

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiansa, J. F., & Dermawan, R. (2022). *Effect Of Brand Awareness , Promotion And Ease Of Use Perceptions On Decisions To Use Linkaja E-Wallet*. 18(01), 145–154.
- Aji, H. M., & Adawiyah, W. R. (2021). *How e-wallets encourage excessive spending behavior among young adult consumers? Journal of Asia Business Studies*. <https://doi.org/10.1108/JABS-01-2021-0025>
- Amoroso, D. L., & Ogawa, M. (2013). *Comparing mobile and Internet adoption factors of loyalty and satisfaction with online shopping consumers*. *International Journal of E-Business Research (IJEER)*, 9(2), 24-45.
- Anggraini, R. T., Fauzan, &, & Santhoso, H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 131–140.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Arrochmah, N. P., & Nasionalita, K. (2020). Kesenjangan Digital Antara Generasi X dan Y di Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Diakom: *Jurnal Media dan Komunikasi*. III(1), 26-39.
- Arsyan, M. F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan *Shopeepay* Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11, 1–12.
- Bungin, B. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (2nd ed.). Jakarta: Kencana.
- Chakraborty, R., Lee, J., Bagchi-Sen, S., Upadhyaya, S., & Rao, H. R. (2016). *Online shopping intention in the context of data breach in online retail stores: An examination of older and younger adults*. *Decision Support Systems*, 83, 47-56.
- Chern, Y. X., Kong, S. Y., Lee, V. A., Lim, S. Y., & Ong, C. P. (2018). *Moving into cashless society: factors affecting adoption of e-wallet*. UTAR.
- Dac-Nhuong Le dkk (eds.). 2019. *Cyber Security in Parallel and Distributed Computing*. Scrivener Publishing LLC:Vietnam. Hal. 245–262.
- Desy Yuliasuti. 2017. 3 Era Perkembangan Digital Payment di Indonesia. <http://www.digination.id/read/01513/3-era-perkembangan-digital-payment->

diIndonesia. Dikunjungi pada tanggal 17 Maret 2019.

- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Fadillah, A. N., Darna., & Muchtasib, A. B. (2020). Analisis Pengaruh Promosi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Dalam Berbelanja Online Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, Vol 7 No 1
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. Bise: *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(1), 11–21.
- Fransisca Riani Roesmania Dewi, & Suyasa, P. T. Y. S. (2017). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7(2), 172–199.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modelling : Metode Alternatif dengan menggunakan Partial Least Squares (PLS)* (4 Edition). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7 Edition). Pearson Education Limited.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) : An Emerging Tool in Business Research*. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hosnan, M. (2014). Pendekatan Saintifik dan Kontekstual Dalam Pembelajaran Abad 21: Kunci Sukses Implementasi Kurikulum 2013 (BOGOR). Ghalia Indonesia.
- Kartika. (2021). *the Effect of Covid-19 Information Exposure in Social Media on the Level of Society ' S Healthy Living*.

- Khan, J., Belk, R.W. and Craig-Lees, M. (2015), “*Measuring consumer perceptions of payment mode*”, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 47, pp. 34-49
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Mangement, Global Edition, 15e Edition*, USA: Pearson Education. Erlangga.
- Lisma, D. R. (2020). Respon jama’ah terhadap kegiatan dakwah di masjid ar-rahim kelurahan tangkerang selatan kecamatan bukit raya kota pekanbaru. Pekanbaru.
- Matemba, E.D. and Li, G. (2018), “*Consumers’ willingness to adopt and use WeChat wallet: an empirical study in South Africa*”, *Technology in Society*, Vol. 53, pp. 55-68
- Mees, H., & Frances, P. H. (2014). *Are individuals in China prone to money illusion ? Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 51(1), 38–46. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2014.03.003>
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Stkip Ypm Bangko. *Scientific Journals Of Economic Education*, 2(1), 141–152.
- Mutiani, M. (2019). Social Capital Dan Tantangan Abad 21: Kontribusi Pendidikan IPS dan Eksplorasi Nilai Sosial melalui Biografi K.H. Zainal Ilmi. *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.15408/sd.v6i1.12386>
- Nitzl, C., Roldan, J. L., & Cepeda, G. (2016). *Mediation analysis in partial least squares path modelling, Helping researchers discuss more sophisticated models. Industrial Management and Data Systems*, 116(9), 1849–1864. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2015-0302>
- Panasea;, I. G. N. O., Respati;, N. N. R., & Mastama, K. R. F. (2022). Peran promosi dan *e-wallet* memoderasi pengaruh kualitas *website* pada nilai hedonik dan pembelian impulsif *marketplace*. 11(05), 629–642.
- 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>
- Qin, Z., Sun, J., Wahaballa, A., Zheng, W., Xiong, H., & Qin, Z. (2017). *A secure and privacy-preserving mobile wallet with outsourced verification in cloud computing. Computer Standards & Interfaces*, 54, 55-60.
- Rathore, H. S. (2016). *Adoption of digital wallet by consumers. BVIMSR’s Journal*

of Management Research, 8(1), 69.

Riyanto Slamet, Hatmawan Andhita Aglis. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Ruisa Khoiriyah. 2017. 5 Perbedaan E-Money dan E-Wallet Ini Perlu Kamu Ketahui. <https://www.halomoney.co.id/blog/mengenal-perbedaan-uang-elektronik-emoji-dan-e-wallet>. Dikunjungi pada tanggal 21 Maret 2019

Seiler, M. J. (2014). *Understanding the prevalence and implications of homeowner money illusion*. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 1(1), 74–84. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2014.02.00>

Setiadi, J. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Shah, A. M. (2020). "Customers' perceived value and dining choice through mobile apps in Indonesia". *Asia pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 33 No. 1, doi: 10.1108/apjml-03-2019-0167.

Siregar, S. (2017). *Statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Alfabeta: Bandung.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sukanda, U. F., & Abdurahman, A. I. (2020). Efek Tayangan Video Penjelasan Kasus Corona Terhadap Khayalak (Analisis Deskriptif Kuantitatif Terhadap Efek Video Penjelasan Kasus Corona Di Provinsi Banten). *Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 8(2), 86–99. <https://doi.org/10.33592/dk.v8i2.682>

Soman, D. (1999), "Effects of payment mechanism on spending behavior: the illusion of liquidity", *working paper*, Hong Kong University of Science and Technology, Hong Kong.

Solomon, Michael R. (2011). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*, 9th ed.,. New Jersey: Pearson Addison Wesley

- Tampubolon, V. (2018). *Pengaruh Lokasi, Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan dalam Memilih Jasa Rumah Kos pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara.
- Tjiptono, F. 2019. *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Varsha, R., & Thulasiram, M. (2016). *Acceptance of e-wallet services: A study of consumer behavior*. *International Journal of Innovative Research in Management Studies*, 1(4), 2455-7188.
- William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). Persepsi Kegunaan Dan Promosi Untuk Memprediksi Niat Penggunaan E-Wallet: Sikap Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 74. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.9997>
- Wong, K. K.-K. (2013). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS*. *Marketing Bulletin*, 24. <https://doi.org/10.12691/jbms-4-6-3>
- Yamamori, T., Iwata, K., & Ogawa, A. (2018). *Does money illusion matter in intertemporal decision making?* *Journal of Economic Behavior and Organization*, 145, 465–473. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2017.11.019>.
- Yuwono, Edy. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2*. PT RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Zahra, N., & Sanaji, S. (2021). Peran Moderasi Motivasi Hedonis pada Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Niat Penggunaan Ulang Layanan Dompot Elektronik di Kalangan Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 57. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p57-67>