DAFTAR PUSTAKA

Al-Qardhawi, Y. (2001). *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Z. Arifin, Tran.; 4th ed.). Gema Insani Press.

Amaroh, S., Husnurrosyidah, H., & Wulandari, A. (2026). *PayLater* usage experience among State Islamic University students: Key factors. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *16*(2), 133–150. https://doi.org/10.18326/muqtasid.v16i2.133-150

Amelia, D., Ananda, A., Montessori, M., & Indrawadi, J. (2024). Korelasi kemudahan penggunaan platform belanja online terhadap sikap konsumtif mahasiswi. *Journal of Education, Cultural and Politics*, *4*(3), 701–709. https://doi.org/10.24036/jecco.v4i3.559

Astuti, R. D., & Angelina, L. (2024). Analisis determinan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, *3*(1), 81–89. https://doi.org/10.20885/jkek.vol3.iss1.art11

Biro Akademik dan Kemahasiswaan, Universitas Diponegoro. (2025). *Jumlah Mahasiswa Aktif Universitas Diponegoro Berdasarkan Agama pada Semester Gasal Tahun Ajaran 2025/2026*. Universitas Diponegoro.

Burhan, F. A. (2021). *Nilai Transaksi E-commerce RI Melonjak 91\%, Shopee Kuasai Pasar* (Yuliawati, Ed.). Katadata.co.id.

Damayanti, F. D. W., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopeepay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(3 SE-Articles), 1905–1915. https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2872

Dani, R., Firayanti, Y., & Wulansari, F. (2024). Analisis Penggunaan *E-commerce* Shopee terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nadhlatul Ulama Kalimantan Barat). *AKSIOMA : Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, *1*(8), 561–580. https://doi.org/10.62335/556n6q98

ECDB.com. (2024.). *Top eCommerce Marketplaces in Indonesia (Marketplace Ranking)*. ECDB.com.

Elmunawaroh, E., Asyari, A., & Sholihin, A. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi rumah tangga muslim di perbatasan Rao Pasaman Sumatera Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *9*(2), 2167–2176.

Fauziah, G. U., Nurochani, N., & Nopianti, N. (2022). Pengaruh Fasilitas (Fitur) *E-commerce* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *AT-*

TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam, *7*(2), 254. https://doi.org/10.30829/ajei.v7i2.12665

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

GoodStats. (2023). *Daftar E-commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar di Indonesia*. GoodStats.

Habibullah, E. S. (2018). ETIKA KONSUMSI DALAM ISLAM. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *1*(01), 90–102. https://doi.org/10.30868/ad.v1i01.230

Hafiz, M., Husna, A., Murni, M., & Dewi, I. S. (2023). ANALYSIS OF MARKETPLACE USAGE AND *PAYLATER* FEATURES EFFECT ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF LP3I MEDAN POLYTECHNIC STUDENTS. *Jurnal Ekonomi*, *12*(04 SE-Articles), 1562–1566. https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/3263

Hafiza, N., Shoffah, S. N. A., & saptini, N. (2023). *E-commerce* Memicu Maraknya Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, *26*(1 SE-Articles), 24–35. https://doi.org/10.26623/jdsb.v26i1.8939

Herlina, R. (2022). Pengaruh E- Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. *Ad Diwan*, *2*(1), 35–42. https://doi.org/10.51192/ad.v2i1.393

Imahda Khoiri Furqon. (2018). TEORI KONSUMSI dalam ISLAM. *Adzkiya : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, *6*(1 SE-Articles). https://doi.org/10.32332/adzkiya.v6i1.1169

Ismalia, S., & Fasa, M. I. (2024). Strategi Pemasaran Pada Platform *E-commerce* Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, *3*(3), 378–387. https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i3.72

Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee *PayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur*, *2*(1), 31–43. https://doi.org/10.57235/motekar.v2i1.2115

Jumarni, J. (2021). Pengaruh Marketplace Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Muda (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Febi Iain Bone). *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, *4*(2), 1–14. https://doi.org/10.30863/al-tsarwah.v4i2.2059

Mahendra, R. (2022). *Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Di Era Digital Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Syekh Kementerian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri (Iain) Syekh Nurjati Cirebon 2022 M / 1444 H*.

Marwiyah, S. L., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2023). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada *E-commerce* Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *9*(3), 4279–4294. https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10783

Mifta Hanafi Nasution, M., & Tambunan, K. (2025). The Influence of E-Money and Shopee *PayLater* Usage on Impulse Buying Behavior of Febi UINSU Students: A Review of Maqashid Syariah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, *13*(2), 444–453. http://ejournal2.uika-bogor.ac.id/index.php/MONETER

Mila Rahma Wati Arifin, S. B. C. (2024). Pengaruh Penggunaan Platform Digital Money Dan Platform *E-commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *12*(2), 263–272. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/62766

Mutthaqin, M. S., Wati, P., & Batubara, C. (2023). Pengaruh S*PayLater* Dalam Online Shop Mahasiswa Muslim Di Febi Uinsu. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *8*(30), 1538–1565.

Paramasari, S. N. (2025). Pengaruh Fenomena Fear of Missing Out (Fomo) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Di *E-commerce*. *Proceeding of Management*, *12*(4), 3088.

Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). Microeconomics (9th ed.). Pearson.

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

Ridwan, M., & Wahyudi, I. G. (2019). PERILAKU KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi kasus Pada Pengguna Situs Belanja Online Aplikasi Lazada di Medan). *SNPMas: Seminar Nasional Pengabdian Pada Masyarakat*, 326–333.

Sandra, J. V., Karnawati, T. A., & Bukhori, M. (2024). THE EFFECT OF DISCOUNT AND SHOPPING LIFE STYLE ON IMPULSE BUYING WITH POSITIVE EMOTION AS AN INTERVENING VARIABLE ON THE SHOPEE SHOPPING PLATFORM. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, *18*(2), 160–169. https://doi.org/10.32815/jibeka.v18i2.1895

Santika, E. F. (2025). *Tak Ada Bukalapak, Ini 5 E-commerce RI dengan GMV Terbesar*. Databoks (Katadata.co.id).

Septiani, L. (2023). *Riset: Transaksi Shopee Hampir 11 Kali Lipat TikTok Shop* (D. Setyowati, Ed.). Katadata.co.id.

Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R\&D*. Alfabeta.

Sulaiman, P. Y., & Paksi, A. K. (2022). *Upaya Presiden Joko Widodo Menjadikan Indonesia sebagai Negara Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara President Joko Widodo ' s Effort To Make Indonesia The Largest Digital Economy In Southeast Asia*. *5*(2), 1226–1233. https://doi.org/10.34007/jehss.v5i2.1444

Taqwa, Y. S. S., & Mukhlis, I. (2022). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:272454711

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP