

Pola Konsumsi Masyarakat Kota Samarinda di Era *Cashless Society*

Wahidatul Hidayah*, Ratna Fitri Astuti, Reza, Sudarman, Noor Ellyawati

Universitas Mulawarman, Indonesia

*wahidatulhidayah18@gmail.com

Abstract

Consumption patterns are changing with the development of the cashless society era, which is characterized by the ease of digital transactions and the increasing use of online platforms in daily economic activities. In Samarinda, this convenience has the potential to influence how individuals manage expenses and determine consumption priorities. This study aims to analyze the consumption patterns of Samarinda residents in the cashless society era and identify the most dominant indicators in shaping consumption behavior. The study used a quantitative approach with a descriptive design. The sample consisted of 100 adult respondents aged 19–59 years old, determined using the Slovin formula with the sampling technique being accidental sampling. Data were collected through a Likert scale questionnaire and analyzed using descriptive statistics with the calculation of averages and percentages of data. The results of the study, which measured consumption expenditure indicators, changes in consumption over time, the intensity of use of goods and services, and purchasing behavior, showed that in general, the consumption patterns of Samarinda residents were in the very good category with 63% of respondents, followed by the good category with 36%, and only a small portion were in the very bad category. Community expenditure was dominated by basic needs and followed by savings habits. In addition, people tend to shop through online platforms with marketplaces as the main choice. In the purchasing process, people prioritize product quality and authenticity over other factors. These results indicate that Samarinda residents are still able to manage their consumption rationally and purposefully despite the ease of digital transactions. The most dominant indicator of consumption patterns is purchasing behavior, which reflects people's ability to control spending and make informed decisions.

Keywords: *Consumption Patterns; Cashless Society; Purchasing Behavior*

Abstrak

Pola konsumsi masyarakat mengalami perubahan seiring berkembangnya era *cashless society* yang ditandai dengan kemudahan transaksi digital dan meningkatnya penggunaan platform *online* dalam kegiatan ekonomi sehari-hari. Pada masyarakat kota Samarinda, kemudahan tersebut berpotensi memengaruhi cara individu dalam mengatur pengeluaran serta menentukan prioritas konsumsi. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pola konsumsi masyarakat kota Samarinda di era *cashless society* serta mengidentifikasi indikator yang paling dominan dalam membentuk perilaku konsumsi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif. Sampel berjumlah 100 responden masyarakat dewasa usia 19-59 tahun yang ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dengan teknik pengambilan sampel adalah *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner *skala likert* dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan perhitungan rata-rata dan persentase data. Hasil penelitian dengan pengukuran indikator pengeluaran konsumsi, perubahan konsumsi dari waktu ke waktu, intensitas penggunaan barang dan jasa serta perilaku pembelian, menunjukkan

bahwa secara umum pola konsumsi masyarakat kota Samarinda berada pada kategori sangat baik dengan 63% responden, diikuti kategori baik sebesar 36%, dan hanya sebagian kecil yang berada pada kategori sangat tidak baik. Pengeluaran masyarakat didominasi oleh kebutuhan pokok serta diikuti dengan kebiasaan menabung. Selain hal tersebut, masyarakat cenderung berbelanja melalui platform *online* dengan *marketplace* sebagai pilihan utama. Dalam proses pembelian, masyarakat lebih mempertimbangkan kualitas dan keaslian produk dibandingkan faktor lainnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masyarakat kota Samarinda tetap mampu mengelola konsumsi secara terarah meskipun berada dalam kemudahan transaksi digital. Indikator yang paling dominan dalam pola konsumsi adalah perilaku pembelian yang mencerminkan kemampuan masyarakat dalam mengendalikan pengeluaran dan mengambil keputusan secara bijak.

Kata Kunci: Pola Konsumsi; *Cashless Society*; Perilaku pembelian

Pendahuluan

Pola konsumsi masyarakat menunjukkan sejauh mana individu menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Teori *Relative Income Hypothesis* oleh Duesenberry menyatakan bahwa konsumsi dipengaruhi pendapatan sekaligus standar hidup orang sekitar, sehingga pola konsumsi masyarakat sering menyesuaikan dengan lingkungan sosial (Bisset & Tenaw, 2022). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pola konsumsi masyarakat tidak hanya bergantung pada pendapatan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial di sekitar individu.

Kinanti (2024) menegaskan bahwa pola konsumsi mencerminkan cara masyarakat memenuhi kebutuhan hidup dalam periode tertentu, yang terbentuk dari interaksi antara pendapatan dan standar hidup lingkungan sosial. Pola konsumsi masyarakat dapat dilihat dari pengeluaran individu yang dibandingkan dengan kemampuan dan kebutuhan hidup. Pola konsumsi yang ideal dapat dicapai ketika pengeluaran masyarakat seimbang dengan kemampuan penghasilan dan kebutuhan. Utami (2021) menjelaskan bahwa konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan, dimana masyarakat akan membagi penghasilan untuk kebutuhan saat dan tabungan masa depan agar tercapai keseimbangan pengeluaran.

Keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran menjadi kunci utama dalam menciptakan pola konsumsi yang sehat dan berkelanjutan. Konsumsi masyarakat yang berlebihan dapat menimbulkan masalah finansial yang serius, terutama ketika jumlah pengeluaran melebihi pendapatan yang diterima. Roziqifath (2023) menjelaskan bahwa kondisi tersebut dapat membuat individu terjebak dalam lingkaran utang dan menghadapi tekanan finansial yang berat akibat ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran.

Triyana et al., (2024) menambahkan bahwa kecenderungan untuk lebih memprioritaskan pembelian barang-barang konsumtif sering kali mengurangi alokasi dana untuk tabungan maupun kebutuhan mendesak. Akibatnya, ketika terjadi situasi darurat, individu cenderung bergantung pada pinjaman atau utang sebagai solusi sementara. Penting bagi masyarakat untuk meningkatkan literasi dan kesadaran dalam pengelolaan keuangan agar mampu mengatur pengeluaran secara bijak. Konsumsi yang tidak terkontrol dapat mengurangi kestabilan keuangan pribadi dan membahayakan rencana keuangan jangka panjang.

Amalia et al., (2024) menjelaskan masyarakat yang terlalu fokus membeli barang hiburan atau mewah sering mengabaikan kebutuhan pokok dan pola hidup sehat, sehingga dapat menimbulkan stres dan perilaku konsumtif yang sulit dikendalikan. Juliandhani & Tjahjawati (2025) menambahkan pola konsumsi yang tidak seimbang juga memengaruhi kualitas hidup karena prioritas pengeluaran lebih banyak untuk kepuasan sesaat daripada

kebutuhan penting. Konsumsi berlebihan tidak hanya berdampak pada keuangan, tetapi juga pada kualitas hidup dan kesehatan masyarakat secara menyeluruh. Kehadiran teknologi mengubah cara masyarakat berbelanja sehari-hari. Kusuma et al., (2024) menjelaskan belanja *online* memungkinkan masyarakat membeli barang dan jasa kapan saja tanpa harus datang ke toko, sehingga proses belanja menjadi lebih cepat dan praktis. Putri et al., (2024) menambahkan teknologi juga membuat masyarakat lebih mudah tergoda membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, karena bisa melihat, membandingkan, dan membaca ulasan produk dengan mudah.

