

DAFTAR PUSTAKA

- Aco & Endang, H. (2017). Analisis bisnis e-commerce pada mahasiswa universitas islam negeri alauddin makassar. *Jurnal Teknik Informatika*, 2(1): 1–13.
- Agustini, N. K. D. A. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli di online shop mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi angkatan tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1):127-136.
- Andini, A., Hendi, A. J., Maharani, I., Senkwen, K., Ruku, V., Angelia, T., Purba, S., & Wijayanti, S. H. (2021). Pengaruh pandemi covid-19 terhadap pengeluaran bulanan mahasiswa di jakarta. *Kinerja*, 18(2):314–321.
- Anggaranie. (2017). Perkembangan e-commerce beserta klasifikasinya. *Jurnal SupplyChain*,1-4.
- Anugrahadi, S., & Madya . (2019). Mengenal remaja generasi z (dalam rangka memperingati hari remaja internasional). BKKBN.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh kepercayaan dan risiko pada minat beli belanja online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2):155–168.
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis faktor stimuli pemasaran dalam keputusan pembelian online produk fashion pada generasi z. *Jurnal INTEKNA*, 19(2):115–120.
- Ardyanto, D., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Pengaruh kemudahan dan kepercayaan menggunakan e-commerce terhadap keputusan pembelian online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(1):1 –8.
- Ayu, & Lahmi. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2):114–123.
- Devita, V. (2020). *Report: Peta Persaingan E-Commerce Q3 2020*. IPrice.
- Emia, F., & Marwan, M. R. (2020). Pengaruh terpaan iklan shopee di televisi dan citra merek terhadap perilaku konsumtif remaja kota tangerang selatan. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 7(2):52–58.
- Fiqriyah, R., Wahyono, H., & Inayati, R. (2016). Pengaruh pengelolaan uang saku, modernitas, kecerdasan emosional, dan pemahaman dasar ekonomi terhadap rasionalitas perilaku konsumsi siswa kelas x iis man 1 malang. *Jpe*,9(1):1–10.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku belanja online di Indonesia: studi kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2):193–213.

- Hayu, R. S. (2019). Smart digital content marketing, strategi membidik konsumen millennial Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1):61–69.
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2018). Pengaruh uang saku, locus of control, dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3):1025–1039.
- Huang, Z., & Benyoucef, M. (2017). The effects of social commerce design on consumer purchase decision-making: An empirical study. *Electronic Commerce Research and Applications*, 25:40–58.
- Jamaludin., Faroh, W. N., Surahman, A., Nufzatutsaniah., & Krisdipayanti. (2020). “Financial attitude” manajemen uang saku bagi generasi millennial di madrasah diniyyah takmilyah “baiti jannati.” *Dedikasi PKM UNPAM*, 1(1):6–13.
- Kadir. (2015). *Statistika terapan konsep, contoh dan analisis data dengan program SPSS/Lisrel dalam penelitian* (Edisi 2). PT Rajagrafindo Persada.1-517.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran edisi 12 jilid 1* (W. Maulana, A., Barnadi, D., & Hardani (ed.); 12th ed.). Penerbit Erlangga.
- Krisdayanti, M. (2020). Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, uang saku, teman sebaya, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap minat menabung mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02):79–91.
- Kurniawan, M. W. W., & Widyaningsih, T. D. (2017). Hubungan pola konsumsi pangan dan besar uang saku mahasiswa manajemen bisnis dengan mahasiswa jurusan teknologi hasil pertanian universitas brawijaya terhadap status gizi. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 5(1):1–12.
- Lai, J. Y., Ulhas, K. R., & Lin, J. Da. (2014). Assessing and managing e-commerce service convenience. *Information Systems Frontiers*, 16(2):273–289.
- Lestari, I. T., & Widyastuti, W. (2019). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan belanja online (Studi Pada Pengguna Tokopedia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2):478–484.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs mataharimall.com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1):1–8.
- Lestari, S. Y. (2020). Pengaruh pendidikan pengelolaan keuangan di keluarga, status sosial ekonomi, locus of control terhadap literasi keuangan (pelajar sma subang). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2):69–78.
- Mantauv, C. S. (2019). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan menggunakan e-commerce terhadap keputusan pembelian online. *Jurnal Elektronik Rekaman*, 3(1):15–22.

