

Pengaruh Shopee *Paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Yogyakarta

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar sarjana



Disusun Oleh:

Defrindo Rama Wiranda Sihombing

211931162

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
JANUARI 2024**

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**PENGARUH SHOPEE *PAYLATER* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA YOGYAKARTA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DEFRINDO RAMA WIRANDA SIHOMBING

Nomor Induk Mahasiswa: 211931162

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Jumat tanggal 12 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Rahmat Purbandono Hardani, Drs., M.Si.

Penguji

Algifari, Drs., M.Si.

Yogyakarta, 12 Januari 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) bagaimana penggunaan *shopee paylater* di kalangan mahasiswa Yogyakarta, (2) bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa Yogyakarta, (3) pengaruh penggunaan *shopee paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel berupa teknik *purposive sampling* dan terkumpul 100 sampel dengan status mahasiswa Yogyakarta. Sumber data yang digunakan peneliti yaitu data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana dengan menggunakan IBM SPSS Statistic 23. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji model dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diambil kesimpulan: (1) sebagian besar mahasiswa Yogyakarta menggunakan *shopee paylater*, (2) sebagian besar mahasiswa Yogyakarta memiliki perilaku konsumtif, (3) terdapat pengaruh positif *shopee paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Yogyakarta.

Kata kunci: *Shopee Paylater*, Perilaku Konsumtif.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the use of shopee paylater among Yogyakarta students, (2) the consumptive behavior of Yogyakarta students, (3) the effect of using shopee paylater on the consumptive behavior of Yogyakarta students. This study used a quantitative approach with a sampling technique in the form of a purposive sampling technique and collected 100 samples with Yogyakarta student status. The data source used by researchers is primary data using a questionnaire. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression using IBM SPSS Statistics 23. Data analysis methods used include data quality testing, classical assumption testing, model testing and hypothesis testing. Based on the results of this study, it can be concluded: (1) the majority of Yogyakarta students use shopee paylater, (2) the majority of Yogyakarta students have consumptive behavior, (3) there is a positive influence of shopee paylater on the consumptive behavior of Yogyakarta students.

Keyword: Shopee Paylater, Consumptive Behavior

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB 1 PENDAHULUAN

Latar Belakang

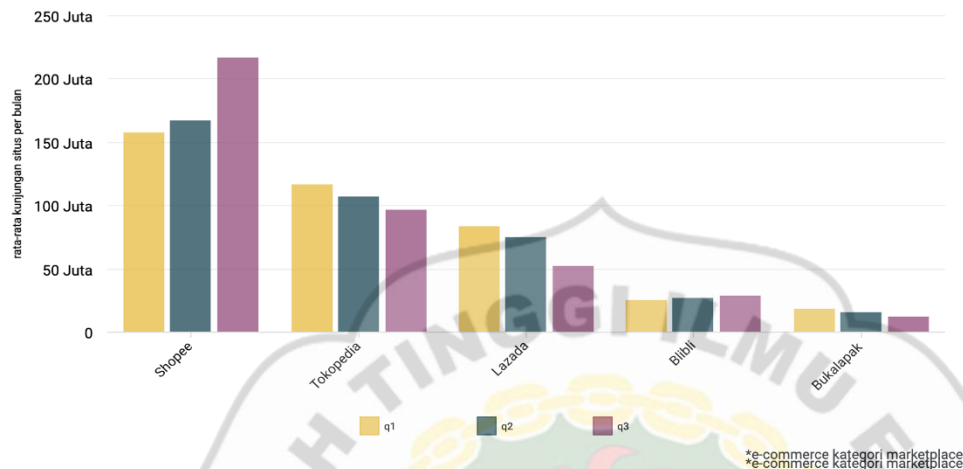
Pesatnya kemajuan teknologi komunikasi, media, dan informatika, serta meluasnya pembangunan infrastruktur informasi global, telah memberikan dampak signifikan terhadap kegiatan komersial di industri perdagangan, serta di sektor sosial dan politik pemerintahan. Teknologi informasi dan komunikasi secara signifikan membantu mengatasi tantangan sosial dan ekonomi. Kehadiran teknologi informasi dapat secara efektif mengatasi permasalahan, hambatan, atau keterbatasan kita dalam menyelesaikan tugas (Fandy Tjiptono, 2011).