Teknologi mempermudah kegiatan belanja, tetapi masyarakat tetap perlu mengatur pengeluaran agar tidak boros. Perubahan cara berbelanja turut memengaruhi jenis barang yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Purrohman et al., (2024) menyatakan bahwa masyarakat lebih banyak mengalokasikan pengeluaran untuk kebutuhan hiburan dibandingkan kebutuhan pokok, karena proses berbelanja menjadi semakin mudah, cepat, dan praktis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pola konsumsi masyarakat mengalami pergeseran menuju perilaku yang cenderung impulsif, di mana keputusan pembelian sering kali didorong oleh keinginan sesaat daripada kebutuhan yang sebenarnya.

Kemudahan dalam berbelanja yang dirasakan masyarakat perlu diikuti kesadaran finansial agar dapat menjaga keseimbangan antara pengeluaran untuk kebutuhan pokok dan pengeluaran untuk kesenangan pribadi. Perubahan pola konsumsi masyarakat turut dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital, salah satunya melalui kemunculan sistem pembayaran digital. Ranandhea et al., (2024) menyatakan bahwa penggunaan pembayaran digital memungkinkan individu untuk melakukan transaksi tanpa perlu membawa uang tunai, sehingga proses pembelian menjadi lebih cepat, praktis, dan sering kali bersifat spontan.

Kemudahan tersebut memberikan efisiensi dalam bertransaksi, namun di sisi lain dapat mendorong lebih banyak pengeluaran untuk kebutuhan hiburan dan gaya hidup. Jika tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik, kebiasaan tersebut berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan finansial. Berdasarkan hasil observasi awal dengan menebarkan kuesioner pada 30 responden masyarakat kota Samarinda, diketahui bahwa sebesar 26,7% responden lebih banyak bertransaksi menggunakan pembayaran digital, dibandingkan dengan 13,3% responden yang masih menggunakan uang tunai.

Dari berbagai jenis pembayaran digital yang digunakan, 43,3% responden memilih *e-wallet* sebagai metode utama dalam bertransaksi. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat telah mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi keuangan. Sebanyak 66,7% responden memilih menggunakan pembayaran digital karena dinilai lebih praktis dan cepat dibandingkan dengan penggunaan uang tunai. Kemudahan dalam bertransaksi secara digital tidak selalu memberikan dampak positif bagi setiap individu, karena hal tersebut berpotensi memengaruhi pola konsumsi menjadi kurang terkontrol.

Dilansir *www.ojk.com* tahun 2023 pengeluaran konsumsi untuk kebutuhan pokok yang ideal adalah sebesar 40% dari total pendapatan. Akan tetapi sebanyak 36,7% responden mengeluarkan uang untuk kebutuhan pokok melebihi batas ideal tersebut. Selain hal tersebut, 40% responden masih melakukan pembelian harian sesuai kebutuhan tanpa adanya perencanaan pengeluaran bulanan. Kondisi tersebut menunjukkan tingginya proporsi pengeluaran untuk kebutuhan pokok dan kurangnya perencanaan keuangan yang dilakukan masyarakat.

Frahianti et al., (2024) menjelaskan bahwa berbelanja secara langsung memungkinkan konsumen untuk melihat, menyentuh, dan menilai kualitas barang secara nyata, sehingga keputusan pembelian menjadi lebih yakin dan sesuai dengan kebutuhan.

Meskipun demikian, hasil observasi menunjukkan bahwa sebesar 53,3% responden lebih banyak melakukan pembelian di toko *online*. Kegiatan berbelanja seharusnya dilakukan dengan lebih teliti dengan melihat dan memeriksa barang secara langsung sebelum membeli. Namun seiring perkembangan teknologi dan meningkatnya kemudahan akses digital, pola konsumsi masyarakat mulai bergeser ke arah transaksi digital yang dinilai lebih praktis. Penelitian terdahulu terkait dengan pola konsumsi yang melibatkan pendapatan dan lingkungan sosial adalah penelitian dari Syahputri et al., (2023) yang mengemukakan bahwa pendapatan dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap pola konsumsi.

Sehingga individu yang pendapatan tinggi cenderung memiliki pola konsumsi yang lebih konsumtif, terutama untuk kebutuhan tersier. Penelitian lainnya adalah penelitian dari Fikri & Junaidi (2024) yang mengemukakan hubungan gaya hidup dengan pola konsumsi. Individu dengan gaya hidup tinggi cenderung memiliki pola konsumsi berlebihan dan berdampak pada kesehatan. Kedua penelitian tersebut berfokus pada aspek lingkungan sosial, pendapatan, *self-control*, serta gaya hidup dalam memengaruhi pola konsumsi. Namun tidak secara spesifik menelaah bagaimana perkembangan era *cashless society* dapat mengubah pola konsumsi masyarakat.

Pemilihan topik tersebut didasari oleh kenyataan bahwa penggunaan teknologi digital kini semakin menjadi bagian dari keseharian masyarakat. Perubahan tersebut tidak hanya mempermudah transaksi dalam berbelanja tetapi juga secara perlahan menggeser cara masyarakat dalam membelanjakan dan mengatur pengeluaran mereka. Penelitian mengenai pola konsumsi masyarakat penting dilakukan karena dapat mengidentifikasi keputusan konsumsi, sehingga hasilnya dapat menjadi acuan dalam memahami kecenderungan pengeluaran dan prioritas kebutuhan masyarakat.

Penelitian dilakukan secara komprehensif mengkaji pola konsumsi masyarakat kota Samarinda dalam era *cashless society* dengan berfokus pada perubahan perilaku konsumsi akibat kemudahan transaksi digital. Analisis dilakukan untuk melihat bagaimana masyarakat mengelola pengeluaran, menentukan prioritas kebutuhan, serta kecenderungan dalam menggunakan platform digital untuk berbelanja. Penelitian dilakukan secara sistematis mengidentifikasi berbagai faktor dan indikator yang memengaruhi pola konsumsi, seperti perilaku pembelian, pengeluaran konsumsi, perubahan konsumsi dari waktu ke waktu dan insentitas barang dan jasa. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memahami dinamika konsumsi masyarakat di era *cashless society* serta menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengelolaan keuangan yang terarah.

Metode

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menggambarkan pola konsumsi masyarakat kota Samarinda di era *cashless society* berdasarkan data yang diperoleh secara objektif. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner berbasis *skala Likert* kepada 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dari populasi masyarakat dewasa usia 19-59 tahun sebanyak 502.901 jiwa, teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* melalui *accidental sampling*. Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas menggunakan program SPSS untuk memastikan keakuratan dan konsistensi data. Proses analisis dilakukan menggunakan statistik deskriptif dengan menyajikan data dalam bentuk tabel, grafik, serta perhitungan nilai rata-rata, persentase, dan distribusi data guna menggambarkan kecenderungan, pola, dan karakteristik konsumsi masyarakat secara sistematis tanpa melakukan generalisasi yang lebih luas.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Rekapitulasi Pengukuran Pola Konsumsi Masyarakat Kota Samarinda

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dalam mengukur pola konsumsi masyarakat kota Samarinda, maka hasilnya dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1. Kategori Tanggapan Responden Mengenai Pola Konsumsi

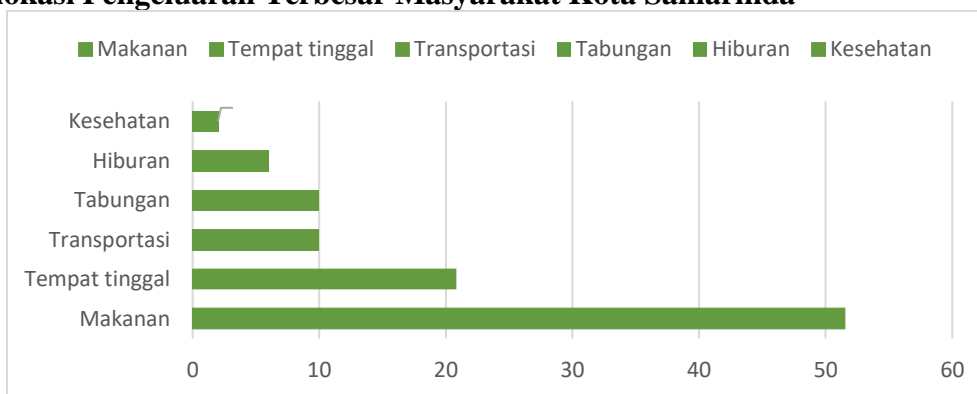
No	Interval	Frekuensi	Presentase (%)	Kategori
1	36 - 62	1	1%	Sangat Tidak Baik
2	63 - 89	0	0%	Tidak Baik
3	90 - 116	36	36%	Baik
4	117 - 144	63	63%	Sangat Baik
Jumlah		100	100%	

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari total 100 responden, terdapat 1% responden yang berada pada kategori sangat tidak baik. Sementara hal tersebut tidak terdapat responden yang berada pada kategori tidak baik. Selanjutnya sebanyak 36% responden berada pada kategori baik dan sebesar 63% responden berada pada kategori sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pola konsumsi yang tergolong sangat baik. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar responden melakukan konsumsi secara bijak dengan mempertimbangkan kebutuhan dibandingkan keinginan, serta mampu mengelola pengeluaran pendapatan secara lebih terencana. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara umum pola konsumsi responden berada pada kategori sangat baik.

2. Hasil Survei Pola Konsumsi Masyarakat Kota Samarinda

a. Alokasi Pengeluaran Terbesar Masyarakat Kota Samarinda

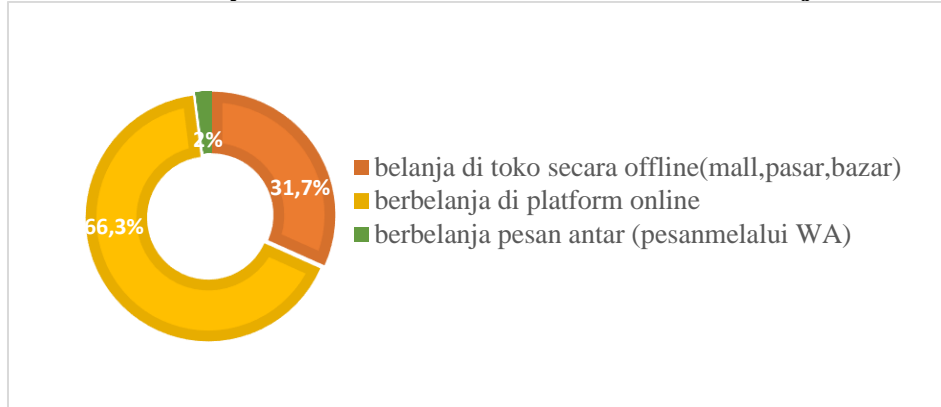


Gambar 1. Alokasi Pengeluaran Terbesar Masyarakat Kota Samarinda

(Sumber: Peneliti Diolah, 2026)

Berdasarkan grafik tersebut, terlihat bahwa pengeluaran masyarakat kota Samarinda lebih banyak dialokasikan untuk kebutuhan pokok, terutama makanan yang mencapai sekitar (52%), diikuti oleh kebutuhan tempat tinggal sekitar (21%). Sementara hal tersebut, kebutuhan lainnya memiliki proporsi yang lebih kecil. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memprioritaskan pemenuhan kebutuhan dasar dalam penggunaan pendapatan. Dengan demikian, pola konsumsi tersebut mencerminkan adanya kecenderungan masyarakat untuk menempatkan kebutuhan utama sebagai prioritas dalam mengatur pengeluaran.

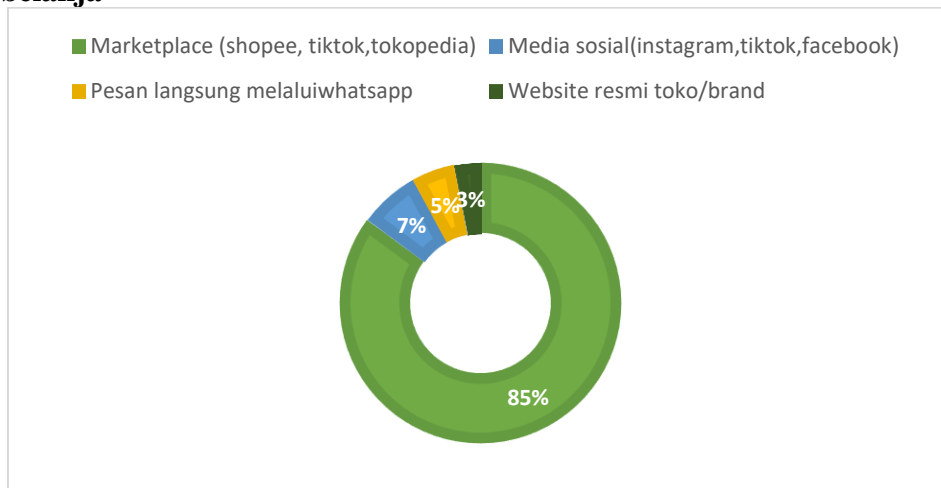
b. Metode Favorit Masyarakat Kota Samarinda Dalam Berbelanja



Gambar 2. Metode Favorit Masyarakat Kota Samarinda Dalam Berbelanja
(Sumber: Diolah Peneliti, 2026)

Berdasarkan grafik tersebut, terlihat bahwa belanja melalui platform *online* menjadi metode yang paling dominan digunakan oleh masyarakat kota Samarinda sekitar (66,30%). Sementara hal tersebut, belanja secara *offline* masih tetap dilakukan meskipun persentasenya tidak sebesar *online*, dan metode pesan antar hanya digunakan oleh sebagian kecil masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat mulai lebih mengutamakan kemudahan dan efisiensi dalam berbelanja. Dengan demikian, pola tersebut mencerminkan adanya perubahan pola konsumsi yang semakin mengarah pada pemanfaatan teknologi digital.

