

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D. (1995). *Nuansa psikologi pembangunan*. Yogyakarta: Insan Kamil, PustakaPelajar .
- Choirunnisa Mutiara Trisuci, F. I. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Gaya Hidup, Sikap Keuangan, dan Kemudahan Fasilitas Digital Payment pada Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Peran Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Law and Economics Review*.
- David, F. D. (2016). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance of Information Technology. *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*, 1-15.
- Haryani, I. &. (2016). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi*.
- Kotler, P. d. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- LINNATUNNISA, S. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN MOBILE BANKING. *Etheses Uin Malang*.
- Malikah, I., Mulyadi, D., & Sandi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Financial Technology Peer To Peer Lending (Pinjaman Online) Pada Mahasiswa 2018-2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 451-467.
- Mariesa Giswandhani, A. Z. (2020). PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI NON-TUNAI TERHADAP SIKAP KONSUMTIF MASYARAKAT KOTA MAKASSAR. *Kareba Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Mukmin Pohan, J. J. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Jurnal Umsu*.
- O. S. (2016). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MALANG ANGKATAN 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 128-139.
- Salsabila, L. (2022). Pengaruh gaya hidup dan perceived ease of use terhadap keputusan mahasiswa menggunakan mobile banking. *Etheses UIN Malang*.
- Sari, V. E. (2019). PENGARUH E-WOM, LIFESTYLE, KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TICKET ONLINE BOOKING PADA SITUS

TRAVELOKA.COM DI PONOROGO (STUDI KASUS PEMBELIAN TIKET PESAWAT DAN KERETA API). *eJournal Administrasi Bisnis*, 474-487.

Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 128–147.

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.

Syifa, L. (2019). Pengaruh Kemudahan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.

Tarigan, E. (2016). PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*.

Wahyuni, N., Supartoyo, Y., Esti, E., Sianturi, J., Hidayati, H., Rokhimah, . . . Hina, H. (2023). *Manajemen Keuangan : Teori dan Aplikasi*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Wida, P. A. (2016). Aplikasi Model TAM (Technology Acceptance Model) Pada Perilaku Pengguna Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*.

