

## Pengaruh Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)

Nafisah Asnal Muna<sup>1</sup>, Aenurofik<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan  
Email: nafisapk14@gmail.com<sup>1</sup>, aenurofik@uingusdur.ac.id<sup>2</sup>

**ABSTRAK:** Digitalisasi ekonomi berpengaruh terhadap gaya hidup generasi Z. Perubahan sistem ekonomi yang memudahkan pengguna sering di salah gunakan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh digitalisasi ekonomi terhadap gaya hidup mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian literatur yang bersumber dari buku dan jurnal yang terkait dengan topik penelitian. Adapun analisis data menggunakan teknik wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi ekonomi memiliki pengaruh terhadap gaya hidup generasi Z. Adanya digitalisasi ekonomi juga merubah dunia bisnis, para enititas bisnis memanfaatkan teknologi untuk membuka toko online yang biasa disebut dengan e-commerce. Namun yang menjadi sorotan masyarakat saat ini adalah penggunaan berbelanja online lewat aplikasi. Platform online shop ini menjadi penggunaan favorit masyarakat di seluruh dunia khususnya Indonesia karena mudah digunakan beserta akses yang dapat dicermati dengan mudah sesuai prosedur dari platform tersebut. Pesatnya teknologi informasi di era digitalisasi ini lama kelamaan akan mengakibatkan perilaku masyarakat yang konsumtif. Perilaku konsumtif masyarakat saat ini dalam penggunaan online shop mengalami peningkatan yang cukup tinggi terutama konsumsi dari produk fashion. Jelas bahwa faktor zaman modern saat ini menjadi daya tarik masyarakat mau mengikutinya karena tidak ingin tertinggal dengan yang lainnya. Perilaku masyarakat bukan hanya ditentukan dari individu masing-masing, tetapi juga ditentukan oleh lingkungan tempat tinggal. Selain itu masyarakat berasumsi bahwa seseorang akan diterima di lingkungannya jika mereka mengikuti lifestyle saat ini sedang gencarnya online shop dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka sehari-hari.

**Kata kunci:** Digitalisasi Ekonomi, Konsumtif, Gaya hidup, Toko Online

**ABSTRACT:** Economic digitalization affects the lifestyle of Z generation. Changes in the economic system that make it easier for users are often misused. The purpose of this study was to explain the effect of economic digitalization on the lifestyles of UIN K.H. students. Abdurrahman Wahid Pekalongan. This study uses a literature review approach that originates from books and journals related to the research topic. The data analysis used interview techniques. The results of this study indicate that economic digitization has an influence on the lifestyle of generation Z youth. The existence of economic digitalization has also changed the business world, business entities are utilizing technology to open online stores, commonly known as e-commerce. However, what is currently in the public spotlight is the use of online shopping through applications. This online shop platform has become a favorite use of people all over the world, especially Indonesia because it is easy to use along with access that can be observed easily according to the procedures of the platform. The rapid pace of information technology in this digitalization era will eventually result in consumptive societal behavior. The current consumption behavior of people in using online shops has increased quite high, especially consumption of fashion products. It is clear that the current modern era factor is the main attraction for people to follow because they do not want to be left behind with the others. Community behavior is not only determined by each individual, but also determined by the environment in which they live. In addition, society assumes that someone will be accepted in their environment if they follow the current lifestyle, currently online shops are incessant in meeting their daily needs.

**Keywords:** Economic Digitalization, Consumerism, Lifestyle, Marketplace

## **1. PENDAHULUAN**

Meningkatnya kemajuan teknologi yang sangat pesat di zaman sekarang ini tentunya berpengaruh terhadap perkembangan dunia ekonomi (Oktavia, 2020). Dengan adanya teknologi ini sangat membantu manusia dalam mencukupi kebutuhannya. Kegiatan ekonomi juga mengalami inovasi dan bertransformasi secara digital (Sri, 2019). Digitalisasi ekonomi merupakan kegiatan transaksi perekonomian yang berbasis dengan teknologi digital internet (Don Tapscott, 1995). Ekonomi digital memebentuk jaringan pemasaran secara lebih luas dimana produsen bisa mempromosikannya lewat media digital, yang didalamnya terdapat tantangan-tantangan bagi prodsuen dalam mempromosikan produknya (Maharani & Ulum, 2019). Perkembangan ekonomi digital membawa tantangan yang besar bagi pemerintahan, mulai dari perubahan gaya hidup dan model bisnis, dan sebagainya (Latifah, 2019). Perekonomian digital mengubah pola bisnis, dari yang semula serba dilakukan secara manual berubah menjadi serba otomatis. Perkembangan digital ekonomi perlahan mengubah pola konsumsi masyarakat. Belanja melalui e-commerce sudah menjadi salah satu gaya hidup di Indonesia (Widiyanto, I., & Prasilowati, 2015).

