

## FENOMENA ONLINE BUYING BEHAVIOR DALAM PANDEMI COVID-19 (STUDI INTERAKSI SIMBOLIK PADA GENERASI MILENIAL)

Meirin Rahma Dira<sup>1</sup>, Tina Kartika<sup>2</sup>

Universitas Lampung

Email : <sup>1</sup>Meirinrahmadirard@gmail.com

<sup>2</sup>Tina.kartika@fisip.unila.ac.id

---

**Keyword :**

online shopping,  
Shopee, Millennial,  
symbolic interactions,  
covid-19

**Abstract.** The pandemic has changed people's habits or people's behavior in non-cash transactions. Along with the World Health Organization (WHO) which issued an appeal to the public to implement contactless payments. This contactless payment is a way to change contacts with cash payments using electronic transactions on online shopping applications, so that online shopping becomes an alternative consumer to reduce direct contact when making transactions. With the awareness of avoiding crowds, this study aims to see how the motives for using shopee and interactions (including mind, self, society) were carried out by residents of SMK Negeri 5 B.Lampung Bandung during the COVID-19 pandemic. This type of research includes qualitative research using phenomenological research methods with symbolic interaction interactions. The data technique was carried out by interviewing, non-participant observation methods on 10 key informants of SMK Negeri 5 B. Lampung. The results showed that the motives for using the Shopee application were shopping and relaxation. Interactions that refer to the concept of mind, self, society, creating millennials using Shopee transactions during the Covid-19 pandemic tend to behave in a new lifestyle as a form of public service to reduce corona virus infection. Future research can focus on relationships and behavior and the adaptation of the Shopee online shopping application in the midst of the Covid-19 pandemic.

**Kata kunci :**

belanja online, Shopee,  
Milenial, interaksi  
simbolik, covid-19.

**Abstrak.** Pandemi telah mengubah habit masyarakat atau perilaku masyarakat dalam bertransaksi secara nontunai. Seiring dengan World Health Organization (WHO) yang mengeluarkan himbauan kepada masyarakat agar dapat menerapkan contactless payment. Contactless payment ini merupakan cara untuk pengurangan kontak dengan pembayaran tunai dengan menggunakan transaksi elektronik pada aplikasi belanja online, sehingga belanja online menjadi salah satu alternative konsumen untuk mengurangi kontak langsung saat melakukan transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana motif dalam menggunakan shopee dan interaksi (termasuk mind, self, society) yang dilakukan oleh warga SMK Negeri 5 B.Lampung Bandung selama pandemi COVID-19.

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kualitatif yang menggunakan metode penelitian fenomenologi dengan pendekatan interaksi simbolik. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, metode observasi non-partisipan pada 10 informan kunci warga SMK Negeri 5 B.Lampung. Hasil penelitian menunjukkan motif dalam penggunaan aplikasi Shopee yaitu pada shopping dan relaxation. Interaksi yang terjadi mengacu pada konsep mind, self, society adalah generasi milenial menggunakan transaksi Shopee selama pandemi Covid-19 cenderung ke perilaku gaya hidup baru sebagai bentuk kemudahan layanan masyarakat untuk mengurangi resiko terinfeksi virus corona. Penelitian selanjutnya dapat terfokus kepada hubungan dan perilaku dan adaptasi penggunaan aplikasi belanja online Shopee di tengah pandemi covid-19.

## I. PENDAHULUAN

Kementerian Komunikasi dan Informatika menilai masyarakat semakin cerdas menggunakan platform digital di tengah pandemi Covid-19. Dinamika teknologi di ruang digital saat ini kian berkembang seiring dengan hadirnya internet. Bahkan, hal itu mendorong pengguna gawai lebih gencar bertransaksi secara online. Mengutip data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai statistik pengguna internet tahun 2020, Plt. Sekjen Kementerian Kominfo memaparkan adanya peningkatan jumlah pengguna internet sebesar 25,5 juta atau 8,9% dibandingkan tahun 2019.

