

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022a). 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>
- Adinda, C. T. (2025). Digital Payments and Consumptive Behavior in Indonesian Society. *Jurnal Ubharajaya*, 3(1), 71–76.
- Alawiyah, T., & Liata, N. (2020). Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)*, 1(2), 161–181. <https://doi.org/10.22373/jsai.v1i2.526>
- Alvira, R. (2023). Pengaruh Konten Media Sosial Dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Keamanan Bertransaksi Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pengguna Tiktok di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU). *Journal of Student Development Informatics Management (JoSDIM) e-ISSN*, 3(2), 2774–8219.
- Amaldin, A. D. P., & Ratnasari, I. (2024). Pengaruh Ulasan Positif dan Ulasan Negatif Produk di E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang). *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 86–92.
- Anastasei, B., Dospinescu, N., & Dospinescu, O. (2025). *Beyond Credibility : Understanding the Mediators Between Electronic Word - of - Mouth and Purchase Intention*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2504.05359>
- Andriani, B. F., Rosmanidar, E., & Diniah, Z. (2023). Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Student Research*, 1(5), 192–212. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5.1699>
- 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 (IIJSE)*, 7(1), 973–987.

- Anggraini, S. D. A., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, 2(8), 2019–2035. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.715>
- Antoro, B. (2025). Kesalahan Sistematis Penggunaan Skala Likert Dalam Penelitian: Analisis Systematic Literature Review. *Jurnal Multidisiplin Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 63–81. <https://jurnal.ananpublisher.com/index.php/jmsh/article/view/163>
- APJII. (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Apriza, A. Y., Sulhaini, & Sagir, J. (2023). *PENGARUH GAYA HIDUP DAN STATUS SOSIAL EKONOMI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG BEKAS di PASAR KARANG SUKUN*. 12–22.
- Aramita, F., Hasibuan, T. A., Arif, M., Aslami, N., & Sumatera Utara, N. (2024). Pengaruh Sosial Media, E Word of Mouth dan Harga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sumatera Utara. *Mumtaz : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 56–66. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Arianto, B. (2021). Pandemi Covid-19 dan Transformasi Budaya Digital di Indonesia. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 5(2), 233–250. <https://doi.org/10.22437/titian.v5i2.15309>
- Assimos, B. M., de Rezende Pinto, M., Leite, R. S., & de Andrade, M. L. (2019). Conspicuous Consumption and its Relation to Brand Consciousness, Status Consumption and Self-Expression. *Brazilian Business Review*, 16(4), 350–368. <https://doi.org/10.15728/bbr.2019.16.4.3>
- Astuti, R. D., & Angelina, L. (2024). Analisis determinan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 3(1), 81–89. <https://doi.org/10.20885/jkek.vol3.iss1.art11>

- Aulia, D. S., & Purwanti, P. (2025). Implikasi Penggunaan E-Wallet Dan Gaya Hidup Hedonisme Dalam Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 3(01), 9–17. <https://doi.org/10.59422/lmp.v3i01.790>
- Az'zahra, A., & Aulia, S. (2025). Dampak Electronic Word of Mouth (E-WoM) terhadap Keputusan Pembelian Produk NPURE pada Generasi Z. *Jurnal Untar*, 9(1).
- Bahari, F. R., & Sutono. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP GAYA HIDUP BERDASARKAN PERSPEKTIF SYARIAH. *Hawalah : Kajian Ekonomi Syariah*, 1(3), 105–113.
- Bulango, E., Panigoro, M., Mahmud, M., Bumulo, F., & Dama, M. N. (2025). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Eksakta*, 4(2), 184–198. <https://doi.org/10.47134/trilogi.v4i2.1613>
- Caroline, C. C. C., & Hastuti, T. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori TAM. *Jurnal Keunis (Keuangan Dan Bisnis)*, 9(2), 160–172. <https://jurnalakuntansi.petra.ac.id/index.php/aku/article/view/16812>
- Chrismardani, Y. (2023). *Buku Referensi Konsep dan Praktek e-Word of Mouth* (N. Andriani, Ed.; 1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Claudia, C., Sembiring, B., Bagus, G. P., Arjawa, S., & Kamajaya, G. (2025). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Perilaku Konsumtif Photocard pada Penggemar Kpop di Aplikasi X. *Jurnal Universitas Udayana*, 5(1). <https://www.blog.x.com/>,
- CNN. (2024). *BI Catat Transaksi Digital Banking Tembus Rp15,8 Ribu T Kuartal I 2024*. Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240429142306-78-1091747/bi-catat-transaksi-digital-banking-tembus-rp158-ribu-t-kuartal-i-2024>

