

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., & Purwandi, L. (2017). *Milenial nusantara*. Gramedia Pustaka Utama.
- Annur, C. M. (2023). *Transaksi E-commerce Konsumen Usia Tua Terus Meningkatkan Ketimbang Gen Z dan Milenial*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/22/transaksi-e-commerce-konsumen-usia-tua-terus-meningkat-ketimbang-gen-z-dan-milenial>. Diakses 11 Juni 2023
- _____. (2022). *Shopee Paylater, Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan pada 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/shopee-paylater-layanan-paylater-paling-banyak-digunakan-pada-2021>. Diakses 10 Juni 2023
- Arifin, D. C., & Bachtiar, J. (2023). Pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, dan sosial ekonomi orang tua terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa manajemen keuangan syariah 2018. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(6), 2581-2588.
- Angelia, Diva. (2022). *Intip 7 Layanan Paylater yang Paling Sering Digunakan di Indonesia 2021*. Intip 7 Layanan Paylater yang Paling Sering Digunakan di Indonesia 2021 - GoodStats. Diakses 11 Agustus 2024
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39-50.
- Bank Indonesia. (2012). *PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR: 14 / 2 /PBI/ 2012 TENTANG PERUBAHAN ATAS PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR 11/11/PBI/2009 TEN*. <https://www.bi.go.id/licensing/helps/PBI%2014.2.2012%20-%20APMK.pdf>. Diakses 28 November 2023
- Berapa Transaksi Fintech Indonesia?* (2017). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/22/berapa-transaksi-fintech-indonesia>. Diakses 21 Agustus 2023
- Beatty, Sharon E., dan Ferrell, M. Elizabeth. (1998). Impulse Buying: Modelling i'ts Precursors, *Journal of Retailing* 74(2): 161-2.
- Bhaskoro, A. (2022). *Paylater Berkembang Pesat Selama Pandemi, Seiring Perkembangan E-Commerce dan Transaksi Digital | DailySocial.id*. <https://dailysocial.id/post/paylater-berkembang-pesat-selama-pandemi-seiring-perkembangan-e-commerce-dan-transaksi-digitalrefresh>. Diakses 8 Oktober 2023
- Brilianaza, E., & Sudrajat, A. (2022). Gaya Hidup Remaja Shopaholic dalam Trend Belanja Online di Shopee. *JSSH (Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora)*, 6(1), 45-54.

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Quarterly*, Vol. 13, No. 3.
- _____. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Quarterly*, 319-340.
- Ferdinand, A. (2002). Pengembangan minat beli merek ekstensi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 3, 243-266.
- Fintech Indonesia. (2021). AFTECH Annual Members Survey 2021. <https://fintech.id/id/dokumen/annual-members-survey-2021>. Diakses 12 Agustus 2024
- _____. (2022). AFTECH Annual Members Survey 2022/2023. <https://fintech.id/id/dokumen/aftech-annual-members-survey-2022>. Diakses 12 Agustus 2024
- Ghozali, I. (2016). Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya. Gumiwang, R. (2019). *Waspada Jebakan Iming-iming "Pay Later" bagi Milenial*. *Tirto.Id*. <https://tirto.id/waspada-jebakan-iming-iming-pay-later-bagi-milenial-d5kJ>. Diakses 3 Oktober 2023
- Gunawan, A. A. L. U., & Winarti, A. (2022). Pengaruh aplikasi dompet digital terhadap transaksi dimasa kini. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(5), 352-356.
- Hardhika, R. E. B. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa di Surabaya. *the Commercium*, 4(02), 19-32.
- Hosmer Jr, D. W., Lemeshow, S., & Sturdivant, R. X. (2013). *Applied logistic regression*. John Wiley & Sons.
- Khotimah, H., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli. *Journal of Economic Education*, 5(2), 110-121.
- Iswara, D. (2016). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada pengguna media sosial instagram di kota Yogyakarta). *Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, 41.
- Kementrian Komunikasi dan Informasi. (2021). *Kementerian Komunikasi dan Informatika*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel>. Diakses 9 Juni 2023
- Kredivo Group. (2022). *PERILAKU KONSUMEN E-COMMERCE INDONESIA*. <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2022/05/Kredivo-eCommerce-Behavior-Report-2022.pdf>. Diakses 9 Juni 2023

