

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. d. (2017). *Millenial Nusantara*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Amalia, D. R., & Muhaimin. (2017, Oktober). Social Influence Pondok Pesantern terhadap Perilaku Konsumsi Islami Santri Mahasiswi Pondok Pesantren Syaichona Moh. Cholil Bangkalan. *Jurnal Pendidikan dan Pranata Islam*, Vol. 8 No. 2.
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*.
- Antony, M. (2008). *What is Social Media (E-book)*. London : iCrossing.
- Anwar, D., & Marnola, I. (2018, Oktober 15-16). *Effect Of Religiosity And Community On Entrepreneurial Motivation Of Youth (Case Study Of Hijrah Youth Community Padang Gantiang Batusangkar)*. *Batusangkar International Conferense III*.
- Bank Indonesia. (2019, Oktober 11). *Financial Technology*.
- Billion, A. (2016, Oktober). Financial Technology for Micro, Small, and Medium Sized Enterprises. *ING Economic Department*.
- Boonsiritomachai, W. &. (2018). Determinants Affecting Mobile Banking Adoption by Generation Y Based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model Modified by the Technology Acceptance Model Concept. *Kasetsart Journal of Social Science*, 1-10.
- Chatijah, S. (2007, Agustus). Hubungan antara Religiusitas dengan Sikap Konsumtif Remaja. *Jurnal Humanitas*, Vol. 4 No. 2.
- Desai, F. (2017, Agustus 4). The Evaluation of Fintech.
- Eryadi, H. T., & Eka Yuliana, S. M. (2016, April). Pengaruh Perceived Value dan Social Influence terhadap Purchase Intention Smartphone 4G pada Pelanggan Bandung Electronic Center. *e-Proceeding of Management*, Vol. 3 No. 1, 86.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM dan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. e. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States: Pearson.
- Huda, N. (2017). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMSI PRODUK HALAL PADA KALANGAN MAHASISWA MUSLIM. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*.

- Husnul, F., & H, W. &. (2014). Efektifitas Layanan Internet banking berdasarkan Persepsi Konsumen (Studi pada Nasabah PT. Bank Mandiri dan PT. Bank Negara Indonesia Tahun 2013). *Sentika Journal*, pp. 83-88.
- Imawati, I., & Susilaningsih, E. I. (2013). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Vol. 2 No. 1*, 48-58.
- IOSCO. (2017). IOSCI Research Report on Financial Technologies (Fintech).
- Iqbal, M. H. (2018). Impact of Self-Service Technology (SST) Service Quality on Customer Loyalty and Behavioral Intention : The Marketing Role of Customer Satification. *Cogent Business & Management*, 5 : 1423770.
- J. Setiadi, N. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Karmila, R., & Azwar Ananda, J. I. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Konsep Diri terhadap Gaya Hidup Siswa SMAN 3 Kota Solok. *Jurnal Civics : Media Kajian Kewarganegaraan*, Vol. 15 No. 2, 120-125.
- Kristiani, N. (2017, Maret). ANALISIS PENGARUH IKLAN DI MEDIA SOSIAL DAN JENIS MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMBENTUKAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI YOGYAKARTA. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol. 24 No. 2, 196-201.
- Lee, K. (2008). Opportunities for Green Marketing : Young Consumers. *International Journal of Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 26 No. 6, 573-586.
- Lin, J. a. (2006). The Role of Technology Readiness in Costumers Perception and Adoption of Self-Service Technology. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 15, Iss 5, pp, 497-517.
- Miranda, S. (2017). PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA ONLINE SHOPPING FASHION TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vo. 4 No. 1.
- Ozili, P. K. (2018). Impact of Digital Finance on Financial Inclusion and Stability. *Borsa Istanbul Review*, 1-10.
- Putri, C. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CHERIE MELALUI MINAT BELI. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1 No. 5.
- Putriani, Y. H. (2015, Juli). POLA PERILAKU KONSUMSI ISLAMI MAHASISWA MUSLIM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA DITINJAU DARI TINGKAT RELIGIUSITAS. *Vol. 2 No. 7*.

- Rahma, T. I. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan terhadap Penggunaan Financial teknologi. *Vol. III No. 1*, 642 - 661.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, P. P., & Septyarini, E. (2018, Juli 1). Pengaruh Financial Technology terhadap Kepuasan Keuangan (Study Kasus pada Pedagang di Pasar Beringharjo Yogyakarta). *Jurnal UMKM Dewantara, Vol. 1 No. 1*.
- Sekaran, U. d. (2014). *Metode Penelitian untuk Bisnis : Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sobaya, S., & M. Fajar Hidayanto, d. J. (2016, Juni). Pengaruh Literasi Keuangan dan Lingkungan Sosial terhadap Perencanaan Keuangan Pegawai Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. *Vol. 20 No. 1*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tsaanii, A. A. (2016). Analisis Persepsi dan Keterlibatan Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian dalam Transaksi E-commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, pp. 1-15.
- Wahyudi. (2013). Tinjauan tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall SCP. *eJournal Sosiologi, Vol. 1 No. 4*.
- Wahyuni, E. T. (2009). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 133-148.
- Wardhana, A. (2019, Maret). Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Konsumen Pada Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol. 2 No. 2*.
- Widayati, I. (2011). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Pengelolaan Keuangan Keluarga, dan Pembelajaran di Perguruan Tinggi Terhadap Literasi Finansial Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Humaniora, Vol. 2 No. 2*, 176-183.

