

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, Y. H. (n.d.). *Use of Cashless Payment and Its Implications for Impulsive Buying : Examining Consumer Behavior Patterns in the Digital Era in E-Commerce*. 94–113.
- Argote, L., & Epple, D. (1990). Learning curves in manufacturing. *Science*, 247(4945), 920–924. <https://doi.org/10.1126/science.247.4945.920>
- Antara. (2024, April 25). *BI: Jumlah merchant QRIS di Jambi capai 321 ribu*. Antaranews. <https://www.antaranews.com/berita/4375375/bi-jumlah-merchant-qris-di-jambi-capai-321-ribu>
- Astuti, H., Bayu Firmansah, M., & Bayu Wicaksono, A. (2023). Perilaku Konsumtif Dengan Penggunaan Fintech E-Wallet Consumptive Behavior With The Use Of Fintech E-Wallet. *Jurnal Unrika*, 12(3), 725–738. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). *Survei Internet APJII 2023: Penetrasi & perilaku pengguna internet Indonesia*. <https://survei.apjii.or.id>
- Bakar, R., Fauziyah, N., & Rahmat, A. (2025). Do Consumers Perceive Impulsive Buying and Pain of Payment? E-Commerce Transactions Using Pay Later, E-Wallet, and Cash-On-Delivery. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 27(1), 31–59. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.81568>
- Bank Indonesia. (2011). *Sistem Pembayaran di Indonesia*. Bank Indonesia. <http://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia>
- Bank Indonesia. (2017). *Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial*.
- DataIndonesia.id. (2024). *Data perbandingan GMV ekonomi digital di negara-negara ASEAN pada 2024*. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/data-perbandingan-gmv-ekonomi-digital-di-negaranegara-asean-pada-2024>
- Dai, L., Jia, R., & Wang, X. (2022). Relationship between Economic Growth and Energy Consumption from the Perspective of Sustainable Development. *Journal of Environmental and Public Health*, 2022(01), 11–18. <https://doi.org/10.1155/2022/6884273>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Devica, S. (2022). Dompot Digital: Beragam Program Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Secara Impulsif. *Jurnal Bisnis Terapan*, 6(1), 33–42. <https://doi.org/10.24123/jbt.v6i1.4756>
- Dewi, A. M. (2021). Optimalisasi Aplikasi E-Commerce Shopee Food Sebagai Media Pemasaran Umkm. *Optimalisasi Aplikasi E-Commerce Shopee Food*.
- Fadhilah, N., & Siliwangi, U. (2021). *E-issn: 2772-1024*. 4(2), 360–366,
- Faraz, N., & Anjum, A. (2025). *Spendception : The Psychological Impact of Digital Payments on Consumer Purchase Behavior and Impulse Buying Spendception : The Psychological Impact of Digital Payments on Consumer Purchase Behavior and Impulse Buying*. 0–18. <https://doi.org/10.20944/preprints202502.1360.v1>
- Fathoni, J. (n.d.). *Influence Of Cashback On Impulse Buying Through Hedonic Shopping Motivation As An Intervening Variable On Shopee Consumers Among Banyuwangi Students*. September 2023, 1841–1850.
- Gani, I., & Amalia, S. (2018). *Alat Analisis Data*. Andi, 306.
- Garrett, J. J. (2011). *The elements of user experience: User-centered design for the web and beyond*. New Riders.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Cetakanke). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Miltivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- G., R., & Asokan-Ajitha, A. (2021). Role of impulsiveness in online purchase completion intentions: an empirical study among Indian customers. *Journal of Indian Business Research*, 13(2), 189–222. <https://doi.org/10.1108/JIBR-04-2018-0132>
- Gupta, P., Prashar, S., & Parsad, C. (2024). Pure and suggestive impulse buying in mobile shopping app: shopping pattern of young consumers. *Young Consumers*, 25(6), 824–850. <https://doi.org/10.1108/YC-11-2023-1911>.
- Inggiharti, N. (2020). Pengaruh Electronic Wallet terhadap Kegiatan Keuangan Indonesia (Perbandingan Aplikasi Electronic Wallet Milik Perusahaan Financial Technology terhadap Aplikasi Electronic Wallet Milik BUMN). *University Of Bengkulu Law Journal*, 5(1), 74–88. <https://doi.org/10.33369/ubelaj.5.1.74-88>