- Meylani. (2017). Pengaruh kemudahan belanja online dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 4(2):97–107.
- Mujiana, & Elissa, I. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian via internet pada toko online. *J@Ti Undip*, 8(3):143–152.
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian di toko online lazada. *Jurnal Ilmian Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 15(2):87–94.
- Olii, M. R., Pratiknjo, M. H., & Matheosz, J. N. (2020). Online shop sebagai alternatif berbelanja masyarakat kota manado. *Jurnal Holistik*, 13(4):1–18.
- Pariadi, D. (2018). Pengawasan e-commerce dalam undang-undang perdagangan dan undang-undang perlindungan konsumen. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48(3):651–669.
- Park, Y. A. (2007). Investigating online decision-making styles. *Pravoslavie.Ru*, 1–192.
- Periamsyah., Subhan., & Syahab, A. (2018). Analisis sistem e-commerce pada perusahaan marketplace mobile shopee Indonesia. *Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 565–569.
- Prasetyo, M. T. (2018). Analisis oligopoli pada industri e-commerce di Indonesia. *Journal of Economic Development Issues (JEDI)*, 1(1):53–61.
- Prathama, F., & Sahetapy, W. L. (2019). Pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang konsumen e-commerce lazada. *Agora*, 7(1):1–6.
- Purbasari, W. (2017). Model kepercayaan konsumen pada situs e-commerce. *Teknikom*, 1(1):39–44.
- Putri, M. A., Luthfi, A., & Saidek, A. R. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi ekonomi syari'ah semester IV dan VI sekolah tinggi agama islam an-nadwah kuala tungkal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2):1–19.
- Rea, L. M., & Parker, R. A. (2014). *Designing And Conducting Survey Research* (John Wiley and Sons (ed.); 4th ed.). Jossey-Bass.
- Retor, S. T. (2014). Analisis motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap terhadap keputusan pembelian pada PT. Conbloc Indonesia Surya Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3):664–675.

- Romia, S., & Ratnawati, A. (2018). Keputusan pembelian e-commerce melalui kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan web. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1):59–70.
- Rostianto, M. M. E., Ramdan, A., & Mulia, F. (2019). Daya tarik testimonial di sosial media dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 3(1):8–14.
- Salim, A. (2020). Peranan uang saku dalam meningkatkan motivasi belajar mata pelajaran pendidikan agama islam siswa sekolah menengah islam pertama ihsanniat rejoagung ngoro jombang. *Jurnal Pedagogi*, 1(4):26–38.
- Sampouw, C. P., & Wulandari, A. (2020). Proses pengambilan keputusan dalam situs belanja online “shopee” sebagai pemenuhan kebutuhan konsumen. *JCommsci - Journal Of Media and Communication Science*, 3(2):58–69.
- Saputri, R., Ramdan, A. R., & Norisanti, N. (2020). Peran flash sale dalam memediasi hubungan sales promotion terhadap keputusan belanja online. *Syntax Idea*, 2(6):108–116.
- Sari, D. I. P., & Sukidin. (2016). Kiat wanita karier dalam mendisiplinkan anak untuk mengelola uang saku di perumahan wonorejo kecamatan kedungjajang kabupaten lumajang. *Jurnal Pendidikan*, 12(1):19–34.
- Sihotang, S. (2021). Penyulusan mengatasi keuangan keluarga pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2):1–20.
- Soenjoto, W. P. P. (2018). Analisa pengaruh perubahan pemakaian uang kartal ke uang giral terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2):185–193.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.); 1st ed.). ALFABETA.
- Suleman, D. (2018). Faktor penentu keputusan konsumen Indonesia memilih tempat belanja disebuah e-commerce. *Jurnal JDM*, 1(1):1–9.
- Tousalwa, C. C., Pattipeilohy, V. R., & Ferdinandus, S. (2019). Faktor-faktor determinan keputusan pembelian secara online produk fashion melalui media sosial di kota ambon. *Jurnal Maneksi*, 8(2):195–203.
- Usvita, M. (2017). Pengaruh kemudahan, kepercayaan dan persepsi akan resiko menggunakan e-commerce terhadap keputusan pembelian online (survey pada konsumen Lazada.co.id). *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 5(1):47–53.
- Vhalery, R., Aimon, H., & Yulhendri, Y. (2018). The management of student’s pocket money. *Journal of Scientific and Research Publications*, 8(1):10–15.

- Vhalery, R., Leksono, A. W., & Irvan, M. (2018). Pengaruh literasi keuangan, usia, dan bimbingan orang tua terhadap pengelolaan uang saku mahasiswa UNINDRA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1):10–17.
- Wahyuarini, T., Sofianan, E., & Novieyana, S. (2019). Faktor-faktor pendorong individu melakukan pembelian online. *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, 7:34–41.
- We Are Social & Hootsuite. (2020). Digital 2020: global digital overview. *Global Digital Insights*, 247.
- Wibowo, & Edwin, A. (2016). Pemanfaatan teknologi e-commerce dalam proses bisnis. *Equilibria*, 1(1):95–108.
- Widyoningsih., Subakti, E., & Kusnaeni, A. (2016). Hubungan besaran uang saku dengan pemilihan jajanan sehat. *Jurnal Kesehatan Al-Irsyad*, 9(2):31–36.
- Wilson, F., Wijayanto, D., & Sofitra, M. (2020). Benchmarking kualitas layanan terhasap kepuasan pelanggan e-commerce di Indonesia. *Jurnal TIN Universitas Tanjungpura*, 4(2):174–181.
- Yovirizka, I. U., & Wahjoedi. (2018). Trend keputusan belanja online mahasiswa fakultas ekonomi UM angkatan 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1):41–47.
- Yulianti, N., & Silvy, M. (2013). Sikap pengelola keuangan dan perilaku perencanaan investasi keluarga di surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1):57–68.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1):17–23.