

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (Issue August).
- Afrina, D. (2019). RASIONALITAS MUSLIM TERHADAP PERILAKU ISRAF DALAM KONSUMSI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 23. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2018.2.1.1088>
- 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>
- Ajuna, L. H. (2020). The Effect of Marketing Mix Towards Decision of Muslim Consumers in Travelug. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 246. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1082>
- Angelia, D. (2022). *Intip 7 Layanan Paylater yang Paling Sering Digunakan di Indonesia 2021*. Good Network. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/network/content/intip-7-layanan-paylater-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia-2021-54snm8>
- Anggraini, C. A., Perbawasari, S., & Budiana, H. R. (2018). Cyberbranding Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness Shopee Indonesia. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(2), 72–86. <https://doi.org/10.33884/commed.v2i2.471>
- Ardyanto, D., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 22(1), 85897. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=326555&val=6468&title=PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN MENGGUNAKAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE Survei Pada Konsumen wwwpetersaysdenimcom>
- Aristanti, N. Des. (2020). *Pay Later, Kartu Kredit Zaman Now yang Ternyata Bisa Bikin Kalap Belanja!* Koinworks. <https://koinworks.com/blog/apa-itu-pay-later/>
- Asaff, R., Suryati, & Rahmayani, R. (2019). Pengaruh Financial Attitude Dan Financial Knowledge Terhadap Financial Management Behaviro (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Konsentrasi Keuangan Universitas Andi Djemma Palopo). *Jemma Jurnal of Economic, Management and Accounting*, 2(2), 09–22.
- Ath-Thayar, A. bin M. (2017). *Ensiklopedi Fiqh Muamalah dalam Pandang an 4 Mazhab* (Miftaqul Khairi (ed.)). Maktabah Al-Hanafi.
- Azzam, A. A. M. (2014). *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islsm*. Sinar Grafika.
- Cashman, T. J., Shelly, G. B., & Vermaat, M. E. (2007). *Discovering Computers 2008: Complete*. Course Technology Press, Boston, MA, United States.

- Effendi, M. A. (2018). *The power of good corporate governance: teori dan implementasi* (Edisi 2. C). Salemba Empat.
- Evi, S. S. (2022). *Penggunaan Fitur Shopee Paylater dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian di Rokan Hulu Riau*. 31–33.
- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2018). Mobile-banking adoption: empirical evidence from the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1386–1413. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0215>
- Febriantoro, W. (2016). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-*Manajerial*, 3(5), 184–207.
- Ghazaly, A. R., Ihsan, G., & Shidiq, S. (2010). *Fiqh Muamalat*. Kencana Prenada Media Group.
- Hasan, A. (2003). *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*. Raja Grafindo Persada.
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>
- Hidayat, E. (2015). *Fiqh Jual Beli* (1st ed.). Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Humaniora, J., Ekonomi, I., Hukum, B., Paylater, S., Mahasiswa, P., Labuhanbatu, D., Harahap, T. R., & Wahyuni, E. (2024). *Pengaruh Usefulness , Perceived Risk Terhadap Niat Menggunakan*. 2020, 59–66.
- 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>
- Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- 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. <https://doi.org/10.36088/fondatia.v6i1.1711>
- Kurnia, Goso, G., & Halim, M. (2023). Pengaruh Fintech (Paylater), Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 704–711. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3996>
- Muas, Y. (2017). *TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG JUAL BELI KOTORAN SAPI SEBAGAI PUPUK KANDANG (Studi pada PT. Juang Jaya Abdi Alam)* [UIN Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/1277/>
- Mujahidah, A. N. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya. *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application, and Development*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.26858/ijosc.v1i1.19316>
- Nancy, Y. (2021). *Mengenal Konsep Paylater yang Marak di e-Commerce*. Tirto.Id. <https://tirto.id/mengenal-konsep-paylater-yang-marak-di-e->

commerce-f9vX

- Nasrun, H. (2007). *Fiqh Muamalah*. Gaya Media Pratama.
- Nikmah, A., & Iriani, S. (2023). Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(16), 8–21. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8224952>
- POJK Nomor 77/POJK.01/2016, Pub. L. No. 77 (2016). <https://www.ojk.go.id/id/ regulasi/ otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016.aspx>
- 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>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Priyatno, D. (2017). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. MediaKom.
- Quiserto, R. (2022). *Kelebihan dan Kekurangan Shopee PayLater*. DUWITMU.COM. <https://duwitmu.com/pinjaman-online/kelebihan-dan-kekurangan-shopee-paylater>
- 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>
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Sabila, A. R., & Kusumaningrum, L. (2020). Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Dalam Meningkatkan Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Tangerang 2020). *Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT*, 16(2), 72–80. <https://jitech.i-tech.ac.id/index.php/jitech/article/view/107/pdf>
- Safitri, N. R. (2022). Sistem Shopee Paylater Dalam Pembayaran Jual Beli Online Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. *Universitas Islam Negeri*.
- Salisbury, W. D., Pearson, R. A., Pearson, A. W., & Miller, D. W. (2001). Perceived security and World Wide Web purchase intention. *Industrial Management & Data Systems*, 101(4), 165–177. <https://doi.org/10.1108/02635570110390071>
- 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>
- Sekyere Mbrokoh, A. (2016). Journal of Internet Banking and Commerce Exploring the Factors that Influence the Adoption of Internet Banking in Ghana. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(212).
- Setiadi, N. J. (2005). *Perilaku konsumen : konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran* (2nd ed.). Prenada Media.

- Siregar, w h. (2022). *Transaksi Shope Paylater Dalam Persfektif Fiqh Muamalah (Studi Pada Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah dan Prodi Ekonomi Syariah* <http://repository.uin-suska.ac.id/59910/>
- Sofiani, I., & Nurhidayat, A. I. (2019). Sistem Informasi Rancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Hasil Pertanian Berbasis Website dengan Menggunakan Framework Codeigniter. *Jurnal Manajemen Informatika*, 10(01), 25–32.
- Sohn, S. (2017). A contextual perspective on consumers' perceived usefulness: The case of mobile online shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38, 22–33. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.05.002>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhadi, M. D. (2015). Implementasi Prinsip Islam Dalam Aktivitas Ekonomi: Alternatif Mewujudkan Keseimbangan Hidup. *Jurnal Penelitian*, 9(1), 67–92. <https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.851>
- Suryani, M., & Achira, S. (2019). *GAYA HIDUP HEDONISME DALAM KONSUMSI DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam IAIN Kota Bengkulu)*. 5(2), 1–19. [https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1299694&val=17493&title=GAYA HIDUP HEDONISME DALAM KONSUMSI DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam IAIN Kota Bengkulu](https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1299694&val=17493&title=GAYA%20HIDUP%20HEDONISME%20DALAM%20KONSUMSI%20DITINJAU%20DARI%20PERSPEKTIF%20EKONOMI%20ISLAM%20Pada%20Mahasiswi%20Jurusan%20Ekonomi%20Islam%20IAIN%20Kota%20Bengkulu)
- Utami, M. R., Meriyati, M., & Aravik, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang Serta Pandangan Perspektif Ekonomi Islam Terhadapnya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 269–282. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.235>
- Viona, V., Yohanes, K., Mega, L. S., Kurniawati, W., Farady Marta, R., & Isnaini, D. M. (2021). Narasi Shopee Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi E-Commerce Di Era Modern. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46–65. <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>