- Iswanto, A., Yuliana, R., & Asriani, R. (2022). *Analisis penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa*. Jurnal Ilmu Manajemen, 10(2), 145–156.
- Katadata Insight Center. (2023). *Frekuensi penggunaan dompet digital di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/48f7cc81fdcd4de/frekuensi-penggunaan-dompet-digital-di-indonesia>
- Katadata Insight Center. (2023). *Pengguna internet di Indonesia tembus 213 juta orang hingga awal 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/d109a45f4409c34/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Katadata Insight Center. (2024, Juni 10). *Nilai transaksi uang elektronik capai Rp1,6 kuadriliun pada Januari–Agustus 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/673216a38c1bc/nilai-transaksi-uang-elektronik-capai-rp16-kuadriliun-pada-januari-agustus-2024>
- Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest, and money*. Macmillan.
- Kharisma, N. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan penggunaan dompet digital sebagai alat pembayaran non tunai mahasiswa universitas jambi. *Skripsi*, 4(1), 88–100.
- Kotler, Philip, G. A. (2008). Principles of Marketing. In 17th edition (Ed.), *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. gLOBaL eDitiOn. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kurniawan Johannes. (2021). Faktor Cashback Dalam Penggunaan Fitur Pembayaran Go-Pay Melalui Aplikasi Go-Jek Di Burger King Central Park. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 4(1), 12–16. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/wisata>
- Lee, Y. Y., Gan, C. L., & Liew, T. W. (2023). Do E-wallets trigger impulse purchases? An analysis of Malaysian Gen-Y and Gen-Z consumers. *Journal of Marketing Analytics*, 11(2), 244–261. <https://doi.org/10.1057/s41270-022-00164-9>
- Maharani, P. R. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompet Digital GoPay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(3), 58–70. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.273>
- Mahardisatya, A. W., Nuraeni, S., Listiani, D., & Ningtias, D. R. (2024). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Penggunaan E-wallet*. 3(2), 203–215.

- Mankiw, N. G. (2015). *Pengantar ekonomi* (Edisi Ketujuh). Jakarta: Salemba Empat.
- Marwiyah, S. L., Ainulyaqin, M., & Edy, S. (2023). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4279. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10783>
- Megadewandanu, S., Suyoto, & Pranowo. (2016). 2016 2nd International Conference on Science and (ICST 2016) Yogyakarta , Indonesia. *International Conference on Science and Technology-Computer (ICST), October*
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Nigam, A., Behl, A., Pereira, V., & Sangal, S. (2023). Impulse purchases during emergency situations: exploring permission marketing and the role of blockchain. *Industrial Management & Data Systems*, 123(1), 155–187. <https://doi.org/10.1108/IMDS-12-2021-0799>
- Nugroho, B. (2005). Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS. Penerbit Andi Offset.
- Nurhayani, N., Anindito, R., & Edy, J. K. (2024). Pengaruh penggunaan dompet digital (ShopeePay) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (Studi pada mahasiswa Universitas Jambi Fakultas Ekonomi dan Bisnis). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 19(4), 982–993. <https://online-journal.unja.ac.id/paradigma/article/view/40522/19803>
- Nurrohyani, R., & Sihaloho, E. D. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran The Effect of Cashback Promotion on OVO and Go-Pay Against Consumer Behavior of Padjadjaran University Faculty of Econom. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 20(1), 12–25.
- Oktary, D., & Wardhani, F. I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stie Indonesia Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, 13(1), 11. <https://doi.org/10.51195/iga.v13i1.224>.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). *Peraturan OJK Nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan*. Diakses dari <https://gesit.ojk.go.id/GESIT/More/FAQ/5>
- PaymentsCMI.(2024). Top Global Payment Methods. <https://paymentscml.com/insights/top-global-payment-methods/>