- Davis, F. D. (1989). Utilidad percibida, facilidad de uso percibida y aceptación de la tecnología de la información por parte de los usuarios. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Desiyanti, R. (2022). Privasi , Keamanan dan Niat Memakai Payment Fintech LinkAja pada UMKM Padang. *Baabu Al-Ilmi: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 83–90.
- Dharsono, S. A. O., & Tjiptodjojo, K. I. (2024). Perilaku Impulsif terhadap Pembelian: Kajian Promosi Penjualan dan Electronic Word of Mouth. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(7), 6991–6995. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i7.5028>
- Erwinsyah, E., Ningsih, K. E., S, S., & Anjelita, K. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Dan Penggunaan Aktual Teknologi Pembayaran Digital QRIS. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 23(1), 22–36. <https://doi.org/10.53640/jemi.v23i1.1337>
- Evangelistha, N., Lindratno, N., & Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Tulungagung (Studi Kasus Pada Rumah Putih Coffee House). *Journal Economina*, (2), 272–284.
- Fadhilah, N. (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>
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & Melly A.D, Y. S. (2021). Word of Mouth Marketing Berpengaruh terhadap Keputusan Kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10111>
- Fauziah, S. A., & Ashfiasari, S. (2021). Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet. *Embiss*, 1(4), 307. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Ferdiansyah, M. F., Hafidzi, A. H., & Umamy, S. H. (2024). the Influence of Perception of Easy and Perception of Benefit on Intention To Use Financial

- Technology As a Tool of Payment Among Students in the City of Jember. *Dynamic Management Journal*, 8(1), 14. <https://doi.org/10.31000/dmj.v8i1.10051>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Fitriyani, & Afrizal, Y. H. (2024). Use of Cashless Payment and Its Implications for Impulsive Buying: Examining Consumer Behavior Patterns in the Digital Era in E-Commerce. *Sentralisasi*, 14(1), 94–113. <https://doi.org/10.33506/sl.v14i1.3818>
- García-Calderón, L. E., Aliaga-Miranda, A., Saenz-Arenas, E. R., Balbin-Ramos, W. R., & Valdivia-Mera, H. R. (2025). Impulsive Buying and Sustainable Purchasing Behavior in Low-Cost Retail: Evidence from Multinomial Discrete Choice Models in Metropolitan Lima. *Sustainability (Switzerland)*, 17(18), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su17188395>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). E-Wom Scale: Word Of Mouth Measurement Scale For E-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Hafsyah, A. H. (2020a). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi Online (E-Commerce). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 94–103. <http://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/695%0Ahttp://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/download/695/266>
- Hafsyah, A. H. (2020b). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi Online (E-Commerce). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 94–103.
- Hamid, I., & Widiati, E. (2025). Aspek Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan pada Minat Menggunakan QRIS sebagai Aplikasi Pembayaran

- Non-Tunai. *Management & Accounting Expose*, 8(1), 80–89.
<http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>
- Hamza, E. A., Elsantil, Y., & Emirates, A. (2024). Consumer impulsive buying: causes, consequences, and control. In *The Psychology and Neuroscience of Impulsivity* (pp. 221–230). Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13437-1.00010-0>
- Handayani, N. L. P., & Soeparan, P. F. (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM. *Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 4(3), 238–250.
- Hayani, F., Welni, A., Manita, B., Hayati, I., Oktavia, I., & Wedayenti, L. (2025). ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP GENERASI GEN Z Fitri. *Jurnal Edu Research*, 6(1), 306–312.
- Hu, N., & Hou, G. (2024). Mobile Payment, Digital Inclusive Finance, and Residents' Consumption Behavior Research. *PLOS ONE*, 19(7 July). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0288679>
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *BISMA : Business and Management Journal*, 1(04), 37–44. <https://doi.org/10.59966/bisma.v1i04.398>
- Indonesia, B. (2025). *Sinergi Jadi Energi: Saat UMKM Naik Kelas Lewat Digitalisasi*. Bank Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240429142306-78-1091747/bi-catat-transaksi-digital-banking-tembus-rp158-ribu-t-kuartal-i-2024>
- Irdiana, S., Budiyanto, & Suhermin. (2024). *Daya Tarik Gaya Hidup Konsumtif (Mengungkap Hubungan dengan Impulse Buying)* (M. R. Sholihin, Ed.; 1st ed., Vol. 2). Media Kunkun Nusantara - Dignitas
- Irman, D. A. S. S. reza. (2024). *Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mulawarman*. 10(April), 1086–1096.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (1st ed.). Penerbit Andi.

