

DAFTAR PUSTAKA

- Alviano, M., Trimarsiah, Y., & Suryanto. (2023). Perancangan Aplikasi Penjualan Berbasis Web Pada Perusahaan Dagang Dendis Production Menggunakan Php Dan Mysql. *Jurnal Informatika Dan Komputer (Jik)*, 14(1), 37–44.
- Beaird, J., George, J., & Walker, A. (2020). *The Principles of Beautiful Web Design , 4th Edition Notice of Rights Notice of Liability* (Vol. 3). <https://libgen.is/book/index.php?md5=2E7144B670BB57B7BB2A7821B67C3A55>
- Comission, E. (2016). 済無No Title No Title No Title (Vol. 4, Issue 1).
- Cooper, P. D. (2006). Creating a website. In *Bmj* (Vol. 333, Issue 7563). <https://doi.org/10.1136/bmj.333.7563.s62-b>
- Crowder, D. A. (n.d.). *Learn to: •*.
- Daraini, Sa'adatut, N., & Masnawati, I. E. (2024). Peran Media Sosial Youtube Sebagai Media Edukasi Dalam Pendidikan Generasi Z. *MIND Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Budaya* 4.2 (2024), 4(2), 81–87.
- Deacon, P. (2020). UX and UI Strategy: A step by step Guide on UX and UI design. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (p. 40).
- Ditya+Nurul+Fauziyah2858. (n.d.).
- Graver, A., & Jura, B. (2012). *Best Practices for Graphic Designer: Grids and Page Layouts — An Essential Guideline For Understanding & Applying Page Design Principles*. 193.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Hasbi. (2024). Mobile Payment in Overspending Behavior with Gender as a Moderating Variable: Empirical Evidence from Gen Z. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 34–49. <https://doi.org/10.23917/sosial.v5i1.3794>
- Housel, M. (2020). The Psychology of Money. In *Harriman House Ltd (Great Britain)*. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.re>

gsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

IDEO. (2015). *Field Guide to Human-Centered Design*.

Jannah, S. N. F., & Rosyidiyani, T. S. (2022). Gejala Fear of Missing Out dan Adiksi Media Sosial Remaja Putri di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*, 3(1), 1–14.

Khayati, N., Apriliyanti, D., Nastacia Sudiana, V., Setiawan, A., & Pramono, D. (2022). Fenomena Flexing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural. *Jurnal Sosialisasi*, 9, 113–121.

Nuryasman MN, & Elizabeth Elizabeth. (2023). Generasi Sandwich: Penyebab Stres Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Keuangan. *Jurnal Ekonomi*, 28(1), 20–41. <https://doi.org/10.24912/je.v28i1.1322>

Perdana, D. D., Widiayanti, W., Gushevinalti, G., & Perdana, D. D. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 54. <https://doi.org/10.35308/source.v10i1.8381>

Perloff, R. M. (2016). The Dynamics of Persuasion. In *The Dynamics of Persuasion*. <https://doi.org/10.4324/9781315657714>

Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). 濟無No Title No Title No Title. In *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2).

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>

Putra, B. L., Rifqi, A. A., & Masyhuri, S. Al. (2023). Rendahnya Literasi Keuangan Terhadap Keinginan Melakukan Pinjaman Online (Studi Kasus Mahasiswa Progam Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(6), 2184–2189. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i6.1040>

Robin Landa. (2014). Graphic Design Solutions (5th ed.). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

Rumbik, F. E. R. F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan

Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(2), 163–171. <https://doi.org/10.26740/akunesa>

Salsabila, A., & Ramlan, R. (2023). Penerapan Komunikasi Persuasif Melalui Desain Poster Untuk Konten Media Sosial Perum Jasa Tirta II. *VISWA DESIGN: Journal of Design*, 3(1), 34–41. <https://doi.org/10.59997/vide.v3i1.1409>

Setya Prihatining Tyas, Nazlah Azzahra, Bernika Meilani Ifada, & Noerma Kurnia Fajarwati. (2024). Peran Komunikasi Persuasif Dalam Media Sosial. *SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 16–22. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i2.956>

