

Dampak Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

Alifta Lutfiaazahra
Universitas Ivet, Indonesia
alifta.azabra@gmail.com

Abstrak. Adanya kemajuan teknologi dalam hal finansial (*financial technology*), salah satunya adalah perkembangan sistem PayLater (sistem bayar nanti) pada Shopee, yaitu Shopee PayLater membawa dampak yang signifikan terhadap mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan desain deskriptif eksploratif. Informan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Ivet Angkatan 2022/2023, sebanyak 12 orang. Hasil dari penelitian ini adalah sebagian besar dari informan yaitu sebanyak 33 persen, menggunakan Shopee PayLater karena daya tarik promosi atau diskon yang diberikan, sebanyak 29 persen dari total informan karena alasan kemudahan proses pembayaran, 21 persen karena kebutuhan mendesak, 13 persen karena gaya hidup instan, dan sebanyak 4 persen karena kepuasan berbelanja. Penggunaan Shopee PayLater dapat membuat mahasiswa menjadi impulsive atau berbelanja tanpa rencana sebelumnya, tetapi hal tersebut hanya berlaku untuk sebagian kecil mahasiswa. Terdapat dampak positif dan negatif penggunaan Shopee PayLater, dan hal tersebut tergantung dari kebijaksanaan dalam penggunaan Shopee PayLater.

Kata Kunci: *Fintech, Perilaku Konsumtif, Shopee PayLater*

Abstract. The advancement of technology in financial technology, one of which is the development of the PayLater system (pay later system) on Shopee, namely Shopee PayLater, has a significant impact on students. This study uses a qualitative approach, with an exploratory descriptive design. The informants in this study were 12 students from the Economics Education program at Ivet University, Class of 2022/2023. The results of this study are that most of the

informants, namely 33 percent, use Shopee PayLater because of the attractiveness of the promotions or discounts given, 29 percent of the total informants because of the ease of the payment process, 21 percent because of urgent needs, 13 percent because of an instant lifestyle, and 4 percent because of shopping satisfaction. The use of Shopee PayLater can make students impulsive or shop without a prior plan, but this only applies to a small number of students. There are both positive and negative impacts on the use of Shopee PayLater, which depends on the level of wisdom in using It.

Keywords: Fintech, Consumptive Behavior, Shopee PayLater

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini telah mempengaruhi kehidupan manusia, dimana teknologi menjadi alat untuk mempermudah kehidupan manusia. Perkembangan teknologi menciptakan penjualan secara online, dimana penjual dan pembeli tidak perlu bertemu di satu tempat yang sama secara langsung. Pembeli dapat berbelanja apapun, dimanapun, juga kapanpun dengan menggunakan perantara handphone dan internet. Pasar online (online shop) tersebut bisa dari berbagai marketplace, contohnya adalah Tokopedia, Lazada, Shopee, Olx. Barang yang dipesan dari marketplace tersebut langsung diantar ke rumah pembeli melalui perantara pengiriman seperti JNE, JNT dan sebagainya. Sistem pembayaran dapat menggunakan mobile banking, internet banking, dompet digital (e-wallet), ATM, ataupun COD (Cash on Delivery), dimana dalam COD barang akan dibayar ketika sudah sampai tujuan.

Financial Technology (Fintech) merupakan salah satu inovasi dalam layanan jasa keuangan di era digital saat ini. Ruang lingkup fintech sangat luas dan mencakup berbagai aspek keuangan, dimana salah satu bidang utamanya adalah tentang perbankan digital, yaitu lembaga keuangan menggunakan teknologi untuk memberikan layanan di bidang perbankan tanpa mengharuskan kehadiran fisik cabang. Contohnya adalah mencakup pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan manajemen keuangan melalui platform digital. Selain itu, pembayaran elektronik menjadi bagian dari fintech, dimana memfasilitasi transaksi tanpa menggunakan uang tunai, seperti dompet digital (e-wallet), kartu pembayaran digital, dan juga teknologi pembayaran seluler (Feriyanto, et al: 2024).

Salah satu fitur yang populer dalam fintech adalah fitur PayLater atau bayar nanti. Berdasarkan sistem PayLater, sistemnya adalah masyarakat dapat membeli sesuatu baik barang ataupun jasa dengan cara dicicil tanpa menggunakan kartu kredit. Fitur PayLater ini dapat digunakan untuk pembayaran nanti berbagai macam transaksi mulai dari kebutuhan sehari-hari, contohnya berbelanja online, membeli tiket pesawat, pesan hotel, isi paket data secara online (Hadijah, 2019). Fitur PayLater memberikan kemudahan kepada pengguna, sehingga makin banyak diminati untuk berbelanja online.

Paylater tersebut dikembangkan oleh Perusahaan fintech, kemudian bekerja sama dengan Perusahaan-perusahaan e-commerce dalam menyediakan layanan paylater (Felix et.al., 2024). Masyarakat sangat antusias dengan hadirnya teknologi PayLater, hal tersebut dibuktikan dengan kenaikan penggunaan PayLater. Sejak PayLater diterapkan, Traveloka mengalami lonjakan pengguna sampai dengan sepuluh kali lipat (Walfajri, 2019). Selanjutnya, penyedia jasa layanan transportasi online, Gojek, mengalami peningkatan hingga empat belas kali lipat (Fadila, 2020).

