lebih praktis tanpa harus selalu membawa dompet kemana-mana..."</i>

No	Responden/ Narasumber	Hasil Tanggapan Responden
3	Responden 3	"...saya menggunakan dompet digital ini karena tuntutan pekerjaan saya sebagai ojek online, lebih kepada kebutuhan akan pekerjaan..."
4	Responden 4	"...menurut saya lebih karena tuntutan jaman ya, karena sebetulnya dengan adanya aplikasi ini malah menghilangkan budaya asli (tawar menawar) yang membuat khas yang dimiliki dikita menjadi berubah..."
5	Responden 5	"....saya setuju dengan teman saya lebih kepada tuntutan zaman, karena memang sekarang mau tidak mau kita harus ikut beralih ke digital, transportasi sekarang aja sudah menggunakan aplikasi pembayarannya..."

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

Lingkup Faktor Sosial pada Pengguna Dompet Digital oleh Generasi Milenial

Faktor sosial terdiri dari kelompok-kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku orang tersebut. Kelompok primer merupakan kelompok seseorang yang berinteraksi secara terus menerus dan bersifat informal, misalnya keluarga, teman, atau rekan kerja. Sementara kelompok sekunder seperti asosiasi agama, bisnis dan profesional atau badan profesional, yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang secara terus menerus. Berikut ini adalah tanggapan responden yang diukur berdasarkan faktor sosial.

Tabel 5

Jawaban Responden pada Faktor Sosial

No	Responden/ Narasumber	Hasil Tanggapan Responden
1	Responden 1	"...penggunaan dompet digital ini digunakan lebih karena fungsinya, seperti untuk melakukan pembayaran. Karena di ibu kota saat ini pengguna dompet digital sudah menjadi suatu keharusan, yang dimana hampir semua outlet yang ada di Jakarta sudah tersedia pembayaran secara digital dengan scan QRIS..."
2	Responden 2	"...Menurut saya sih dikarenakan memang trend nya ya, karena sekarang ini lebih baik bawa HP ketimbang bawa dompet. Karena lebih fleksibel juga dalam transaksi. Awalnya melihat teman, kemudian mencoba nya ternyata mudah dan praktis sehingga digunakan sampai sekarang..."
3	Responden 3	"...Mungkin karena kebiasaan, dan sekarang itu sudah menjadi lumrah untuk penggunaannya, karena kehadiran dompet digital ini sebetulnya dari sebelum dan setelah pandemic pun malah menjadi kebutuhan utama, seperti untuk melakukan pembayaran, belanja online, dan transportasi public yang ada di Jakarta."
4	Responden 4	"...Menggunakan e'wallet ini kalo saya pribadi karena tuntutan pekerjaan juga. Karena saya bekerja sambil kuliah dengan profesi ojek online. Jadi driver diminta menginstal dan diwajibkan untuk memiliki aplikasi e'wallet ini untuk menyimpan dan mengambil uang. Sehingga mau tidak mau harus memilikinya..."
5	Responden 5	"...Kalau menurut saya menggunakan dompet digital ini lebih ke trend juga, karena melihat dari saudara, teman kantor mereka lebih praktis pada saat memesan makanan seperti go food, grab food tanpa harus memiliki uang cash. Jadi lumayan menolong juga untuk kondisi tertentu..."

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

Lingkup Faktor Pribadi pada Penggunaan Dompet Digital oleh Generasi Milenial

Faktor pribadi dipengaruhi oleh umur dan tahap pada kehidupan, keadaan profesional dan keuangan, kepribadian serta citra diri dari pembeli, gaya hidup dan nilai. Tanggapan dari responden berdasarkan faktor personal adalah sebagai berikut.

Tabel 6

Jawaban Responden pada Faktor Pribadi

No	Responden/ Narasumber	Hasil Tanggapan Responden
1	Responden 1	"...Kehadiran e'wallet secara fungsi memang lebih praktis, tetapi secara tidak langsung merubah gaya hidup juga, seperti membeli kebutuhan yang tidak perlu (konsumtif) dan cenderung lebih boros..."



No	Responden/ Narasumber	Hasil Tanggapan Responden
2	Responden 2	<i>"...Menurut saya juga memang menjadikan boros, kebutuhan tersier lebih sering muncul dibandingkan kebutuhan primer. Apalagi saat ini media e'commerce itu memanjakan banget customer dengan memberikan diskon dan gratis ongkir..."</i>
3	Responden 3	<i>"...Saya juga merasakan memang lebih tidak terkontrol didalam penggunaan nya, sehingga kebutuhan yang tidak diinginkan lebih cenderung muncul karena melihat diskon atau promo lain yang ada baik dari e'commerce ataupun dari outlet yang menerima pembayaran digital ini..."</i>
4	Responden 4	<i>"...Menurut saya boros atau tidak nya memang tergantung user nya, tetapi memang tidak bisa dihindari jika sudah melihat tulisan diskon. Secara tidak langsung menjadikan gaya hidup juga menjadi berubah karena kemudahan yang diberikan..."</i>
5	Responden 5	<i>"...Sependapat dengan yang lain, karena memang belanja online itu lebih murah harga nya dibandingkan dengan belanja secara konvensional, tinggal bagaimana mengaturnya aja supaya tidak boros..."</i>

