

DAFTAR PUSTAKA

- Aftika.et.al 2022.Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* Vol.3 No. 1 81:100. <http://dx.doi.org/10.24042/revenue.v3i1.11228>
- Agrawal, S., & Abhinav Sareen, S. (2016). Flash Sales- Game Changer in Indian E-Commerce Industry. *International Journal of Advance Research and Innovation*, 4(1),192-195.
- Amira K, Sumber : www.gramedia.com/pengertian-paylater (Diakses pada Kamis, 05 Oktober 2023, Pukul 17.00 WIB)
- Ardin dan Nabila. 2020. Pengaruh *Flash Sale* dan Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online. Skripsi. Institusi Sumatera Utara. <http://repositori.usu.ac.id/handle/>
- Bayu.2023, Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). [https ://dataindonesia.id](https://dataindonesia.id) (Diakses pada Kamis, 05 Oktober 2023, Pukul 18.00 WIB).
- Beurer-Zuellig, B., & Seiler, R (2017). *Deal or No Deal?- Aseessing the Daily Deal Shopper*. Paper presented at the Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences.
- Britannica. (2023). *stimulus-response theory*.
- Budiastuti dan Bandur. 2018. *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Chita, R.C. M,David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (eBm)*, 3(1). 297-302
- Darwipat, D., Syam, A., & Marhawati. 2020. Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Marketplace. *Journal of economic education and entrepreneurship studies*, 1(2), 58-64. Universitas negeri makassar.
- Dude, Ramlan dan Yulinda (2022). Pengaruh Penggunaan Paylater Dan Flashsale Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo). *YUME Vol 5 issue 3* : 358-363
- Fitriana B.A. 2023. Pengaruh Shopee *Paylater*, Voucher Ongkos Kirim Dan Flash Sale Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.<https://eprints.iainsurakarta.ac.id/6389>

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghufron, M.N., dan Risnawita. R. (2010). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta : Ar Ruzz Media
- Ginting, N. F. H. (2011). *Manajemen pemasaran*. Bandung : Yrama Widya
- Iftitah, I.N. 2022. Memahami Arti Konsumtif, Indikator, Faktor, dan Dampaknya. <https://katadata.co.id/safrezi/> , diakses pada Jum'at 13 Oktober 2023 Pukul 18.00 WIB
- Khamidah. 2021. Pengaruh Flash Sale dan Tagline “Bebas Ongkir” Tokopedia Terhadap Perilaku Impulsif Secara Online (pada Masyarakat Kota Bandar Lampung Pengguna Aplikasi Tokopedia). Universitas Tenokrat Indonesia. <http://repository.tenokrat.ac.id>
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Luthfia I.M. (2023). Pengaruh Paylater Dan Flashsale Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Wanita Dewasa Di Kota Semarang. *Jurnal Adbis* : 141-152. Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Semarang.
- Meiryani, 2021, Memahami Uji F (UJI SIMULTAN) Dalam Regresi Linear, <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/> , diakses pada Senin, 16 Oktober 2023 Pukul. 22.00 WIB.
- Meiryani, 2021, Memahami Analisis Regresi Linear Berganda, <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-analisis-regresi-linear-berganda/> , diakses pada Senin, 16 Oktober 2023 Pukul 22.00 WIB.
- Mitkel. (2022). Pengaruh *Buy Now Pay Later* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z Pengguna Shopeepaylater di Kota Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia. <http://repository.upi.edu>
- Moedasir, A. (2022) Flash Sale : Kelebihan, Kekurangan, dan Syarat. Majoo. <https://majoo.id/solusi/detail/flash-sale> (diakses pada Senin 30 Oktober 2023 pukul 17.00)
- Monica, Admin BFI,(2023) Konsumtif adalah : Pengertian, faktor penyebab, tips menghindarinya. BFI Finance <https://www.bfi.co.id/id/blog/konsumtif-adalah-pengertian-faktor-dan-hal-lainnya> (diakses pada Selasa, 22 Januari 2024 pukul 19.00)
- Mujahidah, A.N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik di SMK Negeri 9 Makassar). *Indonesian Journal of School Counseling Theory Application and*

Development Vol 1:1-10. Fakultas Ilmu Pendidikan. Universitas Negeri Makassar. DOI : <https://doi.org/10.26858/ijosc.v1i1/19316>