Dengan adanya era digitalisasi ekonomi ini menyebabkan bertambahnya sifat konsumtif masyarakat Indonesia khususnya Generasi Z (Prastyaningtyas, 2019). Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 2000 sampai dengan sekarang (Ali h & purwandi, 2016). Berkembangnya digital ekonomi memengaruhi gaya hidup Generasi Z (Ahmad & Prasetyo Ari, 2019). Generasi Z juga disebut generasi yang anti ribet menuntut semuanya serba simpel. Generasi Z telah menerapkan digital ekonomi dalam melakukan kegiatan ekonomi seperti transaksi online karena dinilai lebih efisien (Kumala & Mutia, 2020).

Sifat konsumtif generasi Z bukan hanya disebabkan dari digitalisasi ekonomi tetapi juga faktor hedonisme (Saputra, 2017). Mereka menjadikan sebuah trend sebagai ajang untuk mengedepankan diri atau disebut dengan fear of missing out (FOMO). Hal tersebut menjadi fenomena marak di kalangan generasi Z.

Semakin mudahnya fasilitas internet, belanja online menjadi trend baru di kalangan umum karena dinilai lebih efisien dan cepat (Turban, E., King, D., Lee, J., & Viehland, 2004). Toko online tentunya dapat menyebabkan generasi Z mudah terpengaruh dan mudah melakukan pembelian dengan mengutamakan keinginannya atau bisa disebut dengan pembelian hedonis. Pembelian hedonis adalah pembelian berdasarkan kesenangan dan diluar kebutuhan (Hartatin, 2016). Oleh karena itu, Generasi Z perlu mengontrol diri untuk menghindari pembelian yang berlebihan tersebut. Generasi Z hendaknya lebih dapat memamanajemen keuangan sehingga bisa digunakan lebih bijak.

Dengan majunya perkembangan teknologi, yang memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi menjadikan adanya sebuah penelitian untuk mengetahui pengaruhnya terhadap gaya hidup Generasi Z. Melalui media e-commerce menjadikan banyak generasi Z yang berperilaku konsumtif. Oleh karenanya, pentingnya pengetahuan dalam memamanajemen keuangan agar tidak terjebak dalam pola hidup yang hedon

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh digitalisasi ekonomi terhadap gaya hidup mahasiswa dan dan faktor yang mendorong perilaku konsumtif mahasiswa Dimana dengan adanya perubahan gaya ekonomi menjadi serba digital merubah gaya hidup masyarakat Indonesia khususnya mahasiswa.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya kemajuan teknologi yang menyebabkan perkembangan ekonomi tentunya berpengaruh terhadap pola atau gaya hidup mahasiswa Generasi Z. Dengan adanya digitalisasi Ekonomi yang menjadikan Generasi Z semakin dimudahkan untuk bertransaksi. Tetapi di lain sisi hal ini membuat Generasi Z tidak bisa memamanajemen keuangannya yang menjadikan pada pembelian hedon.

Penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi ekonomi berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa dengan menggunakan media e-commerce. Berdasarkan pengamatan penulis terhadap gaya hidup yang terjadi di mahasiswa menjadikan penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Remaja Generasi Z.

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

Pendekatan pada penelitian ini memiliki sifat analisis data kualitatif dimana data yang dipakai adalah data dengan bentuk kalimat. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (Sugiyono, 2012). Pendekatan kualitatif dipilih karena dapat menjelaskan karakteristik penelitian dengan baik, dan data yang didapatkan lebih lengkap sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

Adapun data yang digunakan yaitu sumber data primer dan data sekunder. Data sekunder yang diambil berupa bahan pustaka yang diperoleh melalui berbagai referensi seperti buku, artikel, jurnal, internet, dan sumber lain yang sesuai dengan topik penelitian (Merdeka.com, 2021). Selain itu data penelitian kualitatif diambil dengan melalui wawancara untuk memperoleh informasi primer dari pihak yang terkait. Hasil dari bahan penelitian dapat digunakan sebagai dasar dan referensi untuk penelitian.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil data yang penulis dapatkan dari wawancara mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid memberikan hasil bahwa ada pengaruh digitalisasi ekonomi terhadap gaya hidup mahasiswa. Salah satu perkembangan ekonomi digital yang paling terlihat di masa pandemi adalah e-commerce. Bahwa penggunaan aplikasi online shop bagi mahasiswa merupakan solusi yang tepat untuk penunjang gaya hidup. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa online shop telah merubah gaya hidup mahasiswa menjadi berperilaku konsumtif. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif selalu menuntut berpenampilan menarik, menggunakan fashion yang sedang trend, mengonsumsi barang karena perkembangan zaman modern. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan faktor yang memengaruhi penggunaan online shop bagi mahasiswa yaitu efisiensi waktu dan energi, harga yang lebih murah, pilihan barang yang beragam, serta sebagai pemenuhan kebutuhan barang dan kepuasan untuk penunjang gaya hidup. Melalui industri e-commerce dan didukung dengan pola hidup yang konsumtif perekonomian Indonesia dapat berkembang. Data analitik dari Ernst & Young menunjukkan pertumbuhan nilai penjualan bisnis online di Indonesia meningkat 40 persen setiap tahunnya. Dengan pesatnya pertumbuhan bisnis online, berdampak positif bagi masyarakat Indonesia seperti menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, meningkatkan pangsa pasar, menurunkan biaya operasional, dan sebagainya. Sehingga e-commerce dapat dipercaya untuk

meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Untuk lebih jelasnya hasil dan pembahasan penulis paparkan sebagai berikut :

### **Pengaruh Kemajuan Iptek terhadap Perkembangan Ekonomi**

Pengembangan teknologi sangat dibutuhkan, baik untuk mendorong pembangunan ekonomi bagi suatu negara, maupun untuk menciptakan keunggulan bersaing bagi entitas bisnis. Oleh karena itu, setiap negara dan bisnis dituntut untuk terus mengembangkan teknologi secara berkelanjutan pada era global (Radhi, 2010). Perkembangan teknologi yang semakin meningkat membuat adanya perubahan dalam dunia ekonomi. Adanya perubahan menjadikan model bisnis ekonomi mengalami perkembangan. Model bisnis seperti ini disebut dengan Ekonomi Digital. Ekonomi Digital merupakan ekonomi berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Pertumbuhan ekonomi pada era teknologi digital menjadi mesin penggerak pertumbuhan ekonomi dalam kegiatan ekonomi dengan melakukan transaksi secara digital dan berkomunikasi secara digital juga melalui web atau marketplace di Indonesia (Nasution et al., 2020). Berkembangnya ekonomi digital membawa pengaruh baik di Indonesia. Produk Domestik Bruto (PDB) semakin meningkat tiap tahunnya. Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) Perekonomian Indonesia tahun 2022 yang dihitung berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp19.588,4 triliun dan PDB per kapita mencapai Rp71,0 juta atau US\$4.783,9. Ekonomi Indonesia tahun 2022 tumbuh sebesar 5,31 persen, lebih tinggi dibanding capaian tahun 2021 yang mengalami pertumbuhan sebesar 3,70 persen. Dengan adanya ini mampu menciptakan lapangan usaha dan mengurangi tingkat pengangguran. Perkembangan ekonomi digital memudahkan transaksi jual beli. Produsen juga diuntungkan karena mereka cukup dengan memasarkan produknya dengan media online (Musri, 2022).

### **Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa UIN GUSDUR di Era Digitalisasi Ekonomi**

Mahasiswa pada zaman modern tidak terlepas dengan adanya konsumsi dan konsumerisme. Secara umum batasan konsumtivisme merupakan kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dengan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan (Baudrillard, 2004). Gaya hidup dari mahasiswa dapat dikatakan sebagai konsumerisme. Konsumerisme merupakan tindakan seorang membeli barang bukan dikarenakan membutuhkan barang tersebut namun hanya untuk kepuasan bagi dirinya (Sari et al., 2019). Lingkungan tentunya sangat berpengaruh dalam hal ini. Mahasiswa mempunyai kecenderungan dalam mengikuti mode fashion pergaulan yang trending (Puryasari, 2019). Sebagai mahasiswa penampilan juga penting bagi mereka. Oleh karena itu, untuk menunjang penampilannya mereka lebih memilih untuk berbelanja di e-commerce dengan alasan banyak pilihan dan juga lebih hemat dalam segi waktu maupun harga. Hal ini yang menjadikan mahasiswa memiliki gaya hidup konsumtif untuk memenuhi tuntutan gaya hidupnya. Mahasiswa membeli barang bukan dari nilai manfaatnya namun hanya untuk gaya hidupnya yang dapat mencitrakan dirinya sebagai mahasiswa dengan gaya hidup modern.

