

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. R., & Abidin, M. (2021). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2).
- Agus, P., Putra, P., Kadek, N., Ardani, M., Ratna, P., & Sari, J. (2024). Hedonic shopping motivation on impulse buying: Evidence on Indonesian *e-commerce* users during COVID-19. *Journal UNDIKNAS*, 5(2), 164–171. <https://doi.org/10.38043/revenue.v5i2.5996>
- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Amin, M. N., & Mubyarto, N. (2025). Pengaruh Harga Barang Dan Penggunaan *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN STS Jambi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 22260–22266.
- Arifianti, R., & Firsanty, farah P. (2025). Motivasi Hedonic Shopping Pada Generasi Z di Kota Bandung. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(1), 209–217. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1324>
- Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2003). *Hedonic Shopping Motivations*. *Journal of Retailing*, 77–95. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(03\)00007-1](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00007-1)
- Asrhy G, & Made H. (2024). *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EEP.2024.v13.i12.p01>
- Asri Nurwahyuni, W., & Yuniasanti, R. (2023). Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk *E-commerce* Pada Generasi Z. *Psychopolytan : Jurnal Psikologi*, 6(2), 62–69.
- Asrulla, A. (2023). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*. <https://www.researchgate.net/publication/386875018>
- Burg, V., & Keil, J. (2022). “*Buy Now, Pay Later*” and *Impulse Shopping*.
- Cahyani, L., & Marcelino, D. (2023a). Positive Emotions as Mediation Between *Hedonic Shopping Motivations* on Impulsive Buying Behavior of *E-commerce* in Indonesia. *Asia Pacific Management and Business Application*, 011(03), 347–362. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2023.011.03.7>
- Cahyani, L., & Marcelino, D. (2023b). Positive Emotions as Mediation Between *Hedonic Shopping Motivations* on Impulsive Buying Behavior of *E-commerce*

- in Indonesia. *Asia Pacific Management and Business Application*, 011(03), 347–362. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2023.011.03.7>
- Candika, Y. I., Riadi, F. S., Putri, E. L. H., & Bahtera, N. T. (2025). Kecenderungan penggunaan paylater di kalangan mahasiswa: Peran perilaku konsumtif dan tekanan sosial. *Journal of Management and Digital Business*, 5(2), 685–702. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i2.1862>
- Carnado, M. H., & Rahmayanti, D. (2024). Analisis Gaya Hidup, Kemudahan dan Religiusitas terhadap Penggunaan *Shopee Paylater* dengan Hedonic Shopping Sebagai Variabel Moderasi. *JIEM: Journal of Islamic Entrepreneurship and Management*, 4(1), 33–43. <https://ejournal.uinsalatiga.ac.id/index.php/jiem/article/view/980>
- Christian, V., Susanti, A., & Suwartiningsih, S. (2025). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui Penggunaan Fitur *Shopee Paylater* dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard. *NNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 4667–4776. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i1.16908>
- Darsono, S. N. A. C., Rizarda, M., & Johari, S. M. (2025). Fenomena Paylater di Kalangan Mahasiswa: Gaya Hidup, Sosial, dan Motivasi Hedonisme sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 125–138. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26015>
- Dewi, I. J., & Mahemba, U. S. A. K. (2024). Utilitarian and Hedonic Shopping Motives and Attitude towards Online Shopping of Generation Z in Indonesia. *Ilomata International Journal of Management*, 5(2), 542–558. <https://doi.org/10.61194/ijjm.v5i2.1135>
- Dewi, N. (2025, June 4). Generasi Milenial dan Gen Z Dominasi Utang Paylater Mencapai Rp 29,59 Triliun. *Tempo*. <https://www.tempo.co/ekonomi/generasi-milenial-dan-gen-z-dominasi-utang-paylater-mencapai-rp-29-59-triliun-1643128>
- Dewi, W., & Fahma, A. (2025). Model Stimulus-Organism-Response (S-O-R): Peran Trust sebagai Mediasi dalam Keputusan Pembelian Produk N'Pure di TikTok Shop. *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i3.1389>
- Dwi, O., Safariyanto, S., & Santoso, A. (2023). Pengaruh *Shopee Paylater*, Promosi Penjualan dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. *Journal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2). <https://jurnal.uts.ac.id/in>
- Dwi Syahban, P., Ashilah, G., & Nur Fatimah, N. (2025). Pengaruh Impulsivitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Penggunaan Belanja Online di Era Digital. *JMA*, 3(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Dzaky, F. M., & Prasetyo, B. (2025). Pengaruh Penggunaan Paylater, Gaya Hidup Hedonis, dan Promosi Penjualan Terhadap Impulsive Buying Behavior pada

- Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Bandung. *Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, 19(11). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Elvi, F. (2025). Dampak Penggunaan *Shopee Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Program Studi Kewirausahaan Institut Teknologi Keling Kumang). *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(1), 2222–2233.
- Erdem, A., & Yilmaz, E. S. (2021). Investigation of Hedonic Shopping Motivation Effective in Impulse Buying Behavior of Female Consumers on Instagram. *Journal of Yasar University*, 16(64), 1605–1623.
- Erwadi, Y. M., Indira, S. M., Sulaeman, Moh. M., & Damayanti, D. D. (2025). Pengaruh Gengsi, Tekanan Sosial Media, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berlebihan pada Penggunaan Marketplace Shopee. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 3(2), 153–165. <https://doi.org/10.30640/trending.v3i2.4022>
- Farida, A. N., & Susilawati, W. (2025). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Hedonic Shopping Motivation Sebagai Variabel Intervening terhadap Impulsive Buying pada Generasi Z melalui Platform *E-commerce* Shopee. *costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(4).
- Faujiah, F., Afriza, E., & Srigustini, A. (2025). Pengaruh Social Influence dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulsive Buying Behavior pada Generasi Z dengan Financial Literacy sebagai Variabel Moderasi. *HATTA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 3(1). <https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/hatta>
- Ferreira, P., & Hwihanus, H. (2025). Pengaruh Promosi Online Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Market place. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 93–102. <https://doi.org/10.59024/jumek.v3i1.518>
- Gunawan, M., Musnaini, M., & Yuniarti, Y. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Penggunaan Paylater Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E- Commerce Shopee (Studi Kasus Generasi Z Di Kota Jambi). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 203–214. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2290>
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3). <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Hamidah B, Faerrosa L, & Jati J. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial, Hedonic Shopping Motivation, dan Utilitarian Value terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Spaylater. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis ECONOMIST*, 1(4), 11–23. <https://e.journal.titannusa.org/index.php/economist/article/view/34/99>

- Hasibuan, N., Rukmana, Y., Hasibuan, A., Fauzan, A., & Suaibah, S. (2025). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital Pada Penggunaan E-Wallet Dan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(6), 301–311. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i6.5232>
- Ifitah, N., Hidajat, W., & Widiartanto. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Promotion terhadap Impulse Buying pada Konsumen Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 582–592. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.38318>
- Inspirasi Shopee. (2025). *PayLater: Pengertian, Keuntungan, dan Tips Menggunakannya*. <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/apa-itu-paylater-adalah/>
- Irrawati, M. D., & Mukaramah, M. (2024). Implementasi Metode Regresi Linear Berganda untuk Mengatasi Pelanggaran Asumsi Klasik. *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 3(2), 83–94. <https://doi.org/10.35912/sakman.v3i2.2743>
- Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3). <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Karina Putri Restike, Dinar Prasasti, Desfi Intan Fitriani, & Monika Kussetya Ciptani. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan *Shopee Paylater* Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 22, 100–113.
- Khadafi, M. (2024, August 14). Warga RI Makin Doyan Ngutang di Paylater, Pinjaman Tembus Rp 6 Triliun. *CNBC*.
- Kholimah, A., & Dewi, R. W. (2025). Analisis Pengaruh Shopping Life Style, Hedonic Shopping Motivation dan E-payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada E-commerce Shopee di Blitar. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 3(3). <https://journal.s2asia.ac.id/index.php/jiram>
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson Education Limited.
- Laurinda, C., Pangaribuan, C. H., & Thaib, D. (2024). Unraveling The Factors Influencing Impulsive Buying Behavior Among Gen Z Using *Shopee Paylater*: A Quantitative Anaylsis Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0). *Asian Journal of Social and Humanities*, 2, 2963–4946. <https://ajosh.org/>
- Lestari, I. (2025, August 18). Daftar E-commerce Paling Sering Diakses 2025, Shopee Masih Juara. *GoodStats*. <https://goodstats.id/article/e-commerce-paling-sering-diakses-2025-shopee-masih-juara-wyZqk>

