

DAFTAR PUSTAKA

- Aftika, N., Rahmawati, Y., & Susanti, E. 2022. Pengaruh fitur Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 45–58.
- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. 2023. Perkembangan e-commerce: Analisis dominasi Shopee sebagai primadona marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>
- Ananda, R., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. 2021. Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap impulsive buying pada mahasiswi pengguna e-commerce Shopee. In *Psychomunity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul*, 1(1), 67-77.
- Anatasya, N. 2020. *Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISIP USU* [Thesis, Universitas Sumatera Utara]. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/32168>
- Andriany, D., & Arda, M. 2019. Pengaruh Media Sosial Terhadap *Impulse Buying* Pada Generasi Millenial. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(2), 428–433. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.65>
- Angela, V., & Paramita, E. L. 2020. Pengaruh lifestyle dan kualitas produk terhadap keputusan *impulse buying* konsumen Shopee generasi Z. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262.
- Annur, C. M. 2022. *Shopee Paylater; Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan pada 2021*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/shopee-paylaterlayanan-paylater-paling-banyak-digunakan-pada-2021>
- Aristanti, N. D. 2020. Paylater, Kartu Kredit *Zaman Now* yang Ternyata Bisa Bikin Kalap Belanja! Koin works. Dipetik November 6, 2024 dari <https://koinworks.com/blog/apa-itu-pay-later/>
- Darmawan, E. S. 2022. Hasil Riset Ipsos: Shopee jadi *E-Commerce* yang Paling Banyak Digunakan pada 2021. Halaman all—Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2022/01/31/204500426/hasil-riset-ipsosshopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-pada?page=all>
- Dhanty, W. R., Cahyati, A. V., & Alexandra, E. T. 2022. Analisis Pengaruh Kemudahan Paylater Pada Aplikasi Shopee Dan Promo Diskon Produk Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi pada Pengguna Shopee di DKI Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, 4(1), 1–13.

- Dharma, A., Putri, N. A., & Santoso, B. 2022. Analisis perilaku konsumen terhadap penggunaan platform Shopee di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 14(1), 22–35.
- Dianka, A. A. 2021. *Performa e-Commerce: Shopee, Si Paling Laris Tahun Ini*. TrenAsia. <https://www.trenasia.com/performa-e-commerceshopee-si-paling-laris-tahun-ini>
- Fakri, Ahmad. 2016. Pengaruh *Online Customer Review* Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada *Online Marketplace* Di Indonesia. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Farida, L. 2022. Pengaruh e-commerce terhadap kepuasan pelanggan di marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 212–219.
- Fauziah, A. P., & Naomi, N. D. 2022. Fenomena Belanja Online: Kasus Pengguna Fitur *Shopee Paylater* (Studi Kasus Pada 4 Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta 2020). *Indonesian Journal of Society Studies*, 2(2), 31–45. <https://doi.org/10.21009/Saskara.022.03>
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gilang Irwan. 2022. Filosofi pemilihan warna logo brand ternama. Diakses dari <https://www.glngirwn.com/blog/filosofi-warna-logo/>
- Girsang, R. M., Mardah, S., Saragih, L., Anisah H. A., Purba, M. I., Sugiat, M. A., Martini, E., Krismawintari, N. P. D., Iswandi, M., Rosharita, Yudhyani, E., Sugangga, M., Wijaya, A., Setyasari, U. E., Nani & Amruddin. 2023. *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. 2020. Pengaruh kemudahan transaksi non-tunai terhadap sikap konsumtif masyarakat kota makassar. *Kareba: Jurnal ilmu komunikasi*, 239–250.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E. 2022. *Multivariate Data Analysis*. United Kingdom: Cengage Learning.
- Hajar, S., Ahmad, S., Abdul, I., & Azmi, G. 2019. *Islamic Development Management*. In *Islamic Development Management*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-7584-2>
- Hajar, S., Musadik, S. A., Abdul, I., & Azmi, G. 2017. *A Conceptual Paper: The Effect of Islamic Religiosity on Impulsive Buying Behaviour*. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 1(2), 137.
- Harsono, S., Haripraditya, N. T., & Soleh, M. A. R. 2022. Perilaku belanja online dan niat beli pada generasi Z di Indonesia. *Journal of Business & Banking*, 12(1), 1–15.

- Julita, E., B. I., & Yustati, H. 2022. Pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953–2957. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Krisito, R. E., Musnaini, M., Fazri, A., & Khotib, W. 2024. Pengaruh Promosi Gratis Ongkir dan *Countdown Time* terhadap *Impulse buying* pada Aplikasi Shopee. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, Vol. 4(3), 18140-18153.
- Lomax, Richard G. 2001 dalam Fajhri 2018. *Statistical Concepts: A Second Course for Education and Behavioral Sciences*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Maryam, S., dkk. 2024. Analisis Penggunaan PayLater terhadap Pengelolaan Arus Kas Konsumen. *Research Institute of Socio Economic Development*.
- Mulyatiningsih, Endang. 2012. Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Nabilaa Amalia, A. 2025. Strategi visual Shopee: Penggunaan warna oranye sebagai corporate color pada Shopee. Kompasiana. Diakses dari <https://www.kompasiana.com>
- Nissa, A., Sa, N., Hidayah, Y. R., & Anshori, A.R. 2021. Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Melakukan Jasa Gesek Tunai Melalui *Shopee Paylater* Pada *Marketplace* di Aplikasi Shopee. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 7(2), 304-308.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. 2021. Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7(1), 425-432.
- Putri, A. D., Andini, R., & Pratama, F. 2023. Pengaruh penggunaan layanan PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada platform e-commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital*, 8(2), 115–124.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. 2022. Pengaruh fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Mataram. Target: *Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Rizki, M., Pradana, M., dan Kartawinata, B. 2025. Peran Layanan BNPL sebagai Mediator Perilaku Impulsif Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 11(1), 66–78.
- Sari, D. 2020. Perkembangan Layanan PayLater pada Industri Fintech Indonesia. *Jurnal Keuangan Digital*, 4(2), 44–55.
- Sheskin, David J. 2004. *Handbook of Parametric and Nonparametric Statistical Procedures*. Boca Raton: CRC Press.
- Shopee. 2025. ShopeePaylater: Fitur pembayaran kredit digital. Diakses dari <https://shopee.co.id>

- Sinarta, A. B., dkk. 2025. Analisis kepuasan pengguna pada layanan e-commerce di Indonesia (Systematic Literature Review). *JUSTIN (Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi)*. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/justin>
- UNITRI. 2025. Tentang Universitas Tribhuwana Tungadewi. Diakses dari <https://unitri.ac.id>
- Utami, C. W. 2018. Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia. Salemba Empat.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. 2001. Individual *differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking*. *European Journal of personality*. Vol. 15(S1), S71-S83.
- Widiastuti, S., dan Sumastuti, E. 2025. Pengaruh PayLater terhadap Impulsive Buying pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 45–56.
- Wijaya, R., Pradana, M., dan Kartawinata, B. 2024. Persepsi Kemudahan Penggunaan Shopee PayLater terhadap Perilaku Impulse Buying. *Jurnal Ekonomi Digital*, 10(2), 120–134.