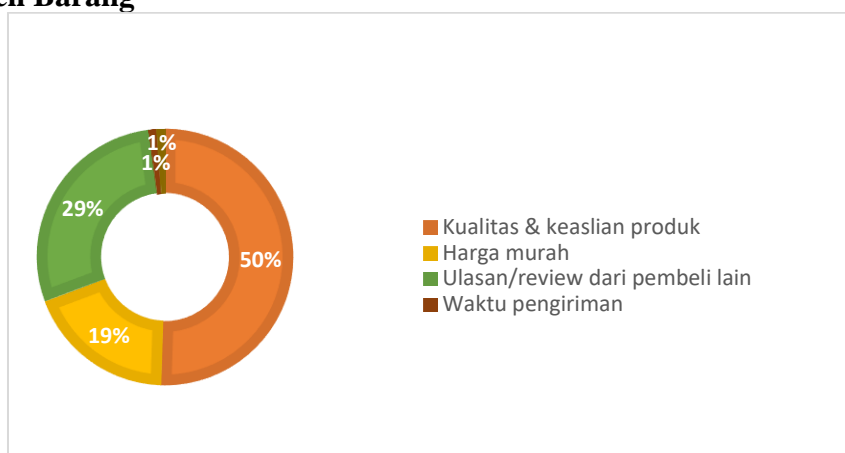
c. Platform *Online* Yang Digunakan Masyarakat Kota Samarinda Untuk Berbelanja



Gambar 3. Platform *Online* Yang Digunakan Masyarakat Untuk Berbelanja
(Sumber: Diolah Peneliti, 2026)

Berdasarkan grafik tersebut, terlihat bahwa masyarakat kota Samarinda lebih banyak menggunakan marketplace seperti *Shopee*, *TikTok*, dan *Tokopedia* saat berbelanja *online*, dengan angka yang cukup mendominasi sekitar (85,10%). Sementara hal tersebut, penggunaan media sosial, *WhatsApp*, maupun *website* resmi toko jauh lebih sedikit. Hal tersebut menunjukkan bahwa *marketplace* lebih dipilih karena dianggap lebih mudah dan sudah menjadi tempat utama untuk mencari berbagai kebutuhan. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa kebiasaan belanja masyarakat lebih terpusat pada satu jenis platform yang dirasa paling praktis.

d. Faktor Utama Yang Dipertimbangkan Oleh Masyarakat Kota Samarinda Saat Membeli Barang



Gambar 4. Faktor Utama Yang Dipertimbangkan Masyarakat Saat Membeli Barang (Sumber: Diolah Peneliti, 2026)

Berdasarkan grafik tersebut, terlihat bahwa hal yang paling banyak dipertimbangkan oleh masyarakat kota Samarinda saat membeli barang adalah kualitas dan keaslian produk, dengan proporsi yang paling menonjol sekitar (50%). Selain hal tersebut, ulasan atau *review* dari pembeli lain juga cukup berpengaruh dalam keputusan pembelian. Sedangkan, faktor seperti harga, waktu pengiriman, serta garansi atau kebijakan retur memiliki peran yang lebih kecil. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat lebih fokus pada kepastian kualitas barang yang dibeli dibandingkan pertimbangan lainnya. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa kepercayaan terhadap produk menjadi hal utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

3. Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Kota Samarinda di Era *Cashless Society*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap masyarakat kota Samarinda, dapat diketahui bahwa secara umum pola konsumsi masyarakat berada pada kategori baik hingga sangat baik. Masyarakat kota Samarinda mengonsumsi barang atau jasa dengan mempertimbangkan kebutuhan dan manfaatnya, sehingga masyarakat mencerminkan sikap yang lebih bijak dalam mengatur pengeluaran dan menentukan prioritas konsumsi. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Rodiyah & Pradikto (2025) yang menunjukkan bahwa pemahaman ekonomi dapat mendorong masyarakat untuk lebih bijak dalam menentukan prioritas konsumsi.

Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian Fakhriansyah et al., (2026) yang menjelaskan bahwa perubahan kondisi ekonomi dan sumber pendapatan dapat memengaruhi cara masyarakat mengelola pengeluaran sehingga membentuk pola konsumsi yang lebih terencana. Masyarakat kota Samarinda dikatakan telah memahami kondisi ekonomi serta mampu mengelola pendapatan dengan lebih bijak dan terencana dalam menentukan pola konsumsi. Hickel & Sullivan (2024) menyatakan bahwa pengeluaran konsumsi yang ideal pada kebutuhan pokok mencerminkan kemampuan masyarakat dalam mengatur pendapatan agar kebutuhan pokok seperti pangan, sandang, dan papan dapat terpenuhi secara seimbang tanpa menimbulkan tekanan ekonomi.

Masyarakat kota Samarinda secara rutin mengalokasikan dana pengeluaran. Alokasi pengeluaran yang konsisten pada kebutuhan pokok menunjukkan adanya upaya masyarakat kota Samarinda dalam menjaga kestabilan pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Rahmi & Fadjar (2022) juga menjelaskan bahwa keseimbangan pengeluaran pada kebutuhan pokok menunjukkan adanya kesadaran finansial dalam menempatkan prioritas konsumsi sesuai dengan kemampuan pendapatan. Pengeluaran konsumsi masyarakat kota

Samarinda lebih difokuskan pada pemenuhan kebutuhan dasar sebagai prioritas utama dalam penggunaan pendapatan. Pengeluaran kebutuhan tambahan pada masyarakat kota Samarinda dilakukan setelah kebutuhan pokok terpenuhi, sehingga terlihat adanya urutan prioritas yang jelas dalam pengelolaan keuangan. Penentuan besarnya pengeluaran juga mengikuti kondisi keuangan yang dimiliki, sehingga tidak melampaui kemampuan yang ada.

Selain hal tersebut, ketika situasi keuangan menuntut, kebutuhan tambahan dipilih untuk ditunda Halimah et al., (2024) menjelaskan bahwa pengeluaran untuk kebutuhan tambahan sebaiknya dilakukan secara proporsional agar tidak mengganggu keseimbangan pemenuhan kebutuhan yang lebih penting. Sebaliknya, ketidakseimbangan alokasi pendapatan dapat terjadi ketika masyarakat terlalu banyak mengalokasikan dana untuk kebutuhan tambahan sehingga kebutuhan primer menjadi terabaikan, yang pada akhirnya dapat menimbulkan ketidakstabilan ekonomi (Hung et al., 2023).

Pengeluaran tambahan masyarakat kota Samarinda sudah dialokasikan secara teratur dan menyesuaikan kondisi keuangan. Tidak hanya memenuhi pengeluaran pokok dan tambahan masyarakat kota Samarinda tidak hanya menjadikan tabungan atau investasi sebagai rencana, tetapi sudah masuk sebagai bagian tetap dalam pengelolaan keuangan mereka. Jumlah yang dialokasikan juga sudah ditentukan setiap bulan, sehingga pengaturan keuangan berjalan lebih jelas dan terarah. Dari kebiasaan tersebut, terlihat bahwa pengeluaran lain jadi lebih dipertimbangkan, dimana berdasarkan hasil survei diketahui bahwa masyarakat Kota Samarinda memberikan *self reward* hanya saat ada pencapaian tertentu.

Algifari & Albahi (2024) menjelaskan bahwa pengalokasian dana untuk tabungan dan investasi mencerminkan pengaturan konsumsi yang seimbang antara pemenuhan kebutuhan saat ini dan persiapan kebutuhan di masa mendatang. Tabungan dan investasi juga berperan dalam menjaga kestabilan keuangan serta memberikan rasa aman terhadap kemungkinan munculnya pengeluaran yang tidak terduga (Prayogi et al., 2024). Masyarakat kota Samarinda menghindari pengeluaran yang non esensial dan telah mulai menerapkan kebiasaan menabung dan berinvestasi sebagai bagian dari pengelolaan keuangan untuk menjaga kestabilan ekonomi di masa depan.

