

## DAFTAR PUSTAKA

- Adirinekso, G. P. (2021). Minat dan Penggunaan Fintech PayLater Pekerja Urban Pelanggan Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19. *Journal of Management and Business Review*.
- Ananda, R., Ratna, A., & Rayi, G. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswi Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- DailySocial.id (2022). *Perilaku konsumen e-commerce di indonesia*. Diambil di [https://dailysocial.id/post/paylater makin diminati konsumen untuk belanja online](https://dailysocial.id/post/paylater%20makin%20diminati%20konsumen%20untuk%20belanja%20online). Diakses pada 11 januari 2023
- Ghozali, P. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Diponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goodstats.id. (2022). *Platform E-Commerce Pilihan Masyarakat Tahun 2022*. Diambil di [https://goodstats.id/article/jakpat shopee masih rajai e-commerce pilihan masyarakat indonesia tahun 2022](https://goodstats.id/article/jakpat%20shopee%20masih%20rajai%20e-commerce%20pilihan%20masyarakat%20indonesia%20tahun%202022). Diakses pada 09 januari
- Hidian, A., Rahayu, M. (2021). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle Dan Visual Marchanding Terhadap Impulse Buying (Pada Produk Fashion Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto). *Jurnal Manajemen Bisnis Terapan*.
- Maulana, B. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Serta Dampaknya Pada Minat Beli Ulang (Studi Empiris Pada Pengguna Shopee. co. id di Kota Surakarta*. *Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Mardhiyah, S, R., & Sulistyawati, L. (2021). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik Volume 1 Nomor 1*
- Prihadi, D., Hairia, B., & Subroto, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Sistem Paylater, Diskon Harbolnas Terhadap Motivasi Hedonis dan Dampaknya Pada *Impulse Buying*. *Jurnal Pro Bisnis Vol. 15 No. 2*
- Rossa, A., & Fatir, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Prosiding SNAM PNJ*.
- Safitri, M. L. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Promosi Penjualan Terhadap Miat Beli Ulang Pada Konsumen Starbuck Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 10 Nomor 1, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya*.

- Sari, R. (2020). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Indonesia*
- Sarihim, & Tambunan, L. A. (2022). Pengaruh Paylater Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Volume 1, Nomor 2*.
- Septiana, I., & Widyastuti, W. (2021). Pengaruh Sales Promotion, Product Quality, dan Hedonic Behavior pada Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Manajemen, 9(2)*.
- Setyaningrum, F., Arifin, Z., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Hedonic Motives terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Konsumen Superindo Supermarket Yang Melakukan Impulse Buying). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 37(1)*.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Udin, B., Salim, M. A., & Khoirul, M. (2021). Pengaruh Nilai Hedonik Dan Nilai Utilitarian Terhadap Pengaruh Nilai Hedonik Dan Nilai Utilitarian Terhadap Minat Beli Ulang Online Shop Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.
- Wijoyo, F., & Santoso, T. (2022). Pengaruh Website Quality, Electronic Word of Mouth, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Tokopedia. *Agora, 10(1)*.
- Yustica, D. D. (2021). Pengaruh Fitur *Experiential Marketing* Dan *Paylater* Terhadap Keputusan Pelanggan Dan Minat Beli Ulang. *Eduvest voll*.