

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanta, F. C. S. (2019). Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law and Governance Journal*, 2(4), 697–709. <https://doi.org/10.14710/alj.v2i4.697-709>.
- Agustina, R., Zainudin, M., & Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Pendidikan Edutama*, 1, 1–11.
- Al Hafizh, Z. I., & Hidayat, A. (2022). The role of digital payment benefits toward switching consumer behavior in the case of OVO application. *International Journal of Research in Business & Social Science*, 11(7), 23–34. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i7.2156>.
- Aisyah, I. (2014). Pengaruh pengalaman belajar dan modernitas terhadap literasi ekonomi (Tesis Magister, Universitas Pendidikan Indonesia). Universitas Pendidikan Indonesia Repository. <http://repository.upi.edu/id/eprint/12909>.
- Alwi, N. M., Pandang, A., & Syahril, M. F. (2020). Penerapan Teknik Self Management untuk Mereduksi Kecanduan Gadget dalam Jejaring Sosial pada Siswa. *Jurnal Konseling Andi Matappa*, 4(3), 143–150.
- Amalia, R. J. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.87.1-16>.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan

Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
<https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>.

Anang Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

Anggorowati, A., & Sari, D. E. (2024). the Effect of Digital Payment and E-Service Quality on Consumptive Behavior Among Shopee Users. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 7(1), 973–987.

Anisa, N., & Sitohang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. IOCS Publisher.

Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>.

Arikunto, Suharsimi. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Athalia Asta Dewi. (2024). The Effect of Digital Payment on Generation Z's Consumptive Behaviour. *International Journal Administration, Business & Organization*, 5(3), 75–85. <https://doi.org/10.61242/ijabo.24.321>.

Bayu Surindra. (2022). The Influence of Economic Literacy and Digital Literacy on Consumptive Behaviour of Students. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 1(5), 696–703.

<https://doi.org/10.55227/ijhess.v1i5.143>.

Febrianty, D. A. P., Yolanda, & Saleh, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Multidisiplin Borobudur*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.37721/jmb.v1i2.1289>.

Ferdian, P. N., Mulawarman, U., Ellyawati, N., Mulawarman, U., Riyadi, R., & Mulawarman, U. (2022). Literasi Ekonomi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman. *Educational Studies: Conference Series*, 2(1), 40–45. <https://doi.org/10.30872/escs.v2i1.1188>.

Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>.

Handayani, V. A., Tarsila, H., Hidayati, E., Saputri, R., & Parero, J. (2023). Persepsi Masyarakat Kota Batam Terhadap Transformasi Digital Payment. *Jurnal Sistem Informasi ITEBA*, 1(2), 12–18. <https://journal.iteba.ac.id/index.php/jurnalsiteba/article/view/61>.

Harman Malau. (2017). Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Alfabeta.

Hidayatullah, M. A., Jipri, M. A. N., Hartono, R., Santoso, U., & Afnany, M. R. N. (2024). Pengaruh Penggunaan Uang Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Masyarakat. *Jurnal Ekonomi STIEP (JES)*, 9(2). <https://doi.org/10.54526/jes.v9i2.346>.

Hijrianti, U. R., & Fitriani, A. M. (2020). Peran Konformitas sebagai Mediator

Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Mediapsi*, 6(1), 48–59. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2020.006.01.6>.

Ibrahim, A. D. P., Suherti, H., & Sartika, S. H. (2023). Peran Literasi Ekonomi pada Perilaku Konsumtif Masyarakat Tasikmalaya Berdasarkan Veblen Effect Theory. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6(November), 9057–9062.

Indrajaya, Idham Nur. (2024). trenasia.com. 49 Persen Masyarakat Indonesia Sudah Gunakan Layanan Bank Digital. <https://www.trenasia.com/49-persen-masyarakat-indonesia-sudah-gunakan-layanan-bank-digital>. Diakses pada tanggal 01 Maret 2025.

Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>.

Irawan, E. (2023). Literature Review: Literasi Digital , Literasi Ekonomi , Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah. *Ebisnis Manajemen*, 1(4). <https://doi.org/10.59603/ebisman.v1i4.226>.

Ismawan, M. B., & Pamungkas, H. P. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Online Shop. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 32–41. <https://doi.org/10.37479/jeej.v5i1.15215>.

Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul*

Dakwah Wal-Irsyad (DDI), 18210047, 1–12.

J. Setiadi, Nugroho. (2019). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. 3rd ed. Jakarta: Prenadamedia Group.

Kusmayanti, Nasrullah, A., & Solikatun. (2024). Penggunaan Media Sosial Dalam Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Program Studi Sosiologi Universitas Mataram). *Kusmayanti*, 2, 377–386.

