

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1), 27-35.
- Adiwijaya, H., & Nurhayati, T. (2022). The Psychological Impact of Digital Payments on Consumer Spending: A Behavioral Economics Perspective. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(3), 400-415.
- Affandi, F. (2020). Fungsi Uang Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Eksya: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 82-91.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Alwi, I. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren Al Huda Kebumen. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi Syariah*, 7(2), 112-125.
- Aprilia, N. D. (2021). Perkembangan ekonomi digital Indonesia. *Ekonomi Pertahanan*, 7(2), 245-259.
- Apriliani, A., et al. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Generasi Z: Studi Kasus Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 10(1), 56-70.
- Athallah, M. F., Mariah, M., & Asbara, N. W. (2023). FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT NELAYAN. *Jurnal Manuver: Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), 118-131.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice-Hall
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Muraven, M., & Tice, D. M. (1998). Ego depletion: Is the active self a limited resource? *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(5), 1252-1265.
- Baumeister, R. F., Heatherton, T. F., & Tice, D. M. (1994). *Losing control: How and why people fail at self-regulation*. Academic Press.
- Beatty, S. E., & Ferrell, M. E. (1998). Impulse Buying: Modeling Its Precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169-191.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage publications.
- Deloitte. (2023). *Digital Economy Report 2023: Navigating the Next Wave of Digital Transformation*. (Laporan internal atau publikasi Deloitte).
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435-439.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). *e-Conomy SEA 2023: Staying Resilient, Advancing Growth*. (Laporan riset pasar).
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill Irwin.
- Guntoro, S., & Thamrin, H. (2021). Pemikiran Al Ghazali Tentang Konsep Uang. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 4(2), 18-24.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Haryana, R. D. T. (2020). Peran Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Online. *Jurnal Psikologi Sosial*, 8(1), 22-35.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach* (2nd ed.). The Guilford Press.
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>
- <https://goodstats.id/article/proyeksi-target-ekonomi-digital-indonesia-pajaknya-tembus-rp33-56-triliun-di-2025-prYQC>
- https://www.datumintell.in/indonesia-onlinepopulation/?utm_source=chatgpt.com
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 17(2), 413-434.
- Isnawati, E., & Kurniawan, R. Y. (2021). Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 9(2), 150-160.
- Jafar, M. K., Anggrainy, N. E., Suhardin, I., & Tohai, R. N. (2023). Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Remaja di Manado. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 3(2), 96-105.
- Kim, J., & Kim, M. J. (2020). The Impact of Digital Payment Platforms on Impulsive Buying Behavior: A Study on Young Consumers. *Journal of Business Research*, 119, 363-372.
- Kumala, S. L. (2021). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital DiIndonesia. *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2), 109-117.
- Layaman, L., Khairunnisa, H., & Rohayati, R. (2022). Pengaruh E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2), 61-73.
- Manyika, J., et al. (2016). *Digital Finance for All: Powering Inclusive Growth in Emerging Economies*. McKinsey Global Institute.
- Mehrbadian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. MIT Press.
- Mischel, W., Shoda, Y., & Rodriguez, M. L. (1989). Delay of gratification in children. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(6), 933-942.
- Muttaqin, F. N., et al. (2022). Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Santri di Lingkungan Pesantren. *Jurnal Studi Keagamaan dan Sosial*, 1(1), 30-45.
- Nainggolan, Lora Ekana et al. 2021. *EkonomiMoneter*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Prasetyo, R. B. (2023). Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(01), 1-11.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879-891.
- Prelec, D., & Loewenstein, G. (1998). The Red and the Black: Mental Accounting and the Pain of Paying. *Marketing Science*, 17(1), 4-20.

- Putri, K. Z., Zahara, N., & Mulyeni, S. (2025). Pengaruh E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif. *MASMAN Master Manajemen*, 3(1), 01-10.
- Riyanto, A. (2025). Potret Digital Indonesia di Awal Tahun: Data dan Tren Terkini. *Buletin Teknologi Informasi*, 8(1), 1-10.
- Rohmah, F. T., Silviahana, F., Titasyfa, A., Ibrahim, Z., & Hidayat, W. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Remaja. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(4), 1199-1210.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305-313.
- Runes, B., & Hsee, C. K. (2017). The Pain of Paying: How Payment Method Affects Spending and Savings. *Journal of Consumer Research*, 44(2), 481-496.
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Sayhrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research*, 1(2), 137-151.
- Sarstedt, M., & Mooi, E. (2019). *A Concise Guide to Market Research: The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics* (3rd ed.). Springer.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Shafir, E., Diamond, P., & Tversky, A. (1997). Money Illusion. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(2), 341-374.
- Shidqi, M. F., Darmastuti, I., & Wicaksono, B. S. (2023). Pengaruh Digitalisasi Sistem Perusahaan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt. Bank Negara Indonesia Kantor Wilayah Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1).
- Statista. (2024). Internet penetration worldwide in January 2024.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2004). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Taqwa, Y. S. S., & Mukhlis, I. (2022). Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi z. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(07), 831.
- Thaler, R. H., & Shefrin, H. M. (1981). An Economic Theory of Self-Control. *Journal of Political Economy*, 89(2), 392-406.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. Macmillan.
- Wang, W., & Yang, K. C. (2019). The Influence of Digital Payment on Impulsive Buying: The Mediating Role of Self-Control. *Journal of Financial Psychology*, 40(3), 421-435.
- We Are Social & Meltwater. (2024). Digital 2024: Indonesia. (Laporan riset pasar).