- Johanis, A. R., Nurdiana, N., Sugiantoro, M. N., & Wongso, S. B. (2025). Tren Konsumsi Mahasiswa di Era Dompot Digital melalui Integrasi Model TAM dan UTAUT. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 6(3), 1027–1036.
- Kairupan, A. K., Rumokoy, L. J., & Gunawan, E. M. (2025). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT DAN FEAR OF MISSING OUT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI PROVINSI SULAWESI UTARA. *EMBA*, 13(04), 694–704.
- Kasmir. (2022). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN (Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis)* (Monalisa, Ed.). Rajawali Pers.
- Kharbanda, S., & Chawla, C. (2025). Digital Payment Incentives as Catalysts of Consumption: An Empirical Study on Spending Behavior and Price Sensitivity. *International Journal of Economic Practices and Theories (IJEPT)*, 2025(1), 348–359. <https://ijapt.org>
- Kholifah, N., Yusa, V., Utami, R. R., & Aprilia, I. E. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Mobile Terhadap Minat Beli Ulang Kopi Lokal. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 7(2), 374–383. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v7i2.6036>
- Kredivo & Katadata Insight Center. (2023). *Laporan Perilaku Konsumen e-Commerce Indonesia 2023*. <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2023/06/2023-Indonesia-e-Commerce-Behavior-Report.pdf>
- Krishnan, J. (2011). Lifestyle - A tool for understanding buyer behavior. *International Journal of Economics and Management*, 5(2), 283–298.
- Kumar, A., & Pandey, M. (2023). Social Media and Impact of Altruistic Motivation, Egoistic Motivation, Subjective Norms, and EWOM toward Green Consumption Behavior: An Empirical Investigation. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/su15054222>
- Kurniawan, Z. (2025). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Merangin Melalui E Commerce Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(4), 1061–1078.

- Kusumaningrum, A., Wicaksono, B., & Saniatuzzulfa, R. (2018). Hubungan Electronic Word of Mouth dan Hedonic Shopping Motivation dengan Perilaku Konsumtif Produk Make Up pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 14(1), 50–59.
- Lestari, N. I., Ramadani, M., & Sutikno, S. (2022). Peran E-Lifestyle, Budaya Digital, Dan E-Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y Dalam Bertransaksi di E- Commerce. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 7(2), 173–186. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v7i2.1844>
- Li, Y., Majid, M. Z. A., & Arham, A. F. (2025). Consumer Perceived Value and Impulsive Buying in Social Commerce: The Moderating Role of Fear of Missing Out. *Research Square*, 1(1), 1–25. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2026.1843640>
- Liu, H., Jayawardhena, C., Shukla, P., Osburg, V. S., & Yoganathan, V. (2024). Electronic word of mouth 2.0 (eWOM 2.0) – The evolution of eWOM research in the new age. *Journal of Business Research*, 176(January), 114587. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114587>
- Loo, P., Novilia, F., Raharjo, T. B., Semmawi, R., & Abas, A. J. (2024). The Influence Of Shopping Lifestyle On Impulse Buying Behavior With Positive Emotion As A Moderating Variable. *Journal Of Social Science Research*, 4(1), 1526–1534. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0AThe>
- 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>
- Lucky, R., & Pramadanti, R. (2024). Peran Ewom Dalam Memediasi Kualitas Produk Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 8(2), 380–393. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v8i2.9161>
- Maftucha, A., & Dirgantara, I. M. B. (2021). Social Effect dari Wabah COVID-19 pada Electronic Word of Mouth (eWOM) yang dapat Meningkatkan Purchase Intention pada Toko Online (Studi Pada Toko Online Oleh-Oleh Umroh dan Haji Azzahro) Alina. *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 2337–3792.

