

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R. (2019). Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Melalui Harga, Produk, Kemudahan dan Keamanan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating di Komplek Johor Indah Permai II Medan. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–11.
- Alfiana, C., Harmanto, S., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Promosi, Fitur, Hedonic Motivation, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 238–253. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.2710>
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Azzahra, S., & Supriyadi, A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Sebagai Sistem Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa Di Jakarta)*.
- Chin, & Todd. (1995). On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution. *Journal of Management Information System Quarterly*, 9(5).
- Davis. (2019). *Dag Demantic Parsing with Attention-based Decoder*. Association for Computational Linguistic.
- Fromm, E. (2002). *The Sane Society* (2nd ed.). Routledge.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., C. Black, W., J. Babin, B., & E. Anderson, R. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Imtihan, I., Hasan, I., & Anisak, P. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Kartu Kredit. *Jurnal*

- Ecogen*, 4(2), 240. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i2.11037>
- Indarsih, P., Sudodo, Y., & Nuryani, H. S. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Informasi terhadap Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–12. <http://jurnal.uts.ac.id>
- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing 16e* (16th ed.). Pearson Education.
- Kusnandar, V. (2022). *Pendapatan Penduduk Indonesia Meningkatkan Menjadi Rp 62,2 Juta per Tahun*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/pendapatan-penduduk-indonesia-meningkat-menjadi-rp-622-juta-per-tahun>
- Latief, F., & Dirwan. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30.
- Manurung, Rahmani, & Aslami. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumtif, Pemberian Reward, Redibilitas Platform Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Transaksi E-Commerce Dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 4(1), 88–100.
- Mardiastuti, A. (2022). *Contoh Barang Konsumtif Beserta Pengertian dan Jenisnya*. Detik.Com. <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6313660/contoh-barang-konsumsi-beserta-pengertian-dan-jenisnya>
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological meaning of money dengan

- gaya hidup hedonis remaja di Kota Malang. *Jurnal Psikologi*, 8(1998), 528–596. <https://mpsi.umm.ac.id/files/file/582-596>
- Octaviana, R. (2020). Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse. *Jaqfi: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 5(1), 121–133. <https://doi.org/10.15575/jaqfi.v5i1.6267>
- Panjalu, D. A., & Mirati, E. (2022). Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee. *Prosiding SNAM PNJ*.
- Patricia, N., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan X. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(1), 10–17. <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/psiko/article/view/1458/1327>
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika Dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128–147.
- Shopee. (2022). *No Title*. Careers.Shopee.Co.Id. <https://careers.shopee.co.id/about>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Cet.26). Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan*. Alfabeta.
- Suyasa, P. T. Y. ., & Fransisca. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis* , 7(2), 172–199. https://www.researchgate.net/publication/319751850_Perbandingan_Perilaku_Konsumtif_berdasarkan_Metode_Pembayaran
- Umah, U. N., & Siswahyudianto. (2022). Pengaruh Promosi, Kemudahan, Dan Kegunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital ShopeePay Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018. *E-QIEN: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 329–339.
- Wati, S. (2023). *Shopee Paylater: Cara Mengaktifkan, Bunga & Aman/Tidak*. <https://www.ayovaksindinkeskdidi.id/shopee-paylater/>
- Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi Dengan SPSS* (1st ed.). UPP STIM YKPN.

Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. UPP STIM YKPN.