Masyarakat yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi sangat terkena dampaknya. Belanja online, yang sering disebut dengan *e-commerce*, hanyalah salah satu dari banyak kegunaan teknologi ini, yaitu jenis media baru yang memfasilitasi akses mudah terhadap informasi digital untuk berbagai tujuan, namun tidak terbatas pada: berkomunikasi dengan teman dan keluarga, meneliti topik yang diminati, berbagi pengetahuan, dan menyelesaikan tugas kerja. Istilah "*Electronic commerce*" (EC) mengacu pada fenomena perdagangan barang dan jasa yang relatif baru melalui jaringan elektronik, seperti *World Wide Web Internet* (Shim, Quershi, Siegel, & Siegle, 2000). (Turban, Lee, King, Chung, 2000).”

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Gambar 1.1

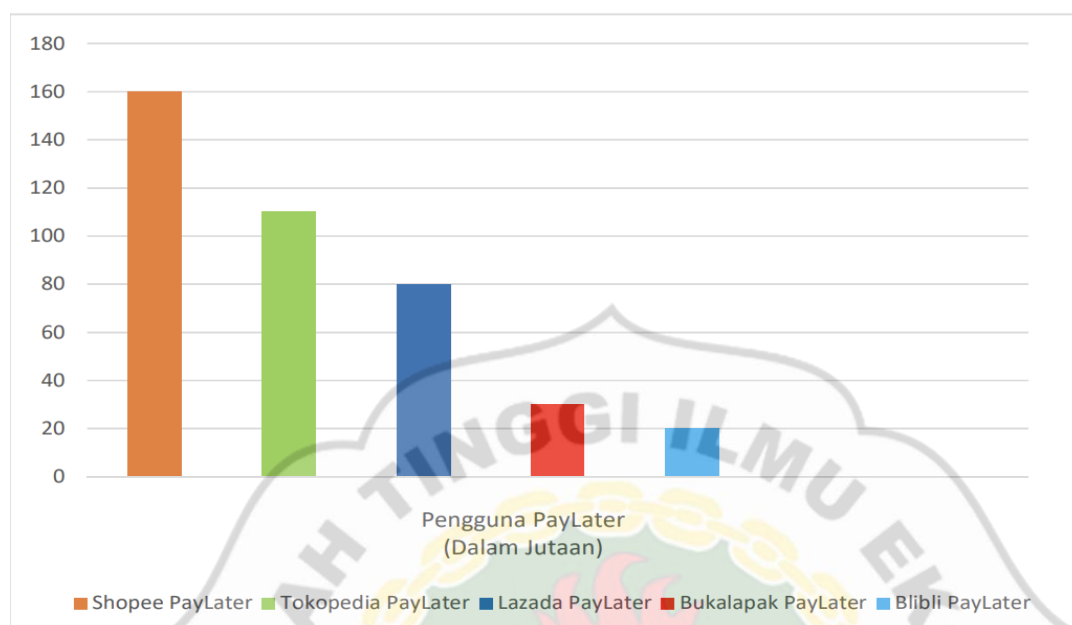
Pengguna Paylater di Indonesia



Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak, dan masih banyak lagi jenis *e-commerce marketplace* yang bermunculan saat ini. Memiliki dampak menguntungkan dan buruk dari *e-commerce* pada kehidupan sehari-hari masyarakat, seperti perubahan sikap sosial dan kebiasaan belanja. Masyarakat bisa menjadi wirausaha dengan menjual barang atau jasa di situs *online*, yang merupakan dampak positif dari memiliki website jual beli. Salah satu masalah dengan menjamurnya pasar *online* adalah munculnya budaya konsumeris. Orang-orang menjadi lebih terpengaruh oleh gaya hidup yang *trend* dan *style*, yang mengarah pada praktik-praktik boros seperti membeli barang-barang yang sebenarnya tidak mereka diperlukan atau hanya karena mereka tertarik untuk melihatnya dijual. Sebagai akibat dari kebutuhan masyarakat yang terus-menerus untuk menyesuaikan diri dengan norma dan mode masyarakat, serta kemudahan dalam membaca iklan berbagai produk secara online, menjamurnya pasar online telah berkontribusi pada bangkitnya budaya konsumeris (Roykhanah, 2018).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Gambar 1.2