- Mangambe, D. J., Pontoh, W., & Datu, C. (2025). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Perceived Risk terhadap pembayaran Cashless pada UMKM di Kota Manado. *Manajemen Bisnis Dan Keuangan Korporat*, 3(2), 421–433. <https://doi.org/10.58784/mbkk.355>
- Margalina, V. M., Kreienbaum, C., Hair, J. F., Becker, J. M., & Ringle M Christian. (2026). Multiple linear and logistic regression analysis : a SmartPLS 4 software tutorial. *Journal of Marketing Analytics*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/s41270-026-00466-2>
- Ma'rifah, I., Supriyanto, Y., Wibowo, N., Damawati, A. R., Umaira, S., Nauvalia, & Apriansyah, I. (2022). Pengaruh Pembayaran Digital terhadap Keberlangsungan Usaha pada UMKM Nyambowl. *MARGIN ECO: Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 6(2), 16–23. <https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/margin/article/view/3273%0Ahttps://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/margin/article/download/3273/1510>
- Misrah, Maharani, D., & Nafidzi, E. (2024). Pengaruh Pendapatan , Digital Payment , Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku. 24(2), 202–211.
- Mora, N., & Sidiq, S. S. (2024). Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 10260–10268. <http://Jiip.stkipyapisdompu.ac.id>
- Mouad, D., & Mina, E. (2021). Influence of Electronic Word-Of-Mouth on Consumer Behaviour. *Revue Internationale Du Marketing et Management Stratégique*, 3(2), 1–18.
- Muliadi, M. L., & Japarianto, E. (2021). Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Behavior Intention Melalui Perceived Usefulness Sebagai Media Intervening Pada Digital Payment Ovo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 20–27. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.20-27>
- Multi, A. S., Sukardi, B., & Asmanto, E. (2024). Adoption of the Technology Acceptance Model (Tam) in Linkaja Syariah Indonesia Digital Payment Service. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(1), 395–405. [https://doi.org/10.25299/jtb.2024.vol7\(1\).16554](https://doi.org/10.25299/jtb.2024.vol7(1).16554)

- Mursala, F., Nurbaiti, & Ikhsan Harahap, M. (2023a). Pembentukan Kultur Konsumtif Melalui eWOM Fashion Di Instagram. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13, 101–117.
- Mursala, F., Nurbaiti, & Ikhsan Harahap, M. (2023b). Pembentukan Kultur Konsumtif Melalui eWOM Fashion Di Instagram. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13, 101–117. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/index>
- Mushofa, Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 5937–5948. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i12.1992>
- Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Sistem pembayaran Uang Digital (Studi Pada Pengguna OVO di Kota Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 9(2), 175–184.
- Mutmainah. (2025). Pengaruh Ulasan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Platform Shopee. *Ekonomi, Jurnal Pariwisata, Manajemen*, 4(3), 696–706.
- Muzdalifah, L. (2023). Konsumen Online terhadap Pembelian Impulsif: Sifat Konsumen dan Faktor Situasional. *Greenomika*, 05(1), 13–28. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/gnk%7C>
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 49–55(1).
- Nasution, N. F., Prasetya, H., & Khohar, A. (2024). Peran Electronic Word of Mouth sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada Produk Avoskin. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(3), 2345–2355. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i3.900>
- Naufalia, V. (2022a). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v1i1.3011>
- Ngo, T. T. A., Vuong, B. L., Le, M. D., Nguyen, T. T., Tran, M. M., & Nguyen, Q. K. (2024). The Impact of Ewom Information in Social Media on the Online

- Purchase Intention of Generation Z. *Cogent Business and Management*, 11(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2316933>
- Ningsih, E. R. (2021). *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran* (A. S, Ed.; 1st ed.). Idea Press Yogyakarta.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53.
- Ningtyas, M. S., & Kartasasmita, A. M. (2025). Pengaruh Kontrol Diri Dan Citra Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pengguna Aplikasi Shopee Pada Dewasa Awal Di Kelurahan Kramat Jati. *Jurnal Kesehatan Mental Indonesia*, 04(2), 1–9.
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.569>
- Novianti, A., & Suwaidi, R. A. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 13701–13706.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v7i12.6263>
- Nurbaiti, Harahap, M. I., & Nabila, W. J. (2022). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Membeli Produk Fashion Syariah: Studi Kasus Mahasiswi FEBI UINSU. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 93–105.
<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v3i1.2265>
- Nyagadza, B., Mazuruse, G., Simango, K., Chikazhe, L., Tsokota, T., & Macheka, L. (2023). Examining the influence of social media eWOM on consumers' purchase intentions of commercialised indigenous fruits products in FMCGs retailers. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 2(3), 100040.
<https://doi.org/10.1016/j.stae.2023.100040>
- Oktaviani, B. R., & Estaswara, H. (2022). Pengaruh Electornic Word Of Mouth (eWOM) di Media Sosial Twitter @ avoskinbeuaty Terhadap Keputusan Pembelian Avoskin. *Jurnal Publish*, 1(1), 10–24.

