

DAFTAR PUSTAKA

- Anjarwati, S., Rachmawati, M., Mustam, Astuti, M. T., Evriza, E., Fathurrahman, Ramli, Edmizal, E., Putri, N.A.A. (2024). *Literasi Digital Bisnis*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Aprilyan, Y., Sasanti, E. E., & Nurabiah. (2022). Pengaruh E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>
- Arrezqi, M. (2024) Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal Syntax Idea*, 6(7), 2936-2947. <https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/download/4066/2208>
- Asari, A., Zulkarnaini, Hartatik, Anam, A. C., Suparto, Litamahuputty, J. V., Dewadadi, F. M., Prihastuty, D. R., Maswar, Syukrilla, W. A., Murni, N. S., Sukwiwa, T. (2023). *Pengantar Statistika*. Solok: Lentera ilmu.
- Asmaaysi, A. (2022). *Intip Kelebihan dan Kekurangan ShopeePaylater*. Diakses 15 Januari 2025, dari <https://finansial.bisnis.com/read/20220822/563/1569207/intip-kelebihan-dan-kekurangan-Shopeepaylater>
- Batubara, M., Putri, M., & Hrp, M. R. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 422–429. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/21739>
- 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>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Ghozali, Imam. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 21. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- 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.

- Ika, N., Fitriyah, Z., & Dewi, N. C. (2020). *Impulse Buying Di E-Commerce Shopee*. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 3(1), 57–61. <https://sasanti.or.id/ojs/index.php/jda/article/view/45>
- Jamjuri, Ramdansyah, A. D., & Nupus, H. (2022). Pengaruh Merchandising dan Price Discount Terhadap *Impulse Buying* Melalui Emosi Positif Sebagai *Intervening*. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(2), 171–181. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/INTECH/article/view/4837>
- Kurniawan, A. (2023). Pengaruh Fitur Pay Later dalam Aplikasi Shopee terhadap Perilaku *Impulse Buying* (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro). *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan*. 1(1). 121-135. <https://prosiding.ikippgribojonegoro.ac.id/index.php/FPMIPA/article/view/2241>
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501-2510. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6586>
- Musnaini, Haudi & Haryati, D. (2021). *Pengantar Statistik Ekonomi*. Solok: CV. Insan Cendekia Mandiri.
- Mokalu, V. R., & Boangmanalu, C. V. J. (2021). Teori Psikososial Erik Erikson: Implikasinya Bagi Pendidikan Agama Kristen di Sekolah. *VOX EDUKASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 12(2), 180–192. <https://doi.org/10.31932/ve.v12i2.1314>
- Nikmah, A., & Iriani, S. S. (2023). Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku *Impulse Buying*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(16), 8–21. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/4787>
- Pakpahan, R. R. N., & Budiman, J. (2022). Pengaruh Penggunaan *Paylater* Dalam E-Marketing Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 11(9), 1321–1330. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jdpdp/article/view/57906>
- Priati, Akbar, R., & Briando, B. (2022). *Statistika Dasar*. Depok: Politeknik Imigrasi.
- 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>

- Rahmawati, R., Onsardi, Miniarni, A. W. R., Sari, P. N. M., Nita, Z. A., Noviyani, W., Sari, P. F., Sanjaya, A. B., S. A., Agustina, S., Syafira, H., Mardiana, V., Septadinata, D., Nurhidayat, & Putera, A. (2022). Korelasi Mutu Pelayanan Dengan *Impulse Buying* Konsumen Ud. Mantan Karyawan Kota Bengkulu. *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate*, (h. 23–29). Bengkulu: Universitas Muhammadiyah Bengkulu. <https://jurnal.umb.ac.id/index.php/pb/article/view/2971>
- Raihani, R. (2023). Pengaruh Penggunaan Fitur *Paylater*, Purchase Intention Dan Spirituality Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pengguna E Commerce Shopee. Diakses 1 Mei 2025. https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21399/1/1905026010_Riska%20Raihani_Full%20Skripsi%20%20Riska%20Raihani.pdf
- Razak, I., Wibowo, I., & Reztrianti, D. (2023). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bisnis*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara (PMN).
- Rini, Y. P., & Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh *Impulse Buying* Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Merek Pond'S Di Golden Swalayan Tulungagung. *Jurnal Economina*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.48>
- Rismawati, R., Ibrahim, T., & Arifudin, O. (2024). Peran Sistem Informasi Dalam Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan. *Jurnal Tahsinia*, 5(7), 1099–1122. <https://jurnal.rakeyansantang.ac.id/index.php/th/article/view/618/397>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Riyoko, S. (2020). *Dasar – Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Markumi.
- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Rukminingsih, Adnan, G., & Latief, M. A. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan: Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas*. Yogyakarta: Erhaka Utama.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Sandra, D. K., & Fithrotunisa, C. A. (2023). Perilaku *Impulse Buying* terhadap Layanan *SPayLater* dan Gratis Ongkir sebagai Strategi Pemasaran Shopee. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 8(2), 188–198. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8680>

- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Tangerang: Indigo Media.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan *Paylater* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Setiawan, A. (2024). Cara Mengaktifkan dan Bayar *SPayLater*, Bisa Pakai di Mana Pun. Diakses 13 Januari 2025, dari <https://Shopeepay.co.id/blog/cara-mengaktifkan-dan-bayar-SPayLater-bisa-pakai-di-mana-pun>
- Shopee. (2020). [Baru di Shopee] Apa itu Shopee?. Diakses 10 Januari 2025, dari <https://help.Shopee.co.id/portal/4/article/73401-%5Baru-diShopee%5DApa-itu-Shopee>
- Shopee. (2020). [*SPayLater* - Pembayaran] Bagaimana prosedur pembayaran menggunakan *SPayLater*?. Diakses 15 Januari 2025, dari [https://help.Shopee.co.id/portal/4/article/73455-\[SPayLater%20Pembayaran\]_Bagaimana-prosedur-pemba%20yaran-menggunakan-SPayLater](https://help.Shopee.co.id/portal/4/article/73455-[SPayLater%20Pembayaran]_Bagaimana-prosedur-pemba%20yaran-menggunakan-SPayLater)
- Shopee. (2020). *Paylater: Pengertian, Keuntungan, dan Tips Menggunakannya*. Diakses 10 Januari 2025, dari <https://Shopee.co.id/inspirasi-Shopee/apa-itu-paylater-adalah>
- Siregar, K. A., Anggraini, T., & Atika. (2022). Pengaruh Shopee *Paylater*, Endorsment, Dan Sikap Tabzir Terhadap *Impulse Buying* Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(4), 1006–1019. <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JUMSI/article/view/3772>
- Siregar, Y. M. (2022). Pengaruh Harbolnas, Fitur Lat Dan Koin Shopee Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Dengan Karakteristik Individu Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Kampus Islam Di Sumatera Utara)”. *Comit: Communication, Information and Technology Journal*. 1(2). 64–85. <https://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/comit/article/view/42>
- Surveyandini, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Impulse Buying* Pada Konsumen Karita Muslim Square Purwokerto. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 277–281. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.320>
- Syaifuddin, A. M., Ruslang, R., Hasriani, H., & Muslimin, S. (2022). Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Shopee *Paylater*. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 4(2), 109–120. https://www.academia.edu/96365837/Perspektif_Ekonomi_Islam_Terdapat_Transaksi_Shopee_Paylater