### **Dampak Digitalisasi Ekonomi terhadap Perilaku Ekonomi dalam Transaksi Ekonomi**

Bagi produsen mereka merasa diuntungkan tanpa harus mengeluarkan modal besar untuk memulai bisnis. Produsen cukup dengan mempromosikan usahanya dengan media online yang semua orang bisa mengaksesnya. Dengan adanya kemajuan teknologi, memudahkan konsumen untuk mengakses produk yang

diperjualbelikan dari jarak jauh (Maria & Widayati, 2020). Dengan merasa dimudahkan seringkali konsumen khususnya mahasiswa tidak sadar mengeluarkan uang mereka hanya untuk pembelian atau belanja online. Ditambah pula dengan promosi yang menarik dengan pilihan barang yang banyak menjadikan konsumen boros. Mahzab Frankfurt, seperti Adorno dan Mercuse, berpendapat bahwa iklan sebagai sarana membujuk orang untuk membeli dan mengkonsumsi barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan (Carin et al., 2018). Iklan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli barang (Stephen et al., 2020). Di lain sisi Mahasiswa juga seringkali termakan oleh perkembangan zaman (Maria & Widayati, 2020). Mereka berfikir orang yang tidak mengikuti trend yang sedang terjadi sekarang merupakan orang yang kuno. Sehingga mereka lebih memilih untuk hidup dengan gaya yang hedon. Gaya hidup hedonisme adalah pola hidup di mana aktivitas cenderung mencari kesenangan hidup (Afriyani, 2022).

#### **4. KESIMPULAN**

Transformasi ekonomi digital telah berkembang pesat dalam satu dekade terakhir dan pandemi telah mempercepat proses tersebut. Dalam kurun waktu satu atau dua dekade, ekonomi digital akan berkembang lebih luas, semua sektor ekonomi di seluruh wilayah akan terdigitalisasi. Bisnis yang ada harus mengantisipasi dan menyesuaikan jika ingin bertahan serta bertumbuh. Adanya digitalisasi ekonomi juga merubah dunia bisnis, para enititas bisnis memanfaatkan teknologi untuk membuka toko online yang biasa disebut dengan e-commerce. Namun yang menjadi sorotan masyarakat saat ini adalah penggunaan berbelanja online lewat aplikasi. Platform online shop ini menjadi penggunaan favorit masyarakat di seluruh dunia khususnya Indonesia karena mudah digunakan beserta akses yang dapat dicermati dengan mudah sesuai prosedur dari platform tersebut. Artinya lewat online shop ini kita tidak perlu memerlukan banyak tenaga sampai keluar rumah karena dengan sekali klik di ponsel kita atau komputer kita maka barang yang kita inginkan akan sampai dengan cepat ke rumah. Selain itu, berbelanja di online shop ini memiliki kelebihan tersendiri, diantaranya transaksi lebih mudah, potongan harga, pilihan barang yang bervariasi, hingga biaya penanganan barang dari toko tersebut.

Pesatnya teknologi informasi di era digitalisasi ini lama kelamaan akan mengakibatkan perilaku masyarakat yang konsumtif. Perilaku konsumtif masyarakat saat ini dalam penggunaan online shop mengalami peningkatan yang cukup tinggi terutama konsumsi dari produk fashion. Jelas bahwa faktor zaman modern saat ini menjadi daya tarik masyarakat mau mengikutinya karena tidak ingin tertinggal dengan yang lainnya. Perilaku masyarakat bukan hanya ditentukan dari individu masing-masing, tetapi juga ditentukan oleh lingkungan tempat tinggal. Selain itu masyarakat berasumsi bahwa seseorang akan diterima di lingkungannya jika mereka mengikuti lifestyle saat ini sedang gencarnya online shop dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka sehari-hari. Dengan demikian perilaku konsumtif terhadap pemakaian online shop ini sudah merajalela di kehidupan masyarakat, karena barang yang ditawarkan dan teman di sekitarnya menjadi pengaruh besar dalam berperilaku konsumtif ini. Tetapi itu kembali tergantung dengan perilaku masyarakat bagaimana mereka beradaptasi menyesuaikan keadaan, apabila cenderung perilaku hedon maka dampaknya akan kembali pada individu masing-masing.

