

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Benefit: Journal Of Business, Economics, And Finance*, 2(1), 27–35. <https://doi.org/10.70437/Benefit.V2i1.335>
- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan Dewantara: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72–84. <https://doi.org/10.55933/Jpd.V8i2.402>
- Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z Di Aplikasi Tiktok Dan Instagram. *Peshum : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 4409–4415. <https://doi.org/10.56799/Peshum.V4i3.8367>
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al Farasyi, F., & Iswati, H. (2021). Pengaruh Media Sosial, E-Lifestyle Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif. *Syntax Idea*, 3(11), 2355–2371. <https://doi.org/10.46799/Syntax-Idea.V3i11.1569>
- Alfiandi, N., Rahma, T. Inda F., & Inayah, N. (2024). Pengaruh Pengetahuan Dan Kemanfaatan Quick Response Code Indonesian Standart (Qris) Terhadap Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara. *Rubinstein*, 2(2), 84–93. <https://doi.org/10.31253/Rubin.V2i2.2821>
- Amanda, N. T., Ramadhani, T., & Hidayati. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Peer Group, Dan Reference Group Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Universitas Bangka Belitung. *Jpim: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 02(02), 1094–1106.
- Amory, J. D. S., Mudo, M., & J. R. (2025). Transformasi Ekonomi Digital Dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Perilaku Belanja Di Era Internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14, 28–37. <https://doi.org/10.33395/Jmp.V14i1.14608>
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi Untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen Di Era Digital. *Jimat: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155–166. <https://doi.org/10.62861/Jimat%20amsir.V2i1.405>

- Aprilliyanti, R. S., & Asmawan, M. C. (2023). The Influence Of Ease Of Transactions Using Shopeepay , Promotion And Hedonism Lifestyle On Consumptive Behavior Of Accounting Education Students Muhammadiyah. *The 2nd International Conference On Education Innovation And Social Science, July*, 600–607.
- Aziz, A., Putri, A. A., Ningsih, R., Yaniah, Arif, M. N., Andini, D., Alfarizzi, D., Hidayah, A. N., Bayhaqi, D. F., Naramdani, F., Nurhayati, Ubaedillah, N., Sugiarto, A., Afriyani, Kartika, L. M., Ishtimadah, F., Khamidah, A., Musyarofah, Aprilia, D., ... Safitri, S. R. (2025). *Perkembangan Ekonomi Makro Islam* (H. Mabrukah (Ed.); Pertama). Pt. Adab Indonesia.
- Azmi, M. I., Utomo, D. P., & Ali, M. (2025). The Effect Of Financial Literacy, Lifestyle, And Self-Control On The Consumptive Behavior Of Students. *Jmet: Journal Of Management Entrepreneurship And Tourism*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.61277/Jmet.V3i1.154>
- Azzahraa, T., & Kartini. (2022). Pengaruh Financial Technology Payment, Financial Attitude, Dan Financial Knowledge Terhadap Financial Management Behavior Bagi Mahasiswa Di Yogyakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(1), 78–91.
- Bank Indonesia. (2020). Peraturan Bank Indonesia No. 22/23/Pbi/2020 Tentang Sistem Pembayaran. *Bank Indonesia*, 168. https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/documents/pbi_222320.pdf
- Bank Indonesia. (2024). *Laporan-Kebijakan-Moneter-Triwulan-Iv-2024*. [https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/documents/laporan-kebijakan-moneter-triwulan-iv-2024.pdf#search=Laporan Kebijakan Moneter](https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/documents/laporan-kebijakan-moneter-triwulan-iv-2024.pdf#search=Laporan%20Kebijakan%20Moneter)
- Darwis, M. A. P., Misi, H. L., & Sabil, M. (2024). Pengaruh Aplikasi Belanja Online Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Stie Amkop Makassar (Studi Kasus Pada Penggunaan Aplikasi Shopee). *Vifada Management And Digital Business*, 1(1), 08–17. <https://doi.org/10.70184/0y54m073>
- Dewanti, I., & Haryono, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kontrol Diri, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Baju Pada Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2017. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(8), 718–734. <https://doi.org/10.17977/Um066v1i82021p718-734>
- Dewi, W. W. A., Febriani, N. S., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syaiki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen* (Pertama). Ub Press.
- Ernestivita, G., Budiyanto, & Suhermin. (2023). *Seni Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif Dan Compulsif* (Rintho R. Rerung (Ed.)). Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.