Selain mengelola pengeluaran konsumsi secara ideal, hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat kota Samarinda menunjukkan pola pengelolaan konsumsi yang tidak bersifat tetap. Masyarakat kota Samarinda menyesuaikan alokasi dana dengan perubahan kebutuhan dari waktu ke waktu. Penyesuaian tersebut memperlihatkan bahwa masyarakat kota Samarinda tidak terpaku pada satu pola, melainkan mampu mengikuti kondisi yang dihadapi. Dalam situasi tertentu, masyarakat Kota Samarinda juga mengalihkan anggaran secara bijak agar kebutuhan yang lebih mendesak tetap dapat terpenuhi tanpa mengganggu keseimbangan keuangan.

Siregar (2025) menjelaskan bahwa perubahan pola konsumsi individu dari waktu ke waktu mencerminkan kemampuan individu dalam menyesuaikan diri terhadap kondisi yang berubah. Masyarakat kota Samarinda tetap mempertimbangkan prioritas kebutuhan meskipun berada pada lingkungan yang terus mengalami perubahan sosial dan ekonomi. Di sisi lain, Gayatri & Muzdalifah (2022) menyatakan bahwa tren sosial serta perkembangan zaman membuat masyarakat menjadi lebih konsumtif dan lebih sulit mengelola keuangan. Masyarakat kota Samarinda tetap menunjukkan bahwa meskipun berada di tengah pengaruh tren dan perkembangan era digital, mereka tetap mampu menyesuaikan kebutuhan secara bijak sesuai situasi yang dihadapi.

Ningsih et al., (2024) menjelaskan bahwa teknologi di era digital telah berkembang pesat karena kemudahan dan kenyamanan yang dapat diakses kapan pun dan di mana pun. Sejalan dengan hal tersebut Fadhilah & Zulfa (2025) mengatakan platform

belanja *online* telah mengubah cara dan minat masyarakat dari belanja *offline* ke *online* karena kemudahan aksesnya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat kota Samarinda mengikuti pergeseran cara belanja dari *offline* ke *online* seiring semakin mudahnya akses ke platform digital. Dari hasil survei yang dilakukan, platform digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Kota Samarinda adalah marketplace sebagai pilihan utama dalam berbelanja. Utama et al., (2024) menyatakan bahwa kemudahan akses platform *online* seperti *marketplace* dapat mendorong masyarakat melakukan *impulsive buying*.

Masyarakat kota Samarinda tetap menunjukkan perilaku konsumsi yang terarah dan menghindari pembelian impulsif meskipun beralih ke belanja *online*. Masyarakat Kota Samarinda juga cukup terbuka terhadap pilihan yang lebih terjangkau, terlihat dari kesediaan beralih dari produk lama ke merek lain dengan harga yang lebih rendah ketika diperlukan. masyarakat Kota Samarinda tetap menjadi konsumen yang terarah dan menghindari pembelian impulsif dalam melakukan pembelian barang meskipun telah beralih ke belanja *online*.

Nasir et al., (2024) menjelaskan bahwa individu yang terarah menunjukkan loyalitas terhadap suatu produk berdasarkan pertimbangan kualitas, manfaat, serta kesesuaian dengan kebutuhan. Masyarakat kota Samarinda mempertimbangkan kualitas dan harga sebelum menentukan pilihan terhadap barang. Haryanto et al., (2024) juga menyatakan bahwa individu yang mempertimbangkan manfaat suatu produk akan lebih selektif dalam memilih kualitas barang masyarakat kota Samarinda cenderung mempertimbangkan kualitas dan harga sebelum menentukan pilihan terhadap barang atau jasa.

Pertimbangan tersebut membuat masyarakat Kota Samarinda tidak sekadar membeli, tetapi lebih mengarah pada pemenuhan kebutuhan yang jelas. Masyarakat kota Samarinda tidak mengambil keputusan secara terburu-buru dalam kegiatan konsumsi. Setiap pilihan yang diambil didasarkan pada nilai guna yang dapat diperoleh, barang atau jasa yang dipilih dapat dimanfaatkan secara lebih optimal dan tidak mudah tergantikan dalam waktu dekat. Masyarakat kota Samarinda juga mempertahankan penggunaan barang atau jasa dari merek yang sama setelah merasa cocok dan percaya terhadap kualitasnya.

Hal tersebut membuat penggunaan produk berlangsung lebih lama dan tidak mudah beralih ke pilihan lain. Berdasarkan hasil survei, ketika masyarakat kota Samarinda telah menemukan barang dengan merek dan kualitas yang sesuai, penggunaan dilakukan secara berulang tanpa mengganti ke merek lain. Pergantian produk baru dilakukan ketika barang yang digunakan sudah tidak layak, sehingga pemanfaatannya tetap optimal. Pergantian produk baru pun tidak dilakukan secara cepat, melainkan menunggu hingga barang yang digunakan sudah tidak layak.

Hasil tersebut sejalan dengan Tirtayasa et al., (2021) menjelaskan kepercayaan terhadap suatu barang menimbulkan Kepuasan karena merasa pilihan sudah tepat. masyarakat kota samarinda juga tidak melakukan pergantian produk secara cepat dan cenderung memaksimalkan batas kelayakan. Loyalitas terhadap produk juga membuat individu merasa aman saat menggunakan produk tersebut (Agustina et al., 2024). masyarakat kota Samarinda menunjukkan perilaku konsumsi yang konsisten dan didasarkan pada kepercayaan serta pengalaman penggunaan barang dan jasa.

Selain pemanfaatan barang dan jasa secara konsisten, hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat kota Samarinda menunjukkan perilaku pembelian yang terarah dalam aktivitas konsumsinya. Masyarakat Kota Samarinda tidak terburu-buru saat berbelanja dan menghindari pembelian impulsif. Ketertarikan terhadap suatu produk tidak langsung diikuti dengan keputusan membeli, melainkan disertai jeda waktu untuk

mempertimbangkan kembali kebutuhan dan manfaatnya. Amalia & Yuliati (2025) menjelaskan bahwa *self-control* terhadap *impulsive buying* merupakan bentuk pengendalian diri dalam mengelola pengeluaran konsumsi. Individu yang memiliki *self-control* yang baik mampu menahan keinginan sesaat dan lebih mempertimbangkan kebutuhan dalam melakukan pembelian (Yanti & Pratomo, 2026). Pertimbangan dalam setiap keputusan pembelian terlihat dari kebiasaan membandingkan beberapa pilihan, sehingga masyarakat tidak terburu-buru dalam menentukan pilihan.

Pertimbangan dalam keputusan pembelian masyarakat Kota Samarinda terlihat dari kebiasaan membandingkan beberapa pilihan sebelum menentukan produk yang akan dibeli. masyarakat kota Samarinda tidak langsung mengambil keputusan, tetapi menilai alternatif yang tersedia agar pilihan yang diambil lebih sesuai. Masyarakat kota Samarinda juga aktif mencari diskon atau *voucher* sebagai upaya mendapatkan harga yang lebih menguntungkan. Wahyudi & Rahayu (2022) menyatakan bahwa perilaku tersebut menunjukkan adanya proses pertimbangan konsumen dalam memilih produk yang memberikan nilai terbaik sesuai dengan kebutuhan. Irena & Triyani (2022) menjelaskan bahwa konsumen mengevaluasi alternatif yang ada sebelum memutuskan pembelian guna memperoleh manfaat yang optimal.

