

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 1006-1012.
- Acelian, R., & Basri, H. (2021). Analysis Of Sales Promotion, Perceived Ease Of Use And Security On Consumer Decisions To Use Dana Digital Wallet. *International Journal Of Innovative Science And Research Technology*, 1436-1441.
- Aji, H., & Adawiyah, W. (2021). How E-Wallets Encourage Excessive Spending Behavior Among Young Adult Consumers? *Journal Of Asia Business Studies*, 868-884.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *Psikoborneo*, 79-83.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis - Lengkap Dengan Teknik Pengolahan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Cahyani, H. H. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Digital, Kepercayaan, Dan Kemudahan Berbelanja Melalui Lokapasar (Marketplace) Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y Dimoderasi Dengan Variabel Religiusitas. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 1-16.
- Desai, D. M. (2019). Digital Marketing: A Review. *International Journal Of Trend In Scientific Research And Development (Ijtsrd)*, 2456 - 6470.
- Fadillah, A., Darna, & Muchtasib, A. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Dalam Berbelanja Online Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 1233-1243.
- Fikri, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu. *Jurnal Komunika*, 1-11.

- Fitri, N., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Journal Ekombis Review*, 183–192.
- Ghozali, I. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 239-250.
- Gunawan, A., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>.
- Hamdani, N., & Zaman, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Express Jakarta. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 90-96.
- Handayani, N., & Rahyuda, K. (2020). Website Quality Affects Online Impulse Buying Behavior (Oibb): Moderating Effects Of Sales Promotion And Digital Wallet Use (A Study On Tokopedia E-Commerce). *Ssrg International Journal Of Economics And Management Studies*, 16-24.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E., Istiqomah, R., Fardani, R., . . . Auliya, N. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu.
- Harisandi, P., & Wiyarno. (2023). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Alfagift-Alfamart. *Jurnal Pendidikan, Sejarah Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 179.
- Hariyanti, N., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Litelatur). *Jurnal Eksekutif Volume 15*, 146.
- Haryanto, M., Saudi, N., Anshar, M., Hatta, M., & Lawalata, I. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Yume : Journal Of Management*, 222-237.

- Indarsin, T., & Ali, H. (2017). Attitude Toward Using M-Commerce: The Analysis Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Perceived Trust: Case Study In Ikens Wholesale Trade, Jakarta – Indonesia. *Saudi Journal Of Business And Management Studies*, 995-1007.
- Kaur, M., Maheshwari, S., & Kumar, A. (2019). Compulsive Buying Behavior And Online Shopping. *Addiction Among Health Science Teachers*, 74-80.
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 27-34.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *A Framework For Marketing Management*. Massachusetts: Pearson Education.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*, 23-30.
- Lim, X.-J., Ngew, P., Cheah, J.-H., Cham, T., & Liu, Y. (2021). Go Digital: Can The Money-Gift Function Promote The Use Of E-Wallet Apps? *Internet Research*, 1806-1831.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 1455-1463.
- Mediawati, N., Yunitasari, F., & Puspita, O. (2022). Effect Of Promotion, Perceived Usefulness, And Perceived Ease Of Use On Interest In Adopting E-Wallet (Ovo And Dana) . *International Journal Of Research In Business And Social Science (Ijrbs) Vol 11*, 191-201.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal Of Mathematics*, 43-53.
- Nurkhasanah, U., & Saifuddin. (2021). Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen, Produk, Harga Dan Promosi Melalui Situs Belanja Online (Shopee) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stainim Sidoarjo . *Proceedings Of*

*International Conference On Islam Education Management And Sharia Economics*, 475-485.

- Puspitarini, D., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 71-79.
- Putri, N., & Sudaryanto, B. (2022). Analisis Pengaruh Price Discount Dan Daya Tarik Iklan Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 1-13.
- Putri, Y. A. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Serasi. *Lpmp Imperium*, 137-144.
- Rahim, R. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Ladaya Kutai Kartanegara. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 272-279.
- Rahma, S., Bukhari, E., & Prasetyo, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (Jiam)*, 49-56.
- Ramadhan, A., & Tamba, R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap. *Jurnal Abiwara*, 134-139.
- Rangkuty, D. M. (2021). Apakah Penggunaan E-Wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkat Di Indonesia? *Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia*, 251-260.
- Saifuddin, M. (2021). Digital Marketing : Strategi Yang Harus Dilakukan Saat Pandemi Covid-19. *Journal Bisnis Terapan*, 115-124.
- Sari, L., Anggraini, R., Kencanawati, M., & Sularto, L. (2022). Dampak Keamanan, Manfaat, Kepercayaan, Promosi, Serta Kemudahan Pada Keputusan Pemanfaatan Dompot Elektronik ShopeePay. *Metik Jurnal*, 59-69.

- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompot Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 123-130.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 2549-2233.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 7-13.
- Syahza, A. (2021). *Metode Penelitian, Edisi Revisi*. Pekanbaru: Unri Press.
- Tewu, I., Lopian, S., & Tielung, M. (2022). The Influence Of E-Wallet For Payment Transaction On Impulsive Buying Behavior In Manado. *Jurnal Emba*, 580-586.
- Utami, H., & Firdaus, I. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 136-146.
- Widiastuti, S., & Priansa, D. (2021). Analisis Promosi Penjualan Kupon Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Konsumtif (Survei Pada Konsumen Marketplace Shopee Di Kota Bandung Tahun 2021). *E-Proceeding Of Applied Science*, 1052-1059.
- Wulandari, J., & Ramaditya, M. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Perilaku Konsumen Untuk Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Pada Konsumen Starbucks Cabang Gambir). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1-28.

Zhang, D., Dai, H., Dong, L., Qi, F., Zhang, N., Liu, X., . . . Yang, J. (2018). How Do Price Promotions Affect Customer Behavior On Retailing Platforms? Evidence From A Large Randomized Experiment On Alibaba. *Production And Operations Management*, 1-37.