- Fadhilah, A. Z., Nugrono, B. T., Muthahar, H., Sari, I. J., & Salsabila, P. (2024). Pengaruh Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Unnes. *Journal Potensial*, 3(1), 128–136.
- Fadhilah, N., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal Of Business & Applied Management*, 16(2), 141. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>
- Fajriah, T., & Ningsih, E. R. (2024). Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Interaksi Sosial Di Era Digital. *Merdeka Indonesia Journal International (Miji)*, 4(1), 149–158.
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29–38.
- Fatta, A. F. Al, Ardianzah, D., Saragih, D. N., Suwardana, M. F., Aldafa, M. A., Ilham, M., Rangkuti, S. N., & Damanik, B. E. (2025). Pengaruh Financial Technology Terhadap Preferensi Pembayaran Digital Di Kalangan Mahasiswa. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Volume*, 3, 64–69. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v3i6.1616>
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)* (Pertama). Ub Press.
- Febriyanti, R., Ariwibowo, P., & Nurmalasari F, D. (2024). Pengaruh E-commerce Dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Di Sman 11 Depok. *Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal*, 3(2), 123–130. <https://doi.org/10.58890/eleste.v3i2.173>
- Fishbein, M. A., & Ajzen, I. (2011). I.(1975). Belief, Attitude, Intention And Behaviour: An Introduction To Theory And Research. In *Addison-Wesley* (Issue May 1975). Reading, Ma: Addison-Wesley. <https://people.umass.edu/ajzen/f&a1975.html>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 / Imam Ghozali*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2013). Basic Econometrics. In *Introductory Econometrics: A Practical Approach* (5th Ed.). The Mcgraw-Hill Companies.
- Hafiza, N., Shoffah, S. N. A., & Saptini, N. (2024). E-commerce Memicu Maraknya Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 26(1), 24–35. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v26i1.8939>
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial* (Pertama). Daerah Istimewa Yogyakarta (Diy): Trussmedia Grafika.

- Harefa, K. B., Buulolo, N. A., Zai, K. S., & Telaumbanua, A. (2025). Pengaruh E-Payment Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias. *Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business (Riggs)*, 4(3), 1889–1902.
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29. <https://doi.org/10.30742/Equilibrium.V16i1.805>
- Hayati, S. N. S., Rusdiana, & Malihah, L. (2023). Pengaruh Digital Payment Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Iai Darussalam Martapura. *Bisei: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.33752/Bisei.V8i2.5152>
- Hidayat, F., & Riofita, H. (2024). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Di Era Digital Pada Platform *E-commerce* The Influence Of Discounts And Promotions On Impulsif Purchasing Behavior In The Digital Era On *E-commerce* Platforms. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(11), 4196–4201. <https://doi.org/10.56338/Jks.V7i11.6400>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian* (M. Pradana (Ed.); Pertama). Purbalingga: Cv.Eureka Media Aksara.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif* (M. Pradana (Ed.)). Eureka Media Aksara, Jawa Tengah.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kunawangsih, T., Pracoyo, A., Rahman, R. S., Judijanto, L., Zalogo, E. F., Kusumastuti, S. Y., Suyati, D. S., & Hulu, D. (2025). *Perilaku Keuangan (Teori Dan Praktik)* (E. Rianty (Ed.); Pertama). Pt. Green Pustaka Indonesia.
- Lestari, N. I., Ramadani, M., & Sutikno. (2022). Peran E-Lifestyle , Budaya Digital , Dan E-Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y Dalam Bertransaksi Di E- Commerce. *Ekombissains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 07(02), 173–186.
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7. <https://doi.org/10.24246/J.Js.2023.V13.I1.P1-7>
- M. Juvekillano, R. Tovarel; N. Nur, W. W. H. A. M. (2024). Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ladyfame Shop Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1, 122–132. <https://journal.staittd.ac.id/index.php/Ai/Article/View/223>