Masyarakat kota Samarinda dapat dikatakan mampu melakukan pertimbangan yang matang dalam mengambil keputusan pembelian sehingga pilihan yang diambil lebih sesuai dengan kebutuhan dan manfaat yang diharapkan. Hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan bahwa masyarakat Kota Samarinda telah mampu mengelola konsumsi secara lebih bijak dan terarah. Tercermin dari adanya keseimbangan dalam penggunaan pendapatan, kemampuan menyesuaikan pengeluaran dengan kondisi yang ada, serta adanya perencanaan untuk kebutuhan di masa mendatang. Perubahan lingkungan dan perkembangan teknologi tidak serta-merta mendorong perilaku konsumtif, melainkan diikuti dengan kemampuan beradaptasi dan pengendalian diri dalam setiap keputusan pembelian.

4. Indikator Yang Paling Dominan Pada Pola Konsumsi Masyarakat Kota Samarinda

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap masyarakat Kota Samarinda, indikator yang paling dominan terlihat pada perilaku pembelian. Masyarakat Kota Samarinda menunjukkan perilaku pembelian yang sangat baik, yang tercermin dari kebiasaan memulai kegiatan belanja dengan menyusun kebutuhan terlebih dahulu sehingga arah pengeluaran telah ditetapkan sejak awal. Masyarakat Kota Samarinda menjadikan daftar pembelian sebagai acuan dalam menentukan prioritas, sehingga setiap pembelian tetap berada dalam kerangka kebutuhan yang telah direncanakan.

Kebiasaan yang telah dilakukan disebut prinsip pengelolaan keuangan yang dimana individu maupun kelompok bisa mengelola pendapatannya dengan baik dengan cara berkala Amaliyah et al., (2025) menjelaskan bahwa prinsip pengelolaan keuangan membantu individu maupun kelompok dalam mengelola pendapatan dengan lebih baik. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masyarakat Kota Samarinda menjalankan kegiatan belanja secara lebih terkontrol dan terarah sesuai kebutuhan utama. Masyarakat kota Samarinda memprioritaskan penggunaan dana agar tetap efektif dalam memenuhi kebutuhan yang telah direncanakan.

Pembuatan anggaran keuangan merupakan salah satu strategi penting untuk mengontrol pengeluaran dan memprioritaskan kebutuhan (Prayogi et al., 2024). Masyarakat Kota Samarinda menjalankan kegiatan belanja dengan lebih terkontrol dan selaras dengan prinsip *financial planning*, yaitu memprioritaskan kebutuhan agar penggunaan dana tetap efektif. Utama et al., (2024) menjelaskan *ecommerce* memberikan

kemudahan akses dan variasi produk, strategi penawaran yang mendukung namun kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh *e-commerce* dapat membuat konsumen memilih untuk membeli produk dari rumah sehingga interaksi antar manusia berkurang. Namun Sakhi & Fasa (2025) menjelaskan kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan *e-commerce* mendorong konsumen untuk berbelanja dari rumah, yang pada akhirnya mengurangi interaksi sosial serta berpotensi meningkatkan perilaku impulsif pada masyarakat sehingga memperkuat kecenderungan konsumerisme masyarakat Kota Samarinda yang tidak langsung melakukan pembelian ketika menemukan produk yang menarik, tetapi terlebih dahulu melakukan pertimbangan serta membandingkan beberapa pilihan saat ingin membeli suatu produk.

Berdasarkan hasil survei, masyarakat kota Samarinda terbiasa membandingkan produk baik secara *offline* maupun *online* dengan tujuan memperoleh kualitas yang sesuai agar tidak salah menentukan pilihan, terutama pada produk seperti pakaian yang sering menjadi objek perbandingan. Salah satu pertimbangan masyarakat kota Samarinda dalam melakukan pembelian adalah mencari alternatif yang memungkinkan diperolehnya produk dengan kualitas yang sesuai serta harga yang lebih terjangkau. Berdasarkan hasil penelitian masyarakat kota Samarinda memanfaatkan pencarian diskon atau *voucher* sebagai bagian dari strategi dalam melakukan pembelian produk dengan harga yang lebih terjangkau.

Siswadi et al., (2023) menjelaskan pertimbangan harga dalam membeli produk menjadi salah satu wujud rasionalitas dalam pengambilan keputusan konsumsi agar manfaat yang diperoleh sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Masyarakat kota Samarinda cenderung memilih produk yang dirasa paling seimbang antara kualitas dan harga, sehingga pengeluaran yang dilakukan tetap terasa sepadan. Addinpujoartanto et al., (2024) pembelian dalam jumlah tertentu sekaligus dikenal sebagai salah satu strategi untuk mengantisipasi pengeluaran tidak terduga serta menjaga kestabilan arus keuangan.

Berdasarkan hasil penelitian masyarakat kota Samarinda melakukan pembelian dalam jumlah tertentu sekaligus sebagai langkah antisipatif terhadap kebutuhan yang dapat muncul secara tiba-tiba. Cara yang digunakan masyarakat kota Samarinda membuat pengeluaran menjadi lebih terencana karena kebutuhan sudah dipenuhi sejak awal, sehingga tidak menimbulkan pembelian mendadak di kemudian hari. Sejalan dengan Wahyuni & Yadewani (2024) mengelompokkan pembelian dalam satu periode, individu dapat lebih mudah mengontrol arus kas serta mengurangi potensi pengeluaran tambahan yang tidak direncanakan, sehingga kondisi keuangan tetap lebih stabil.

Masyarakat kota Samarinda mendukung kestabilan kondisi keuangan serta meminimalkan risiko pembelian yang tidak direncanakan. Perilaku tersebut kemudian berlanjut pada upaya menghindari pembelian yang bersifat spontan ketika berada di luar rencana. Kardena & Rozi (2024) Individu yang mampu mengendalikan dorongan sesaat cenderung tidak mudah terpengaruh oleh stimulus lingkungan, seperti suasana berbelanja atau daya tarik produk yang ditampilkan. Masyarakat kota Samarinda tetap menjaga kendali diri saat berada dalam situasi yang berpotensi mendorong perilaku *impulsive*, seperti saat berjalan-jalan.

Masyarakat kota Samarinda tidak mudah terdorong untuk membeli barang di luar kebutuhan yang telah ditetapkan sebelumnya. Akmal & Nurhidayanti (2026) kemampuan menahan *impulsive buying* berkaitan erat dengan kestabilan perencanaan keuangan. masyarakat kota Samarinda mampu mengendalikan dorongan pembelian spontan, maka alokasi pengeluaran tetap terjaga sesuai rencana, sehingga risiko pemborosan dapat diminimalkan dan kondisi keuangan tetap lebih stabil. Masyarakat kota Samarinda menunjukkan kehati-hatian dengan membaca informasi dan ulasan pelanggan sebelum memutuskan membeli produk baru.

Pabate (2025) menyebutkan pencarian informasi sebelum melakukan pembelian merupakan bagian dari tahapan *information search* dalam proses pengambilan keputusan. Masyarakat Kota Samarinda memanfaatkan pengalaman pengguna lain sebagai bahan pertimbangan agar pilihan yang diambil tidak keliru Safitri et al., (2026) menjelaskan ulasan berfungsi sebagai *electronic word of mouth (e-WOM)* yang dapat memengaruhi persepsi kualitas serta membantu membandingkan antara ekspektasi dan kondisi nyata produk. risiko memperoleh produk yang tidak sesuai dapat diminimalkan sehingga pengeluaran masyarakat kota Samarinda tetap lebih efektif dan tidak berujung pada pemborosan.

