

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R. (2019). Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Melalui Harga, Produk, Kemudahan Dan Keamanan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating Di Komplek Johor Indah Permai II Medan. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 111. [https://www.semanticscholar.org/paper/FENOMENAH-ARBOLNAS\(HARIBELANJAONLINENASIONAL\)Adhitya/58d42d0a432ec79390be61e42e34730a6a5ce597](https://www.semanticscholar.org/paper/FENOMENAH-ARBOLNAS(HARIBELANJAONLINENASIONAL)Adhitya/58d42d0a432ec79390be61e42e34730a6a5ce597)
- Amruddin, Roni, P., & Dkk. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Pradina Pustaka* (P. 235 Halaman).
- Andriana, D., Martana, I. K., & Baskoro, A. P. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Harbolnas Marketplace Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di UBSI. *Komunikata* 57, 1(2), 66–73. <https://doi.org/10.55122/Kom57.V1i2.166>
- Azzahra, D., Fatira, M., & Zulhendry. (2023). Pengaruh Diskon Dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembayaran Menggunakan Shopeepaylater Pada Shopee. *Konferensi Nasional Social Dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2023*, 222–229.
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Dewi, R., & A, N. (2021). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Penggunaan Shopee Paylater. *Jurnal Manajemen Indonesia*.
- Fatmawatie Naning. (2022). E Commerce Dan Perilaku Konsumtif. In *Naning Fatmawatie*.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap Dan Pemasaran*. Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.

- Ghufron, I., & Ishomuddin, K. (2021). KOSMARA : Konsep Pengembangan Ekonomi Pesantren Dan Pengendalian Pola Perilaku Konsumtif Santri Di Pondok Pesantren Nurul Jadid. *Al-Ulum Jurnal Pemikiran Dan ...*, 8(1), 113–127. [Http://Journal.Uim.Ac.Id/Index.Php/Alulum/Article/View/996%0Ahttp://Journal.Uim.Ac.Id/Index.Php/Alulum/Article/Download/996/659](http://Journal.Uim.Ac.Id/Index.Php/Alulum/Article/View/996%0Ahttp://Journal.Uim.Ac.Id/Index.Php/Alulum/Article/Download/996/659)
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool In Business Research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. [Https://Doi.Org/10.1108/EBR-10-2013-0128](https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128)
- Julita Elpa. (2022). *PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MUSLIM (STUDI PADA MAHASISWA FEBI UIN FATMAWATI SUKARNO BENGKULU)*. 9, 356–363.
- Khairunnisa, Y. P. (2023). Kebiasaan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perkembangan Kepribadian Anak. *JUBIKOPS: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 3(1), 37.
- Kotler, & Gari, A. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, Philip, & G, Armstrong. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. In *Edisi 12 Jilid 1 Erlangga*.
- Kurniawan, A., Pakpahan, M., Riwanto, P., Devita, F., & Sari, E. (2023). Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Tingkat Akhir IKIP PGRI Bojonegoro. *Prosiding SEMNAS*, 2032–2047.
- Lestari, L. D., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Pada E-Commerce Shopee Melalui Diskon Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1482–1491. [Https://Doi.Org/10.26740/Jptn.V10n1.P1482-1491](https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1482-1491)
- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*

- (JPPK), 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Mardiah, A. (2019). Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Iqtishad*, 13(2), 93. <https://doi.org/10.24014/jiq.v13i2.4391>
- Mardiani, N. F., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris Di Ponorogo. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2703>
- Panjaitan, Simon, P., & Marpaung, Nicholas. (2023). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Dan Promo Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Terhadap Impulse Buting Pengguna Shopee Di Kota Medan. *Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*.
- Paujiah, & Ariani, L. (2023). Perilaku Konsumtif: Studi Kuantitatif Deskriptif Masyarakat Di Kabupaten Kotabaru. *Jurnal Ilmu Psikologi Dan Kesehatan*, 2(2), 153.160. <https://publish.ojsindonesia.com/index.php/SIKONTAN/article/view/1307>
- 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>
- Sasambe, G., Massie, J. D. D., & Rogi, M. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Freshmart Superstore Bahu Manado Terkait Penerapan Protokol Kesehatan Dalam Pencegahan Covid19 (Studi Pada Konsumen Freshmart Superstore Bahu Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 186–195. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.48358>
- Sidik, P., & Sunarsi Denok. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pascal Books* (Pp. 1–215).
- Sudana, I. Made, & Setianto, Rahmat Heru. (2018). *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data Dengan SPSS*. Erlangga 978602.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Try Oustin, & Habiburrahman Habiburrahman. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Pembelian Sneakers. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(1), 356–362. <https://doi.org/10.30640/Ekonomika45.V11i1.1872>
- Ulul Azmi, Efriyani Sumastuti, & Bayu Kurniawan. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Di Marketplace. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 285–297. <https://doi.org/10.55123/Mamen.V2i2.1845>
- Utami, M. R., Meriyati, M., & Aravik, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang Serta Pandangan Perspektif Ekonomi Islam Terhadapnya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 269–282. <https://doi.org/10.36908/Jimpa.V3i2.235>
- Veronika, V., & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04). <https://doi.org/10.34308/Eqien.V11i04.1272>
- Yuniarti, Y., Tan, M. I., Siregar, A. P., & Amri, A. I. S. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Konsumen Saat Moment Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 153–159. <https://doi.org/10.22437/Jmk.V10i01.12711>
- Zuliyansah, Z., Yuspira, P., & Pane, S. G. (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur*, 2(1), 31–43. <https://doi.org/10.57235/Motekar.V2i1.2115>