- Mahanani, J. I. P., & Wibowo, E. (2025). Pengaruh Literasi Digital, Gaya Hidup Dan E- Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(2), 148–157. <https://doi.org/10.61722/Jrme.V2i2.4177>
- Maharani, A., & Fasa, M. I. (2025). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Atau E-Money Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(4). <https://jicnusantara.com/index.php/jiic%0d>
- Manggu, B., Kusnanto, & Horhorruw, L. F. M. (2025). *Gen Z: Konsumen Cerdas Dunia Marketplace* (Pertama). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Marganingsih, A., & Pelipa, E. D. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stkip Persada Khatulistiwa Sintang. *Jurkami : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 35–46. <https://doi.org/10.31932/jpe.V4i1.433>
- Miswanto, M., Sidik, P. A., & Arrafi, M. F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Promosi E-Wallet Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 28(2), 136–151. <https://doi.org/10.35315/jbe.V28i2.9274>
- Monalisa. (2016). Analisis Komponen Bauran Promosi Pada Periklanan Dan Promosi Penjualan Starbucks. *Jurnal Valuta*, 2(1), 114–129.
- Mongi, G., Rogahang, J. J., & Walangitan, O. F. . (2025). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Ovo Di Kota Manado. *Productivity*, 6(1), 1088–1094. <https://doi.org/10.35797/Ejp.V6i1.55374>
- Mora, N., & Sidiq, S. S. (2024). Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 10260–10268. <https://doi.org/10.54371/jiip.V7i9.5924>
- Mulyati, S. (2023). Pengaruh Transaksi E-commerce Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurkami : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1). <https://doi.org/10.31932/jpe.V8i1.2314>
- Musdalipa, M., Ellyawati, N., & Sutrisno, S. (2023). The Effect Of Shopee E-commerce On The Consumptive Behavior Of Students Of The Department Of Social Science Education, Faculty Of Teacher Training And Education, Mulawarman University. *Educational Studies: Conference Series*, 3(1), 167–176. <https://doi.org/10.30872/EsCs.V3i1.3215>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal Of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.V1i1.1742>

- Ningsih, W. D., Zahrah, H., Puspitasari, C. I., Karlina, N. C., & P. V. G. I. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi – Z. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 2339–2344. <https://doi.org/10.63822/8ymy5g51>
- Oktaviani, M., Sari Indah, P., & Miftah, Z. (2023). Penggunaan *E-commerce* Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif. *Journal Of Applied Business Dan Economic (Jabe)*, 9(3), 281–290.
- Pandriadi, Putri, N. I., Kurniawan, R., Hikmawati, E., Rahmawati, E., Fahmi, D. A., Setyono, B. D. H., & Ningsih, E. K. (2023). *Pengantar Ekonomi Mikro* (D. Selasi (Ed.); Pertama). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Pawestri, D. R., & Warastri, A. (2024). Hubungan Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa Laki-Laki Di Yogyakarta. *Ranah Research: Journal Of Multidisciplinary Research And Development*, 7(1), 339–354. <https://doi.org/10.38035/Rrj.V7i1.1195>
- Pdsi, Kementrian Perdagangan. (2024). *Perdagangan Digital (E-commerce) Indonesia Periode 2024*. <https://www.kemendag.go.id/>
- Praditha, E., Ismalia, K., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Uang Saku Bulanan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kost (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kost Daerah Sukarama). *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 5(3), 46. <https://doi.org/10.29103/Jeru.V5i3.10489>
- Putri, T. V., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4).
- Rachmawati, A. (2022). Pengaruh *E-commerce* Dan Diskon Online Terhadap Perilaku Impulsif Buying. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak, Dan Informasi (Jakpi)*, 2(2), 142–158.
- Rakhman, A., Wirianto, H., Bunfa, L., & Rifiyanti, H. (2022). Faktor - Faktor *E-commerce* Yang Memengaruhi Tingkat Konsumerisme Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 245–258. <https://doi.org/10.47492/Jih.V11i1.1608>
- Salim, J., & Putranto, L. S. (2020). Analisis Pengaruh Layanan Belanja Online Terhadap Perjalanan Berbasis Rumah Dan Tempat Aktivitas Dengan Metode Sem. *Jmts: Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 3(4), 1017. <https://doi.org/10.24912/Jmts.V3i4.8420>
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 37–46. <https://doi.org/10.30872/Psikoborneo.V7i1.4704>