Keputusan pembelian yang didasarkan pada manfaat berkaitan dengan konsep *perceived value*, yaitu perbandingan antara manfaat yang dirasakan dengan biaya yang dikeluarkan (Winoto et al., 2022). Masyarakat kota Samarinda melakukan pembelian berdasarkan pertimbangan manfaat yang akan diperoleh dari suatu produk. Masyarakat kota Samarinda tidak hanya memastikan kesesuaian informasi melalui ulasan, tetapi juga menilai kegunaan produk dalam pemakaian sehari-hari. Yusran et al., (2025) setelah melalui tahap pencarian informasi dan mempertimbangkan berbagai risiko, konsumen cenderung mengarahkan pilihannya pada produk yang benar-benar memberikan nilai guna sebagai lanjutan dari upaya menghindari pemborosan akibat ketidaksesuaian dengan kebutuhan.

Keputusan pembelian masyarakat kota Samarinda tetap berada dalam alur yang terencana, sehingga pengeluaran yang dilakukan tidak hanya tepat sasaran tetapi juga mendukung efisiensi dalam pengelolaan keuangan. Kinanti et al., (2024) menjelaskan kegiatan konsumsi tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk mencapai tingkat kesejahteraan. Masyarakat kota Samarinda melakukan pembelian barang atau jasa yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan sekaligus menunjang kesejahteraan. masyarakat kota Samarinda tidak sekadar berfokus pada kepemilikan, tetapi pada bagaimana produk dapat digunakan secara berkelanjutan dan memberikan nilai dalam kehidupan sehari-hari.

Widianita et al., (2021) menyatakan hal kesejahteraan memiliki kerkaitan dengan upaya memaksimalkan kepuasan (*utility*) dari setiap pengeluaran yang dilakukan. Sehingga konsumsi masyarakat Kota Samarinda tetap berada pada batas yang memberikan manfaat dan mencapai kesejahteraan. Indikator perilaku pembelian menjadi indikator yang paling dominan karena mencerminkan keseluruhan proses pengambilan keputusan konsumsi masyarakat kota Samarinda yang dilakukan secara terencana, terarah, dan konsisten.

Masyarakat kota Samarinda menunjukkan kebiasaan menyusun kebutuhan, membandingkan produk, mencari informasi, serta mempertimbangkan manfaat dan harga sebelum melakukan pembelian. Masyarakat kota Samarinda juga mampu menahan dorongan *impulsive buying* dan mengelola pengeluaran melalui berbagai strategi sehingga pengendalian diri dalam aktivitas konsumsi tetap terjaga, di tengah perkembangan transaksi *cashless* dan kemudahan *e-commerce*, masyarakat kota Samarinda tetap menjalankan pola konsumsi yang terarah dengan tidak mudah terdorong oleh kemudahan akses dan berbagai penawaran yang tersedia.

Dengan pola tersebut, masyarakat kota Samarinda tidak hanya memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjaga efektivitas penggunaan dana sehingga konsumsi yang dilakukan tetap mendukung kesejahteraan. Hasil dan pembahasan tidak dipisahkan dalam dua sub bab, namun dijadikan satu secara berurutan/sistematis berdasarkan rumusan masalah. Hasil dan pembahasan berisi hasil-hasil temuan penelitian dan pembahasannya. Tuliskan temuan-temuan yang diperoleh dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan dan harus ditunjang oleh data-data yang memadai. Hasil-hasil penelitian dan temuan

harus bisa menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian di bagian pendahuluan. Hasil penelitian harus didukung oleh data yang valid. Pergunakan referensi yang relevan untuk menguatkan pembahasan terhadap hasil penelitian yang ada.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pola konsumsi masyarakat Kota Samarinda di era *cashless society*, pola konsumsi masyarakat Kota Samarinda secara umum berada pada kategori baik hingga sangat baik. Hal tersebut terlihat dari kemampuan masyarakat dalam mengatur pengeluaran secara terarah, memprioritaskan kebutuhan pokok, serta menyesuaikan alokasi konsumsi dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Pengeluaran terbesar masih difokuskan pada kebutuhan dasar seperti makanan dan tempat tinggal, serta diikuti dengan kebiasaan menabung sebagai bentuk perencanaan keuangan yang lebih seimbang. Indikator yang paling dominan dalam pola konsumsi masyarakat Kota Samarinda adalah perilaku pembelian. Masyarakat menunjukkan kecenderungan belanja yang terencana dan selektif, dengan mempertimbangkan kualitas, manfaat, harga, serta ulasan sebelum membeli. Di tengah kemudahan transaksi digital dan perkembangan *e-commerce*, masyarakat kota Samarinda tetap mampu menjaga pengendalian diri dan melakukan keputusan konsumsi secara terarah sehingga penggunaan pendapatan tetap efektif dan terarah. Secara praktis, hasil penelitian yang dilakukan dapat menjadi acuan bagi masyarakat dalam mengelola pola konsumsi secara lebih bijak khususnya dalam mengendalikan pengeluaran, menetapkan prioritas kebutuhan dan perilaku pembelian di era *cashless society*, sehingga masyarakat mampu mengendalikan pengeluaran secara konsisten dan memprioritaskan kebutuhan daripada keinginan.