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

Lingkup Faktor Psikologis Penggunaan Dompot Digital oleh Generasi Milenial

Empat faktor psikologis mempengaruhi pembelian seseorang, termasuk motivasi, berpikir, belajar, keyakinan dan sikap (Kotler dan Armstrong, 2008). Berdasarkan hasil diskusi dengan responden mengenai faktor psikologis dapat dibuktikan dengan tanggapan yang diberikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 7

Jawaban Responden pada Faktor Psikologis

No	Responden/ Narasumber	Hasil Tanggapan Responden
1	Responden 1	<i>"...Menurut saya penggunaan dompet digital ini dapat berjalan secara optimal dan memiliki nilai yang positif untuk kedepannya, asalkan ada edukasi didalam penggunaannya. Misalkan edukasi menggunakan e'wallet secara bijak agar tidak memiliki dampak negatif dimata masyarakat..."</i>
2	Responden 2	<i>"...Saya pribadi memang kehadiran ini tentunya juga merubah pola pikir seseorang, yang tadinya malas dengan adanya e'wallet ini menjadikan seseorang malas untuk keluar rumah karena semua dapat dilakukan secara online, tentunya hal ini memberikan kesan negatif karena kita merupakan mahluk sosial yang membutuhkan interaksi secara langsung..."</i>
3	Responden 3	<i>"...Menurut pendapat saya, kehadiran ini secara tidak langsung memberikan motivasi kepada para pengguna, banyak hal yang dapat dilakukan dengan adanya e'wallet ini. Menjadikan generasi muda untuk membuka peluang bisnis atau berwirausaha, sehingga dapat menghasilkan inovasi baru dalam menjalankan bisnisnya..."</i>
4	Responden 4	<i>"...Penggunaan e'wallet saat ini memberikan keharusan kepada pengguna terutama para pedagang, karena sudah terbiasa dengan transaksi secara online. Hal ini memang menjadikan kebiasaan baru, tetapi penjual yang tidak menggunakan justru akan tertinggal, kecuali warung-warung kecil itu tidak semuanya bisa dan tersedia..."</i>
5	Responden 5	<i>"...Saya lebih ke mengikuti perkembangan zaman saat ini, karena menggunakan e'wallet ini memberikan kepuasan tersendiri kepada saya pribadi, mau beli apa saja dan kapan saja bisa sehingga memberikan dampak positif kepada saya..."</i>

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan dilapangan berdasarkan hasil *Forum Group Discussion* (FGD) yang telah dilakukan kepada masing-masing responden dengan menganalisis perilaku konsumen mengenai penggunaan dompet digital oleh generasi milenial dengan menggunakan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Hasil penelitian berdasarkan faktor budaya dapat dianalisis antara perilaku konsumen dan pengaruh faktor tersebut. Beberapa kisah yang bertahan menyebutkan bahwa keinginan generasi milenial untuk menggunakan aplikasi dompet digital berasal dari berbagai faktor, termasuk keinginan pribadi yang muncul dengan sendirinya tanpa pengaruh atau dorongan dari luar. Hal ini dikarenakan kebutuhan akan kondisi saat ini, dimana manfaat aplikasi dapat mempermudah pembayaran generasi ini. Hal senada diungkapkan berdasarkan hasil penelitian (Rini, 2020) menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi dompet digital menjadi alternatif pilihan pada transaksi oleh generasi milenial dikarenakan

kemudahan dan kenyamanan yang dirasakannya, selain cepat dan nyaman dalam melakukan transaksi. Sehingga pergeseran akan perubahan perilaku dapat terlihat adanya pola perilaku transaksi yang telah terjadi.

Disamping itu, hasil penelitian di atas didapatkan bahwa faktor kedua adalah faktor sosial yang memiliki peranan penting dalam penggunaan aplikasi tersebut. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya penggunaan aplikasi tersebut di kalangan generasi milenial. Dari hasil penelitian yang diperoleh melihat faktor sosial, penggunaan aplikasi dompet digital lebih kepada fungsinya yaitu kenyamanan dan kebutuhan. Kemudahan yang ditawarkan memberikan kemudahan bagi penggunanya, mereka dapat berbelanja di mana saja, kapan saja. Selain itu, kebutuhan akan aplikasi sebagai alat pembayaran sangatlah penting karena kehidupan kota menuntut seseorang untuk memiliki aplikasi. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aulia, 2020) terkait penelitian mengenai pola perilaku konsumen digital dalam memanfaatkan aplikasi dompet digital yang menunjukkan peningkatan penggunaan dompet digital hingga kecenderungan konsumerisme dengan transaksi elektronik yang lebih cocok dan efisien untuk digunakan dalam masa pandemi.