#### **5. DAFTAR PUSTAKA**

Afriyani, S. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Universitas Binawan.*

[https://repository.binawan.ac.id/1860/1/MANAJEMEN-2022-SANTI\\_AFRİYANI.pdf](https://repository.binawan.ac.id/1860/1/MANAJEMEN-2022-SANTI_AFRİYANI.pdf)

Ahmad, R., & Prasetyo Ari, B. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *2Economic Education Analysis Journal*, 3(1).

Ali h & purwandi. (2016). *Indonesia 2020: The urban middle-class millenials*.

Baudrillard, J. P. (2004). *Masyarakat Konsumsi*. Kreasi Wacana.

Carin, A. A., Sund, R. ., & Lahkar, B. K. (2018). GAYA HIDUP SHOPAHOLIC SEBAGAI BENTUK PERILAKU KONSUMTIF (Studi Kasus pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar) SHOPAHOLIC. *Journal of Controlled Release*, 11(2), 430–439.

Don Tapscott. (1995). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*.

Hartatin, D. (2016). The effect of value and reference group on young consumer's hedonic buying. *Journal of Consumer Science*, 1(1), 33–46.

Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi DOMPET Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 64–69.

Latifah, E. (2019). Perkembangan Ekonomi Digital di. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 21–27.

Maharani, S., & Ulum, M. (2019). Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan Masa Depan terhadap Ekonomi Syariah di Indonesia. In *Conference on Islamic Studies (CoIS)*.

Maria, N. S. B., & Widayati, T. (2020). Dampak Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 234–239. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3801>

Merdeka.com. (2021). *Data Sekunder Adalah Jenis Data Penelitian yang Wajib Diketahui*. Merdeka.Com.

Musri, S. A. (2022). *Pengaruh Ekonomi Digital terhadap Perekonomian*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/ade39752/61d2ac5506310e669e5debc4/pengaruh-ekonomi-digital-terhadap-perekonomian>

Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506–519. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>

Oktavia, T. (2020). ANALISIS PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) SERTA PENDIDIKAN TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI. *Prosiding National Simposium & Conference Ahlimedia*, 1(1), 139–146. <https://doi.org/10.47387/nasca.v1i1.26>

- Prastyaningtyas, E. W. (2019). Dampak Ekonomi Digital Bagi Perekonomian Indonesia. *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (SENMEA), IV*.
- Puryasari, R. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stkip Pgri Tulungagung. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.30599/utility.v3i1.520>
- Radhi, F. (2010). Pengembangan Appropriate Technology Sebagai Upaya Membangun Perekonomian Indonesia Secara Mandiri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 15(1), 5885.
- Saputra, T. R. (2017). “Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonisme Dengan Kecenderungan Impulse Buying Terhadap Trend Fashion Pada Remaja Kota.” *Вестник Росздравнадзора*, 4, 21. <http://digilib.uinsby.ac.id/15336/>
- Sari, Y. T. K., Hendrastomo, G., & Januarti, N. E. (2019). Online Shopping and Lifestyle of University Students in Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 3(1), 291–312.
- Sri, A. (2019). Transformasi Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia. *Ekonomi, Digital, E-Commerce, Perkembangan Ekonomi Indonesia, lahirnya tren baru teknologi, bisnis, ekonomi, dan kebijakan di indonesia*, 2. <http://www.kompasdata.id/Search/BookDetail/128290>
- Stephen, A., Canthika, A., Subrata, D., & Veronika, D. (2020). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Indonesian Business Review*, 2(2), 233–248. <https://doi.org/10.21632/ibr.2.2.233-248>
- Sugiyono. (2012). *memahami penelitian kualitatif*. ALFABETA, cv.
- Turban, E., King, D., Lee, J., & Viehland, D. (2004). *Electronic commerce: A managerial perspective*. Pearson Prentice Hall.
- Widiyanto, I., & Prasilowati, S. L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 109–112.