

DAFTAR PUSTAKA

- Agrippina, T.R. dan Suratnoaji, C. (2023) “Pengaruh Brand Personality Shopee Terhadap Minat Menggunakan Fitur Shopee Pay Later Pada Generasi Milenial Surabaya,” *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), hal. 828–834. Tersedia pada: <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v3i3.3004>.
- Aisyah, A.S., Afrida, N. dan Harini, D. (2023) “Analisis Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Keuangan Shopee Paylater,” *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 1(4), hal. 1–12. Tersedia pada: <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v1i3.1358>.
- Alfarizy, R.S., Fahmi, I. dan Santoso, M.H. (2024) “Analysis of Marketing Mix and MSME Loan Distribution Strategies at Bank Tabungan Negara,” *Journal of Consumer Sciences*, 9(1), hal. 63–81. Tersedia pada: <https://doi.org/10.29244/jcs.9.1.63-81>.
- American Marketing Association (2025) *Definitions of Marketing*, American Marketing Association. Tersedia pada: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/> (Diakses: 18 November 2025).
- Anriani, S. (2020) *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Padangsidempuan*. Institut Agama Islam Padangsidempuan.
- Arianthi, D.E. dan Sampurna, D.S. (2020) “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian,” *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, hal. 1–23.
- Arizal, M. *et al.* (2023) “Penerapan Prinsip 5C pada Layanan Simpan Pinjam L-Smart BUMDes Bumiayu Kanaka Pringsewu Provinsi Lampung,” *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(2), hal. 671–678. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.54082/jamsi.704>.
- Aulia, N. (2023) *Pengaruh sosial, gaya hidup, dan nilai harga terhadap penggunaan Shopee Paylater : Survei pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Bandung*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Tersedia pada: <https://digilib.uinsgd.ac.id/74630/>.
- Azmi, M. *et al.* (2021) “The Effect Of Advertising, Sales Promotion, And Brand Image On Repurchasing Intention (Study On Shopee Users),” *IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI)*, 3(2), hal. 76–85. Tersedia pada: <https://doi.org/10.34306/itsdi.v3i2.527>.
- Banani, M.R.S. dan Selvi, E. (2023) “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Followers Instagram Shopee),” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Januari, 2023(1), hal. 279–289. Tersedia pada: <https://doi.org/10.5281/zenodo>.

7527551.

- Baral, M.M., Widiastuti, W. dan Muzni, N. (2022) “PENGARUH IKLAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PEMANFAATAN FITUR CICILAN OLEH MAHASISWA,” *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 6(2), hal. 118–127. Tersedia pada: <https://doi.org/10.33369/jkaganga.6.2.118-127>.
- Bisnis.com (2025a) *Cicilan HP ShopeePayLater vs Kredivo, Mana yang Lebih Murah, Bisnis/Keuangan*. Tersedia pada: <https://www.suara.com/bisnis/2025/12/30/191059/cicilan-hp-shopeepaylater-vs-kredivo-mana-yang-lebih-murah> (Diakses: 17 Februari 2026).
- Bisnis.com (2025b) *OJK Ungkap Aturan Paylater Baru Keluar Tahun Depan, Finansial Bisnis*. Tersedia pada: <https://finansial.bisnis.com/read/20240625/563/1776908/ojk-ungkap-aturan-paylater-baru-keluar-tahun-depan> (Diakses: 17 Oktober 2025).
- Britanica (2025) *What is buy now, pay later and should you take advantage of it?*, *Britanica Money*. Tersedia pada: <https://www.britannica.com/money/what-is-buy-now-pay-later> (Diakses: 18 Oktober 2025).
- Center For Digital Society (2024) “Angka Semu: Buy Now, Pay Later, dari Inklusi Keuangan menuju Jebakan Finansial.” Yogyakarta: Center For Digital Society, hal. 02–05. Tersedia pada: <https://digitalsociety.id/wp-content/uploads/2024/12/Case-Study-106-IND.pdf>.
- Chaffey, D. dan Ellis-Chadwick, F. (2022) *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice*. 8 ed. Diedit oleh T. Hill dan E. Srebernik. Harlow: Pearson Education.
- Commerce Finance (2025) *Produk Kami, Product*. Tersedia pada: <https://commerce-finance.com/product> (Diakses: 4 Maret 2026).
- Ghozali, I. (2021) *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. 10 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStat (2024) *Pengguna PayLater Indonesia Tumbuh 17 Kali Lipat dalam 5 Tahun Terakhir*. Tersedia pada: <https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL> (Diakses: 16 Oktober 2025).
- Hidayat, R., Nurhadi dan Andarini, S. (2021) *Praktik Bisnis Indonesia*. 1 ed. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Hilmi, L.D. dan Pratika, Y. (2021) “Paylater Feature: Impulsive Buying Driver for E-Commerce in Indonesia,” 5(2), hal. 63–74.
- IDN Research Institute (2025) *INDONESIA MILLENNIAL AND GEN Z REPORT*