Aplikasi Paylater dengan Pengguna Terbanyak

Sumber : databoks.co.id, 2023

Daftar peringkat teratas Paylater untuk aplikasi *E-Commerce* dipublikasikan pada kuartal pertama (Q1) oleh databoks.co.id, berdasarkan anggota komunitas. Berdasarkan statistik yang diberikan, *Shopee Paylater* akan memiliki jumlah pengguna tertinggi di antara semua aplikasi pembayaran di Indonesia tahun 2023 sebanyak 160 juta pengguna, dengan 110 juta pengguna dari *Tokopedia Paylater* berada di urutan kedua. Di antara beberapa aplikasi *PayLater*, *Lazada PayLater* menempati peringkat ketiga dengan 80 juta pengguna, sedangkan *Bukalapak PayLater* berada di peringkat keempat dengan 30 juta pengunjung. *Blibli* dengan 20 juta pengunjung menempati peringkat kelima dalam penggunaan *PayLater* ([databoks](http://databoks.co.id), 2023). Karena *Shopee PayLater* menjadi fitur terpopuler di Indonesia pada tahun 2023, bahkan melebihi *Tokopedia PayLater*, maka dipilihlah fitur ini sebagai objek penelitian. Oleh karena itu, peneliti penasaran ingin mengetahui apa saja yang membuat *Shopee Paylater* menarik. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa *Shopee Paylater* mempengaruhi kebiasaan pembelian mahasiswa Universitas Mataram (Rahima dan Cahyadi, 2022).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Mengingat hal tersebut di atas, terdapat keinginan yang kuat di kalangan peneliti untuk meneliti “**Pengaruh Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Yogyakarta**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraiannya, permasalahannya adalah:

1. Bagaimana penggunaan *shopee paylater* di kalangan mahasiswa Yogyakarta?
2. Bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan *shopee paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Yogyakarta?

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, khusus menasar pengguna Shopee *Paylater*. Periode penelitian dimulai pada bulan November 2023 dan berlanjut hingga temuan penelitian selesai.

Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas mendeteksi adanya distribusi normal pada data penelitian. SPSS 29 memungkinkan pengujian normalitas satu sampel. Uji Kolmogrov-Smirnov, yang memenuhi kondisi yang ditentukan:

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.42663300
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.045
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Tabel 4.10 menunjukkan nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ untuk *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada Asymp. Sig (2-tailed) Oleh karena itu, penelitian ini dapat dikatakan terdistribusi normal.

Uji Linieritas

Kebenaran spesifikasi model diuji dengan menggunakan uji linieritas. Fungsi mana yang harus digunakan dalam penyelidikan empiris linier, kuadrat, atau kubik. Kumpulan data yang baik memiliki hubungan langsung antara variabel dependen dan independen.

1. Jika nilai probabilitas $> 0,05$, hubungan antara variabel bebas Shopee *Paylater* (X) dengan variabel terikat perilaku konsumtif (Y) adalah linear.
2. Jika nilai probabilitas $< 0,05$, hubungan antara variabel bebas variabel bebas Shopee *Paylater* (X) dengan variabel terikat perilaku konsumtif (Y) adalah tidak linear.

Tabel 4.11
Hasil Uji Linieritas
ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * Between Groups (Combined)	7.521	6	1.254	1.140	.34
X					5

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Linearity	5.416	1	5.416	4.927	.029
Deviation from Linearity	2.105	5	.421	.383	.859
Within Groups	102.239	93	1.099		
Total	109.760	99			

Berdasarkan data pada tabel 4.11, nilai signifikan penyimpangan dari linearitas sebesar 0,859, ambang batas $> 0,05$. Hal ini menggambarkan bahwa Shopee *PayLater* mempengaruhi perilaku konsumtif secara linier.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menguji bagaimana X mempengaruhi Y dengan menggunakan regresi linier sederhana. Uji regresi linier dasar menentukan apakah variabel bebas dan variabel terikat berkorelasi positif atau negatif.

Hasil Uji regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.858	1.981		4.471	.000
Shopee Paylater	.200	.089	.222	2.255	.026

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan hasil analisis regresi linier sederhana dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 8,858 + 0,200 X$$

Berdasarkan persamaan di atas, maka hasil yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah bernilai positif sebesar 8,858 artinya jika variabel bebas yaitu *shopee paylater* bernilai nol, maka perilaku konsumtif naik sebesar 8,858.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Variabel *shopee paylater* bernilai positif sebesar 0,200 artinya hubungan antara *shopee paylater* dan perilaku konsumtif adalah searah, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel *shopee paylater* akan meningkatkan perilaku konsumtif.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Uji t mengukur pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Perhitungan dapat dilakukan dengan membandingkan nilai tingkat signifikansi (sig) hasil perhitungan dengan angka 5%.