Kotler, Philip & G. Armstrong. (2018). *Prinsiples Of marketing*. Edisi 15. Global edition. Pearson.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Edisi Keenam. Yogyakarta: Andi.

Kristardi, Febrian Surya. (2024). rankia.id. 3 Dompot Digital Terbesar di Indonesia: Ulasan, Fitur, Kelebihan dan Kekurangan. <https://rankia.id/dompot-elektronik-terbaik-indonesia/>. Diakses pada tanggal 01 Maret 2025.

Laia, Y., S. Sarumaha, M., & Laia, B. (2022). Bimbingan Konseling dalam Meningkatkan Kemandirian Belajar Siswa di SMA Negeri 3 Susua Tahun Pelajaran 2021/2022. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 2(1), 2–4. <https://doi.org/10.57094/jubikon.v2i1.367>.

Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*

(JPPK), 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>.

Marginingsih, R., Widiyanti, W., Susilowati, I. H., Retnowulan, J., & Soraya, I. (2019). Mobile Payment As Financial Transactions in the Digital Era: An Empirical Analysis. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 662(2). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/662/2/022133>.

Moehadi, Astuti, H., Firmansyah, M. B., & Wicaksono, A. B. (2023). Perilaku Konsumtif dengan Penggunaan Fintech E-Wallet. *Jurnal DIMENSI*, 12(3), 725–738. <https://doi.org/10.33373/dms.v12i3.5688>.

Mubarak, D. A., Akhmadi, M. H., & Wati, E. N. (2022). Implementasi Sistem Aplikasi Pembayaran Digital Payment Dalam Pelaksanaan Pembayaran Berbasis Cashless di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Keuangan Publik*, 6(2), 115–122. <https://doi.org/10.31092/jmkp.v6i2.1699>.

Muttaqin, F. N., Noviani, L., & Sudarno, S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi, dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 10(3), 237–246. <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p237-246>.

Nasrullah. (2017). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 49–55.

Neti, U., Ulfah, M., & Syahrudin, H. (2020). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan

Ekonomi Universitas Tanjungpura. *Jurnal Penelitian*, 23–44.

Nurfitria, A. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Konsumtif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/50126>.

Nurhayati, N., Ahman, E., & Pradja, N. S. (2024). The Influence of Income and Needs Preferences on Consumptive Behavior with Economic Literacy as a Moderator Variable. *International Journal of Bunga Bangsa Cirebon (IJOBBA)*, 3(1), 27–38.

Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *PARAMETER: Jurnal Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*, 31(2), 124–133.
<https://doi.org/10.21009/parameter.312.05>.

Panjaitan, G. M., & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gen Z; Analisis Strategi Brand Awareness, Loyalitas, dan Organisasi Pemasaran. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 7(12), 194–206.

Paujiah, & Ariani, L. (2023). Perilaku Konsumtif: Studi Kuantitatif Deskriptif Masyarakat di Kabupaten Kotabaru. *Jurnal Ilmu Psikologi Dan Kesehatan*, 2(2), 153–160. <https://doi.org/10.47353/sikontan.v2i2.1307>.

Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi

- Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>.
- Puspita, Y. C. (2019). Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen Informatika*, 9(2).
- Putra, D. P., Moniharapon, S., & Roring, F. (2023). Pengaruh Digital Payment dan Brand Image terhadap Loyalitas Costumer Fore Coffee Megamas di Kota Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(4), 177–188.
- Putri, H. A. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(4).
- Rachma, E. A. (2024). Literasi Ekonomi untuk Masyarakat Berdaya: Pendekatan Kualitatif Terhadap Peningkatan Kesejahteraan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 12(01), 24–28.
- Rahayu, K., & Mulyadi, D. (2023). Pengaruh Digital Payment Terhadap Prilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2(3), 290–298. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8066301>
- Ristiliana, Damayanti, N., Salmiah, & Wati, I. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 7(2). <http://dx.doi.org/10.24014/ek1.v7i2.34385>.
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh

Digital Payment terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen Volume*, 16(1), 107–126. <https://doi.org/10.33369/insight.16.1>.

Rohmah, L. N., Maida, N. Z., Kusumaputri, L. A. F., Al-Wafa, M. Q., & Mukti, T. (2024). Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Sifat Hedonisme terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 4(1), 13–26. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/djieb/index>.

Salsabila, F., Susanti, V., & Ermawati, L. (2024). Pengaruh Penggunaan Digital Payment dan Service Quality terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dengan Consumer Trust sebagai Variabel Mediasi dalam Perspektif Islam serta dalam perkembangan zaman yang semakin modern . Berkembangnya bisnis financial melalu. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(4), 71–91. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i4.1909>.

Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>.

Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Edisi Kedua, Cetakan Ke-3. Bandung: Alfabeta.

