

DAFTAR PUSTAKA

- Adeoti, O., & Osotimehin, K. (2012). Adoption of Point of Sale Terminals in Nigeria. *Research Journal of Finance and Accounting*, 3(1), 1–6.
- Amin, H., Abdul-Rahman, A. R., & Razak, D. A. (2014). Theory of Islamic consumer behaviour: An empirical study of consumer behaviour of Islamic mortgage in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 5(2), 273–301. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2013-0042>
- Amir, A. (2016). Pola dan Prilaku Konsumsi Masyarakat Muslim di Provinsi Jambi (Telaah Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Keimanan). *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 4(2), 73–88. <https://doi.org/10.22437/ppd.v4i2.3583>
- Ancok, D., Sungaidi Ardani, M., & Suroso, F. N. (2000). *Psikologi Islami : solusi Islam atas problem-problem psikologi (cetakan 3)*. Pustaka Pelajar.
- Anggaraeni, M., & Widayati, S. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Ivet Semarang. 3(2), 43–50.
- Anggarasari, R. E. (1997). Hubungan Tingkat Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 15–20. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art2>
- Anggraini, R. T. dkk. (2017). Stress and coping patterns of university students. *Journal of College Student Development. Gadjah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 131–140.
- APJII. (2022). Bulletin APJII Edisi Desember 2022. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Desember*, 2–5.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 79–83. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3285>
- BPS Provinsi Jawa Tengah. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah (Jiwa) 2020-2022*.
- Darma, G. S. (2020). *JurnalMantik*. 4(3), 2257–2262.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: a Comparison of Two Theoretical Models*. *Source: Management Science*, 35(8), 982–1003.

- 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>
- Eldersevi, S., & Haron, R. (2020). An analysis of masalah based resolutions issued by Bank Negara Malaysia. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 12(1), 89–102. <https://doi.org/10.1108/IJIF-09-2018-0103>
- Engel, J., Blackwell, & Miniard. (1995). *Consumer Behavior*.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group.
- Febriyanti, B., Pratiwi, D., & Prayogo, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsep Diri Konsumen: Budaya, Karakteristik Individu Dan Motivasi Diri (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(3), 267–277. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i3.1038>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *Kareba*, 9(2), 239–250.
- Hayani, N. (2018). Hubungan Tingkat Pemahaman Agama dengan Perilaku Konsumtif pada Ibu Rumah Tangga di Pekanbaru. *Jurnal Al-Amwal*, 7(1), 1–8.
- Khan, M. (1989). *Economic Teachings of Prophet Muhammad (peace be upon him)*. Institute of Policy Studies.
- Khando, K., Islam, M. S., & Gao, S. (2023). The Emerging Technologies of Digital Payments and Associated Challenges: A Systematic Literature Review. *Future Internet*, 15(1). <https://doi.org/10.3390/fi15010021>
- Khraim, D. H. (2010). Article information : Measuring Religiosity in Consumer Research From an Islamic. *Journal of Economic & Administrative Sciences*, 26(1), 52–78.
- Khraim, H. S., Khraim, A. S., Al-Kaidah, F. M., & Al-Qurashi, D. R. (2011). Jordanian Consumer's Evaluation of Retail Store Attributes: The Influence of Consumer Religiosity. *International Journal of Marketing Studies*, 3(4).

<https://doi.org/10.5539/ijms.v3n4p105>

- Kiani, M. (2018). A Comparative Analysis of Concepts " Consumerism ", " Israf " and " Tabzir " in Conventional and Islamic Economics. *The 3rd National Conference on Humanities and Islamic Studies, July*, 1–6.
- Komala, C. (2019). Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali. *Jurnal Perspektif*, 2(2), 248. <https://doi.org/10.15575/jp.v2i2.31>
- Kotler, P. (2000). Managing and Delivering Marketing Programs. *Marketing Management: The Millennium Edition*, 1–456.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Management* (Fifteenth). Pearson Education.
- Kumar, P., Dasari, Y., Jain, A., & Sinha, A. (2017). *Digital Nations - Smart Cities, Innovation & Sustainability*. 276–288. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-68557-1>
- Mandey, L. S. (2009). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2008). *Perilaku konsumen*. Erlangga.
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- 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>
- Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). Intention to choose Halal products: The role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 108–120. <https://doi.org/10.1108/17590831211232519>
- Muttaqin, Z. (2019). The Nature of Excessive Behavior (ISRAF) in the Islamic Economic Framework. *GATR Journal of Business and Economics Review*, 4(1), 49–57. [https://doi.org/10.35609/jber.2019.4.1\(6\)](https://doi.org/10.35609/jber.2019.4.1(6))
- Oliver, R. L. (1996). *Consumer Value: A Framework for Analysis and Research*. ACR North American Advances.
- Pindyck, & Rubinfeld. (2013). *Microeconomics Eight Edition* (Eight). United States: Pearson Education, Inc.
- PSSD. (2022). *Data Demografi Kota Semarang*.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi

- Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 64–74. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p64-74>
- Rahman, A. (1979). *Economic doctrines of Islam*.
- Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millenial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430.
- Rotolo, D., Hicks, D., & Martin, B. R. (2015). What is an emerging technology? *Research Policy*, 44(10), 1827–1843. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2015.06.006>
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Septiana, A. (2015). Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam. *Dinar*, 2(Januari), 18.
- 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.
- Shyan Fam, K., Waller, D. S., & Zafer Erdogan, B. (2004). The influence of religion on attitudes towards the advertising of controversial products. *European Journal of Marketing*, 38(5–6), 537–555. <https://doi.org/10.1108/03090560410529204>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D*. PT Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L.*, 978-623–48(Eureka Media Aksara, November 2022 anggota Ikapi Jawa Tengah NO. 225/JTE/2021 Redaksi:).
- Syatibi, A., & Ishaq, A. (n.d.). No Title. In *Al-Muwaffaqat fiUsul al-Ahkam*. Dar al-Fikr,.
- USMAN, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran.

Yuridika, 32(1), 134. <https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>

Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>

Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen : Teori Dan Praktik* (Cet. 1).

Zainur, Z. (2020). Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal An-Nahl*, 7(1), 32–43. <https://doi.org/10.54576/annahl.v7i1.3>