

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D, A., & Biel, A, L (2009), *Brand Equity and Advertising : Advertising role In Building Strong Brand*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc, Hillsdale.
- Abidzar, M., Indriayu, M., & Hindrayani, A (2023), “Pengaruh dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Surakarta”, *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, Vol 7(2), Hal. 259-267.
- Aeni, N., & Ekhsan, M (2021). “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yang di Mediasi Brand Trust”, *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol 4(1), Hal. 377-386.
- Asprilia, M. T., & Azhar, E. H (2021), “Persepsi nilai mewah pada konsumen tas branded: kajian nilai budaya Indonesia”, *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, Vol 14(1), Hal. 76-87.
- Astuti, N (2016), “Hubungan Citra Merek Dengan Loyalitas Merek Pada Konsumen”, *Jurnal Psikoborneo*”, Vol 4(3), Hal. 432-438.
- Astutik, I (2019), “Pengaruh Globalisasi Ekonomi Terhadap Perkembangan Ekonomi Indonesia”, *Jurnal Pendidikan Perspektif Sosial Dan Budaya Pengaruh*, Vol 2(2), Hal.1-9.
- Bank Indonesia. (2023). Dompet digital naik daun, membetot minat kala pandemi. (2023).
- Budijaji, W (2013), “Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert”, *jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, Vol 2 (2), Hal.127-133.
- Budianto, T., Kojo, C., & Tawas, H, N (2016), “Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Merefrensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda”, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol 16(4), Hal. 488-500.
- Cahyaningtyas, A. R., & Iqbal, M (2021), “Gaya hidup konsumtif dan pencitraan diri mahasiswa pengguna Instagram”, *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*, Vol 1(1), Hal. 85-96.
- Dermawan, D, T, B., & Mulyanti, D (2023), “ *E-Commerce* : Definisi, Perkembangan Dan Hukum Dalam Pandangan Agama Islam”, *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Vol 29(1), Hal. 79-84.

- Devi, C (2021), “Pengaruh Upah Minimum, PDRB, Dan Tingkat Inflasi Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Nunukan”, *Jurnal Ekonomika*, Vol 12(1), Hal. 51-64.
- Dewi, L, G, K., Nyoman, T, H., & I Made, P, A (2017), “Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol 5(1), Hal. 1-19.
- Dianari, Rr, G, F (2018), “Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan*, Vol 22(1), Hal. 45-64.
- Dias, J (2001), *Digital Money: Review of Literature and Simulation of Welfare Improvement of This Technological Advance*, Brazil: Department of Economic State University of Maringa.
- Dikria, O., & Mintarti, S, U (2016), “Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol 9(2), Hal. 128-139.
- Fattahillah, A., Irfan, D, S., Firjatullah, G., Pangaribuan, I, M., Baga, M., dan Simanjorang, F (2023), “Globalisasi dan Lingkungan Ekonomi di Indonesia : Sebuah Analisis Tentang Dampak dan Tren”, *Jurnal Riset Manajemen*, Vol 1(2), Hal. 30-40
- Fayola, D, N, W., & Nurbaiti, A (2020), “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Konsentrasi Kepemilikan, Reputasi Auditor Dan *Risk Management Committee* Terhadap Pengungkapan *Enterprise Risk Management*”, *JIA Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Vol 5(1), Hal. 01-24.
- Febianti, Y, N (2014), “Permintaan Dalam Ekonomi Mikro”, *Edunomic Jurnal*, Vol 2(1), Hal.15-24.
- Fromm, E., & Anderson, L, A (2017), *The Sane Society*, Routledge.
- Ghozali, I (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 22*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Z, A., Sugianto., & Syarbaini, A, M, B (2023), “Perubahan Gaya Hidup Pengguna E- commerce dalam Daya Beli Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)”, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol 2(1), Hal. 205-210.

