

DAFTAR PUSTAKA

- AFTIKA, S., HANIF, H., & DEVI, Y. (2022). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran ShopeePaylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 87–106. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.11228>
- Aisyah, A. (2021). *Pengaruh Harga, Service Delivery, Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Pengguna Jasa Pengiriman Barang JNE* http://eprints.ahmaddahlan.ac.id/id/eprint/28/%0Ahttp://eprints.ahmaddahlan.ac.id/id/eprint/28/1/FULLTEXT_AISYAH_1701011458.pdf
- Al, M., Rusman, A., & Antriandarti, E. (2023). “ *Akselerasi Hasil Penelitian dan Optimalisasi Tata Ruang Agraria untuk Mewujudkan Pertanian Berkelanjutan* ” *Analisis Forecasting Produksi Padi di Indonesia*. 7(1), 728–739.
- Alimudin, A., & Purwantoro, G. (2022). *Digital Marketing Untuk Umkm*. Narotama University Press. https://www.google.co.id/books/edition/Digital_Marketing_Untuk_Umkm/A92yeaaaqbaj?hl=id&gbpv=0
- Amalia, Putri, Aryanto, D. W., & Vincent. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement, Online Review Customer Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Produk Pada Keranjang Kuning Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UDINUS Semarang). *Journal Of Social Science Research*, 3, 11190–11200.
- Amalia, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Siaran Iklan dan Gratis Ongkos Kirim sebagai Tipu Muslihat di Youtube terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada E-Commerce Shopee). *E-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 571–579.
- Andriani, E. R., Pujiyanto, A., & Andayani, S. (2022). Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir Dan Review Pembeli terhadap Minat Beli Baju Di Lazada. *Seminar Nasional Hasil Skripsi*, 1(01), 297–301.
- Assauri, S. (2018). *marketing management: Basics, Concepts, and Strategies*.
- 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>
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Public Knowledge Project Telkom University*, 2(1),

89–103.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14958/14862>

Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital (Vol. 1)*. Celebes Media Perkasa.

Cristy, Y. (2018). *Pengaruh Komitmen Organisasional Dan Budaya Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behaviour*. *Jurnal Akuntansi Maranatha*.

Davis. (1989). *Perceived Usefulness , Use , and User Acceptance of MIS Quarterly*.

Dewi, S. K., & Tarigan, A. A. (2022). Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(3), 1544–1560. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44486>

Fahrevi, S. R. dan, & Satrio, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Volume 7.*, Hal 1-15.

Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Pemasaran_melalui_Desain_Visu/-uZjDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handayani, F., Khairunisa, M., & Muir, S. (2022). Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa di Marketplace Shopee Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. *Journal of Sharia and Law*, 1(1), 51–60.

Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrusa'diyah, & Mazaya, D. (2017). *Pemasaran Syariah*. https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Syariah/3hVNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2022). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.

Julita, E., Idwal,), Yustati, H., Ekonomi, F., Islam, B., Islam, U., Fatmawati, N., & Bengkulu, S. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap

- Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953–2957. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/6775>
- Marlin, K., Juniati, R. D., & Shobirin, K. (2023). *Pengaruh Layanan COD dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Pada e-commerce Shopee*. 21–28.
- Munandar, D. (2022). *Digital Marketing*. Cipta Media Nusantara. https://www.google.co.id/books/edition/DIGITAL_MARKETING/99B0EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506–519. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>
- Nasution, L. M. (2017). *Statistik Deskriptif*.
- Nugraha, B. (2022). *Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (edited by I. A. S. (Ed.) (ed.); Pengembang). paradina pustaka.
- Pratiwi, A. M. P., Pangiuk, A., & Ismail, M. (2023). Pengaruh Jual Beli Online E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Milenial Di Kecamatan Belitang. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 1(2), 1–18. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/view/726>
- 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>
- Rahman, T. (2021). *Buku Ajar Fiqih Muamalah Kontemporer*. https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Fiqih_Muamalah_Kontemporer/inU8EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Reza Alfarozi Ritonga, & Taufiq Risal. (2023). Pengaruh Free Ongkir Kirim Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop (Studi Pada Pengguna Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 73–91. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i1.643>
- Sanjaya, C., & Candraningrum, D. A. (2021). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Non Star Seller. *Prologia*, 5(2), 369. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10216>
- SARI, I. P. (2023). Pengaruh Fitur Pembayaran Shopee Paylater Dalam Media E-commerce Shopee Terhadap Kepercayaan Belanja Online Pada Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 7(1), 105–114. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.7.1.105-114>

- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- SETYAGUSTINA, K., RAHMANIA, R., JONI, M., KHOLIK, A., & SUHITASARI, W. D. (2022). Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Economina*, 1(3), 596–607. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.149>
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *PEMASARAN DIGITAL*. Penerbit Widina. https://www.google.co.id/books/edition/PEMASARAN_DIGITAL/o8CAEA-AAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Silalahi, P. R., Althariq, G. N., Pohan, A., Wibowo, A., & Wijaya, I. R. (2022). Pengaruh Sistem Paylater Terhadap Minat Belanja Konsumen Pengguna Gojek. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(30), 1538–1548.
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., & Nurdiansyah, B. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. https://www.google.co.id/books/edition/Digital_Marketing_dan_Fintech_di_Indones/kpD5DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif*.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis (1 St. Ed). Andi. Kuantitatif, Dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif dan Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2019a). *Metode penelitian dan pengembangan (research and development/R&D) (4th ed.)*.
- Sugiyono. (2019b). *Metode penelitian dan pengembangan (research and development/R&D) (4th ed.)*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. https://www.google.co.id/books/edition/Studi_Kelayakan_Bisnis/0-29EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Syahkuan, J., Ni'mah, S., Absor, S. M. U., Azis, M. A., Bakri, A. A., & Napitupulu, R. H. M. (2022). *MANAJEMEN STRATEGIK DALAM ORGANISASI*. https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_STRATEGIK_DALAM_ORGANISASI/zAB2EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

- Utami, A. R. (2022). The Effect of Using Shopee Paylater Payments on The Cosumption Behavior and Impulsive Buying of English Education Students. *Jurnal Pustaka Ilmu*, 2(5), 2–6.
- Windiarti, S., Kuncara, H., & Pratama, A. (2022). *Journal Of Management, Accounting, General Finance And International Economic Issues (Marginal) Volume 2 Issue 1 (2022) Journal Of Management, Accounting, General Finance And International Economic Issues | Marginal* <https://ojs.transpublika.com/index.php/>. 2(1), 17–28.
<https://ojs.transpublika.com/index.php/MARGINAL/>
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80.
<https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>