

DAFTAR PUSTAKA

- Abiba, R. W., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Berebasis Server Sebagai Alat Transaksi Terhadap Penciptaan Gerakan Less Cash Society Pada Generasi Milenial di Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p196-206>
- Agata, E. T., Pradekso, T., & Naryoso, A. (2023). Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan Shopee PayLater dan Persepsi Risiko Layanan Shopee PayLater terhadap Keputusan Pembelian Fashion menggunakan Shopee PayLater. *Interaksi Online*, 12(1), 92-105.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188.
- Ananda, P., & Pramesthi, J. A. (2024). The BNPL phenomenon: Digital consumer communication and behavior in Shopee PayLater. *Jurnal Kajian Komunikasi*. <https://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/64209>
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Azzahra, D., & Fatira, M. (2023). Pengaruh diskon dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembayaran menggunakan shopeepaylater pada shopee. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 4(1), 222-229.
- Akmal Taufiq Ridho, & Rangga Aditya Rastra Pradana. (2023). Analisis Keabsahan Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik Dengan Pembayaran Paylater (Bayar Nanti) Menurut Kuh Perdata. *Journal Sains Student Research*, 1(1), 787-793. <https://doi.org/10.61722/Jssr.V1i1.399>
- Bandyopadhyay, N., Sivakumaran, B., Patro, S., & Kumar, R. S. (2021). Immediate or delayed! Whether various types of consumer sales promotions drive impulse buying?: An empirical investigation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102532>
- Binalay, A. G., Mandey, S. L., & Mintardjo, C. M. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, 2(2), 127-133.
- Cendana, A. P., & Mustika, M. D. (2024). Promosi dan Anggaran: Peran Promosi dalam Memengaruhi Penggunaan Buy Now Pay Later Secara Berlebihan pada Berbagai Kondisi Finansial. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Kesehatan (J-P3K)*, 5(3), 947-956.
- Chaudhuri, M., Calantone, R. J., Voorhees, C. M., & Cockrell, S. (2018). Disentangling the effects of promotion mix on new product sales: An examination of disaggregated drivers and the moderating effect of product class. *Journal of Business Research*, 90, 286-294.
- Chapkovski, P. (2023). Conducting interactive experiments on Toloka. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 37. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2023.100790>

- Chen, L., & Li, Y. (2021). *Understanding consumer adoption of buy now pay later services in digital payments*. Journal of Financial Technology.
- Cheng, Y., & Huo, J. (2025). *Adoption of Buy Now, Pay Later (BNPL): A Time Inconsistency Perspective*. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 20(2), 81.
- deHaan, E., & Kantarci, T. (2022). *Consumer credit and fintech: The rise of buy now, pay later*. Journal of Consumer Finance.
- Fauzi, A., & Rahma, S. (2023). Pengaruh penggunaan paylater terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce. *Jurnal Manajemen Digital*, 6(2), 101–110.
- Fransisca, A., & Wijoyo, H. (2020). Implementasi Metta Sutta terhadap Metode Pembelajaran di Kelas Virya Sekolah Minggu Sariputta Buddies. *Jurnal Ilmu Agama dan Pendidikan Agama Buddha*, 2(1), 1-12.
- Gorji, M., & Siami, S. (2020). How sales promotion display affects customer shopping intentions in retails. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(12), 1337-1355.
- Hasdani, H., Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). Persepsi kemudahan penggunaan aplikasi terhadap keputusan pembelian online. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196.
- Hegawan, C. I. P., Faustine, T. M., Wijayanti, S., & Manaf, P. A. (2023). Exploring the influence of perceived usefulness and value of PayLater/BNPL on satisfaction, impulsive buying, and post-purchase intention. *International Journal of Emerging Trends in Social Sciences*, 15(1), 1–12. <https://doi.org/10.55217/103.v15i1.667>
- Hidayat, M. S., & Kunci, K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(4), 360-369
- Ilahi, N. (2022). *“Beli Sekarang Bayar Nanti”: Mahasiswi, Spay Later, dan Pandemi Covid-19 Nurwahyu Ilahi*. <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-shopee-indonesia/>,
- Imawati, I. (2013). *Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013*.
- Junia Nafisah, U. (2022). Faktor - faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk halal PT. Soka cipta niaga (Vol. 2, Issue 2).
- Khairunnisa, S. A., Rahman, M. C., Apriyanti, C., Putri, D. O., & Fajrussalam, H. (2022). Perilaku Konsumtif Penggunaan Online Shopping dan Sistem Pay Later dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Fondatia*, 6(1), 130-147.
- Kotler, Philip., Armstrong, G. M. ., & Amador Araujo, Lourdes. (2017). *Marketing*. Pearson Educación.
- Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). *The effects of buy now, pay later (BNPL) on customers' online purchase behavior*. Journal of Retailing, 100(4), 602–617.
- Kusnadi, A., Wijaya, S., & Lestari, D. (2024). Peran platform e-commerce dalam memediasi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 6(1), 45–56.
- Lusardi Olivia Mitchell, A. S., Bucher-Koenen, T., Currie, J., van Rooij for suggestions, M., de Bassa Scheresberg, C., Kim, H., St Louis, D., Yu, Y., Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2013). *The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence*. <http://www.nber.org/papers/w18952>

