

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Algifari. (2000). *Analisis Regresi Teori, Kasus dan Solusi*. . Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.
- Amstrong, P. K. (2012). *Principle Of Marketing, 15th Edition*. new jersey: Pearson Pretice Hall International.
- Amstrong, P. K. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Coleman, James S. *Dasar-Dasar Teori Social Cet IV*. Bandung: Nusa Media, 2011.
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Person Education.
- Kotler, P. (2018). *Marketing Strategy: a Problem Solve By Marketer*. new york: prentice hall.
- Lina dkk. *Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri*. Jakarta: Grafindo, 2008.
- Narimawati, U. (2010). *Metodologi Penelitian: Dasar Penyusunan Penelitian. Ekonomi*. Jakarta: Genesis.
- Santoso, S. (2002). *SPSS Versi 11.5 Cetakan Kedua*. Jakarta: Gramedia.
- Setiadi, Nugroho J , 2010. *Perilaku Konsumen*. Kencana, Jakarta.
- Sugiyono. (2010). *Statistik Untuk Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryabrata, S. (1987). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Bayu Medi Publishing.

B. JURNAL

- Adzkia, A. (2018). *Analisis Prilaku Konsumtif Dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta .
- Aeni, Nur Eni. Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sunan Walisongo Semarang. Skripsi. Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019.
- Amelia, V. H. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur Spaylater Pada Aplikasi Shopee Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- ANATASYA, N. (2020). *Pengaruh Penggunaan Fitur Shopeepaylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fisip Usu*. Universitas Sumatera Utara.
- Aulia, G. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online melalui aplikasi shopee (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi uniska banjarmasin). *Eprints uniska*, 1-11.
- Astuti, Endang Dwi. "Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda", *e-Jurnal Psikologi*. Vol. 1. No.2. hlm 148-156. 2013.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater.
- Coleman, James S. *Dasar-Dasar Teori Social Cet IV*. Bandung: Nusa Media, 2011.
- Davis,F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*.Vol. 13 No. 5: pp319-339.

- Damayanti, F. D., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopeepay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1905-1915.
- Evelyn Wijaya, W. (2019). Factors affecting online purchase decisions at shopee: effect of e-commerce. *Ejournal.pelitaindonesia*, 7, 152-164.
- Eviana, V., & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Paylater. *Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 6 Nomor 1*, Halaman 1968-1977.
- Fadhila, F., Azhar, & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal), Vol 1 No 2*.
- Fisabilillah, I. K. (2021). Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan Spaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. *Independent : Journal Of Economics, Volume 1 Nomor 3*, 207-218.
- Gina Aulia, H. S. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online melalui aplikasi shopee (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi uniska banjarmasin). *Eprints uniska*, 1-11.
- Hardhika, R. E., & Huda, A. M. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa Di Surabaya. *Commercium., Volume 4 Nomer 02*, 19-32.
- Hibban, M. A., & Utami, F. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Pada Shopee Paylater di Jakarta. *e-Proceeding of Management, Vol.9, No.2*, 1306.
- Iszati, W. (2021). *Hiperrealitas Shopee Paylater Sebagai Gaya Hidup (Studi Kasus Pada Remaja Di Kota Malang)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kurniasari, I., & Fisabilillah, L. W. (2021). Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan Spaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. *Independent : Journal Of Economics, Volume 1 Nomor 3*, Page 207-218.

NINGCAHYA, I. R. (2020). *Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Rohmah, W. (2021). Keputusan Pembelian Online Konsumen Shopee Dan Faktor Yang Mempengaruhi. *Jurnal Ucy*, 5, 89-105.

Sianpar, R. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Fashion Melalui Aplikasi Shoppe Di Kota Medan. *Repository UHN*.

Sianipar, I. Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Konsumen Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen Medan). *Repository Uhn*, 1-22.

Widayanti, S. (2020). *Pengaruh Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Guru Dan Karyawan Di Yayasan Al Irsyad Al Islamiyyah Kota Cirebon*.