- Pernanda, T., Aswan, A., & Balele, B. (2021). Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, diskon, dan cashback terhadap konsumsi mahasiswa menggunakan e-wallet. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(2), 122–134.
- Prabowo, M. A., & Purwanto, A. (2020). Pengaruh pembayaran digital terhadap perilaku konsumen di era ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 101–115.
- Pradipta, R. (2021). Transformasi Digital dalam Sektor Keuangan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 6(2), 77-92.
- Prakasa, A., & Karunia, D. (2024). *Effective Promotional Strategies : Analyzing the Impact of Flash Sale and Cashback Discounts on Impulsive Buying Behavior in Live Streaming Marketplaces*. 6(3). <https://doi.org/10.32877/ef.v6i3.1564>
- Pramita, A., Fatchiya, A., & Puspita, D. R. (2023). Tingkat Penggunaan E-wallet pada Remaja Perkotaan dan Pedesaan. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 7(2), 275–282. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v7i2.1144>
- Pratami, K. I., & Yudiantara, I. G. A. P. (2023). Pengaruh Financial Attitude, Shopping Lifestyle Dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dalam Platform Marketplace Shopee (Studi pada generasi Z di Kabupaten Buleleng). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 14, 896–907.
- Purba, K. Y., Clawdya Zebua, N. I., & Manurung, Z. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemiskinan di Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(3), 677–697. <https://doi.org/10.36987/jumsi.v3i3.4205>
- Putri Silvia Somantri, 2024. (2024). *Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Bandung*.
- Ramadayanti, A. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga, Pertumbuhan Penduduk Dan Harga Listrik Terhadap Konsumsi Energi Sektor Rumah Tangga Di Indonesia Tahun 1990-2018. *Journal GEEJ*, 7(2), 30–31.
- Ray, M. J. K., Mashudi, & Herkulana. (2022). Pengaruh Penggunaan Fintech Mobile Payment Danaplikasi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 11(9), 1331–1339. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i9.57907>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Rahmadian, D. A., & Badriyah, N. (2025). *Strategi promosi digital melalui cashback dan dampaknya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa*. Jurnal

- Digital Economy and Social Science (JDESS), 4(1), 77–91. Universitas Brawijaya. <https://jdess.ub.ac.id/index.php/jdess/article/view/435>
- Rozaini, R. (2020). *Pengaruh pengelolaan uang saku terhadap perilaku konsumtif mahasiswa*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 8(2), 101–110.
- Sanny, L., Chandra, G. R., Chelles, K., & Santoso, L. A. (2023). the Impulse Buying of Gen Z When Using E-Wallet in Indonesia. *Journal of Applied Engineering and Technological Science*, 5(1), 88–100. <https://doi.org/10.37385/jaets.v5i1.2600>.
- Saputro, L. A., Khosmas, F. Y., & Basri, M. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v10i1.44181>
- Sari, R. K., Utama, S. P., & Zairina, A. (2021). The Effect of Online Shopping and E-Wallet on Consumer Impulse Buying. *Asia Pacific Management and Business Application*, 009(03), 231–242.
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Teknologi*, 5(1), 53–65. <http://journal.lembagakita.org>
- Siti Mubarakah, M., & Pratiwi, V. (2022). Pengaruh E-Commerce, Uang Saku, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(04), 496.
- Silitonga, A. H., Gultom, F., & Sari, M. (2025). *Pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Medan*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, 13(1), 33–42.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sukirno, S. (2011). *Makroekonomi: Teori pengantar* (Edisi Ketiga). RajaGrafindo Persada
- Sya'nana, A. (2023). Perilaku Konsumsi Mahasiswa Santri Pesantren Pelajar Al-Fath Kediri Perspektif Rasionalisme Islam Monzer Kahf. https://Etheses.lainkediri.Ac.Id/8713/3/931336318_bab2.Pdf, 14–35.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x>

- Tanjung, A., Tobing, C. T. L., Ar, N. A., & Pane, S. G. (2024). Analisis Sistem Pembayaran Menggunakan Dompot Digital. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 7(1), 282–289. <https://doi.org/10.31539/intecom.v7i1.8911>
- Thakur, C., Diwekar, A., Reddy, B. J., & Gajjala, N. (2020). A Study of the Online Impulse Buying Behaviour during COVID-19 Pandemic. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 3(9), 86–90. <https://doi.org/10.47607/ijresm.2020.294>.
- Widagdo, B., & Roz, K. (2021). Hedonic Shopping Motivation and Impulse Buying: The Effect of Website Quality on Customer Satisfaction. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 395–405. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.395>.
- Widyastuti, T., Pramono, R., & Handayani, A. (2023). Kontrol diri sebagai mediasi pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 87–98.
- Wulandari, S., Pratiwi, D., & Nugroho, A. (2024). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna e-wallet di DKI Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 22(1), 55–67.
- Yanti, L. R., & Isnaeni, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) sebagai Alat Transaksi di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Islamic Economic and Finance*, 3(3), 157–167.
- Yuliana, R. (2022). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 44–56.
- Zafar, A. U., Qiu, J., Shahzad, M., Shen, J., Bhutto, T. A., & Irfan, M. (2021). Impulse buying in social commerce: bundle offer, top reviews, and emotional intelligence. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(4), 945–973. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2019-0495>
- Zahri, C., & Prayadi, C. A. (2022). Pengaruh Program Cash Back Dan Transfer Payment Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Pada Pt. Istana Deli Kencana Medan. *Warta Dharmawangsa*, 16(3), 346–357. <https://doi.org/10.46576/wdw.v16i3.2229>.