- Maesen, S., & Ang, D. (2025). Buy Now, Pay Later: Impact of Installment Payments on Customer Purchases. *Journal of Marketing*, 89(3), 13–35. <https://doi.org/10.1177/00222429241282414>
- Mananeke, L., Jorie Rotinsulu, J., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Per 245 *Jurnal EMBA*, 5(2), 245–255.
- Mottola, G. R. (2014). *The Financial Capability of Young Adults-A Generational View*.
- Maidiana, M. (2021). Penelitian survey. *ALACRITY: Journal of Education*, 20-29.
- Marcus, G. L., Wattimanela, H. J., & Lesnussa, Y. A. (2012). Analisis regresi komponen utama untuk mengatasi masalah multikolinieritas dalam analisis regresi linier berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 6(1), 31-40.
- Maulana, F., & Fitriani, N. (2023). Pengaruh user experience dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 120–131.
- Montero Ulloa, D., et al. (2025). *The Impact of Buy Now Pay Later on Consumer Behavior: A Systematic Literature Review and Bibliometric Analysis*. LACCEI Conference Proceedings.
- Mottola, G. R. (2014). The financial capability of young adults—A generational view. *FINRA Foundation Financial Capability Insights*, 3, 1-12.
- Mubarokah, S., & Rita, M. R. (2020). Antecedent perilaku konsumtif generasi milenial: Peran gender sebagai pemoderasi. *International Journal of Social Science and Business*, 4(2), 211-220.
- Nafisah, U. J. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Halal PT. Soka Cipta Niaga. *Sumber*, 5(3.100), 428.
- Nisa Savila, L., Kurniawati, F., Gunawan, A., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2024). *Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Bayar Nanti (Paylater) Pada Aplikasi Shopee* (Vol. 3, Issue 1).
- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). *Konsep dan Perbandingan Buy Now, Pay Later dengan Kredit Perbankan di Indonesia*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>
- Nugraha, D. P., Santoso, B., & Lestari, R. (2024). Analisis pengaruh fitur Buy Now Pay Later terhadap penggunaan e-commerce di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 55–66.
- Pangestika, M. D. (2018). Pengaruh literasi informasi terhadap efektivitas belajar siswa. *Pedagonal: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2(2), 15-22.
- Parhan, P., & Burhanudin, R. A. (2025). Eksplorasi Pengaruh Layanan Paylater terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Platform E-commerce: Studi pada Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(6. C), 151-162.
- Parhan, R., Amalia, B., Program, S., Bisnis, A., Negeri, P., & Abstrak, B. (2025). Eksplorasi Pengaruh Layanan Paylater terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Platform E-commerce: Studi pada Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(C), 151–162.
- Permana, T., Puspitaningsih, A., Oleo, U. H., Tenggara, P. S., Oleo, U. H., & Tenggara, S. (2019). Fenomena uang digital. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(2), 363-373.
- Permana, T., Puspitaningsih, A., & Studi Ekonomi Pembangunan, P. (2021). Studi Ekonomi Digital Di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 161–170. <https://jipied.org/index.php/JSE>