Selain itu, didapatkan faktor ketiga pada penelitian ini adalah faktor pribadi. Kehadiran program dompet digital ini pasti akan memberikan dampak positif dan negatif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak positifnya adalah sederhana dan praktis. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa menurut responden, penggunaan aplikasi ini mengubah gaya hidup, membuat perilaku konsumtif dan tidak dapat mengontrol biaya. Meskipun toko bisnis saat ini menawarkan penawaran menarik seperti diskon harga, pengiriman gratis dan penawaran lainnya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Katon, 2020) didapat bahwa penggunaan aplikasi dompet digital seperti OVO cenderung ke gaya hidup baru sebagai bentuk kemudahan dalam melakukan suatu transaksi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dini, 2021) mengenai fenomena *cashless society* pada generasi milenial dalam menghadapi Covid-19, menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat khususnya di kalangan milenial menggunakan aplikasi OVO, Shopee, LinkAja, dan lainnya selama masa pandemi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang didapatkan bahwa faktor psikologis pada aplikasi dompet digital ini ditemukan telah mengubah pola pikir dan kebiasaan masyarakat. Perubahan ini tentunya disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah tingginya tingkat konsumsi masyarakat. Menganalisis faktor psikologis ini juga bisa menjadi inovasi bagi pemasar, terutama bagi generasi milenial yang melek teknologi. Penggunaan aplikasi dapat bekerja secara optimal jika masyarakat dididiki tentang cara menggunakannya.

Simpulan

Kondisi pandemi Covid-19 telah menyebabkan perubahan gaya hidup pada masyarakat, terutama di kalangan generasi milenial saat ini. Hal ini tercermin dari perubahan metode pembayaran, transaksi pembelian sampai dengan gaya hidup. Pembayaran dompet digital telah menjadi salah satu pilihan untuk melakukan suatu transaksi baik secara *online* maupun konvensional. Kehadiran dompet digital telah membentuk dan menciptakan masyarakat baru khususnya pada saat pandemi, yaitu masyarakat tanpa uang tunai yang bergantung pada segala jenis pembayaran elektronik melalui dompet digital. Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa perubahan tersebut dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologis. Keempat faktor tersebut masing-masing mempengaruhi perubahan perilaku konsumen seperti perkembangan sikap konsumen, perubahan gaya hidup, faktor pekerjaan dan perubahan akan tuntutan yang terjadi di lingkungan yang serba digital saat ini, sehingga masyarakat harus mampu beradaptasi dengan kondisi tersebut. Selain itu, perkembangan digital yang cepat menjadikan suatu peluang bagi para pelaku bisnis untuk dapat terus meningkatkan suatu inovasi-inovasi baru baik produk maupun jasa yang dapat menunjang konsumen dalam melakukan suatu transaksi pembelian maupun pembayaran.

Daftar Rujukan

- Akhlaq, A. (2018). Digital Commerce in Emerging: Factors Associated with Online Shopping Intentions in Pakistan. *International Journal of Emerging Markets*, 13.
- Aulia. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital. *Jurnal Komunikasi*, 311-324.
- Baicu, C. (2020). The Impact of Covid-19 on Consumer Behavior in Retail Banking. *Management & Marketing*, 534-556.
- Butarbutar, N. (2022). Behavioral Intention Constituent Analysis of QRIS Digital Payment Tools in MSMEs in Pematangsiantar City. *Jurnal Ideas: Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, 1537-1546.
- Daud. (2022). The Effect of Digital Marketing, Digital Finance and Digital Payment on Finance Performance of Indonesian SMES. *Academic and Scientific Journals*, 37-44.



- Dini. (2021). Fenomena *Cashless Society* pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19. *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, 33-39.
- Fadhillaha, M. (2021). Dampak Covid-19 terhadap Perilaku Konsumen dalam Penggunaan *Marketplace* di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 123-130.
- Humairoh, A. K. (2020). Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 64-81.
- Kartajaya, H. S. (2021). *Marketing 5.0 : Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Katon. (2020). Fenomena *Cashless Society* dalam Pandemi Covid-19 (Kajian Interaksi Simbolik pada Generasi Milenial). *Journal Signal*, 134-145.
- Nadhillah. (2021). Efektifitas Penggunaan *E-wallet* Dikalangan Mahasiswa dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 126-139.
- Novita. (2020). The Influence Factors of Consumer Behavioral Intention Towards Online Food Delivery Service. *International Journal of Business*, 40-42.
- Prameswari, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen dalam Menggunakan Sistem Pembayaran *E-Wallet* (Studi Kasus pada Mahasiswa UINSU Medan). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 128-138.
- Rini. (2020). Persepsi Konsumen terhadap Penggunaan Dompet Digital. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 17-34.
- Saprikis, M. (2018). Mobile Shopping Consumer's Behavior; An Exploratory Study and Review. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 71-90.
- Singh, S. &. (2018). Study of Consumer Perception of Digital Payment Mode. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 1-14.
- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) sebagai Alat Pembayaran pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 123-130.
- Sudrajat. (2019). The Effect of Consumer Interest on Islamic Bank and Conventional Bank Mobile Banking: An Analysis Using Google Trends. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 662.
- Trudel, R. (2019). *Sustainable Consumer Behavior*. Columbia: Consumer Psychology Review.
- Vatamanescu. (2018). Competition and Consumer Behavior in The Context of the Digital Economy. *Amfiteatru Economic*, 354.