- Heryanto, I (2015), “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, Vol (2), Hal.80-101.
- Hidayah, N (2020), “Analisis Permintaan Dan Penawaran Terhadap Barang Pokok Dan Non Pokok”, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (JEBSIS)*, Vol 3(2), Hal. 29-38.
- Hidayat, A., & Sadewa, P (2020), “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Eviews Terhadap Sikap Belajar Dan Kemampuan Pemecahan Masalah Statistik”, *EDUMASPUL Jurnal Pendidikan*”, Vol 4(1), Hal. 321-328.
- Hidayat, R., & Resticha, D (2019), “Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah”, *Journal of Business Administration*, Vol 3(1), Hal.40-52.
- Hiyanti, H., Nugroho, L., Sukmadilaga, C., & Fitrijanti, T (2019), “Peluang dan tantangan Fintech (*Financial Technology*)” Syariah di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 5(03), Hal. 326-333.
- Kanserina, D (2015), “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undisksha 2015, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol 5(1), Hal.1-10.
- Kotler, P (1994), *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control. 8<sup>th</sup> Edition*, Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kotler, P (2012), *Marketing Management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller, 14<sup>th</sup> Edition*, Upper Saddle River, NJ Pearson Education International.
- Kotler, P., & Amstrong, G (2005), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11 jilid 2, PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, P., & Kevin L (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 2, PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, P., & Kevin, L, K (2013), *Manajemen Pemasaran*, Indeks Jakarta.
- Laudon. K. C., & Traver. C. G (2017), *E-commerce*, 13<sup>th</sup> Edition, Boston: Pearson.
- Lestari, F, A, P (2018), “Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen”, *Sosio E-Kons*, Vol 10 (1), Hal. 87-95.

- Melinda., Lisbeth, L., & Fonny, J. W (2022), “Perilaku konsumtif dan kehidupan sosial ekonomi mahasiswa rantau”, *Jurnal Ilmiah Society*, Vol 2(1), Hal. 1-12.
- Mujahidin, A., & Astuti, R, P, F (2020), “Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial”, *Jurnal Inovasi Bisnis*, Vol 8(1), Hal. 143-150.
- Munawar, A, H., Subrata, A., & Nugraha, C, S (2023),”Kontribusi *Financial Technology* (fintech) Payment Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Masa Pandemi Covid-19 DI Kota Banjar”, *Inovasi:Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, Vol 19(3), Hal 798-807.
- Mutthaqin, M, S., Wati, P., & Batubara, C (2023), “Pengaruh SPaylater Dalam Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Muslim Di FEBI UINSU”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol 8(2), Hal. 1-18.
- Nadhilah, P., Jatikusumo, R. I., & Permana, E (2021), “Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dilakukan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian”, *Jurnal of Economic, Management and Accounting*, Vol 4(2), Hal. 128-138.
- Nasution, E, Y., Hariani, P., Hasibuan, L, S., & Pradita, W (2020), “Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia”, *JESYA :Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol 3(2), Hal. 506-519.
- Noor, M, A., & Zulfaridatulyaqin, S, M (2019), “pengaruh Tingkat Pendidikan, Pertumbuhan Ekonomi, dan Jumlah Penduduk Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Kabupaten Hulu Sungai Tengah”, *JIEP : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, Vol 2(4), Hal. 1028-1038.
- Nurchahya, Y. A., & Dewi, R. P (2019), “Analisis Pengaruh Perkembangan Fintech dan E-Commerce Terhadap Perekonomian Masyarakat”, *Jurnal Akuntansi & Bisnis*, Vol 5(2), Hal. 21-35.
- Nuriah, A, A., & Maya, S (2023), “ Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Brand Image (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea”, *Jurnal of Fundamental Management*, Vol 3(1), Hal.108-118.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, Indonesia.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/17 Tentang penyelenggaraan Teknologi Finansial, Indonesia.

- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, Indonesia.
- Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Indonesia.
- Purwati, A., & Cahyanti, M, M (2022), “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol 11(1), Hal. 32-46.
- Putri, L. P., & Christiana, I (2021), “Peran Financial Technology Dalam Mmembantu UMKM di Tengan Pandemi Covid-19”, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, Vol 21(1), Hal. 57-63.
- Rahmita, F., Purwaningsih, S., Sari, W, G., Rawati, M., & Effendy, Y (2023), “Teori Permintaan (Demand) Dan Substitusi Efek Dalam Ekonomi Islam”, *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi (JURRIE)*, Vol 2(1), Hal. 246-258.
- Ramdhan. M (2021), *Metode Penelitian*, Edisi 1, Cipta Media Nusantara, Surabaya.
- Rozaini, N., & Anastasya, S (2020), “ Pengaruh Pengelolaan Uang Saku Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk”, *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, Vol 6(2), Hal. 1-8.
- Sahir, S, H (2021), *Metodologi Penelitian*, Edisi 1, Penerbit KBM Indonesia, Banguntapan, Bantul, Jogjakarta.
- Saleh, R., Wantini., & Diponegoro, A, M (2023), “Analisis perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Psikologi Islam”, *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, Vol 14(2), Hal. 92-104.
- Santoso, B., & Zusrony, E (2020), “Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)”, *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*”, Vol 11(1), Hal. 49-54.
- Saptutyningsih, E., & Setyaningrum, E (2019), *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis*, Edisi 1, Gosyen Publishing, Yogyakarta.
- Sari, A, N., & Kautsar, A (2020), “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, *Financial Technology*, Dan Demografi Terhadap inklusi Keuangan Pada Masyarakat Di Kota Surabaya”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 8(4), Hal. 1233-1246.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L, L (2008), *Consumer Behavior, 8<sup>th</sup> Edition*, New Jersey Pearson Education, *United States of America*.

- Setiawan, F, H., Radjamin, I, P., & Ariani, M (2024), “Pinjaman Online: Perilaku Konsumtif Mahasiswa Surabaya Dalam Rangka Menunjang Status Sosial”, *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol 5(1), Hal. 413-425.
- Setiawan, T (2012), *Manajemen Sumber Daya Manusia : Kinerja, Motivasi, Kepuasan Kerja dan Produktivitas, Platinum*, Jakarta, Indonesia.
- Siswanti, T (2022), “Analisis Pengaruh Manfaat Ekonomi, Keamanan dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech)”, *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsuraya*, Vol 7(2), Hal 89-105.
- Solihat, A, N., & Syamsudin, A (2018), “Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi”, *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*” Vol 2(1), Hal. 1-13.
- Solihat, M., & Dedi, S (2022), “E-commerce di industry 4.0”, *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, Vol 16(2), Hal. 273-281.
- Sopannah, A, et al (2021), *Bunga Rampai Ekonomi Dan Bisnis: Isu Kontemporer Ekonomi dan Bisnis*, Scopindo : Media Pustaka, Surabaya, Indonesia.
- Sugiyono (2007), *Statistika Untuk Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung, Indonesia.
- Sugiyono (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung; CV. Alfabeta.
- Sumartono., & Djabar, H, B (2002), *Terperangkap Dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, Bandung: Alfabeta.
- Suprijanto, A (2011), “Dampak globalisasi ekonomi terhadap perekonomian Indonesia”, *Jurnal Ilmiah CIVIS*, Vol 1(2), Hal. 1-20.
- Susanti, I, Y., Endro, T., & Ute, C, N (2015), “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, Vol 1(1), Hal 1-6.
- Tjiptono, F (2005), *Pemasaran Jasa*, Edisi 1, Bayu Media Publishing, Yogyakarta, Indonesia.
- Umam, M, C (2022), “Analisis Pengaruh Variabel Makro Ekonomi Dalam Mempengaruhi Perkembangan Indeks Saham Syariah Indonesia”, *Jurnal Of Economica Research And Policy Studies*, Vol 2(3), Hal. 167-171.

Undang-undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Indonesia.

Wicaksono, S, R (2022), *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, Edisi Pertama, CV. Seribu Bintang, Malang, Jawa Timur, Indonesia.