

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *PENGARUH DOMPET DIGITAL TERHADAP KEMUDAHAN TRANSAKSI (STUDI KASUS PENGUNJUNG DI BANDUNG INDAH PLAZA)*. 1(2), 1–23.
- Amirudin. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Es Krim AICE Di Wilayah Rw 07 Kelurahan Ciracas Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 5(3), 97–107.
- Aliami, S., Hakimah, E., & Fauji, D. (2018). Dampak Pengembangan Pemasaran Digital Pada. *Dampak Pengembangan Pemasaran Digital Pada Startup'S*, 3(1), 73–87.
- Aziziyah, N. A., & Hakimah, E. N. (2021). Dampak Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 645–649.
- blessa, victoria andrenita, & inriani, farida. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keterlibatan Konsumen, DanKualitas Produk Serta Dampaknya Terhadap KeputusanPembelian Produk Melalui Shopee Live. *Diponegoro Journal of Management*, 11, 1–11.
- Deany Fitri, T., & Handari Adji, W. (2024). Pengaruh Shopeepaylater terhadap Daya Beli dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Politeknik Piksi Ganesha Bandung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3601–3614. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1137>
- Febriani, H. L., & Permata, W. I. (2025). Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Flash Sale pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Teknologi Digital). *CoValue Journal*, 15(8). DOI: <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i8.505>
- Frialyani, S. Z., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 4724–4731.

- Haya Maharani Lubis, Netti Nurlenawat, & Dexi Triadinda. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Dompot Digital Shopeepay. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 6108–6124. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.2565>
- Henriawan, D., Puspasari, D., & April, U. S. (2023). Pengaruh Dompot Digital dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Koaliansi : Cooperative Journal*, 3(1), 71–86.
- Khoiriyah, S., Setiaji, G., St Qurrota A'yun, I., & Kusumaningtyas, Z. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Tingkat Konsumerisme Mahasiswa di Lingkungan Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Potensial*, 2(1), 26–34. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson Boston, MA
- Kurniawan, A. (2022). Pengaruh Variabel Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Dompot Digital. *Skripsi*, 01(03), 71–84.
- Laela Nur Jannah. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Penggunaan Dompot Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen dan Akuntansi (JISMA)*. vol 1 April 2022
- Maria Apriyani. (2017), Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Merek Frestea. Repositori Institusional Jurnal Ilmiah Universitas Pasundan.
- Nugroho, A. S., & Raharjo, K. (2020). Analisis regresi linier berganda terhadap kinerja karyawan di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 134–142. <https://doi.org/10.1234/jeb.v15i2.5678>
- RAMADHAN, S., KARIM, N. K., & NURABIAH, N. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pembayaran Shopee Paylater. *Ganec Swara*, 18(1), 209.

<https://doi.org/10.35327/gara.v18i1.751>

- Romadhona, S. (2023). *Meninjau Kekurangan Aplikasi Dompot Digital LinkAja*. Jurnal Perencanaan dan Pengembangan Wilayah, 14(2). DOI: <https://doi.org/10.24114/plans.v14i2.52276>
- Rosyadi. (2019). Pengaruh Daya Beli dan Jumlah Pengangguran Terhadap Tingkat Kemiskinan di Indonesia Tahun 2012-2017. 45–55
- Schneider, G. (2011). *E-Wallet: Konsep dan Aplikasi*.
- Silalahi, P. R., Safira, R., Hubara, Z. A., & Sari, E. P. (2022). Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 869–878. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2673>
- Sofiatullah, P. A. (2024). Dampak Daya Beli Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 6(4), 335-342.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (Issue August).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 7*. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Tohari, Amin, & Bhirawa, Sigit Wisnu Setya. (2023). *APLIKASI SPSS 25.0 UNTUK EKONOMI DAN BISNIS. Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- Utama, D. C., Rahman, A., Ariandi, F., & Arista, R. (2022). Persepsi E-Commerce Shopee terhadap Tingkat Daya Beli pada Pelanggan yang Berprofesi sebagai Karyawan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 4, 215–220. <https://doi.org/10.37034/infeb.v4i4.176>