

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. R. (2023). *Perbandingan Pengaruh Fasilitas Pembayaran Shopee Pay Dengan Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Wilcoxon Signedtest*.
- Anggraini, N. A., & Pradananta, G. (2023). *Pengaruh Sistem Pembayaran Paylater Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2019). *Marketing: An Introduction*. Pearson Education.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Auli, S., Basalamah, M. R., & Millannintyas, R. (2021). *Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee*.
- Djogo, O. (2022). STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM ERA DIGITAL PADA MASA SEKARANG. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 13(Vol. 13 No. 1). <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v13i1.5028>
- Eviana, V., & Saputra, A. J. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later*.
- Famelia, A., Suryani, W., & Taringan, E. D. S. (2022). *Pengaruh Digital Marketing dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area di Platform Belanja Shopee*.
- Gohae, M., Dakhi, P., & Duha, T. (2021). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. ANISA KECAMATAN TELUKDALAM KABUPATEN NIAS SELATAN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4, 297–308.
- Hanum, Zubaidah, & Hidayat, S. (2017). Faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota Medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 37–43.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Eureka Media Aksara.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid I*. Erlangga.
- Lestari, S., Handayani, N. U., & Mahacandra, M. (2021). THE INFLUENCE OF USING SHOPEEPAY AND SHOPEE PAYLATER FEATURES ON SHOPEE USER PURCHASING DECISIONS DURING THE COVID- 19. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 16(4), 242–248. <https://doi.org/10.14710/jati.16.4.242-248>
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mauludin, M. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Jurnal FEBI Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri*.
- Mawardani, F., Niaga, P. T., Ekonomika, F., & Bisnis, D. (2021). Renny Dwijayanti. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9. <https://katadata.co.id>
- Nabilah, M. (2023, Oktober 25). *8 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia, Shopee Paylater Juara*. databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/25/8-layanan-paylater-terpopuler-di-indonesia-shopee-paylater-juara>

- Nasikhudin, M., Maduwinarti, A., & Mulyani, A. (2023). *Pengaruh Pembayaran Spaylater dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Pengguna Shopee di Surabaya*.
- Nugraha, S., & Nuraeni, D. (2021). Peran Teknologi Internet Dalam E-commerce. *Journal civics and social studies*, 5(2), 181–191.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *FAQ: KATEGORI UMUM*.  
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/direktori/fintech/Documents/FAQ%20Fintech%20Lending.pdf>
- Philip, K., & Keller, K. (2020). *Perilaku Konsumen. Dalam Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Pramessti, A. I. (2022). *Pengaruh Pemberian Potongan Harga, Voucher, dan Cashback Terhadap Minat Customer Menggunakan Pembayaran Digital*.
- Pratama, A. R. P. (2022). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E – Commerce Shopee*.
- Qomariah, N. (2018). *MARKETING ADACTIVE STRATEGY*.  
<https://www.researchgate.net/publication/326623130>
- Riyanto, S., & Hatmawa, A. A. (2020). *METODE RISET PENELITIAN KUANTITATIF*. CV BUDI UTAMA.
- Rosyihuddin, M., & Hendra, J. (2022). The Role of Price Discounts in Moderating, Customer Reviews and Free Shipping on Shopee Purchase Decisions in Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 4(1), 162–172.  
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v4i1.1415>
- Ryan, D. (2019). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* .
- Said, L. R., Anggela, M., & Fariany, G. R. (2023). Online Purchase Decision of Gen Z Students at Shopee Marketplace. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), e01187. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.1187>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Sah Media.
- Salma, A. M., Ekawati, E., & Anggraeni, E. (2024). The Influence Of Service Quality and Lifestyle On Purchase Decisions Using Shopee Paylater In Bandar Lampung. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 2494–2505.  
<https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i3.6260>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(1), 44–57.  
<https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Sholikhah, A. (2017). STATISTIK DESKRIPTIF DALAM PENELITIAN KUALITATIF. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(2), 342–362.  
<https://doi.org/10.24090/komunika.v10i2.953>
- Shopee adalah platform belanja online terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan*. (2023). Shopee Indonesia. <https://careers.shopee.co.id/about>
- Sugiyono. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*.

- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi* (Sunarto, Ed.). ALFABETA, cv.
- Suprayogi, B., & Razak, A. (2019). Implementasi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Pamokolan Ciamis. *Jurna Produktif*, 3.
- Suryadarma, M. A. (2023). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Shopee Food di Kota Bandung*.
- Utami, A. P. (2023). *Pengaruh Diskon Pada Shopee Paylater Terhadap Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa*.
- Wicaksana, I. (2021). PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PADA PELANGGAN USIA MUDA. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 18(1), 1.  
<https://doi.org/10.33370/jmk.v18i1.507>
- Wulandari, A., Utami, N. S., & Sarlata, J. (2023). The Influence of Online Customer Reviews and Prices on Product Purchasing Decisions Fashion on the Shopee Marketplace in Bekasi. *Majalah Ilmiah Bijak*, 20(2), 368–377.  
<https://doi.org/10.31334/bijak.v20i2.3437>
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). *Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (Shopee Paylater) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee di Yogyakarta*.
- Yuliara, I. M. (2019). REGRESI LINIER BERGANDA. *Denpasar: Universitas Udayana*.  
[https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_pendidikan\\_1\\_dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.pdf)
- Yuniasih, I., Winarno, S. H., Zuniarti, I., & Marwansyah, S. (2022). The Effect of Price, Product Quality and Customer Service Toward Customer Satisfaction on Online Buying at COVID-19 Pandemic. Dalam *1st Virtual Workshop on Writing Scientific Article for International Publication Indexed SCOPUS* (hlm. 511–516). Sciendo.  
<https://doi.org/10.2478/9788366675827-089>