

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, L. (2022). Evaluation of Factors influencing the SPaylater adoption in Indonesia. *Management Science and Business Decisions*, 2(2), 5–18. <https://doi.org/10.52812/msbd.49>
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Dewi Sri, F., & Rahmawati, A. (2022). THE EFFECTIVENESS OF SPAYLATER USAGE IN SHOPPING ACTIVITIES DURING COVID-19 PANDEMIC (Case Study on Tasikmalaya City Community). *Review of Multidisciplinary Education, Culture and Pedagogy (Romeo)*, 1(3), 9–20. <https://ojs.transpublika.com/index.php/ROMEIO/>
- Eka Pradana, I., & Suparna, G. (2016). Pengaruh Store Environment Dan Impulse Buying Tendency Terhadap Urge To Buy Impulsively Dan Impulse Buying Behaviour. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 255200.
- Goso, G., & Halim, M. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Fintech (Paylater), Literasi Keuangan dan Perilaku Komsumtif Terhadap*

Perilaku Keuangan Mahasiswa. 6(1), 704–711.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3996>

Halimah, N., Abdul, B., & Ningrum, N. K. (2021). *Pengaruh Keterlibatan Merek, Komunikasi Merek, Dan Interaktivitas Merek Pada Keterikatan Merek Media Sosial.* 9(2), 455–466.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.472>

Ii, B. A. B. (2021). *No Title.*

Inggardini Asarila Canestren, M. E. S. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater.* 2(1), 89–103.

Jennyya, V., Pratiknjo, M. H., & Rumampuk, S. (2021). *Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi.* *Jurnal Holistik*, 14(3), 1–16.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/34482/323>
74

Keloay, F. C., Pangemanan, S. P., Pandey, J., Sikap, P., Dalam, K.,
Pembelian, K.,

Green, N. I. U., Dan, T. E. A., Dan, K., Bri, B., & Branch, K. (2022).
COMPARATIVE ANALYSIS OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT HOTEL SUTANRAJA Jurnal EMBA Vol . 10 No . 1 Janauri 2022 , Hal . 1004-1013 Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen dalam melakukan keputusan pembelian Niu Green Tea dan Teh Botol Sosro pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat . 10(1), 1004–1013.

Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). *Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa* Khairat, M.,

- Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.24127/alqalb.v9i2.130-139>.
- Kurniasari, I., & Fisabilillah, L. W. P. (2021). Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan Spaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. *Independent : Journal Of Economics*, 1(3), 207–218.
- Manajemen, P. S., Tinggi, S., Ekonomi, I., Keluarga, Y., & Negara, P. (2022). *Analisis Perilaku Online Impulsive Buying : Shopping Lifestyle , Sales Promotion , Hedonic Shopping Motivation dan Paylater .*
- Nurjihan Zhabrina Dude, Ramlan Amir Isa, & Yulinda L Ismail. (2022). Pengaruh Penggunaan Paylater Dan Flashsale Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee. *Journal of Management*, 5(3), 358–363. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.3067>
- Putri, V. P. (2020). Shopping Lifestyle As Mediating Between Hedonic Shopping on Impulse Buying Online At Marketplace. *Manajemen Bisnis*, 10(2), 1–8. <https://doi.org/10.22219/jmb.v10i2.14496>
- Sari, D., Rifayanti, R., & Putri, E. T. (2022). *Kontrol Diri Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Wanita Dewasa Awal di Samarinda*. 10(1), 92–100. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Sarlina, R. D. (2016). *Hubungan Antara Konsep Gaya Hidup Hedonis*.

- Schmitt, B. (2012). The consumer psychology of brands. *Journal of Consumer Psychology*, 22(1), 7–17.
<https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.09.005>
- Shahjehan, Asad., Qureshi, Jaweria Andleeb., Zeb, Faheem., dan S., & Kaleem. (2011). Shahjehan, Asad., Qureshi, Jaweria Andleeb., Zeb, Faheem., dan Saifullah, Kaleem. *African Journal of Business Management*, 6(6), Pp. 21872194., 10–27.
- Sosial, P., Hidup, G., & Motivasi, D. A. N. (2023). *S PAYLATER SKRIPSI Oleh :*
ASTILAISYAH SARI NIM : E20192411 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM i.
- Terhadap, P., Buying, I., & Pengguna, P. (2022). *Pengaruh fashion involvement, shopping lifestyle, dan sales promotion terhadap impulse buying pada pengguna e-commerce*. 10, 123–135.
- Thamrin, H. (2021). *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa*. 11, 1–14.
<https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01>
- Rohmanto, F., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonis, Dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(1), 40–

48. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v8i1.2057>

Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying

Pengguna E-Commerce di Indonesia. In *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*

(Vol. 7, Issue 1, pp. 44–57). <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>

Korry, P. D. P., & Dwiya, K. G. S. (2017). Pengaruh hedonisme dalam memediasi fashion involvement terhadap perilaku impulse buying pada generasi milenial di Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 2(2), 311–323.

<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2081>

1

Damayanti, F. D. W., & Canggih, C. (1905). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopeepay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1880–1888.