1. Jika sig penelitian $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika sig penelitian $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hipotesis:

H_a : *Shopee Pay Later* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Yogyakarta.

H_0 : *Shopee Pay Later* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Yogyakarta.

Tabel 4.13
Hasil Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.858	1.981		4.471	.000
Shopee Paylater	.200	.089	.222	2.255	.026

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh nilai t hitung sebesar $2,255 > t$ tabel, dan nilai sig sebesar $0,26 < 0,05$ maka menolak H_0 dan menerima H_a menunjukkan adanya pengaruh positif antara *shopee paylater* terhadap perilaku konsumtif.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Simultan (Uji F)

Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik F adalah jika nilai signifikansi $F < 0,05$ maka hipotesis alternatif diterima, yang berarti seluruh variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016:96).

Tabel 4.14
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.416	1	5.416	5.087	.026 ^b
	Residual	104.344	98	1.065		
	Total	109.760	99			

Berdasarkan tabel 4.14 di ketahui nilai f hitung sebesar $5,087 > F$ tabel 2,70 dan tingkat signifikansi $0,026 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *shopee paylater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa besar Variabel Independen dapat menjelaskan Variabel Dependen. Koefisien determinasi regresi (R) disajikan pada tabel :

Tabel 4.15
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.222 ^a	.049	.040	1.03186

a. Predictors: (Constant), Shopee Paylater

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.14 menunjukkan R Square = 0,49. Hal ini menunjukkan bahwa 0,49% Shopee *Paylater* mempengaruhi perilaku konsumtif. Selebihnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak ada dalam model regresi.

Pembahasan

Penggunaan Fitur Shopee *Paylater*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada bulan Desember 2023 menggunakan kuesioner, mahasiswa Yogyakarta menggunakan fungsi Shopee *PayLater* lebih dari tiga kali per bulan. Shopee *PayLater* adalah metode pembayaran pilihan bagi pelajar karena kenyamanan dan keamanannya.

Hasil penelitian ini tidak berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Simon & Nicholas (2023) yang berjudul Pengaruh Penggunaan Shopee *Paylater* dan Promo HARBOLNAS (Hari Belanja Nasional) Terhadap *Impulsive Buying* Pengguna Shopee Di Kota Medan menyatakan bahwa Shopee *Paylater* berpengaruh terhadap *Impulsive Buying* pengguna Shopee di kota Medan. Berdasarkan data survei di Shopee *Paylater* yang mengungkapkan bahwa rata-rata pelajar di Yogyakarta memberikan tanggapan mulai dari sangat setuju hingga setuju. Mereka pun memberikan penjelasan detail bagaimana fitur tersebut membuat seluruh transaksi pembayaran terasa lebih praktis, betapa bermanfaatnya, dan bagaimana saldo rekening tidak pernah berkurang tanpa sepengetahuan pemiliknya. Terakhir, mereka menyebutkan komponen pengaruh sosial yang memungkinkan kita melakukan transaksi pembayaran dimana saja dan kapan saja selama jaringan mendukungnya. Iklan di televisi dan media lainnya memberikan informasi kepada pemirsa tentang fitur dan manfaat Shopee *Paylater*, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk menggunakan fitur tersebut. Selain itu,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

iklan tersebut menyatakan bahwa pelajar di Yogyakarta rata-rata menggunakan fitur tersebut lebih dari tiga kali dalam sebulan.

Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yogyakarta

Hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Yogyakarta Desember 2023 dengan menggunakan kuisisioner menunjukkan bahwa mahasiswa Yogyakarta memiliki perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini tidak berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tiara & Miswanto (2021) yang berjudul *The Moderating Effect of Celebrity Preferences and Hedonism Personality On The Relationship of Perceived Intrusiveness, Consumer Attention And Purchase Intention* menyatakan bahwa hedonisme dapat meningkatkan perhatian konsumen terhadap keputusan pembelian. Dilihat dari rata-rata respon partisipan yang menyatakan setuju terhadap pernyataan dalam kuesioner. Sebagian besar mahasiswa Yogyakarta mengakui bahwa mereka mempunyai sifat *impulsive buying* yang dibuktikan pada jawaban pernyataan yang menyatakan bahwa mereka sering membeli produk tanpa mempertimbangkan dahulu. Mahasiswa Yogyakarta juga mengakui bahwa mereka mempunyai sifat *wasteful buying* yang dibuktikan pada pernyataan yang menyatakan bahwa mereka sering mengeluarkan uang > Rp 200.000 untuk membeli produk. Dan mahasiswa Yogyakarta juga mengakui bahwa mereka sering membeli produk karena alasan yang kurang masuk akal yaitu karena mengikuti gaya orang lain.

