

DAFTAR PUSTAKA

- Alenia.id. (2022). Belanja impulsif jadi pelarian emosional selama pandemi. <https://www.alinea.id/amp/gaya-hidup/belanja-impulsif-jadi-pelarian-emosional-selama-pandemi-b2feS9Bpi> (diakses pada 20 Maret 2022).
- Alviani, A. A. (2018). *Impulsif Yang Dimediasi Shopping Lifestyle Pada E-Commerce*.
- Arij, F. N., & Suwitho, S. (2021). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Shopee. Co. Id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(6).
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020 Provinsi Bali*. 08, 1–13.
- Baladini, N., Syarief, N., & Gunaedi, J. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan, Pemasaran Media Sosial dan Motivasi belanja hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif. *Korelasi: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1323–1337.
- Bali.bisnis.com. (2021). *Ada Pandemi, Belanja E-commerce dan Belanja Makanan via Ojol di Bali Naik Pesat*. *Bisnis.Com*. <https://bali.bisnis.com/read/20210329/538/1373819/ada-pandemi-belanja-e-commerce-dan-belanja-makanan-via-ojol-di-bali-naik-pesat> (diakses pada 20 Desember 2021).
- Bank Indonesia. (2020). *Sekilas Sistem Pembayaran di Indonesia*. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx> (diakses pada 20 Desember 2021).
- Bank Indonesia. (2021). Laporan Perekonomian Provinsi Bali. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 4. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Bali-Februari-2021.aspx> (diakses pada 20 Desember 2021).
- Besri, A. A. O. (2018). Pengaruh *Financial Attitude*, *Financial Knowledge*, dan *Locus of Control* terhadap *Financial Management Behavior* Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. *Skripsi*.
- Bisnis.com. (2021). 10 Provinsi “Ramah” Digital Terbaik Versi East Ventures, Bali dan Riau Melejit. <https://m.bisnis.com/amp/read/20210324/563/1372177/10-provinsi-ramah-digital-terbaik-versi-east-ventures-bali-dan-riau-melejit> (diakses pada 20 Maret 2022).

- Carlo, A., Poernomoadi, A. A., & Yasahardja, Y. (2019). Analisis Pengaruh Cashback Program, *PayLater* dan *Satisfaction* Terhadap *Continuance Commitment* Pada Aplikasi OVO. *Thesis: Universitas Pelita Harapan*.
- Cole, Henry S and Kenneth E. Clow. 2011. *A Model Development of Retail Patronage Loyalty*. *Journal of Business Studies Quarterly*, 2 (2), pp: 1-16
- Databoks.katadata.co.id. (2021). *Shopee Paylater, Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan pada 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/shopee-paylater-layanan-paylater-paling-banyak-digunakan-pada-2021> (diakses pada 20 Desember 2021).
- Duke, Andy, & Andrew. (2019). *Insights into Payments Payment Methods Report 2019 Innovations in the Way We Pay. The Paypers*, 144.
- Finance.detik.com. (2021). Masih Belum Tahu Apa Itu PayLater? Cek Penjelasan di Sini. <https://finance.detik.com/fintech/d-5504429/masih-belum-tahu-apa-itu-paylater-cek-penjelasan-di-sini> (diakses pada 30 Maret 2022).
- Fuadi, Y. (2019). Kajian Hukum Terhadap Penggunaan Paylater Dalam Pembayaran Transaksi Antara Konsumen Dengan Traveloka Ditinjau Dari POJK NOMOR 77/POJK.01/2016.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.
- Hardhika, R. E., & Huda, M. A. (2021). Pengalaman Pengguna *Paylater* Mahasiswa di Surabaya. *Commercium*, 4, 19–32.
- Hilmi, L. D., & Pratika, Y. (2021). *Paylater Feature: Impulsive Buying Driver for E-commerce in Indonesia*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2), 63–74.
- Jawapos.com. (2021). *Belanja Online Didominasi Generasi Z Selama Pandemi, Ini Datanya*. <https://www.jawapos.com/ekonomi/02/06/2021/belanja-online-didominasi-generasi-z-selama-pandemi-ini-datanya/> (diakses pada 30 Maret 2022).
- Kemekeu.go.id. (2018). Sudah saatnya beralih ke e-money alat pembayaran zaman now. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/sudah-saatnya-beralih-ke-e-money-alat-pembayaran-zaman-now/>.
- Kompas.com. (2021). Riset: Masyarakat Lebih Banyak Belanja Online Dibanding Offline. <https://money.kompas.com/read/2021/10/22/211000926/riset--masyarakat-lebih-banyak-belanja-online-dibanding-offline> (diakses pada 30

Maret 2022).

