



DAFTAR PUSTAKA

- Aftika, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Prespektif Bisnis Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 87-106.
- Andriyanto, D. S., Suyadi, I., & Fanani, D. (2016). Pengaruh Fashion Involvement dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying (Survey pada Warga Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 31(1), 42-49.
- Anonim. (2021). Apa itu Paylater? Daftar Aplikasi, Keuntungan, dan Kerugian. <https://info.populix.co/articles/aplikasi-paylater-adalah/>. (Diakses pada 27 Desember 2021)
- Ansori, M. 2019. Perkembangan dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. *Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 31-45.
- Aprilia, E. D. (2018). Impulse Buying Pada Mahasiswa Di Banda Aceh. *Jurnal Psikologi*, 2(2), 170-183.
- Arslan, B. (2015). The Influence of Credit Card Usage on Impulsive Buying. *International Journal of Physical and Social Sciences*, 5(7), 235-251.
- Baqir, M. (2020, Agustus 04). 85 Persen Konsumen E-commerce Berasal dari Generasi Z dan Milenial. <https://www.google.com/amp/s/bisnis.tempo.co/amp/1372514/85-persen-konsumen-e-commerce-berasal-dari-generasi-z-dan-milenial>. (Diakses pada 27 Desember 2021)
- Burhan, F. A. (2020, 4 agustus). Riset KIC-Kredivo: Produk Busana Paling Laris di E-Commerce. <https://www.google.com/amp/s/katadata.co.id/amp/desyetyowati/digital/5f297aa120d79/riset-kic-kredivo-produk-busana-paling-laris-di-e-commerce>. (Diakses pada 27 Desember 2021).
- Aydin, G., & Burnaz, S. (2016). Adoption of mobile payment systems: a study on mobile wallets. *Journal of Business Economics and Finance (JBEF)*, 5(1), 73-92.
- Damayanti, F. D. W., & Canggi, C. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1905-1915.
- Fauji, D. A. S., & Widodo, M. W. (2020). *Financial Technology*. Kediri: Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.

- Firmansyah, A. M. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail, H. A., Trimiati, E., & Prihati, Y. (2020). Membangun model konseptual faktor sinergitas perilaku konsumen dalam konteks pembelian impulsive secara online. *Al Tijarah*, 6(3), 10-20.
- Lidwina, A. (2021, Juni 04). Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi Di Dunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>. (Diakses pada 25 Desember 2021)
- Lemeshow, S. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Manek, N. S. (2015). Pengaruh Credit Card, Window Display, Discount, dan Free Product Terhadap Perilaku Impulsive Buying Di Matahari Departemen Store Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmiah Universitas Surabaya*, 3(2), 1-19.
- Maryati, W., Hartini, S., & Premananto, G. C. (2021). The Role of Religiosity and Spirituality on Impulsive Buying. *Journal of Islamic Economics*, 5(1), 119-150.
- Maulida, R. (2019, November 23). Fintech: Pengertian, Jenis, Hingga Regulasinya di Indonesia. <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak-pribadi/fintech>. Diakses pada 25 Desember 2021.
- Nancy, Y. (2021, Januari 22). Mengenal Konsep Paylater yang Marak di E-Commerce. <https://www.google.com/amp/s/amp.tirto.id/mengenal-konsep-paylater-yang-marak-di-e-commerce-f9vX>. (Diakses pada 27 Desember 2021)
- Narastri, M. (2020). Financial Technology (Fintech) Di Indonesia Ditinjau Dari Prespektif Islam. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 2(2), 155-170.
- Nugroho, R. (2021). Motivasi Belajar Peserta Didik Terhadap Pembelajaran Daring Pada Program Pendidikan Kesetaraan Paket B Di UPT SKB Cerme Gresik. *Jurnal Pendidikan Untuk Semua (JPUS)*, 5(1), 24-37.
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronok Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 18(02), 12-31.
- Putra, I. M., & Santika, I. W. (2018). Pengaruh Gender, Daya Tarik Promosi, Kepemilikan Kartu Kredit Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Online Produk Lifestyle. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5570-5598.



- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818-828.
- Putri, G. E. (2021). Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-Commerce. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1).
- Rizaty, M. A. (2022, Maret 21). Sepanjang 2021, Shopee Kuasai E-Commerce Asia Tenggara. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/21/sepanjang-g-2021-shopee-kuasai-e-commerce-asia-tenggara>. (Diakses pada 28 Maret 2022)
- Rizkiyah, K. (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107-126.
- Safitri, K. (2021, Juni 09). Survei: Fitur Paylater Makin Diminati Selama Pandemi Covid-19. <https://money.kompas.com/read/2021/06/09/154843126/survei-fitur-paylater-makin-diminati-selama-pandemi-covid-19?page=all>. (Diakses pada 27 Desember 2021)
- Sari, A. P. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 13(1), 55-73.
- Sari, R. K., Utama, S. P., & Zairina, A. (2021). The Effect of Online Shopping and E-Wallet on Consumer Impulse Buying. *Asia Pacific Management and Business Application (APMBA)*, 9(3), 231-242.
- Sarwono, S. W. (2002). *Psikologi remaja (edisi revisi)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono, (2018) *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaily, L., & Soelasih, Y. (2014). Analisis Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Dilihat Dari Perbedaan Usia. *Jurnal Bina Ekonomi*, 18(2), 77-88.
- Yuniar, N. (2021, Oktober 8). Shopee, *E-commerce* peringkat teratas di Indonesia. <https://www.google.com/amp/s/m.antaranews.com/amp/berita/2444349/shopee-e-commerce-peringkat-teratas-di-indonesia>. (Diakses pada 27 Desember 2021)