Daftar Pustaka

- Addinpujoartanto, N. A., Rustam, A., Judijanto, L., Apriyanto, A., Sian, R. D., Meta, W., Permana, H. K., Wijaya, R., & Ismail, H. (2024). *Manajemen Finansial: Strategi Pengelolaan Keuangan Yang Efektif*. Jambi: Pt. Sonpedia Publishing Indonesia Redaksi.
- Agustina, R. F., Syafei, M. C. F., Ginanjar, S. E., & Aninditya, S. (2024). Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Barang Di Aplikasi Online Shop. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(1), 261-272.
- Akmal, M., Nurhidayanti, S., Fadel, F., & Thanwain, T. (2026). Literasi Keuangan Sebagai Mekanisme Pengendalian Impulse Spending Pada Generasi Z Di Kota Makassar. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 12986-12994.
- Alfajri, A., Algifari, M. A., & Albahi, M. (2024). Konsumsi, Tabungan, dan Investasi Dalam Syariah Makro Ekonomi. *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, 2(3), 83-94
- Amalia, D. S., & Yuliati, A. (2025). Analisis Pengaruh Financial Technology, Financial Self Efficacy, Self Control Dan Impulsive Buying Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 14(2), 878-889.
- Amalia, D., Ramli, A. H., & Larasati, A. (2024). Hedonic Motive, Utilitarian Motive, Shopping Intention Dan Impulsive Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 132-147.
- Amaliyah, A. R., Judijanto, L., Apriyanto, A., Rustam, A., Pardjono, N., Desi, D. E., & Risman, A. (2025). *Manajemen Keuangan: Teori Dan Praktik Dalam Mencapai Financial Freedom*. Jambi: Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Bisset, T., & Tenaw, D. (2022). Keeping Up With The Joneses: The Relevance Of Duesenberry's Relative Income Hypothesis In Ethiopia. *Journal Of Social And Economic Development*, 549-564.
- Fadhilah, N. N., & Zulfa, M. (2025). Analisis Kritis Perubahan Peran Media Dalam Peralihan Dari Belanja Offline Ke Online (Studi Pasar Tegal Gubug Cirebon). *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 15(2), 185-200.
- Fakhriansyah, M., Reza, K. M. F., & Ramadhon, K. (2026). Pola Pengeluaran Konsumen Selama Ketidakpastian Ekonomi: Pendekatan Berbasis Survei. *Jurnal Pembelajaran Dan Pengembangan Dir*, 5(2), 889-903.
- Fikri, M., & Junaidi, A. (2024). Perubahan Pola Konsumsi Dan Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Di Era Digital. *JUPSI: Jurnal Pendidikan Sosial Indonesia*, 2(1), 12-19.
- Frahayanti, F., Syafi'i, M. A., & Devi, H. S. (2024). Analisis Faktor-Faktor Konsumen Dalam Memilih Belanja Di Online Store Daripada Offline Store. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 42-49.
- Gayatri, A. M., & Muzdalifah, M. (2022). Memahami Literasi Keuangan Sebagai Upaya Pencegahan Perilaku Konsumtif Dari Pinjaman Online. *Journal Of Management*, 3(2), 297-306.
- Halimah, U. N., Wullandari, M., Rivaldo, A. D., & Noviarita, H. (2024). Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Masyarakat Dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Journal Of Social Science And Multidisciplinary Analysis*, 1(4), 31-50.
- Haryanto, R., Hasan, G., Akbar, N., & Mulyadi, F. (2024). *Perilaku Konsumen*. Solok: Pt Mafy Media Literasi Indonesia.
- Hickel, J., & Sullivan, D. (2024). How Much Growth Is Required To Achieve Good Lives For All ? Insights From Needs-Based Analysis. *World Development Perspectives*, 35(2023), 100612.
- Hung, K., Yeo, K., Marc, W., & Yii, K. J. (2023). Financial Planning Behaviour: A Systematic Literature Review And New Theory Development. *Journal Of Financial Services Marketing*, 29(3), 979-1001.
- Irona, V. D., & Triyani, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen: Kualitas Produk, Harga Dan Promosi (Literature Review Smm). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 174-185.
- Juliandhani, A. F., & Tjahjawati, S. S. (2025). Analisis Komparatif Dampak Fear Of Missing Out (FOMO) Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Kota Bandung. *Journal of Management and Digital Business*, 5(2), 669-684.
- Kardena, D. G., & Rozi, F. (2024). Pengaruh Self Control Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulsive Buying. *Instructional Development Journal (IDJ)*, 7(2), 354-361.
- 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.
- Kusuma, T. H., Safitri, A., & Jepara, P. B. (2024). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Jasa Belanja Online Shopee. *Journal Of Information Systems Management And Digital Business (Jismdb)*, 1(2), 293-306.
- Nasir, M., Hidayah, N., Prasetyowati, R. A., & Dewi, R. M. (2024). Islamic Branding : Pertimbangan Rasional Dan Ideologis Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Harmoni Kementrian Agama*, 23(2), 311-338.

- Ningsih, A. F., Sulistiono, B., Anawati, N., & Setiyoko, D. T. (2024). Pengaruh Inovasi Teknologi Pada Dinamika Kehidupan Sosial: Literature Review. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(1), 1-12.
- Pabate, N. (2025). Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 1(3), 41-48.
- Prayogi, O., Tjut, U., Dhien, N., & Manajemen, P. S. (2024). Peran Kritis Manajemen Keuangan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 31-44.
- Purrohman, P. S., Ruslan, A., & Muhtarom, H. (2024). Edukasi Literasi Keuangan Bagi Generasi Muda. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 1-7.
- Putri, N. A. P., Fuad, M., & Setianingsih, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Keuangan (Financial Technology) Dan Risiko Terhadap Minat Belanja Di E-Commerce (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeristas Samudra). *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 2(2), 36-43.
- Rahmi, D. M., & Fadjar, N. S. (2022). Pengaruh Pendapatan, Kesesuaian Harga Kebutuhan Pokok, Kebiasaan Berbelanja Dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Pola Konsumsi. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 1(4), 539-549.
- Nuhran, A. R., Ramli, R., & Luhut, Y. (2024). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital (QRIS) Terhadap Tingkat Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Era Generasi Z Dengan Perilaku Gaya Hidup Masa Kini. *Jurnal GeoEkonomi*, 15(1), 11-20.
- Rodiyah, A., & Pradikto, S. (2025). Ekonomi Muda, Konsumsi Bijak: Pengaruh Literasi Ekonomi, Lifestyle, dan Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Tren Consumptive Behavior. *Journal of Science and Education Research*, 4(1), 86-91.
- RoziqiFath, Z. F. M. (2023). Kemampuan Literasi Finansial Antara Keterkaitan Impulsive Buying Terhadap Kecendrungan untuk Melakukan Pinjaman Online. *Al-Mikraj Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-Issn 2745-4584)*, 4(1), 965-980.
- Safitri, S. D., Windianto, S. N., & Kamila, E. R. (2026). Literature Review: Peran Ulasan Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Platform E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 366-373.
- Sakhi, L. R., & Fasa, M. I. (2025). Analisis Tren Perilaku Konsumtif Dari Konsumen Dalam E-Commerce Di Era Digital Analisis Tren Perilaku Konsumtif Dari Konsumen Dalam E-Commerce Di Era Digital. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(4), 1-11.
- Siregar, Y. (2025). Literature Review: Behavioral Economics dalam Perubahan Pola Konsumsi Pasca-Pandemi. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa*, 7(3), 18-29.
- Siswadi, S., & Najihah, W. A. (2023). Asumsi Rasionalitas dalam Prilaku Konsumsi Perspektif Ekonomi Mikro Islam. *Al-Muzdahir: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1-9.
- Supriadi, A., Augustiya, T., Inayah, S., Andriani, N., Yuswono, I., Syamsulbahri, S., Fitriani, H., & Atmaja, E. J. J. (2025). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Syahputri, A. D., Harahap, I., & Harahap, M. I. (2023). Analisa Pola Perilaku Konsumsi Generasi Milenial Terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Khaf (Studi Kasus Mahasiswa Se-Kota Medan). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 258-270.

- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67-86.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67-86.
- Triyana, T., Asnaini, A., & Polindi, M. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Buy Now Pay Later Dalam Konsep Konsumsi Menurut Muhammad Abdul Mannan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(2), 1445-1456.
- Utama, N. F., Santosa, N. S., Honesta, J., Yong, J. S., Koesnadi, V. L., Jonathan, E., & Marcia, F. A. (2024). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 218-226.
- Wahyudi, D., & Rahayu, S. (2022). Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan Voucher. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 14(2), 53-60.
- Wahyuni, E. S., & Yadewani, D. (2024). *Perencanaan Keuangan*. Payakumbuh: Pt Serasi Media Teknologi.
- Widianita, R., Anisah, A., & Nurani, K. (2021). Maksimum Masalah Dalam Pengeluaran Konsumsi. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 1-15.
- Winoto, H., Wahyoedi, S., & Susana, S. (2022). Peranan E-Wom Dalam Memediasi Pengaruh Perceived Value Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 407-422.
- Yanti, L. H., Pratomo, D., & Nurhayati, N. (2025). Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Bandar Lampung: Impulsive Buying Dan Gaya Hidup Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderasi Dalam Perspektif Bisnis Islam. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 17(3), 3217-3238.
- Yusran, H. L., Tri Kunawangsih P, N. K., Judijanto, L., Apriyanto, A., Kushariyadi, K., Hidayah, N., Nora, L., Pracoyo, A., Amran, E., & Kusumastuti, S. Y. (2025). *Perilaku Konsumen: Membangun Strategi Pemasaran*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.