

## DAFTAR PUSTAKA

- Aftika, S. (2021). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah* [Universitas Islam Negeri Raden Intan ].  
<http://repository.radenintan.ac.id/16857/>
- Ahdiat, A. (2023, January 31). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal IV 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-iv-2022>
- Apriadi, Deni, & Saputra, A. Y. (2017). E- Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *RESTI*, 1(No. 2).
- Azwar, S. (1998). *Metode penelitian*. Pustaka Pelajar.
- BPS. (2021). *Jumlah Penduduk dan Agama Yang Dianut 2019-2021*. Badan Pusat Statistik. <https://jabar.bps.go.id/indicator/108/335/1/jumlah-penduduk-dan-agama-yang-dianut.html>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19.  
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Dharmesta, B. S., & Hani, H. (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE.

- Djamaludin Ancok, & Fuad Nashori Suroso. (2000). *Psikologi Islami : solusi Islam atas problem-problem psikologi* (M. Sungaidi Ardani, Ed.; 3rd ed.). Pustaka Pelajar.
- Duke, P., Andy, M., & Andrew, C. (2019). *Payment Methods Report 2019 - Innovations in the Way We Pay*.
- Efendi, M. A. (2021, July 21). *Survei Kemenag: Religiusitas Masyarakat Meningkatkan di masa Pandemi*. Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Furubotn, E. G., & Ritscher, R. (1998). *Institutions and Economics Theory, the Contribution of the New Institutional Economics*. the University of Michigan Press.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *KAREBA*, 239–250.
- Harris, J., Hunter, J., & Colin, L. (1995). *The New Institutional Economics and Third World Development*. Routledge.
- Immanuel. (2022, August 3). *Ingin Tahu Cara Kredit di Shopee? Ini Cara Mengaktifkan Shopee PayLater!* INSPIRASI SHOPEE.  
<https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/cara-menggunakan-shopeepaylater-di-shopee/>

- Jílková, P., & Králová, P. (2021). Digital Consumer Behaviour and eCommerce Trends during the COVID-19 Crisis. In *International Advances in Economic Research* (Vol. 27, Issue 1, pp. 83–85). Springer. <https://doi.org/10.1007/s11294-021-09817-4>
- Julita, E., Yustati, H., & Idwal, B. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3).
- Komala, C. (2018). Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali. *Jurnal*, 2(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15575/jp.v2i2.31>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th, global edition ed.). Pearson Education.
- Lazirkha, D. P. , H. J., & Melinda, V. (2022). *Quality Analysis Of Digital Business Services In Improving Customer Satisfaction* (2nd ed., Vol. 1). Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal).
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., & Klar, J. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gadjah Mada University Press.
- Ma, J., Hong, J. H., Yoo, B., & Yang, J. (2021). The effect of religious commitment and global identity on purchase intention of luxury fashion products: A cross-cultural study. *Journal of Business Research*, 137, 244–254. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.040>
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam* . Raja Grafindo Persada.

- North, D. (1990). *Institutional Change And Economic Performance*. Cambridge University Press.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam**Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1).
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1). <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Rahmat, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Studies*, 4(1), 2614–7890. <https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v3i>
- Ridwan, M. (2018). *Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATRA UTARA.
- 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.
- Ritonga, H. D. H. (2010). Pola Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonom*, 13(3).

- Rohayedi, E. M. (2020). Konsumerisme Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Transformatif*, 4(1).
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia Rahmatika Sari. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Tiarawati, V., & Faridah, H. (2022). Analisis Hubungan Hukum Antara Para Pihak Dalam Penggunaan ShopeePayLater. *JURNAL JUSTITIA*, 5(2), 292–301.  
<http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/justitia>
- Utami, A. R. (2022). The Effect of Using Shopee Paylater Payments on The Cosumption Behavior and Impulsive Buying of English Education Students. *Jurnal Pustaka Ilmu*, 2(5).
- Williamson, O. E. (2000). The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead. *Journal of Economics Literature*, 38(3), 595–613.
- Witro, D., Nurjaman, M. I., Ayu, D., & Al Rasyid, C. S. (2021). Kontestasi Marketplace di Indonesia pada Era Pandemi: Analisis Strategi Promosi Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli dalam Pemulihan Ekonomi Nasional. *OIKONOMIKA*, 2(2), 34–35.

Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) terhadap Keputusan pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Urnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2).