

DAFTAR PUSTAKA

- Achir, A. Y., & Kusumaningrum, T. M. (2021). *pengeluaran konsumsi mahasiswa The effect of using debit card , credit card , e-money , and e-wallet on student consumption expenditure*. 13(3), 554–568.
- Armstrong, G. (n.d.). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN*. 1–63.
- Azijah, Riska. *Analisis Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Cashback Terhadap Perilaku Penggunaan E Wallet Serta Dampaknya pada Kemampuan Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Y dan Z*. Diss. Universitas Islam Indonesia, 2025.
- Cafe, P., & Bengkulu, W. (2020). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN*. 117–127.
- Dan, K. (n.d.). *No Title*.
- Emik, J., & Hasanuddin, U. (2020). *Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa*. 3.
- Fauzi, N. R., & Oktaroza, M. L. (n.d.). *Pengaruh Pemanfaatan Teknologi dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna Dompot Digital*. 1128–1136.
- Hermawan, F., Purnomo, ac H., Kusumastuti, D., Fitriana, R., Octaleny, E., & Ie, M. (2024). *The role of transformational leadership , job satisfaction and organizational commitment on organizational citizenship behavior (OCB) of SMEs employees in the digital era*. 8(7), 1–16.
- Iii, B. A. B. (2017). *No Title*.
- Izzan, A., Piandi, A., & Digital, U. (1803). *Konsep Uang Digital Di Aplikasi Dana Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. c, 1–7.
- Kartiningrum, E. D. (n.d.). *Aplikasi Regresi dan Korelasi Dalam Analisis Data Hasil Penelitian*.
- Kerja, P. K., & Dan, P. (2016). *SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada KUD “ PATI KOTA ” Kabupaten Pati)*. 2(2).
- Makmur, M., & Sjahrudin, H. (2024). *Determinan Intention to Use E-Wallet Dimediasi Promosi Cashback*. 4, 4240–4254.

- Maulidiah, E. P., Budiantono, B., History, A., & Satisfaction, C. (2023). *Jurnal economina*. 2.
- Mulyadi, D. R., Mulawarman, U., Subagio, N., Mulawarman, U., Riyadi, R., & Mulawarman, U. (2022). *KEMAMPUAN PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS MULAWARMAN*. 25–32.
- Nasional, S., Snpk, K., & April, V. (2022). *TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN transaksi diawali dengan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang didukung oleh*. 1, 464–471.
- Pemasaran, M., Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). *Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review*. 2(3), 181–194.
- Purwanto, H., Yandri, D., & Yoga, M. P. (n.d.). *Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap perilaku manajemen keuangan di masyarakat*.
- Rahmadatu, S. I., & Rahayu, N. I. (2024). *Analisis Promo E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau*. 4(1), 86–92.
- Ramadhani, A., Puspitasari, D., Salsabilla, F., & Haq, P. N. (2023). *JURNAL EKONOMI , MANAJEMEN , BISNIS DAN SOSIAL Pengaruh E-Wallet Terhadap Manajemen Keuangan Masyarakat : Saving atau Hedonisme*. 3, 268–275.
- Ridwan, M., Ulum, B., Muhammad, F., & Indragiri, U. I. (2021). *Jurnal Masohi*. 02.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson.
- Solomon, M. R., & Battista, D. (2018). *Consumer Behavior*. 1–15.
- Wahyudi, D., & Rahayu, S. (2019). *Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square*. 12.
- Zuliani, R., & Syariah, L. (2020). *DAMPAK LABEL SYARIAH TERHADAP PENDAPATAN PADA USAHA JASA DI KOTA LANGSA (Studi Kasus Pada Amanah Wash Laundry Syariah)*. 12(1), 1–15.

Zulkefli, A., Rusmadi, H., Hj, A., & Aziz, A. (2020). *Application of E-Wallet : A Preliminary Analysis from the Shariah Perspective* *ةيعرشلا . و كلذك طلست موهفلما مدختسلما فييكتلاو يهقفلا قيبطل ةظفلمجا ةينوتركللا نم ةيجانلا كلذك جهنلما يلياحتلا اميف ينمدختسلما ينملسلما . فدتة هذه ةقرولا لبإ ليلنج اذه ثحبلا جهنلما يثاقتسللا لوصحلل بلع عجارلما ةيهقفلا ايمدق ائيدحو و C. ءوضلا بلع ياضقلا ةقلعتلما اهقييقتب . مدختسي*

