

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwala, R., Mishra, P., & Singh, R. (2019). Religiosity and consumer behavior: a summarizing review. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 16(1), 32–54. <https://doi.org/10.1080/14766086.2018.1495098>
- Agustin, I. D., & Abidin, F. I. N. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment dan *PayLater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi COVID-19. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(4), 15. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i4.44>
- Aisyah, S., Harahap, M. I., Nurbaiti, N., & Rokan, M. K. (2023). The Factors Influencing Behavioural Intention Fintech Lending (*PayLater*) Among Generation Z Indonesian Muslims and Islamic Consumption Ethics Views. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 7(1), 01. <https://doi.org/10.30983/es.v7i1.6233>
- Ansori, M. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 5 No(1), 32–45.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan *PayLater*: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Aziz, I. A., Nurwahidin, N., & Chailis, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 94–108. <https://doi.org/10.30997/jsei.v5i1.1835>
- Cahyoseputro, W., & Rizki, M. P. (2024). Pengaruh Fintech Lending terhadap Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Generasi Milennial di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 12243–12259.
- Chakraborty, S., & Soodan, V. (2019). Examining utilitarian and hedonic motivations in online shopping in India: Moderating effect of product browsing behavior. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(1C2), 117–125.
- Darmalaksana, W. (2022). Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial Wahyudin. *Gunung Djati Conferebce*

Series, 8(2), 412–427. <https://doi.org/10.21154/kodifikasia.v16i2.4899>

- Darmawan, D., & Gatheru, J. (2021). Understanding Impulsive Buying Behavior in Marketplace. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.56348/jos3.v1i1.2>
- Dr. Sri Rahayu, S.E., M., & Nadia Afrilliana, S.E., M. S. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen* (M. P. Dr. Sadiman (ed.); Cetakan 1). CV. Penerbit Anugrah Jaya.
- Eldian Tanpli, Y. (2020). Pengaruh Pada Iklan Celebrity Endorser BTS Terhadap Impulsive Buying Behavior Pada Remaja di Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 3457–3463.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fatimah, S., Maulidya, O., Putri, P., Ekonomi, P., Universitas, S., Negeri, I., Malik, M., & Malang, I. (2023). Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1204–1212.
- Fauziah, A. P., & Naomi, N. D. (2022). Fenomena Belanja Online : Kasus Pengguna Fitur Shopee *PayLater* Studi Kasus pada 4 Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta 2020 Adinda. *Saskara: Indonesian Journal of Society Studies*, 2(8.5.2017), 2003–2005.
- Fauziah, I. Y., & Riyadi, A. K. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif* (p. 41).
- Fitryani, F., Nanda, A. S., & Aristyanto, E. (2021). Peran Impulsive Buying Saat Live Streaming Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus *E-commerce* Shopee). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 542–555. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Universitas Diponegoro.
- Goliath, A., & Digdowiseiso, K. (2023). Determinan Minat Menggunakan Aplikasi Kredito *PayLater*. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2513–2520. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.7329>
- Gunawan, M., Jambi, U., Musnaini, M., Jambi, U., Yuniarti, Y., & Jambi, U. (2023). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Penggunaan Paylater Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E- Commerce Shopee (Studi Kasus Generasi Z Di Kota Jambi) Proposal Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari*

Syarat – Syarat Guna Memperoleh Gelar Sar. 3(2).

- Harahap, M. I., Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2023). *Analysis of the effect of Fear of Missing Out (FOMO) and the use of PayLater application on impulse buying behavior (review of Maqashid Syariah)*. 22(2), 67–73. <https://doi.org/10.24123/jmb.v22i2.682>
- Hayati, T. M. F. (2018). *Pengaruh Manajemen Keuangan Sekolah Terhadap Efektifitas Anggaran di MTSN 21 Jakarta*. 83–84.
- Hidayah, F. N., Nugroho, B. S., Ardiati, A. R., Tsaqyfa, M. N., Hakim, M. A., & Ridlwan, A. A. (2023). Meneropong Maraknya Pinjaman Online di Kalangan Mahasiswa: Motif dan Dampak Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(4), 821–832.
- Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Pespektif Syari'Ah. *INFOTECH Journal*, 9(2), 339–344. <https://doi.org/10.31949/infotech.v9i2.6072>
- Juviyanty, J., Yuwono, W., & Nainggolan, F. (2023). the Phenomenon of Compulsive Buying Behavior Due To the Rise of Fintech Lending Among Indonesian Millennials. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 2030–2047. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.53022>
- Karimah, M., Nurhayati, D., & Indarti, N. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money, Fitur Live Streaming, dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pembelian Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNIWARA. *Jurnal Equilibrium Nusantara*, 1(1), 10–20. <https://doi.org/10.56854/jeqn.v1i1.26>
- Maharani, P. R. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital GoPay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(3), 58–70. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.273>
- Maulida, D. M. (2021). Pandangan Ekonomi Islam terhadap Sikap Konsumerisme Akibat Metode Pembayaran Tunda Bayar (PayLater). *Transformatif*, 5(2), 131–144. <https://doi.org/10.23971/tf.v5i2.2980>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2016). *Qualitative Data Analysis. In Nursing standard (Royal College of Nursing (Great Britain) : 1987) (Vol. 30, Issue 25)*. Sage. <https://doi.org/10.7748/ns.30.25.33.s40>

- Nasution, M. E. (2017). *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam* (Cetakan ke). Kencana.
- Novendra, B., & 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>
- Nugraheni, A. I. D. (2021). Perilaku Konsumen Pada Marketplace Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Islam Nusantara*, 4(2), 41–50.
- Nurfaiza, N., & Prayitno, S. B. (2023). Exploring Factors Influencing Gen Z's PayLater Usage Intention And Its Impact On Impulsive Buying. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika (JBMI)*, 20(2). <https://doi.org/10.26487/jbmi.v20i2.27711>
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep PayLater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS* (Cetakan I). Gava Media.
- Putri, L. P., & Christiana, I. (2021). Peran financial technology dalam membantu umkm di tengah pandemi covid-19. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 57–63.
- Putri, S. E., Safitri, H., & Hariyanto, D. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan technology acceptance model terhadap minat menggunakan PayLater pada mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 64–72.
- Rahma, T. I. F. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech). *At-Tawassuth*, III(1), 642–661.
- Sari, R. (2021). *Pengaruh Penggunaan PayLater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-commerce di Indonesia*. 7(1), 44–57.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Prenadamedia Group.
- Sudijono, A. (2016). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

- Waluyo, Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2022). Buy Now, Pay Later : Apakah *PayLater* Mempengaruhi Pembelian Impulsif Generasi Muda Muslim? *Among Makarti*, 15(3), 319–338.
- Wulandari, W. E., & Murtadlo, K. (2023). Pengaruh *PayLater* Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Dan Minat Beli Ulang Windi Eka Wulandari Kholid Murtadlo. *Manuhara*, 1(4), 144–155.
- Yahmini, E. (2020). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga. *Exero:Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 41–56. <https://doi.org/10.24071/exero.v2i1.2110>
- Yudha, A. T. R. C. (2020). *Fintech Syariah: Teori dan Terapan*. Scopindo Media Pustaka.