- Oskar, D. P., Prinoya, R. W., Novita, W., & Johan, H. (2022). E-Commerce, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online melalui Platform TikTok. *Jurnal Ekobistek*, 11(4), 442–447. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.434>
- Pamungkasari, S. A., & Priono, H. (2025). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Shopee dan Digital Payment terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomidan Akuntansi)*, 14(2), 2597–4599. <https://doi.org/10.31959/jm.v14i2>
- Pohan, M., Azhar, M. E., Purnama, N. I., & Jasin, H. (2022). Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan. *Owner*, 6(2), 1498–1508. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.777>
- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. (2025). Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia). *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 4(2), 237–246. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.205>
- Pratiwi, A. A. (2026). *Perkembangan dan Implementasi Digital Payment dalam Mendukung Sistem Pembayaran Cashless di Indonesia*. 3(4), 343–352.
- Priscilia, L. V., & Fadjar, N. S. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET ELEKTRONIK (E-WALLET) SHOPEEPAY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA MALANG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA). *Journal of Development Economic and Social Studies*, 3(1), 189–199.
- Putra, I. G. L. P., & Sinarwati, N. K. (2023a). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 717–726.
- Putra, I. G. L. P., & Sinarwati, N. K. (2023b). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 717–726.

- Putri, L. C. (2025). *Pengaruh Lifestyle dan Digital Payment terhadap Online Consumptive Behavior dengan Self Control sebagai Moderasi (Studi Pada Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Pengguna Aplikasi Shopee)* [Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.]. <https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>
- Qu, B., Wei, L., & Zhang, Y. (2022). Factors affecting consumer acceptance of electronic cash in China: an empirical study. *Financial Innovation*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00312-7>
- Ramadani, U. P., Muthmainnah, R., Ulhilma, N., Wazabirah, A., Hidayatullah, R., & Harmonedi. (2025). Strategi Penentuan Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan: Antara Validitas dan Representativitas. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 574–585. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1021>
- Rijali, N. F. (2025). Evolusi Perilaku Konsumen di Era Digital dan Implikasinya Terhadap Daya Beli Masyarakat. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 1381–1391. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2167>
- Rizky, A. L., & Asandimitra, N. (2024). The Influence of Financial Literacy, Mental Accounting, Peer Conformity, Lifestyle, Self Control, and E-Wallet on the Consumptive Behavior of Gen-Z Coffee Shop Visitors. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 118, 452–468. <http://ijmmu.comhttp://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v11i8.5833>
- Rosalina, D., Yuliari, K., & Zati, M. R. (2023). Student Preferences for Financial Technology Digital Payment Services. *Ekonika Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, 8(2). <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika>
- Sadewa, M. A., & Ariani, L. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Pandohop*, 2(1), 34–41. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/pdhp>
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Rachmatullah, Ed.; 1st ed.). Indigo Media.
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Sayhrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen

- Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 137–151.
- Sartika, D. (2020). Melihat Attitude and Behavior Manusia Lewat Analisis Teori Planned Behavioral. *Journal of Islamic Guidance and Counseling*, 4, 51–70.
- Sasongko, M. H. I., Setyorini, N., & Utami, R. H. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemn. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 142–158.
- Sholikhah, A. (2016). Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif. *Komunika*, 10(2), 342–362. <https://media.neliti.com/media/publications/144430-ID-statistik-deskriptif-dalam-penelitian-ku.pdf>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Simarmata, R. E., Stanley Saerang, I., & Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Digital Payment, Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *EMBA*, 12(1), 462–475.
- Sinambela, L., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik Dan Praktik* (Monalisa, Ed.; 1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Social, W. are. (2025). *Digital 2026: Tren digital dan media sosial teratas di Indonesia*. Wearesocial.Com. https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/?utm_source=chatgpt.com
- Subhaktiyasa, P. G. (2024a). Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9, 2721–2731.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024b). Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731.
- Sunarya, I. M. (2022). Pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan layanan dompet digital (e-wallet) melalui pendekatan teori technology