Pandemi telah mengubah habit masyarakat atau perilaku masyarakat dalam bertransaksi secara nontunai. Seiring dengan World Health Organization (WHO) yang mengeluarkan himbauan kepada masyarakat agar dapat menerapkan contactless payment. Contactless payment ini merupakan cara untuk pengurangan kontak dengan pembayaran tunai dengan menggunakan transaksi elektronik pada aplikasi belanja online, sehingga belanja online menjadi salah satu alternative konsumen untuk mengurangi kontak langsung saat melakukan transaksi. Keinginan untuk berbelanja via online

diperkirakan terus meningkat seiring dengan kesadaran pribadi menghindari keramaian. Akan tetapi tetap cerdas dan bijak dalam bertransaksi dan memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan lainnya bisa dilakukan melalui belanja online. Cara ini dirasakan lebih aman dibandingkan melakukan transaksi langsung atau belanja langsung di pusat perbelanjaan maupun pasar tradisional mengingat sedang terjadi wabah covid-19 di Indonesia.

Maraknya penggunaan aplikasi belanja online di kalangan generasi milenial menimbulkan ketertarikan peneliti dalam memanfaatkan teknologi masa kini yaitu aplikasi belanja online dari motif dan interaksi, untuk mengetahuinya peneliti menggunakan pendekatan interaksi simbolik. Melalui penelitian komunikasi yang menggunakan kajian interaksi simbolik terdapat tiga konsep kritis yaitu mind, self dan society. Mind merupakan suatu proses dimana seseorang berinteraksi dengan dirinya sendiri menggunakan simbol yang bermakna. Dari proses yang dilakukan seseorang tersebut kemudian memilih yang mana diantara stimulus yang tertuju kepadanya dan ditanggapi. Melalui konsep mind, pikiran masyarakat terhadap media sosial yang digunakan untuk aktivitas interaksi sosial

digunakan untuk aktivitas interaksi sosial dengan kehidupan saat pandemi. Self berkaitan dengan proses refleksi diri yang secara umum disebut sebagai self control atau self monitoring mead individu mampu menyesuaikan dengan keadaan dimana mereka berada, sekaligus menyesuaikan dari makna dan efek tindakan yang mereka lakukan. Kemudian yang terakhir yaitu society merupakan sebuah tatanan hubungan sosial yang diciptakan, dibangun dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu ditengah masyarakat terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif sukarela yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa pengaruh baru yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. Di Indonesia telah menempati peringkat yang tinggi dengan jumlah pengguna internet terbesar sekitar 30% dari total penduduk Indonesia. E-commerce dapat menjadi sebuah lahan emas bagi sebagian orang yang ingin terjun ke dalam dunia bisnis online.

Dahulu, jika kita ingin membeli pakaian atau barang yang kita inginkan pastinya kita bakal memilih, berebut dan mengantri panjang jika akan membayar. Namun sekarang tidak perlu susah payah karena adanya aplikasi penjualan yang mempermudah masyarakat Indonesia. Jika kita ingin membeli barang dengan cara online dimana pun dan kapanpun. Penjual hanya akan menerima uang pembayaran setelah barang diterima oleh pihak pembeli. Selama barang belum sampai, uang akan disimpan di rekening pihak ketiga. Transaksi juga aman tanpa perlu khawatir karena menggunakan layanan escrow atau rekening pihak ketiga.

Tentunya dengan dipermudah dalam kecanggihan teknologi ini membuat masyarakat di Indonesia akan beralih menggunakan bisnis online atau membeli dengan cara online. Cukup dengan menggunakan Smartphone anda untuk mengakses situs aplikasi belanja online tanpa ribet. Salah satu aplikasi yang saat ini marak digunakan adalah Shopee.

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara online dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan smartphone. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara online tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer. Namun cukup menggunakan smartphone anda, Shopee akan menawarkan berbagai macam produk-produk fashion hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee ikut meramaikan pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi sejak Juni 2015. Shopee merupakan sebuah anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Meningkatnya penetrasi pengguna gadget membuat PT Shopee Internasional Indonesia melihat peluang baru di dunia e-commerce. Kini Shopee telah menyebar di berbagai Negara di Kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Indonesia.

