DAFTAR PUSTAKA

Aftika, S., Hanif, H., & Devi, Y. (2022). Pengaruh penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater "bayar nanti" terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam perspektif bisnis syariah. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam, 3*(1), 81–100.

Amelia, R., & Syafrini, D. (2024). Penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif, 7*(2), 291–300.

Andriani, L. A., & Harti, H. (2021). Pengaruh emosi positif, potongan harga, dan kualitas website terhadap pembelian impulsif. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 23*(3), 454–462.

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.

Aprilia, L. P., Alam, Y. V. M., & Firdaus, S. (2024). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap manajemen keuangan mahasiswa/i Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial, 4*(1), 61–67.

Aulia, M. L., & Nuryani, H. S. (2026). Pengaruh Cashback, Diskon, Dan Kemudahan Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Pembelian Impulsif Mahasiswa Gen Z Universitas Teknologi Sumbawa. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(2), 2530-2545.

Aulia, M. R. N., Lumalessil, R., & Bayinah, A. N. (2025). Pengaruh celebrity endorser dan viral marketing terhadap keputusan pembelian impulsif di platform e-commerce Shopee pada Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam, 7*(2), 178–196.

Batubara, M., Putri, M., & Hrp, M. R. A. (2024). Pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce Shopee (Studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *9*(1).

Cantikasari, Y., & Basiya, R. (2022). Pengaruh motivasi hedonis, materialisme, dan shopping lifestyle terhadap pembelian impulsif. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, 23*(2), 33–43.

Databoks Katadata. (2024). *Data jumlah penduduk Kabupaten Nganjuk tahun 2024*. https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/dd2b1c3569d72e3/data-2024-jumlah-penduduk-kabupaten-nganjuk-1-15-juta-jiwa

Databoks Katadata. (2025). *Data UMK Nganjuk lima tahun terakhir*. https://databoks.katadata.co.id/ketenagakerjaan/statistik/57e89f267b6d246/umk-nganjuk-lima-tahun-terakhir-naik-2305

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

GoodStats. (2025a). *Lima aplikasi paylater favorit Gen Z dan milenial di Indonesia*. https://goodstats.id/article/5-aplikasi-paylater-favorit-gen-z-dan-milenial-di-indonesia-2025-E9TsL

GoodStats. (2025b). *Shopee jadi e-commerce yang paling banyak diakses di Indonesia 2025*. https://goodstats.id/article/shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-diakses-di-indonesia-2025-3COz0

Ilham, M., & Amor, G. S. (2023). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif ditinjau dari perspektif ekonomi syariah. *Adl Islamic Economic, 4*(2), 105–117.

Julita, E., Idwal, B., & Yustati, H. (2022). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8*(3), 2953–2957.

Kontan. (2024). *Paylater perbankan tumbuh dua digit per Agustus, begini kondisi sejumlah bank*. https://amp.kontan.co.id/news/paylater-perbankan-tumbuh-dua-digit-per-agustus-begini-kondisi-sejumlah-bank

Lani, M. W., Fanggidae, A. H., Dhae, Y. K., & Bunga, M. (2026). Pengaruh flash sale, cashback dan PayLater terhadap pembelian impulsif GEN Z di Kota Kupang pada e-commerce shopee. *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, *7*(2), 533-543.

Larasati, D. A., & Siregar, S. (2025). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen: Studi pada Generasi Z. *An Nuqud Journal of Islamic Economics, 4*(1), 112–118.

Lestari, T. W., Sucipto, A., & Nugrahani, D. S. (2024). Social media marketing dan fenomena impulsive buying Gen Z terhadap produk kosmetik. Dalam *UMMagelang Conference Series* (hlm. 92–100).

Mariyani, K., & Risanta, M. (2025). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan Shopee PayLater pada Generasi Z di Banjarmasin. *eCo-Fin, 7*(2), 1169–1180.

Nikmah, A., & Iriani, S. S. (2023). Pengaruh kemudahan dan manfaat penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku impulse buying. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9*(16), 8–21.

Ni, C., & Lubis, N. W. (2025). Pengaruh penggunaan spaylater pada aplikasi shopee terhadap perilaku impulse buying mahasiswa prodi bisnis digital universitas negeri medan. *ikra-ith humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, *9*(3), 837-846.

Nomleni, K. E., & Timo, F. T. N. (2024). Pengaruh terpaan konten iklan layanan pinjaman online terhadap pembelian impulsif pada Gen Z. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, 8*(1), 40–51.

Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2025). *Hasil survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) tahun 2025*. https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Keuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx

Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah, I. F. (2021). Pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif belanja online pada karyawan department store. *Jurnal Indonesia Sosial Sains, 2*(7), 466–495.

Pratnyawati, G. D. T., & Mardiana, M. (2023). Pengaruh Shopeepaylater dan literasi keuangan terhadap pembelian impulsive pada mahasiswa UIN Malang jurusan manajemen 2018-2020. *Jurnal Ekbis: Analisis, Prediksi Dan Informasi*, *24*(1), 72-83.

Putri, A. L., & Priantilianingtiasari, R. (2024). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, dan lifestyle terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6*(3), 1245–1261.

Putri, F. R. C., & Artanti, Y. (2022). Pembelian impulsif pada marketplace: Pengaruh personality, price discount, dan media sosial. *SIBATIK Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan, 1*(5), 509–522.

Putri, S. A., Giningroem, D. S. W. P., & 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), 170-192.

Radar Nganjuk. (2025). *Penduduk Nganjuk tahun 2025 tembus 1,17 juta jiwa*. https://radarnganjuk.jawapos.com/seputar-nganjuk/amp/2176157771/wow-penduduk-nganjuk-2025-tembus-117-juta-jiwa

Saputra, I., Kuswardani, D. C., & Rusdianti, E. (2021). Peran konsumsi hedonis dan emosi positif belanja dalam meningkatkan pembelian impulsif. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 14*(2), 108–116.

Sholekhah, A. (2023). Pengaruh program flash sale TikTok Shop terhadap impulsive buying pada Generasi Z menurut etika konsumsi dalam ekonomi syariah. *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah, 6*(1).

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Utami, M. R., Meriyati, M., & Aravik, H. (2023). Pengaruh penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang serta pandangan perspektif ekonomi Islam terhadapnya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA), 3*(2), 269–282.

Website Resmi Kabupaten Nganjuk. (2024). *Informasi statistik Kabupaten Nganjuk*. https://nsc.nganjukkab.go.id/detail_berita/NDQyNQ==