Pengaruh Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yogyakarta

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji t) yang dilakukan menggunakan SPSS di dapatkan nilai t hitung dari variabel shopee paylater adalah $2,225 > 1,985$ (t tabel) dan shopee paylater memiliki tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikansi antara variabel shopee *paylater* dengan perilaku konsumtif.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil penelitian ini tidak berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Euis Audria Sari (2023) yang menyebutkan bahwa *shopee paylater* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif(Y). Dalam beberapa tahun belakangan ini perilaku konsumtif mahasiswa meningkat dalam beberapa tahun belakangan karena maraknya *e-commerce* yang muncul di Indonesia. Tetapi karena kondisi covid-19 menyebabkan terjadinya perubahan uang saku mahasiswa sehingga banyak dari mereka yang memilih untuk menggunakan sistem *paylater* untuk memenuhi sikap konsumtif mereka. Sistem *shopee paylater* sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Yogyakarta karena menerapkan tangguhan pembayaran di awal bulan berikutnya.

Simpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari pengolahan dan analisis data memberikan jawaban terhadap rumusan permasalahan penelitian. Pengguna *Shopee Paylater* memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Konsumen *Shopee PayLater* terkena dampak dari perilaku konsumtif mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. D. (2023). Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 227–232.
- Anggoro, M. T. (2007). *Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *e-Jurnal Psikologi*, 1(2).
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *e-Jurnal Psikologi*, 1(2).
- Bilqis Salma Elysia, M. J. (2023). Analisis Akad Jual Beli Menggunakan Shopee Paylater Dalam Perspektif Hukum Islam. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law Social Political Governance*, 3(1), 832-858.
- DWIASTUTI, Putri, B. R. (2017). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Edi Haerulah, S. I. (2017). Aplikasi E-commerce Penjualan Souvenir Pernikahan Pada Toko "XYZ". *Jurnal Prosisko*, 4(1), 43-47.
- Elpa Julita, I. B. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JIEI*, 8(3).
- Fauziah, G. U. (2022). Pengaruh Fasilitas (Fitur) E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 254–267.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Hasanah Jaya Asja, S. S. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Manajemen*, 2(4), 310-325.
- Kotler, P. &. (2014). *Principle of Marketing*. New York: Pearson.
- Kotler, P. &. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke-12 Jilid Pertama). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. d. (2004). *Dasar-Dasar pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (E. Ke-12,) Jakarta: Erlangga.
- M. Rizki Ramadani, C. W. (2023). Analisis Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah FAI UMSU). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 129-141.
- Neuman, L. W. (2014). *Basics of social research: Qualitative & quantitative approaches* 3rd edition. USA: Pearson Education.
- Nurfatmala, S. H. (2023). Analisis Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif FEBI IUN SULTAN MAULANA HASANUDDIN Banten. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(2), 586-594.
- Putri, B. R. (2017). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Sari, E. A. (2023). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 387-400.
- Simon & Nicholas. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER DAN PROMO HARBOLNAS (HARI BELANJA ONLINENASIONAL) TERHADAP IMPULSE BUYING PENGGUNA SHOPEEDI KOTA MEDAN. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(3), 479-496.
- Sonia Aftika, H. Y. (2022). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater "Bayar Nanti" Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN RADEN INTAN LAMPUNG Dalam Perspektif Bisnis Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 81-100.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. . Bandung: Alfabeta.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Suyonto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.

Sunyoto, D. Y. (2022). *Perilaku Konsumen*. Magister A. Eureka Media Aksara.

Tiara & Miswanto. (2021). The Moderating Effect Of Celebrity Preferences And Hedonism Personality On The Relationship Of Perceived Intrusiveness, Consumer Attention And Purchase Intention. *Journal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(3).

