

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, V. (2017). Sosial Media Sebagai Pasar Bagi Masyarakat Modern (Sebuah Kritik terhadap Budaya Populer). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 18(1), 1–15. <https://doi.org/10.24252/jdt.v18n1dnk02>
- Amri, A., Mutiah, Sari, V., Marlina, R., Fazira, K., & Asmara, S. (2024). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater (Bayar Nanti) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 6(1), 41–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.vi.47760>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Raja Grafindo Persada.
- Fahmi, T. (2022). Konsep Riba Dalam Fiqih Muamalah Maliyyah Dan Praktikanya Dalam Bisnis Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1270–1285. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4751>
- Fajrussalam, H., & Hartiani, D. (2023). Analisis Pembayaran Paylater Dalam Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Islam. *Attadib: Journal of ...*, 6(2), 265–290. <https://doi.org/https://doi.org/10.32507/attadib.v6i2.1270>
- Firman, F. (2018). Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. *Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, 1–29.
- Holland, D. (2021). *Differential Association Theory*. EBSCO. <https://www.ebsco.com/research-starters/social-sciences-and-humanities/differential-association-theory>
- IW, S., Hadi, A. P., & Paramita, E. P. (2021). Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM Kerajinan Cukli Kota Mataram di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Community Development & Empowerment*, 2(3), 73–84. <https://doi.org/10.29303/jcommdev.v2i3.18>
- 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>
- Lestari, N., Aprisa, M. T., & Dewi, D. (2024). *Eksplorasi Strategi Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif; Studi Perbandingan Metode Tesis Di Kalangan Akademisi*. 4(3), 380–388. <https://doi.org/https://doi.org/10.54437/irsyaduna>
- Ningrum, P. A. D., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Diskon Terhadap Impulse Buying di E-commerce Shopee Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 767–776. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3407>

- Nurfajriani, W., Ilhami, M., Mahendra, A., Sirodj, R., & Afgani, M. (2024). Triangulasi Data dalam Analisis Kualitatif. *Https://Jurnal.Peneliti.Net/Index.Php/JIWP*, 10(17), 826–833. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- OJK. (2014). *POJK No 29/POJK.05/2014*.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.18/POJK.03 (2017). http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-tentang-Pelaporan-dan-Permintaan-Informasi-Debitur-melalui-Sistem-Layanan-Informasi-Kuangan/SAL_POJK_SLIK.pdf
- Pramesti, S. C., Rohizah, S., & ... (2024). Analisis Riba dan Bunga Bank dalam Perspektif Islam: Konsep Bunga dan Prinsip Ekonomi Islam dalam Perbankan Syariah. ... *Ilmiah Ekonomi* ..., 2(3), 179–185. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v2i3.1115>
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Rahmayani, E. S., & Fadly, W. (2022). Analisis Kemampuan Siswa dalam Membuat Kesimpulan dari Hasil Pratikum. *Jurnal Tadris IPA Indonesia*, 2(2), 217–227. <https://doi.org/10.21154/jtii.v2i2.765>
- Ramadani, M., & Riska, C. (2023). Analisis Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah FAI UMSU). *Ekonomi Islam*, 4(2), 129–141. <https://doi.org/https://doi.org/10.56114/al-sharf.v4i2.7756>
- Sasanadigital. (2025). *25 Marketplace Online Terbesar di Indonesia [Update 2025]*. <https://sasanadigital.com/pilih-marketplace-atau-toko-online-sendiri-pahami-dulu-perbedaannya/>
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Teknologi*, 5(1), 53–65. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.372>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- 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>
- Wulandari, A., & Anwar US, K. (2021). Analisis Manajemen Pemasaran Pada Aplikasi Shopee Dan Tokopedia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 295–301. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.49>