

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan terjemahannya. *Departemen Agama RI*. Jakarta.
- Amir, Karimudin. (2015). Dailysocial.id, 6 Februari. Diakses pada 18 Desember 2018. <https://dailysocial.id/post/mobile-Banking-indonesia>.
- A.P. Barten. (1974). *Consumer Behaviour and Economic Theory a Comment*. Louvain Economic Review, Vol. 40, No. 3.
- Azhar, Irza. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Masiswa Dalam Berbelanja *Online* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Program Studi Ekonomi Syariah UMY). *Skripsi Gelar Sarjana*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Deshapri, dkk. (2015). Pengaruh persepsi kemanfaatan dan sikap pengguna *online* shop terhadap minat menggunakan rekening bersama (studi pada pengguna Kaskus.com). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 1.
- Dewi, Sukma K. (2014). Kartu Kredit Syariah dan Perilaku Konsumif Masyarakat. *Ahkam*, Vol: XIV, No. 2.
- Ethia, Eghia. (2015). Identifikasi Faktor-faktor Pendorong Niat Berbelanja Kembali Konsumen Secara *Online* (Customer *Online* Repurchase Intention) pada situs E-Commerce di Indonesia. *Tesis Gelar Magister*. Universitas Indonesia.
- Georgiana, Bighiu *et. al.*, (2015). Compulsive buying behavior on the internet. *Procedia Economics and Finance*, Vol. 20, No: 72-79.

- Geovani, Jeannette Zes. (2016). Analisis dampak saluran komunikasi dalam mengadopsi Mobile Banking. *Skripsi Gelar Sarjana*. Universitas Indonesia.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. Semarang: UNDIP.
- I Gede Nyoman, Jaya dan I Made, Sumertajaya. (2008). Pemodelan Persamaan Struktural Dengan Partial Least Square. Prosiding Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika. ISSN 978-979-16353-1-8
- Jamie, Lynn G. *et. al.*, (2014). Adoption of Mobile Payment Technology by Consumers. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, Vol. 42, No. 2: 358-368.
- Juanita, Karla. (2015). Pengaruh Gaya Hidup, *Favorite Promotion Strategy*, dan Orientasi Belanja Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Belanja *Online* di Instagram. *Skripsi Gelar Sarjana*. Universitas Indonesia.
- Kama. (2018). Nextren Grid, 19 Januari. Diakses pada 13 Oktober 2018. <http://nextren.grid.id/read/0124363/inilah-tren-e-commerce-2018-di-indonesia-menurut-toko-online-ini?page=all>
- Kurniawan, Dudi. (2014). Kriteria nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Syariah produktif dan konsumtif. *Tesis Gelar Magister*. Universitas Indonesia.

- Krisdiantoro, Danang. (2016). Pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Skripsi Gelar Sarjana*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Laksana, Giga Bawa dkk. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 26, No. 2.
- Melita, Fitria Eva. (2015) Dampak *Online Shop* di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarind. *eJournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1(3), No. 117-128.
- Nelasari, Ratna Perti dan Cahyono Hendry. (2018). Pengaruh Sistem Transaksi non Tunai Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1 No. 2.
- Publisher. (2018). Badan Litbang, 23 Maret. Diakses pada 12 Januari 2018. <http://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-snapcart-65-persen-pelaku-belanja-online-adalah-perempuan/>
- Ramadhani, Laila. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *JESP*, Vol.8, No. 1.

Robert, Kurniawan, dan Yuniarto, Budi. (2016). *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana.

Sugyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syukriah, Eljihad Akbari. (2013). Analisis faktor-faktor penyebab nasabah menggunakan layanan Mobile Banking: Pendekatan metode Technology Acceptance Model (studi kasus: PT Bank XYZ). *Tesis Gelar Magister*. Universitas Indonesia.

Utomo, Aditya. (2013). Analisis faktor penentu yang mempengaruhi minat kaum muda untuk mengadopsi layanan Mobile Banking. *Skripsi Gelar Sarjana*. Universitas Indonesia.