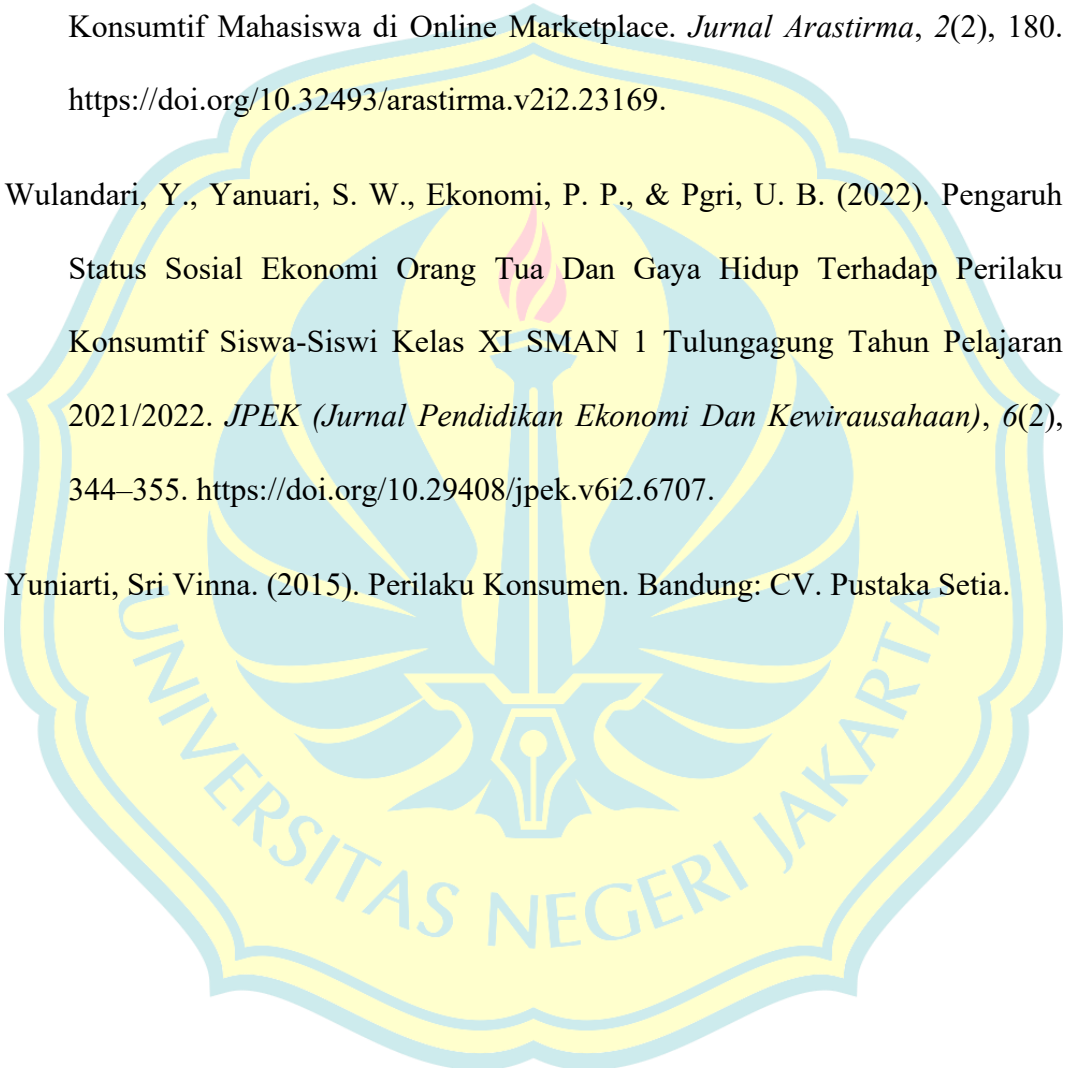
Taherdoost, H. (2018). Validity and Reliability of the Research Instrument; How to

Test the Validation of a Questionnaire/Survey in a Research. *SSRN Electronic Journal*, 5(3), 28–36. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3205040>.

Tajuddien, R., & Praditya, A. (2022). Pengaruh Sosial Media terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Online Marketplace. *Jurnal Arastirma*, 2(2), 180. <https://doi.org/10.32493/arastirma.v2i2.23169>.

Wulandari, Y., Yanuari, S. W., Ekonomi, P. P., & Pgri, U. B. (2022). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi Kelas XI SMAN 1 Tulungagung Tahun Pelajaran 2021/2022. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 6(2), 344–355. <https://doi.org/10.29408/jpek.v6i2.6707>.

Yuniarti, Sri Vinna. (2015). Perilaku Konsumen. Bandung: CV. Pustaka Setia.



Intelligentia - Dignitas