- Lestari, N. R., Suharmi, & Suryani, A. I. (2025). Pengaruh Penggunaan Fitur *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Journal of Multidisciplinary Research*, 1(4), 181–188. <https://doi.org/10.70963/jmr.v1i4>
- Lestari, S., & Nuraeni. (2025). *Shopee Paylater* dan Fenomena Belanja Impulsif: Peran Gaya Hidup, Literasi Keuangan dan Kemudahan Akses dalam Pengambilan Keputusan Konsumen. *costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(3), 5215–5233.
- Mahanani, A., Nauli, D., & Sihombing, J. (2025). Dampak Literasi Keuangan dan Financial Experience Generasi Z terhadap Penggunaan PayLater di *E-commerce*. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 1955–1963. <https://doi.org/10.62710/ttp4h731>
- Manek, D., Tinggi, S., & Karya, I. E. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Financial Technology terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi Muda. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen STIE Karya*, 03(01), 13–20. <https://ejurnal.stie-karya.ac.id/index.php/jsk>
- Marinu Waruwu. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*.
- Maryani, D., & Maya, S. (2024a). Pengaruh Penggunaan *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Mahasiswa Jakarta). *JFM: Journal of Fundamental Management*, 4(3), 344–355. <https://doi.org/10.22441/jfm.v4i3.31270>
- Maryani, D., & Maya, S. (2024b). Pengaruh Penggunaan *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Mahasiswa Jakarta). *JFM: Journal of Fundamental Management*, 4(3), 344–355. <https://doi.org/10.22441/jfm.v4i3.31270>
- Mujianah, S., Fikri, A., Yakub, R., & Sanjaya, V. F. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(2), 481–491. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.2.19>
- Mursalina, A., Hasanah, & Efriani. (2024). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna *Shopee Paylater*. *Balale Jurnal Antropologi*, 5(1).
- Natalie, W., Anggraini, D., & Supriyanto, S. (2024). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap E-Impulse Buying pada Marketplace Shopee*. 3(261). <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage>
- Ningtyas, A., Zafirah, E., Faizah, J., Muhammad, A., & Rostini. (2025). Analisis Pengaruh Sistem Paylater terhadap Keputusan Pembelian dan Kesehatan