- Nanda M.R.R. .2023. Pengaruh Promo *Flash Sale* dan Fasilitas Pembayaran Shopee *Paylater* Pada *E-Commerce* Shopee Terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/30291>
- Noor, J. 2011. *Metodologi Penulisan : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- Otoritas jasa keuangan,-Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor :77/POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi,II Otoritas Jasa Keuangan,2016,1-29.https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturanojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL-POJK_Fintech.pdf. (diakses pada Kamis 05 Oktober 2023 Pukul 19.00 WIB)
- Pamungkas, P.T.A. 2023. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Aplikasi Tik-Tok Shop (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta). Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6617/1/195211400%20SKRIPSI%20UTUH.pdf>
- Panjalu, Elly Mirati. 2022. Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur Paylater pada Aplikasi Shopee. *Prosiding SNAM PNJ*. Depok Indonesia
- Paramitha, Diky. 2022. Analisis Metode Pembayaran Paylater Dari Dimensi Kepercayaan, Keamanan, Perilaku Belanja Kompulsif Transaksi Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Vol.7, No.4, 2022 November* : 836-852. <https://jim.unsyiah.ac.id/>
- Prastiwi dan Fitria. 2021. Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, No.1 :425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Pulungan, Delyana Rahmawaty, & Hastina Febriarty. – Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.II *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2, No.3 (2018) :1-8. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.1410873>.
- Rachmadi, Rois Arifin. 2021. Event Flash Sale terhadap Keputusan Belanja Online Selama Pandemi Covid-19 pada Marketplace serta Implikasi pada Kepuasan Konsumen di Kota Malang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol.20* ; 18-32. Universitas Islam Malang.
- Rahima, Irwan Cahyadi 2022. Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Jurnal*

- Reddyson et.al 2022. Pengaruh Fitur Paylater Terhadap Sifat Belanja Yang Konsumtif Pada Remaja Di Kota Batam. *Jurnal Ecodemica Vol.6 No.2, September 2022*
- Rismayadi, A.A, Dede,K.D., & Iedam, F.A. 2020. Analisis Kepuasan Pengguna Shopee Paylater Menggunakan Model Delone & Mclean Sebagai Media Pengajuan Kredit Online. *Jurnal Responsif : Riset Sains dan Informatika* 2(2),190-197.
- Riyanto, S dan Hatmawan A.A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish. Yogyakarta
- Rossa, A. dan Ashfath, F. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaa, Kepercayaan , Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Prosiding SNAM PNJ (2022)*. Politeknik Negeri Jakarta.
- Saputro L.A., F.Y. Khosmas, M. Basri. Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Ilmiah Universitas Tanjungpura*. Universitas Tanjungpura.
- Sari, R. (2020). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol.7 No.1*. Politeknik Negeri Bandung, Indonesia.
- Sinaga, R. (2023). Pengaruh Shopee Paylater (Spaylater) Dan Program Flash Sale Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berbelanja Di Aplikasi Shopee (Studi Mahasiswa Unri). *Jurnal JOM FISIP Vol.10 : Edisi II Juli-Desember 2023*
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke – 22. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017a. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2017b. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Alfabeta. Bandung
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Alfabeta. Bandung.
- Sutopo, Y (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Flash Sale terhadap Keputusan Pembelian (Survey terhadap Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada Situs Shopee.co.id). Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Skripsi.

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. <http://digilib.uin-suka.ac.id/eprint/42906>

- Veblen, Thorstein. - *The Theory Of The Leisure Class. A Penn State Electronic Classics Series Publication*, II 2003. <Http://www.Thevenusproject.com/Downloads/Ebooks/Theory-Leisureclass.Pdf>.
- Wangi, Sonja Andarini. 2021. Pengaruh Flash Sale dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen Vol 5*. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Wijaya et al. Perilaku Konsumsi dan Gaya Hidup Mahasiswa Perkotaan di Masa Pandemi Covid-19. DOI : <https://doi.org.10.15294/ie.v1i2.110>
- Wiyono, S.H. 2023. Pengaruh Viral Marketing, Flash Sale, Shopee Paylater Terhadap Pembelian Impulsive Pada Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri Angkatan 2019). *Simposium Manajemen dan Bisnis Vol.2*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Zakiyyah, A.M. 2018. Pengaruh Flash Sale terhadap Pembelian Impulsif Toko Online "Pulchragallery". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol 4 No.1 Juni 2018*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Zhi Li et al. 2022. Hierarchical meta-learning for cold-start recommendation in flash sale e-commerce. *Knowledge-Based System 255 (2022) 109674*. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>