- acceptance model (tam). *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1414–1422. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2461>
- Supriyanto, A., Miyono, N., & Abdullah, G. (2023). Manajemen Praktik Kerja Lapangan (PKL) dalam Peningkatan Kompetensi Teknik Kendaraan Ringan Otomotif. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i2.1313>
- Suryanto, Muhyi, H. A., & Kurniati, P. S. (2022). USE OF DIGITAL PAYMENT IN MICRO, SMALL AND MEDIUM BUSINESS. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 55–65. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Suryati, L., & Sudarso, A. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif* (D. S. Santoso, Ed.; 1st ed.). Deepublish.
- Suyanto. (2023). *Mengenal Dompot Digital Di Indonesia* (1st ed.). CV. AA. Rizky.
- Thamrin, H., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Unp. *Komunida Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(1), 187–194. <https://doi.org/10.62260/causalita.v2i2.305>
- Triana, B., Suherman, U., & Pranata, R. M. (2025). Pengaruh Social Influence dan Facilitating Conditions Terhadap Behavioral Intention Pengguna e-wallet. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(3), 1611–1621. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i3.4174>
- Tsai, P. H., Hsaio, C. C., Li, Y. R., & Lin, C. C. (2023). Clustering Travelers' Lifestyle Destination Image from Five Asian Traveler-Generated Content. *Sustainability (Switzerland)*, 15(7), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su15075887>
- Underdown, K., & Tamara, D. (2025). *Digital wallets : a study on the influence of consumer perceptions and attitudes on impulsive consumer behaviour*. (April), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fhumd.2025.1545141>
- Utami, M. K. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 111–120. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.554>

- Wahyuni, Dilla, S., & Fachruddin, S. (2025). DIGITAL PAYMENT DAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA : Digital Payment and Students Consumptive Behavior : A Study on Communication Science Students at Halu Oleo University. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media*, 2(2), 147–157. <https://newcomb.uho.ac.id/index.php/journal>
- Wahyuni, E., Dwi, E., & Marseandi, P. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Mahasiswa Di Mataram*. 6.
- Wahyuni, S. F., & Nur, F. (2025). Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Tenaga Kerja Muda di Kota Medan Ditinjau dari Literasi Keuangan, Pendapatan, Gaya Hidup Melalui Locus of Control Sebagai Pemoderasi. *Mandiri : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2).
- Widodo, A., & Amelia, R. L. (2025). Millennials and Digital Wallets: Addressing Consumer Behavior in the Technology Era. *Klabat Journal of Management*, 7(1), 127. <https://doi.org/10.60090/kjm.v7i1.1347.127-141>
- Yanis, T. A., Tasik, F. C. M., & Paat, C. (2026). PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PERAN INFLUENCER MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN GAYA HIDUP KONSUMTIF (STUDI PADA MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS SAM RATULANGI). *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 11(10).
- Yulianton, H., Sutanto, F. A., & Hadiono, K. (2017). Analisa Electronic Word of Mouth (E-Wom) Pada Media Sosial Twitter. *Dinamik*, 22(1), 11–22. <https://doi.org/10.35315/dinamik.v22i1.7102>
- Yustati, H. (2018). Kontribusi E-Wom Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Baabu Al-Ilmi (Ekonomi Dan Perbankan Syariah)*, 3(2), 47–57. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-Intelligentia - Dignitas>
- Yustini, R. S., & Prihastuty, D. R. (2024). Exploration Of Digital-Based Consumptive Behavior E-Lifestyle In Generation-Z. *Jurnal Ekonomi*, 13(03), 2024. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i03>
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *The Journal of Asian*

Finance, Economics and Business, 8(2), 1033–1041.

<https://koreascience.or.kr/article/JAKO202104142268642.page>

Zulaikha, S., & Hardew, A. K. (2025). Hubungan Electronic Word of Mouth dengan Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik pada Wanita Karier. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 11(2), 405–413. <https://doi.org/10.31949/educatio.v11i2.12977>



Intelligentia - Dignitas