- Finansial Generasi Muda. *Jurnal Interdisipliner (JUNTER)*, 1(05). <http://www.eksopoda-publisher.com/index.php/JUNTER/article/view/234>
- Nudiya, Suwanto, & Titing, A. S. (2025). How Hedonic Shopping Motivation and Trust Shape Purchasing Decisions Among *Shopee Paylater* Users? *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 101–110. <http://journal.almatani.com/index.php/invest/index>
- Nurazijah, M., Lailla, S., Fitriani, N., Rustini, T., Studi, P., Guru, P., & Dasar, S. (2023). Pengaruh *Hedonic Shopping Motivations* terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa. *Journal on Education*, 05(02), 2345–2352.
- Nurmalia, G., Mutiasari Nur Wulan, & Zathu Restie Utamie. (2024). Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 3(01), 22–32. <https://doi.org/10.34001/jrei.v3i01.846>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2025). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2025* (M. Riyadi & A. Harton, Eds.; 2025th ed.). Otoritas Jasa Keuangan.
- Prasetya, A. A., & Kuswati, R. (2025). Online Impulse buying: the application of stimulus-organism-response model. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(2).
- Prasetyo, I. (2012). Teknik Analisis Data dalam *Research and Development*.
- Putri, P., & Lathief Ilhamy Nasution, M. (2025). The Influence of *Shopee Paylater* Usage on Impulse Buying Behavior with hedonic lifestyle as an intervening variable among generation z in serdang bedagai. <https://doi.org/https://doi.org/10.53806/ijcss.v6i2.1064>
- Rafiah, A. D., Rohayati, N., & Pertiwi, A. (2025). Generasi Z dan Doom Spending: Analisis Prediktor Motivasi Belanja Hedonis dan Fomo terhadap Pembelian Impulsif di Era Digital. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 10(2), 258–267.
- Rahmawati, I., & Setyowibowo, F. (2025). Pengaruh Stimulus Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Reaksi Kognitif dan Afektif: Kerangka Kerja Stimulus-Organism-Response (SOR). *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 13(3). <https://doi.org/10.26740/jupe.v13n3.p248>
- Ramadhani, S. R., Ekowati, T., & Rahmawati, F. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO), Shopping Enjoyment dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Online Impulse Buying: Studi pada Gen Z pengguna E-commerce Shopee di Purworejo. 6, 4729. <https://forms.gle/VtyCpc3e6T8aJSTr8>

- Riyanti, F. O. (2025). Pengaruh Penggunaan Shopeepaylater terhadap Keputusan Belanja Mahasiswa pada *E-commerce* Shopee di Universitas Muhammadiyah Kalianda. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 4494–4506. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2330>
- Rizal, A. M., & Hermina, D. (2025). Desain Penelitian Survei. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(6), 1016–1028. <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie>
- Riza, S. A., & Lestari, B. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying di Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2).
- Rizki, K., Pradana, M., & Kartawinata, B. R. (2025). Materialism and Impulsive Buying: Evidence of Buy-Now-Pay-Later as a Mediator Among Indonesian Consumers. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 2(4), 4273–4287. <https://doi.org/10.62567/micjo.v2i4.1098>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279–284. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Safitri, I. N., Hartono, S., & Istiqomah. (2023). The Influence of hedonic shopping motivation, promotion and product quality on impulsive online purchase of fashion products. *Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 7–1. <https://info.populix.co/report/>
- Saragih, E. C., Widia, E., Sinaga, B., Sirait, M. M., Hutabalian, R. A., & Rianto, H. (2025). *Shopee Paylater* Dan Perilaku Konsumtif: Studi Gender Di Sumatera Utara Melalui Pendekatan Analisis Multigroup. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 197–213.
- Sari, K., & Laksmidewi, D. (2021). Factors Affecting Impulsive Buying in mobile commerce with stimulus-organism-response (s-o-r) perspective. *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)*, 5(1).
- Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Satria, & Yunita. (2023). Pengaruh Website Quality, hedonic shopping motivation, dan motivasi dan promosi penjualan terhadap online impulse buying produk fashion di tokopedia. *Journal Competency of Business*, 7(2).
- Septyarini, D. N., Achmad, G. N., & Sofyan, A. (2022). The Effect of Sensory stimuli on increasing customer satisfaction and customer advocacy bankaltimtara using the stimulus organism response (sor) model. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 6. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>