CEO Shopee, Chris Feng, mengatakan sejak soft launching pada Juni tahun 2016 Aplikasi ini mudah diterima di Asia Tenggara karena kawasan tersebut merupakan kawasan yang gemar bermain media sosial. Bukan rahasia lagi jika masyarakat Indonesia gemar di ranah media sosial. Bahkan media sosial tidak serta merta untuk berkomunikasi kini telah menjelma sebagai kegiatan jual beli. Tidak hanya pembeli tapi Shopee juga memfasilitasi si penjual untuk memasarkan

dagangannya dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Saat ini sudah lebih dari sepuluh juta pengunduh yang telah berlangganan shopee. Kesuksesan bisnis Shopee ini karena perusahaan sangat konsisten memfokuskan bisnisnya untuk menghadirkan pengalaman berbelanja melalui ponsel yang mudah digunakan.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi dapat diartikan pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologikal. Pandangan berfikir yang menekankan pada focus pengalaman-pengalaman subjektif manusia dan interpretasi dunia. Pemilihan informan dengan teknik purposive sampling, yaitu teknik sampling yang menggunakan kriteria terpilih oleh peneliti dalam memilih sampel. Kriteria informan yang dipilih dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan ciri-ciri spesifik yang dimilikinya yaitu :

1. Informan yang usianya termasuk ke dalam generasi milenial yaitu antara tahun 1980-2005.
2. Informan yang aktif menggunakan aplikasi belanja online shopee selama pandemi covid-19
3. informan yang melakukan pembelian barang-barang online melalui aplikasi belanja online shopee.
4. informan yang mencari promo atau diskon.

Dengan total sampel 10 orang warga SMK Negeri 5 Bandar Lampung, pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi non partisipan, wawancara mendalam yang merupakan wawancara tidak terstruktur.

## III. HASIL

1. New Normal Sebagai Politik  
Bonum Commune Tinjauan Filsafat  
Politik Armada Riyanto

Pandemi Covid-19 telah menimbulkan dampak yang sangat serius dalam berbagai aspek kehidupan. Sebab virus Corona menyerang pada aspek fundamental dari seluruh aktivitas manusia, yakni interaksi fisik antar-manusia. Langkah untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19 pun dengan mengendalikan interaksi fisik manusia, seperti diam di rumah (stay at home), bekerja di rumah (work at home), menjaga jarak (social and physical distancing), dan menghindari kerumunan.

Persoalannya bagaimana tatanan kehidupan baru ini dipahami masyarakat sehingga menjadi suatu peradaban baru? Dan bagaimana itu harus dijalankan?

Armada Riyanto adalah salah satu filsuf yang memberi sumbangan pemikiran yang cemerlang tentang bagaimana tatanan kehidupan politik dijalankan, dalam bukunya *Berfilsafat Politik*. Menurut Armada Riyanto, politik adalah perkara tata kelola hidup bersama, yang dalam konteks Indonesia yang tidak mungkin dicabut dari akar peziarahan bangsa Indonesia (Riyanto, 2011). Fondasi peziarahan bangsa Indonesia tersembul dalam tradisi hidup sehari-hari masyarakat Indonesia. Yang dimaksud tradisi hidup sehari-hari adalah tata kelola hidup bersama dalam masyarakat berupa kebijaksanaan dalam mengatur kehidupan bersama dalam masyarakat. Karena itu untuk membangun tata kehidupan politik bonum commune di masa pandemic covid-19 harus sesuai dengan cara bagaimana masyarakat Indonesia hidup sehari-hari. Armada Riyanto mengusung perspektif fenomenologis dalam meneropong peradaban bangsa Indonesia.

Ketika menyimak peradaban manusia Indonesia dari kacamata fenomenologis akan ditemukan hamparan makna societal.

T Hasil yang ditemukan di lapangan berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yakni motif dan interaksi yang dilakukan generasi milenial dalam menggunakan aplikasi belanja online shopee berbeda-beda berdasarkan faktor motif.

