

DAFTAR PUSTAKA

- Afista, T. L. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-wallet DANA. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 3344-3350.
- Agnes, A. (2021). Pengaruh Diferensiasi Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dompot Digital Dana Pada Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Bogor (D. *Doctoral dissertation, Universitas Djuanda Bogo*).
- Aisha, N. &. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital “OVO”. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 153-163.
- Akbar, R. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Resiko Dan Promosi, terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di Solo Raya. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 213-235.
- Alfarizi, F. D. (2023). Pengaruh E-Commerce Shopee Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*.
- Amin, A. M. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. Co. Id. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 78-89.
- Ananda, R. A. (2023). Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sultan Thaha Saifuddin Jambi (Pada E-Commerce Shopee). *Journal of Student Research*, 276-294.
- Anggraini, N. P. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kemudahan Cara Pembayaran Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Pada Aplikasi Belanja Online Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(6).
- Astuti, A. D. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Perspektif Islam pada Generasi Milenial Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Islamic Economics*, 46-58.
- Burhan, I. A. (2002). *Metode penelitian kuantitatif*. . Insan Cendekia Mandiri.
- Burhan, N. S. (2023). Pengaruh Kemudahan Belanja Online dan Pengendalian

- Diri Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Peminatan Ekonomi Sebagai Variabel Moderator. *Journal on Education*, , 15058-15068.
- Erwan, E. S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet Dana Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 129-140.
- Fadillah, A. N. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Dalam Berbelanja Online Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderas. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, 7(1).
- Fahmeyzan, D. S. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi Dengan Menggunakan Skewness Dan Kurtosi. *Jurnal VARIAN 2*, 31–36.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giswandhani, M. &. (2020). Pengaruh kemudahan transaksi non-tunai terhadap sikap konsumtif masyarakat kota makassar. *Kareba: Jurnal ilmu komunikasi*,, 239-250.
- Hasyira Cahyani, H. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Digital, Kepercayaan, dan Kemudahan Berbelanja Melalui Lokapasar (Marketplace) terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y Dimoderasi dengan Variabel Religiusitas. *Doctoral dissertation, Universitas Brawija*.
- Hayati, A. S. (2023). Pengaruh Kemudahan NVP dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo. *Financial and Accounting Indonesian Research*, 28-34.
- Heni, D. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee. *SMOOTING*, 146-150.
- Hermawan. (2019). *Metodelogi Penelitian Pendidikan:Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Irawan, L. (. (2021). Pengaruh Promosi dan Kemudahan Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Muslim Milenial di Kota Samarinda. *digital repository*.

- Istikharotullaila, N. N. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Orientasi Belanja Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Media Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Bachelor's thesis, Jakarta*.
- Janna, N. M. (2021). *Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS*.
- Khoir, M. M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Minat Penggunaan E-Wallet LinkAja di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 752-756.
- Latief, F. &. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 16-30.
- Miswanto, M. S. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Promosi E-Wallet dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Ekonom*, 136-151.
- Noverin, A. D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Penggunaan Shopeepay Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Saat Pandemi Covid-19.
- Nugroho, I. A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(7).
- Parwati, A. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FEBI Dalam Penggunaan Dompot Digital ShopeePay. *Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan*.
- Parwati, A. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FEBI Dalam Penggunaan Dompot Digital ShopeePay . *Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan*.
- Safira, R. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumtif Individu

- Dengan Digital Savvy Sebagai Variabel Moderating. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 2859-2878.
- Sembiring, E. M. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Wallet Sebagai Alat Transaksi Pada Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Yogyakarta (. *Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Shantika, N. R. (2022). Analisis Adopsi Inovasi Teknologi Informasi Dompot Digital DANA Menggunakan Innovation-Diffusion Theory (IDT). *Journal Of Information System And Artificial Intelli*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syifa, L. (2019). Pengaruh kemudahan penggunaan mobile banking terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta . *Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Kejuruan UIN Syarif Hidayatullah*.
- Tumangger, I. (2023). Pengaruh Promosi Digital, Penggunaan Fitur Lazpaylater, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan Marelan. *Jurnal Mahkota Bisnis (Makbis)*.
- Weles, O. R. (2021). Pengaruh Periklanan Media Elektronik dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Dalam Transaksi Berulang Menggunakan Dompot Digital Dana. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 167-176.
- Widiastuti, S. &. (2021). Analisis Promosi Penjualan Kupon Gratis Ongkos Kirim terhadap Perilaku Konsumtif (Survei pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Bandung Tahun 2021). *eProceedings of Applied Science*.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet ovo di Depok. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 54-68.
- Winarta, A. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Accounting and Business Studies*, , 4(2).