2025. Jakarta. Tersedia pada: <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-genz-report-2025.pdf>.

Katadata dan Kredivo (2024) *Milenial dan Gen Z Mendominasi Pengguna Paylater di Indonesia*, Databoks. Tersedia pada: <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/66b5d6e18dff3/milenial-dan-gen-z-mendominasi-pengguna-paylater-di-indonesia> (Diakses: 15 Oktober 2025).

Kotler, P. dan Armstrong, G. (2021) *Principles of Marketing*. 18e ed. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P. dan Keller, K.L. (2022) *Marketing Management*, Pearson.

Liestiyanti, P.D. dan Andarini, S. (2022) “Pengaruh Financial Attitude dan Self Control Terhadap Financial Management Behavior dalam Penggunaan Layanan Pay Later: Studi Pengguna Kredivo di Kota Surabaya,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 21(1), hal. 60–74. Tersedia pada: <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2075>.

Muzakkir, M., Azisah Syam, N. dan Fatwa, S. (2025) “INTEGRASI LAYANAN FINTECH DALAM PLATFORM E-COMMERCE: STUDI KASUS PENGGUNAAN PAYLATER PADA GENERASI Z,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 10(1), hal. 49–57. Tersedia pada: <https://doi.org/10.37673/jebi.v10i1.6094>.

Nasution, N.H. dan Munir Misbahul (2023) “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Paylater dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi,” *Al-Buhuts*, 19(1), hal. 1–16. Tersedia pada: <https://doi.org/10.30603/ab.v19i1.3493>.

Ningsih, B.S.T.S. dan Putri, E. (2024) “Analysis of the Influence of Paylater Features, Service Quality, and Free Shipping on Purchasing Decisions in E-Commerce Shopee by Millennials,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 12(1), hal. 33–44. Tersedia pada: <https://doi.org/10.37641/jiakes.v12i1.2407>.

Ningsih, M.C., Woestho, C. dan Kurniawan, D. (2023) “Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat Paylater dan Pendapatan Generasi Z Terhadap Minat Penggunaan Paylater Di Platfrom Shopee Pada Kecamatan Tambun Selatan,” *Jurnal Economina*, 2(11), hal. 3218–3231. Tersedia pada: <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.967>.

Nurhati, D.D. (2020) *Pengaruh Strategi 7P Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Pada PT. BPRS Puduarta Insani Tembung*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Tersedia pada: <http://repository.uinsu.ac.id/10566/>.

Nurinda, S.A. dan Hadi, M. (2024) “Pengaruh e-Trust, e-Service Quality, dan Minat Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan ShopeePaylater di Platform e-Commerce Shopee,” *e-Retailing*, 1(1), hal. 207–212. Tersedia

pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jrme.v1i1.1156>.

Otoritas Jasa Keuangan (2024) “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2024 tentang Pengembangan dan Penguatan Perusahaan Pembiayaan, Perusahaan Pembiayaan Infrastruktur, dan Perusahaan Modal Ventura.” Jakarta, hal. 301–324.

Palazón, M. *et al.* (2022) “The customer journey: a proposal of indicators to evaluate integration and customer orientation,” *Journal of Marketing Communications*, 28(5), hal. 528–559. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/13527266.2022.2051584>.

Panjaitan, R. (2020) *Manajemen Pemasaran*. Tersedia pada: <https://doi.org/10.31237/osf.io/cn5fe>.