### Motif

Berdasarkan hasil wawancara terhadap *key informant* maka dapat dianalisis antara hubungan konsep diri dengan motivasi penggunaan internet. Beberapa penuturan di atas sangat terlihat jelas bahwa penggunaan aplikasi belanja online shopee berada pada motivasi shopping dan relaxation. Faktor shopping terdiri dari mendapatkan informasi tentang

barang dan membeli produk yang diinginkan, sedangkan faktor relaxation terdiri dari memesan sesuatu lebih cepat, merasa lebih nyaman dan aman ketika bertransaksi, tidak merasa khawatir terhadap keuangan dan mempermudah pembayaran. Ketika seseorang sudah mencapai tahap termotivasi, maka keadaan orang internal tersebut yang akan merangsang seseorang untuk bertindak ke arah tertentu dan menahannya untuk menjalankan aktifitas tersebut dan kemudian sampailah mereka kepada perilaku yang konsumtif. Adapun motif generasi millennial khususnya warga SMK Negeri 5 Bandar Lampung menggunakan aplikasi belanja online shopee dalam penelitian ini dipaparkan berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut.

Tabel 1: motif warga SMK Negeri 5 Bandar Lampung

No	Narasumber	Motif Tindakan
1	Riyan dewani	Praktis gaperlu capek-capek ke pasar kalo mau beli apa-apa karna saya rasa hampir semua barang yang dibutuhkan bisa di beli di shopee.
2	Chintya fajaria	Suka belanja di shopee apalagi kalau lagi ada promo diskon dan gratis ongkir.
3	Musolin	Praktis bayarnya juga bisa COD kalo sedang tidak bisa transfer tinggal pilih menu tersebut jadi bisa bayar ditempat.
4	Bagas bimantoro	Bisa beli banyak barang kebutuhan pas lagi ada sale dengan harga diskon jauh lebih murah dibanding di toko atau mall.
5	Ari septiansyah	Awalnya di ajak temen buat belanja online Pake promo kalau ada
6	Eka romdania	Dorongan atau ajakan dari orang terdekat. Praktis juga sih untuk belanja kebutuhan tanpa perlu kepasar atau mall tapi disesuaikan dengan kebutuhan juga. Ada promo tertarik menggunakannya tapi tidak terlalu signifikan karena tergantung kebutuhan saya
7	Muslim	Praktis dalam pembayaran dan murah kalau ada promo. Banyak promo kalau pakai shopee pay dibandingkan lain
8	Sri lestari	Dorongan atau ajakan kerabat atau teman. Suka lihat promo dan pake promo.
9	Tanti aprilia	Barang-barangnya murah
10	Rifki usman	Simpel dan gak ribet aja sih

Berdasarkan tabel di atas bahwa peneliti menganalisis dari sisi motif

mahasiswa yang termasuk generasi milenial ada 3 motif: pertama, faktor promo

atau diskon dan gratis ongkos kirim yang diberikan shopee. Motif dalam memburu promo yang dialami oleh generasi milenial dalam menggunakan aplikasi shopee pernah dialami. Beberapa diantara mereka menyatakan bahwa dalam menggunakan promo diskon ataupun gratis ongkir yang ada di aplikasi membuat pembelian barang menjadi lebih murah. Faktor kedua, praktis dalam pembayaran. Era serba digital teknologi memudahkan kita dalam melakukan berbagai hal salah satunya ialah dalam melakukan transaksi pembayaran. Faktor ketiga adalah dorongan atau ajakan. Salah satu faktor yang memengaruhi mereka dalam menggunakan aplikasi belanja online shopee.