- Sartika, D., Ulya, M., Azzahra, F. F., Irnawati, Hidayati, F. N., & Pramono, D. (2024). Fenomena Penggunaan *E-commerce* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Wissen: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 335–350. <https://doi.org/10.62383/Wissen.V2i3.287>
- Sary, I. U. M., & Hermawan, A. (2025). Digital Payment Trends In *E-commerce*: Analysis And Implications For Business. *Green Inflation: International Journal Of Management And Strategic Business Leadership*, 2(2). <https://doi.org/10.61132/Greeninflation.V2i2.347>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior Global Edition* (Tenth). Pearson.
- Septiyani, N., Wediawati, B., & Solikhin, A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Bisman*, 8(2), 299–313.
- Soedirman, U. J. (2025). *Unsoed Dalam Angka 2025*. Universitas Jenderal Soedirman. <https://www.uda.unsoed.ac.id/>
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). *E-commerce* Di Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 273–281. <https://doi.org/10.32815/Jibeka.V16i2.967>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran* (R. Sikumbang (Ed.); Kedua). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/Jaq.V4i1.1442>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan* (1st Ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Traver, C. G., & Laudon, K. C. (2021). *E - Commerce 2020-2021 Business, Technology, Society* (16th Ed.). Jakarta: Pearson.
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 145–155. <https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/view/375>

- Wahyuni, R., & Irfani, H. (2019). Pengaruh Lifestyle, Percieved Ease Of Use Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Pakaian Online. *Psyche 165 Journal*, 12(2), 165–173. <https://doi.org/10.35134/Jpsy165.V12i2.36>
- We Are Social. (2025). *Digital 2025: Global Overview Report*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Widhiari, L. K. P., Laksmana, I. N. H., & Rinaldi, E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Digital Payment Terhadap Prilaku Konsumtif Generasi Z Di Kecamatan Kuta Selatan. *Ekoma : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4), 6500–6516. <https://doi.org/10.56799/Ekoma.V4i4.8764>
- Widiastuti, C. T., Universari, N., & Setiawan, I. N. (2023). Analisis Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Solusi*, 21(4), 366–378. <https://doi.org/10.26623/Slsi.V21i4.7497>
- Winarta, A. H., Djajadikerta, H., & Wirawan, S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal Of Accounting And Business Studies*, 4(2). <https://doi.org/10.61769/Jabs.V4i2.472>
- Yopita, & Wahyuningsih, Y. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 1–8.
- Yusran, H. L., P, T. K., Khotijah, N., Judijanto, L., Apriyanto, Kushariyadi, Hidayah, N., Nora, L., Pracoyo, A., Amran, E., & Kusumastuti, S. Y. (2025). *Perilaku Konsumen (Membangun Strategi Pemasaran)* (Efitra (Ed.); Pertama). Pt. Sopedia Publishing Indonesia.