- Sitepu, G., & Fadila, A. (2024). Analisis Pemanfaatan layanan Paylater di Era Digital oleh Generasi Z. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1), 57–70. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Sakstha, D. A. (2024). Teknik Analisis Data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91. : <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm>
- Sugiyono, & Ernanda, D. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, hedonic motive dan service quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(10).
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Suryowati, B., Mutia Alifah, D., & Studi Manajemen, P. (2025). Price Discount, Paylater, Shopping Lifestyle and Impulse Buying Shopee Users. *Jurnal Simki Economic*, 8(1), 133–141. <https://jipred.org/index.php/JSE>
- Susanto, D., Apriza, M. W., & Muthiarsih, T. (2024). Usage of Buy Now Pay Later, Hedonic Motivation, and Impulse Buying among Gen Z in E-commerce Shopee. *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science*, 4(2). <https://ajmesc.com/index.php/ajmesc>
- Syahban, P., Kholifah, Ashilah, G., & Fatimah, N. (2025). Pengaruh Impulsivitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan belanja online di era digital. *jurnal media akademik (JMA)*, 3(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Syifani, G. A., & Mustika, M. D. (2024). Shopping motivations of Paylater users. *Australian Journal of Psychology*, 76(1). <https://doi.org/10.1080/00049530.2024.2408022>
- Usmadi. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (uji homogenitas dan uji normalitas). *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62.
- Utomo, R., Susanti, S., & Zulaihati, S. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Impulsif. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(4), 4117–4137. <https://doi.org/10.62710/fpx2c658>
- widhipratiwi, K., Nurmalasari, M., Mulyadi, M., & Prawitasari, P. (2025). Moderasi Promosi Penjualan Pada Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Dan Gaya Hidup Belanja Terhadap Impulse Buying Konsumen Shopee. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 5(1), 361–372. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v5i1.1013>
- Wulandari, W., & Murtadlo, K. (2023). Pengaruh Paylater Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 144–155. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i4.197>

- Yanuar, D. (2025, January 15). Paradoks Gen Z: Paling Paham Finansial, Paling Rentan Terjerat Pinjol . *Jatimnow*. <https://jatimnow.com/baca-81775-paradoks-gen-z-paling-paham-finansial-paling-rentan-terjerat-pinjol>
- Yonatan, A. (2025). *Tingkat Penetrasi Internet Indonesia Tembus 80% pada 2025*. <https://goodstats.id/article/tingkat-penetrasi-internet-indonesia-tembus-80-pada-2025-rape>
- Yudho, S. A., Nurwati, S., Evangelion, E., Beatrika, J., Efrandi, R., Berlianti, S., & Margaretha, Y. (2025). Pengaruh *E-commerce*, Life Style, Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Palangka Raya. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 4(6), 8670–8682.
- Yuliana, F., Amalia, F., Ariyanti, O., & Tinggi Agama Islam Tanbihul Ghofilin Banjarnegara, S. (2025). Pengaruh Layanan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Muda di Indonesia. *Journal of Economic Studies*, 1(1). <https://ejournal.risetanakbangsa.id/jeta/article/view/21>
- Yulianda, E., Hendry, R. S. M., & Siregar, M. R. (2025). Pengaruh perilaku belanja konsumtif, motif belanja, harga, dan promosi penjualan terhadap Impulsive buying pada konsumen Shopee. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(6), 2837–2850. <https://doi.org/10.60036/jbm.829>
- Yulianti, D. S., & Raskadi. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan *Hedonic Shopping Motivations* terhadap intensitas penggunaan *Shopee Paylater* pada mahasiswa penerima kip-k di international women university (iwu) kota bandung. *Jurnal Pustaka Nusantara Multidisplin*, 3(2). <https://journalpustaka.com/index.php/jpnm/article/view/544/251>
- Zetri R, & Octavera S. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, hedonisme dan perilaku konsumtif generasi z terhadap pengelolaan keuangan pribadi. *Jurnal Emas*, 6(10). <https://doi.org/https://doi.org/10.30388/emas.v6i10.12616>