- _____. (2024). *PERILAKU KONSUMEN E-COMMERCE INDONESIA*.
<https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2024/06/Laporan-Perilaku-Pengguna-Paylater-Indonesia-2024-Kredivo.pdf>. Diakses 10 Februari 2024
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. Pearson Boston, MA.
- Kumar, S., Li, A., Wong, H., Chauhan, H., Shubhankar, S., & Oetama, I. (2023). Indonesia's Fintech industry is Ready to Rise. *Canada-EN*. <https://www.bcg.com/en-ca/publications/2023/Fintech-industry-indonesia-growth>. Diakses 11 Agustus 2024
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs mataharimall. com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1-8.
- Lidwina, A. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>. Diakses 10 Juni 2023
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga, 90, 16-38.
- Nabila, M. (2020). "PayLater" Perusahaan Teknologi Dongkrak Pertumbuhan Kredit Konsumsi | *DailySocial.id*. <https://dailysocial.id/post/paylater-perusahaan-teknologi-dongkrak-pertumbuhan-kredit-konsumsi>. Diakses 14 Oktober 2023
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, F., ... & Maria Fatima, B. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen, Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2021 - 2025*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025/Strategi%20Nasional%20Literasi%20Keuangan%20Indonesia%202021-2025.pdf>. Diakses 19 September 2023
- _____. (2024). Statistik P2P Lending Periode Desember 2023. <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-P2P-Lending-Periode-Desember-2023.aspx>. Diakses 12 Juli 2024
- _____. (2024). Statistik IKNB. <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/default.aspx>. Diakses 12 Juli 2024
- Pakpahan, R. N., Warneri, W., & Budiman, J. (2022). Pengaruh Penggunaan Paylater Dalam E-Marketing Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(9), 1321-1330.
- Prasetya, A. N. E. (2023). Analisis Adanya Pay Later Dalam Marketplace Terhadap Daya Beli Masyarakat. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2), 593-601.

- Quesierto, R. (2019). *Paylater - OVO, Gojek, Traveloka - Mana Terbaik Terpercaya*. <https://duwitmu.com/pinjaman-online/paylater-ovo-gojek-traveloka-terbaik>. Diakses 11 September 2023
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*.
- Reddyson, R., Franky, F., Leonardy, L., Yeng, H., & Leonardo, V. (2022). Pengaruh Fitur Paylater terhadap Sifat Belanja yang Konsumtif pada Remaja di Kota Batam. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 261-268.
- Rook, Dennis W. Dan Fisher, Robert J. (1995), Normative Influence on Impulse Buying Behavior, *Journal of Consumer Research* 22(3): 305-313
- Saragih, F. I., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Adanya Paylater Di Kalangan Remaja Di Sumatera Utara. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(4), 190-198.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater TERHADAP perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44-57.
- Sari, A. E. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. *Jurnal sains pemasaran indonesia (indonesian journal of marketing science)*, 13(1), 55-73.
- Subari, S. M. T. (2017). *Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia*. Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Stern, H. (1962). The significance of impulse buying today. *Journal of marketing*, 26(2), 59-62.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 di indonesia. *Jurnal al-qardh*, 4(1), 60-75.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test. *Decision sciences*, 27(3), 451-481.
- Waluyo, W., Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2022). BUY NOW, PAY LATER: APAKAH PAYLATER MEMPENGARUHI PEMBELIAN IMPULSIF GENERASI MUDA MUSLIM?. *Among Makarti*, 15(3).
- Zayusman, F., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 360-368.