Selain itu motif dari warga SMK Negeri 5 B.Lampung berdasarkan teori fenomenologi Alfred Scutz adalah seseorang melakukan sebuah tindakan tentunya berdasarkan pada *because motive* dan *in order to motive*. *Because motive* adalah merujuk kepada pengalaman masa lalu pengguna aplikasi sehingga menjadikan pengalaman tersebut sebagai salah satu alasan untuk melakukan pembayaran *cashless*. Berdasarkan hasil penelitian maka yang menjadi motif masa lalu pengguna menggunakan pembayaran *cashless* adalah pemanfaatan waktu yaitu memudahkan pemesanan barang dikarenakan tidak bisa ke area pembelian di era covid-19 seperti saat ini serta adanya pengaruh orang lain yang memengaruhi pengguna untuk menggunakan aplikasi belanja online shopee.

Sedangkan *in order to motive* yang berarti tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat yang

diinginkan pengguna aplikasi yaitu dengan menggunakan aplikasi belanja online

menambah pengalaman dalam menggunakan perkembangan inovasi teknologi dengan diiringi dengan pengalaman mendapatkan pelayanan baik dan memuaskan sesuai dengan kebutuhan pengguna shopee.

### Interaksi Simbolik

Kajian interaksi simbolik memiliki tiga konsep diantaranya *mind* (pikiran), *self* (diri), *society* (masyarakat). Ketiga konsep tersebut dihubungkan dengan transaksi aman menggunakan aplikasi belanja online shopee selama pandemi Covid-19. (1) Konsep pertama adalah *mind* atau pikiran; dalam teori ini pikiran merupakan proses dari kegiatan interaksi dengan diri sendiri. Hal tersebut penting karena akan menjadi bagian penting dari kehidupan dalam hal setiap tindakan yang dilakukan. Sebelum melakukan sebuah tindakan dalam bertransaksi, pengguna aplikasi Shopee, sering kali melakukan interaksi dengan dirinya sendiri. Interaksi yang terjadi dalam diri pengguna dapat dicontohkan dengan pengguna akan mempertimbangkan dan memikirkan tindakannya dalam menggunakan aplikasi shopee pada saat ingin berbelanja online.

konsep *mind* atau pikiran dalam interaksionalisme simbolik, mempertimbangkan untuk bertransaksi menggunakan shopee dibandingkan dengan berbelanja ke toko secara langsung. Hal ini merasa khawatir terhadap penularan COVID-19 dari transaksi secara langsung. Berikut gambaran *mind* generasi milenial berdasarkan hasil wawancara.

Tabel 2. Mind generasi milenial pada saat covid-19

No	Narasumber	Faktor penggunaan aplikasi Shopee
1	Riyan dewani	Praktis dan menghindari penyebaran COVID - 19
2	Chintya fajaria	Mengurangi interaksi langsung / <i>psychal discanting</i>

3	Musolin	Lebih praktis dan menghindari penulaaan virus COVID
4	Bagas bimantoro	Mengantisipasi tercegahnya virus yang menular jika belanja langsung di pusat perbelanjaan.
5	Ari septiansyah	Menyesuaikan dengan sesuai kebutuhan
6	Eka romdania	Lebih cepat pembelian hanya melalui aplikasi yang ada di handphone , tidak perlu menunggu dan mencegah tertular COVID - 19
7	Muslim	Terdapat gratis ongkos kirim dan mencegah penyebaran COVID - 19
8	Sri lestari	Mencegah penularan virus corona lewat uang cash
9	Tanti aprilia	Mengantisipasi tercegahnya virus yang menular jika berbelanja langsung menggunakan uang cash
10	Rifki usman	Menghindari penularan virus

Konsep kedua dari interaksi simbolik adalah self atau diri. Pengguna Aplikasi belanja online shopee memikirkan setiap tindakan dan sikap yang dilakukannya dalam memanfaatkan Aplikasi belanja online shopee dalam kondisi COVID-19. sesuai dengan konsep diri yang kemudian akan menuntun pengguna aplikasi Shopee membentuk konsep dirinya dalam dunia siber. Mereka akan belajar mengenal gambaran diri mereka melalui interaksi simbolik dengan individu yang ada disekitarnya. Begitu pula dalam menggunakan aplikasi Shopee, mereka dalam menggunakan Shopee akan mengenal gambaran diri mereka melalui interaksi transaksi yang dilakukan entah konsumtif yang berlebihan atau biasa saja. Dalam kondisi pandemi COVID - 19 ini pula memberikan efek yang meningkat pula terhadap kegiatan transaksi menggunakan aplikasi belanja online Shopee. Beberapa diantaranya beranggapan bahwa ketika menggunakan Aplikasi Shopee lebih aman ketimbang uang tunai karena kecil kemungkinannya tertular virus. Hal tersebut menjadi

pembentukan gambaran bahwa pengguna merasa khawatir jika harus belanja langsung, mengingat sedang dalam masa wabah covid-19.

Konsep ketiga adalah society atau masyarakat. Pada teori interaksionalisme simbolik, masyarakat terdiri atas perilaku yang saling bekerjasama diantara para anggotanya. Dalam fenomena ini, pengguna aplikasi Shopee merupakan bagian dari masyarakat dalam dunia maya. interaksi yang diberikan antara kosumen dan produsen (penjual barang online) berupa transaksi perdagangan yang dimaknai dalam kondisi pandemi COVID-19 sebagai dukungan atas pemutusan rantai penyebaran COVID19. Keadaan pandemi COVID-19 ini mempengaruhi antara konsumen dan produsen, menggambarkan sebuah konsep dalam teori ini. Peran aplikasi Shopee dalam membentuk identitas diri konsumen adalah sebagai wadah atau perangkat untuk memfasilitasi konsumen dalam mengkonstruksi diri dalam bertransaksi kepada produsen dengan mudah, dapat

dilakukan kapan saja serta mencegah penularan COVID-19.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai fenomena dompet digital pada generasi milenial melalui fenomenologi dan interaksi simbolik, simpulan yang didapat diantaranya, pertama yakni memiliki motivasi dalam penggunaan aplikasi Shopee yaitu pada shopping dan relaxation dimana Faktor shopping terdiri dari mendapatkan informasi tentang barang dan membeli produk yang diinginkan, sedangkan faktor relaxation terdiri dari memesan sesuatu lebih cepat, merasa lebih nyaman dan aman ketika bertransaksi, tidak merasa khawatir terhadap keuangan dan mempermudah pembayaran. Simpulan kedua; mind (pikiran), self (diri), society (masyarakat) dari interaksi simbolik. Konsep mind adalah pembentukan proses kegiatan mahasiswa untuk mempertimbangkan menggunakan transaksi nontunai selama pandemi Covid-19 dengan berpijak pada sebuah kebutuhan. Konsep self (diri); berhubungan dengan gambaran diri pengguna selama pandemi lebih ke arah perilaku gaya hidup baru menggunakan Shopee. Konsep society (masyarakat); pengguna aplikasi sebagai bagian dari masyarakat melakukan transaksi menggunakan aplikasi belanja online shopee mengurangi mata rantai penyebaran covid-19. Penelitian ini selanjutnya dapat terfokus kepada hubungan dan perilaku dan adaptasi penggunaan aplikasi belanja online Shopee di tengah pandemi covid-19.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2007). Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Irawan, I. . (2013). Teori-Teori Sosial dalam Tiga Paradigma: Fakta Sosial, Definisi sosial, dan Perilaku Sosial. Prenada Media Grup.
- Moleong, L. J. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif (revisi ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, O. cahyo. (2015). Interaksi simbolik dalam komunikasi budaya. *Aristo*, 4(1), 1–18.
- Sutisna. Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2002.
- Setiadi, Nugroho J. Perilaku konsumen. Jakarta: Prenamedia Group, 2003.
- Roykhanah, Siti. Pengaruh tagline shopee terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Fika Ayu Widyanita. Analisis pengaruh kualitas pelayanan e-commers shopee terhadap kepuasan konsumen shopee indonesia pada mahasiswa FE UII pengguna shopee. Skirpsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018.
- Rif'ah, S. (2019). FENOMENA CASHLESS SOCIETY DI ERA MILENIAL DALAM PERSPEKTIF. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 2(1). Retrieved from <http://ejournal.iaitabah.ac.id/index.php/musthofa/article/view/360>