DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

Hasan, M. & I. (2014). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Bumi Aksara.

Hermawan, I. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran.

Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas* (Edisi Pert). Health Books Publishing.

Kurniawan, A. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.

Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media Group.

Nugroho, & Sulistyo, A. (2016). *e-Commerce Teori dan Implementasi* (Ekuilibria (ed.)).

Nurhasanah, S. (2016). *Pratikum SPSS 2 : Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Salemba Empat.

Purwanto, S. (2016). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Moderen*. Salemba Empat.

Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kualitatif*. Bumi Aksara.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.

Suharsimi. (2006). *Metodologi Penelitian*. Biana Aksara.

B. JURNAL

Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, *Volume 8*(Issue 3), 496–507.

Anggraini, C. A., Perbawasari, S., & Budiana, H. R. (2018). Cyberbranding Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness Shopee Indonesia. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, *2*(2), 72. https://doi.org/10.33884/commed.v2i2.471

Astuti, D., & Salisah, F. N. (2016). Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus : Lejel Home Shopping Pekanbaru). *Jurnal Rekayasa Dan*

Manajemen Sistem Informasi, *Vol.2*,(No.1, Februari 2016), hal.44-49, e-ISSN 2502-8995 p-ISSN 2460-8181. http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/RMSI/article/view/1784

Aulianisa, S. S. (2020). Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan Teknologi. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, *9*(2), 183. https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v9i2.444

Aziz, A., Nurwahidin, & Chailis. (2019). Faktor-faktor Yang mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platfrom Crowdfunding Berbasis Online. *Jurnal Syarikah*, *Vo. 5*, No. 1.

Canestren, Asarila, I., Saputri, & Eka, M. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater*. *2006*(229), 1–4.

Detasari, & Ayu. (2019). Tingkat Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan Pembelian Online Konsumen Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *Vol. 3*(No. 1).

Fadhila, F., Azhar, & Marpung, M. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater. *Jurnal Bisnis Ekonomi Halal*, *1*(2), 20–30.

Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, *3*(1), 117–128.

Ginting, R. M., Purba, M. L., & Sucipto, T. N. (2021). Efek Persepsi Mudah Digunakan, Tingkat Efisiensi Dan Potensi Ketidakamanan Terhadap Ketertarikan Melakukan Transaksi Dengan Mempergunakan Fintech. *Financial: Jurnal Akuntansi*, *7*(1), 59–68. https://mail.financial.ac.id/index.php/financial/article/view/242

Haerulah, E., & Ismiyatih, S. (2017). Aplikasi e-commerce penjualan souvenir pernikahan pada toko " XYZ ." *Jurnal Prosisko*, *4*(1), 43–47. https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/PROSISKO/article/download/146/208

Hayati, A., Yusuf, A. M., & Asnah, M. B. (2020). Contribution of Self Control and Peer Conformity to Consumptive Behavior. *International Journal of Applied Counseling and Social Sciences*, *02*(01), 16–24. https://doi.org/10.24036/005344ijaccs

Hilmi, L. dzul, & Pratika, Y. (2021). *Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Malang, Malang City, Indonesia*. *2021*(2), 63–74.

Mahrunnisya, D., Indriayu, M., & Wardani, D. K. (2018). Peer Conformity through Money Attitudes toward Adolescence's Consumptive Behavior. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*,

5(4), 30. https://doi.org/10.18415/ijmmu.v5i4.163

Mardiah, A. (2019). Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Iqtishad*, *13*(2), 93. https://doi.org/10.24014/jiq.v13i2.4391

Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas,Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat BertransaksiMenggunakan Financial Technology. *Jurnal Adminnistrasi Kantor*, *8*(2), 139–152.

Maulida, D. M. (2021). *PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP SIKAP KONSUMERISME AKIBAT METODE PEMBAYARAN TUNDA BAYAR (PAYLATER)*. *5*(2), 131–144.

Mitra, N., Syahniar, S., & Alizamar, A. (2019). Consumptive Behavior of Students in Shopping Online and Implications in Guidance and Counseling Services in Universities. *International Journal of Research in Counseling and Education*, *3*(2), 120. https://doi.org/10.24036/00132za0002

Mujiatun, S. (2013). Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna'. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, *13*(September), 202–216.

Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, *Vol. 14 No*.

Novendra, & Bayu. (2020). Konsep Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia : Sebuah Keniscayaan Di Era Gigital Dan Teknologi. *Jurnal Rechtsvinding Media Pembinaan Hukum Nasional*, *Vol.9*, No. 2.

Nsafe, E., No, V., Fitri, L., Hamim, A. R., Siagian, N. K., & Firmansyah, R. (2021). *Prosiding National Seminar on Accounting , Finance , Analisis Hubungan Layanan Jasa E-Commerce Terhadap Sifat Konsumtif Mahasiswa*. *1*(8), 61–72.

Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2020). Budaya Hedonisme dan Konsumtif dalam Berbelanja Online Ditinjau dari Perpektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *6*(3), 731. https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1486

Putra, W. S. (2021). Aspek Cybercrime dalam Paylater. *Jurist-Diction*, *4*(2), 791. https://doi.org/10.20473/jd.v4i2.25790

Putri, Anggraeny, Fanny, Iriani, S., & Sri. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *8*(3), 818.

Putri, W. K., & Pujani, V. (2019). The influence of system quality, information quality, e-service quality and perceived value on Shopee consumer loyalty in Padang City. *The International Technology Management Review*, *8*(1), 10. https://doi.org/10.2991/itmr.b.190417.002

Rismayadi, A. A., Dewi, D. K., & Anshori, I. F. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Shopeepaylater Menggunakan Model Delone & Mclean. *Jurnal*

Responsif, *2*(2), 191–197.

Rozi, I. A. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, *10*, 1–20.

Salim, S., & Frederica, D. (2020). *How is the Impact of Non-Cash Payment System on Sales of Micro, Small and Medium Enterprise? 151*(Icmae), 188–191. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200915.044

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.

Shobirin, S. (2016). Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, *3*(2), 239. https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i2.1494

Suhatman, Sari, M. R., Nagara, P., & Nasfi. (2020). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Ekonomi*, *Vol. 1*, No. 2.

Syaifullah, S. (2014). Etika Jual Beli Dalam Islam. *HUNAFA: Jurnal Studia Islamika*, *11*(2), 371. https://doi.org/10.24239/jsi.v11i2.361.371-387

Ulum, M. (2020). Prinsip-Prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada e-Commerce Islam di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, *17*(1), 49–64. https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1115

Widjajanta, B., Senen, S. H., Masharyono, Lisnawati, & Anggraeni, C. P. (2018). The impact of social media usage and self-esteem on conspicuous consumption: Instagram user of Hijabers Community Bandung member. *International Journal of EBusiness and EGovernment Studies*, *10*(2), 1–13.

Yunanto, Yustiani, R., & Rio. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternantif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika (Komputa)*, *Vol.6 No.2*.

Yustati, H. (2019). Kontribusi E-Wom Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *3*(2), 47–57. https://doi.org/10.29300/ba.v3i2.1537