- Pratiwi, D. A., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian melalui platform digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 7(2), 98–109.
- Putra Cendana, A., & Dwi Mustika, M. (2024). *Promosi dan Anggaran: Peran Promosi dalam Memengaruhi Penggunaan Buy Now Pay Later Secara Berlebihan pada Berbagai Kondisi Finansial Deals and Budgets: How Promotions Affect Overspending in Varying Financial Conditions on Buy Now Pay Later*. 5(3), 947–956. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v5i3.518>
- Putri, J. O. A., & Rizal, M. (2024). Pengaruh Buy Now Pay Later (BNPL), literasi keuangan, dan gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Kota Medan dalam penggunaan e-commerce. *Jurnal Spektrum Ekonomi*. <https://eco.ojs.co.id/index.php/jse/article/view/1606>
- Putri, V. A., Tartila, L., Nadya, A., & Sari, N. (2025). Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi Implikasi Buy Now Pay Later (BNPL) pada perilaku konsumtif generasi z dalam perspektif ekonomi Islam. In *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi* (Vol. 1, Issue 1).
- Putri, N. M. E., & Andarini, S. (2022). Pengaruh self control dan financial attitude terhadap financial management behavior pengguna layanan buy now pay later. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 60-74.
- Rahman, A., & Dewi, S. P. (2024). Pengaruh faktor sosial dan digital terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian online. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 67–78.
- Ramadhan, M. R., & Putri, A. N. (2024). Pengaruh kemudahan pembayaran digital terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(1), 77–88.
- Ridho, A. T., & Pradana, R. A. R. (2023). Analisis Keabsahan Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik dengan Pembayaran Paylater (Bayar Nanti) Menurut KUH Perdata. *Jurnal sains student research*, 1(1), 787-793.
- Rompas, R. C. E. E., Pangemanan, S., & Tulung, J. E. (2020). Beli sekarang bayar kemudian: penentuan layanan membayar kemudian yang mempengaruhi gaya hidup masyarakat Rothschild, M. L. (1981). Behavioral Learning Theory: Its Relevance to Marketing and Promotions. In *Journal of Marketing*.
- Rothschild, M. L. (1981). Behavioral Learning Theory: Its Relevance to Marketing and Promotions. In *Journal of Marketing*.
- Sari, M. P., & Realize, R. (2019). Sistem pakar mendiagnosa penyakit osteoporosis pada lansia menggunakan metode forward chaining berbasis web. *Jurnal Ilmiah Informatika*, 7(01), 24-30.
- Saputra, R., Nugroho, A., & Prasetyo, B. (2023). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 112–123.
- Saputra, R., Nugroho, A., & Prasetyo, B. (2023). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 112–123.
- Savila, L. N., Kurniawati, F., & Gunawan, A. (2024). Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Bayar Nanti (Paylater) Pada Aplikasi Shopee: Pendahuluan,

- metode penelitian, hasil dan pembahasan, kesimpulan, daftar pustaka. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 58-66.
- Sitorus, M. H., & Simanjuntak, R. (2024). Pengaruh online review terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform e-commerce. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 89–98.
- Shofa, N. I., Rahmawati, L., & Hidayat, T. (2024). Pengaruh online customer review, rating, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 67–78.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721-2731.
- Sugiyono, P. D. (2010). Metode Peneliian. Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.
- Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (2017) Pengaruh persepsi risiko, kemudahan, dan manfaat terhadap keputusan pembelian secara online (*Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id*). www.Kaskus.co.id
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research*, 5(3), 110-116.
- Syafirah, S., Mananeke, L., & Rotinsulu, J. J. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Tiur Agata, E., Pradekso, T., & Naryoso, A. (2023). *Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan Shopee PayLater dan Persepsi Risiko Layanan Shopee PayLater terhadap Keputusan Pembelian Fashion menggunakan Shopee PayLater*. <https://fisip.undip.ac.id/>
- Tjiptono, F., Priyambodo, L., Jaya, A., & Lecturer, S. (2012). M-Commerce in Indonesia: Problems and Prospects. In *International Journal of Computer Applications & Information Technology: Vol. I*. www.ijcait.com
- Umam, L. A., & Bachtiar, F. (2024). Pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 245–249. <https://doi.org/10.572349/neraca.v2i1.740>
- Wulandari, F., & Sari, M. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 120–130.
- Zhang, D. J., Dai, H., Dong, L., Qi, F., Zhang, N., Liu, X., ... & Yang, J. (2020). The long-term and spillover effects of price promotions on retailing platforms: Evidence from a large randomized experiment on Alibaba. *Management Science*, 66(6), 2589-2609.