- Kontan.co.id. (2021). *Belanja digital generasi Z meningkat di kala pandemi, apa saja yang dibelanjakan?* <https://industri.kontan.co.id/news/belanja-digital-generasi-z-meningkat-di-kala-pandemi-apa-saja-yang-dibelanjakan> (diakses pada 30 Maret 2022).
- Maulana, M. A., & Simanjuntak, M. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif.
- Merdeka.com. (2020). *BI: Penjualan E-commerce Naik 26 Persen Selama Pandemi Virus Corona*. <https://www.merdeka.com/uang/bi-penjualan-e-commerce-naik-26-persen-selama-pandemi-virus-corona.html> (diakses pada 30 Maret 2022).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx> (diakses pada 20 Maret 2022).
- Pratika, Y., Salahudin, S., Riyanto, D. W. U., & Ambarwati, T. (2021). Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(3), 329–339.
- Rosidah, A., Prakoso, A. F., & Surabaya, U. N. (2021). Ekonomi Universitas Negeri Surabaya *the Influence of Economic Literacy and Self-Control on Impulsive Buying in State University of Surabaya*. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(September), 275–287.
- Rossiana, A. V. (2021). Pengaruh *Financial Knowledge, Financial Attitude, External Locus Of Control* Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Situs *Marketplace* (Studi. *Skripsi*).
- Rozaini, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion. *Niagawan*, 8(1), 1.
- Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarbjit. (2020). *Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Toko Online di Instagram (Studi Pada Mahasiswa Universitas Prima Indonesia)*. 30–31.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57.

- Shintia, R. (2021). Pengaruh motivasi belanja hedonis dan Pendidikan Ekonomi. Shopee. (2021). SPayLater, Beli Sekarang Bayar Nanti. <https://shopee.co.id/m/SPayLater-Beli-Sekarang-Bayar-Nanti> (diakses pada 20 Maret 2022).
- Sidabutar, L. C. (2021). Pengaruh Kepuasan Pengguna Fitur Shopee *Paylater* Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Skripsi*.
- Sugiyono, D. (2013). Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suratno, Rosmiati, & Siswono, E. (2021). Pengaruh Online Shop, Lingkungan Teman Sebaya Dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Implusif Mahasiswa Jurusan Pips Fkip Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 2(1).
- Suryani, M., Nusaibatul A, N., & Nurul H, P. (2022). Determinan Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Shopee Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(1), 457–476.
- Syahna, I. A. (2021). *Pengaruh Faktor Demografi, Pengetahuan Keuangan, Self Efficacy Dan Hedonisme Terhadap Minat Kredit Konsumtif Civitas Akademika Universitas Islam Negeri Alauddin Di Koperasi Al-Muawwanah*.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). *Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology*. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 144–154.
- Widyaningrum, B. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Materialisme Terhadap Perilaku Perencanaan Dana Pensiun dengan Impulsive Buying sebagai Variabel Mediasi. *Doctoral Dissertation, STIE Perbanas Surabaya*.
- Yudiantara, I. G. A. P. (2014). Analisis Penelitian Niat Perilaku Dan Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Berbasis Teknologi Di Hotel (Sebuah Kajian Literatur). *Jurnal Ilmiah Akutansi Dan Humanika Jinah*, 4(1), 1380–1392.
- Yudiantara, I. G. A. P., & Yasa, I. N. P. (2020). *Determinant Use of Behavior Online Shopping Information System*. 158(Teams), 413–419.
- Yuliatwati, Y., & Suarna, I. F. (2017). Belanja hedonis di kalangan mahasiswa. *Ekubis*, 1(January 2018), 41–52.