Porwal, P.D. (2023) “Place Decisions and the 4P ’ s of Marketing : Enhancing the Channels of Distribution for Customer Accessibility and Satisfaction,” 10(3), hal. 973–977.

Prajayanti, M.D. dan Darma, G.S. (2025) “Marketing 4 . 0 Strategies to Increase Customer Loyalty with Customer Satisfaction and Customer Decision as Mediators,” *Eduvest – Journal of Universal Studies*, 5(2), hal. 1303–1314. Tersedia pada: <https://doi.org/10.59188/eduvest.v5i2.1697>.

Putri, S.A., Giningroem, D.S.W.P. dan Pitoyo, B.S. (2024) “Pengaruh Promosi, Ketersediaan Produk Dan Penggunaan Paylater Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya),” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 2(2), hal. 170–192. Tersedia pada: <https://doi.org/10.29040/ijebar.v5i2.2337>.

Riyanto, L. dan Hatmawan, A.A. (2020) *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. 1 ed. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Rizqi Akbar (2023) “Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Resiko Dan Promosi, terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di Solo Raya,” *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), hal. 213–235. Tersedia pada: <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i3.645>.

Salsabila, I.A. (2025) *Pengaruh Iklan Media Sosial, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Pendapat Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee Paylater Pada Generasi Z Di Banyumas*. Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Saputra, Y.A., Jatmiko, J. dan Sofyan, J.F. (2024) “The Influence of Service Quality, Customer Satisfaction and Promotion on Instagram on Customer Loyalty Through Trust in Spaylater Services,” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), hal. 964–978. Tersedia pada: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10657438>.

- Savitri, D.N., Aziz, N. dan Shanty, B.M. (2024) “Marketing mix differences analysis Marketplace Shopee and Tokopedia,” *Economic Sustainability and Social Equality in the Technological Era*, hal. 266–276. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1201/9781003534495>.
- Setiawan, D. dan Wibowo, P.A. (2025) “PENGARUH CUSTOMER SERVICE, INKLUSI KEUANGAN, BUNGA PINJAMAN, DAN TEKNOLOGI TERHADAP MINAT PAYLATER,” *Media Mahardhika*, 23(2), hal. 317–328. Tersedia pada: <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v23i2.1243>.
- Shopee.co.id (2020) [*SPayLater - Limit & Aktivasi*] *Bagaimana cara mengaktifkan SPayLater?*, *Shopee*. Tersedia pada: [https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72939-\[SPayLater-Limit-Aktivasi\]-Bagaimana-cara-mengaktifkan-SPayLater](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72939-[SPayLater-Limit-Aktivasi]-Bagaimana-cara-mengaktifkan-SPayLater) (Diakses: 19 Oktober 2025).
- Sihombing, N.S. dan Sitorus, S.A. (2021) “THE ROLE OF MARKETING MIX STRATEGIES IN CONSUMER CONVENIENCE OF RURAL BANKS IN NORTH SUMATERA,” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), hal. 473. Tersedia pada: <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.10286>.
- Solomon, M.R. (2020) *Consumer Behavior Buying, Having, and Being*. 13 ed. London: Pearson Education. Tersedia pada: https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292318202_A39573226/preview-9781292318202_A39573226.pdf.
- Sugiyono (2022) *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. 27 ed. Bandung: Alfabeta.
- Syugianto (2020) *PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH KREDIT USAHA MIKRO PADA PT. BANK TABUNGAN PENSUNAN NASIONAL (BANK BTPN), TBK CABANG PANGKALAN KERINCI*. Universitas Islam Riau Pekanbaru. Tersedia pada: <https://repository.uir.ac.id/11143/1/187121049.pdf>.
- Udavant, S. (2025) *Buy Now, Pay Later (BNPL): What It Is, How It Works, Pros and Cons*, *Investopedia*.
- ULHAQ, A. (2021) *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN MUDHARABAH (Studi Kasus BPRS Al-Salaam Cinere)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA. Tersedia pada: https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58494/1/AULIA_ULHAQ-FEB.pdf.
- Wilson, A. et al. (2024) *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. 8th ed. London: McGraw-Hill.
- Wirtz, J. dan Lovelock, C. (2022) *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. 9 ed. Diedit oleh J. Yulin dan L. Ann. Toh Tuck Link: World Scientific Publishing Co. Inc.