Menurut Lentera Dana (dalam Rahmatika Sari, 2021), Shopee juga salah satu e-commerce juga merasakan efek dari PayLater, sampai dengan tahun 2020, jumlah pengguna Shopee PayLater mencapai angka 1,27 juta pengguna dengan akumulasi borrower yang aktif mencapai 67 persen, yaitu sekitar 850 ribu orang borrower (peminjam). Total dana pinjaman yang telah dikeluarkan oleh Shopee PayLater mencapai hampir Rp1,5 Triliun dengan tingkat keberhasilan hampir mencapai 95% (Sari, 2021). Adanya Shopee PayLater membuat konsumen menjadi lebih tertarik menggunakan Shopee.

Penggunaan GopayLater mempunyai dampak positif pada perilaku impulse buying, dampak yang diberikan sebesar 4,2 persen, hal tersebut berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitriyah dan Pohan (2023). Begitu juga dengan adanya PayLater dalam Shopee, yaitu Shopee PayLater. Adanya sistem Shopee PayLater menjadi salah satu penyebab adanya impulse buying (pembelian impulsif). Pembelian tidak terencana (impulse buying) adalah pembelian yang terjadi ketika konsumen terpengaruh langsung oleh strategi-strategi pemasaran dari penjual, contohnya dapat berbentuk kupon undian, point reward, branded product, free gift dan harga diskon. Konsumen akan cenderung melakukan impulse buying jika melihat tawaran berbagai strategi pemasaran yang menurut konsumen tersebut menguntungkan bagi mereka.

Menurut Peter dan Olson (2013) pembelian tidak terencana (*impulse buying*) adalah pembelian yang terjadi ketika konsumen mendapat rangsangan dari lingkungan (*afeksi*) juga karena suasana hati (*kognisi*), sehingga konsumen tertarik untuk membeli tanpa direncanakan sebelumnya.

Menurut Rook dalam Yahmini (2020), perilaku *impulsive buying* ditandai oleh beberapa ciri utama, yaitu adanya dorongan spontan yang tak terduga untuk membeli, tindakan yang dilakukan secara langsung karena dorongan kuat dan intens, perasaan antusias dan stimulasi yang muncul tiba-tiba saat melihat produk, serta ketidaksadaran atau ketidakpedulian terhadap konsekuensi dari pembelian tersebut karena dorongan emosional yang sulit ditolak.

Shopee PayLater dapat menjadi salah satu alasan terhadap pola konsumtif mahasiswa, bisa jadi menjadi salah satu penyebab *impulse buying* atau pembelian barang di Shopee tanpa rencana sebelumnya. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dampak atau efek dari penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku mahasiswa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif eksploratif untuk menggali secara mendalam fenomena penggunaan Shopee PayLater. Informan dipilih melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu yang relevan, meskipun pemilihan sampel dilakukan secara acak. Data primer dikumpulkan langsung dari 12 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Ivet angkatan 2022/2023, dengan teknik triangulasi melalui observasi partisipatif, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku konsumtif bisa terjadi disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah harga diri. Harga diri yaitu gagasan tentang diri secara global yang mengacu pada keseluruhan evaluasi diri sebagai seorang individu, atau bagaimana seseorang dapat merasakan mengenai diri mereka sendiri dalam arti komprehensif (Verkuyten, 2003). Sedangkan gaya hidup menurut Suryani (2008), adalah bagaimana seorang individu menjalankan kehidupannya, bagaimana caranya membelanjakan uang, bagaimana cara memanfaatkan waktu dan kepribadian lebih merujuk pada karakteristik

internal. Gaya hidup dapat merefleksikan harga dirinya, dimana hal tersebut dapat memicu perilaku konsumtif.

Adanya kemajuan teknologi dalam hal keuangan, dapat menambah perilaku konsumtif bagi mahasiswa, terlebih lagi adanya marketplace yang bermunculan, misalkan Tokopedia, Olx, Shopee. Kemajuan teknologi dalam bidang finansial atau yang dikenal dengan fintech adalah singkatan dari financial technology atau disebut juga teknologi dalam bidang finansial. Istilah fintech adalah segala sesuatu yang menonjolkan dari segi efisien dalam setiap transaksi, dapat berupa pembayaran, peminjaman, pengiriman, investasi dan sebagainya secara mudah dan cepat. Adanya fintech membuat berbagai keunggulan, yaitu dapat menghemat waktu, pikiran, tenaga juga biaya (Fahlefi, 2018). Menurut Syafril (2020), fintech adalah bisnis yang mempunyai tujuan untuk menyediakan jasa keuangan dengan memanfaatkan perangkat lunak juga teknologi

Shopee PayLater adalah salah satu fenomena fintech yang ada di Indonesia. Belum ada Undang-Undang khusus yang mengatur dalam penyelenggaraan fintech di Indonesia, tetapi dapat mengacu pada beberapa Undang-Undang dan juga peraturan yang terkait, diantaranya: UU ITE, PBI No. 19 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan fintech, POJK No. 77 Tahun 2016 yaitu tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi, POJK No.13 Tahun 2018 yaitu tentang inovasi keuangan digital di sektor jasa keuangan. Berdasarkan hal tersebut, dalam hal penyelenggaraan fintech di Indonesia, keabsahannya sangat penting, agar dapat terjamin dalam kepastian hukum. Apabila melihat dari keabsahan Shopee PayLater, maka diatur dalam Surat Bank Indonesia No.20/293/DKSP/Srt/B. Berdasarkan Surat dari Bank Indonesia tersebut, Shopee PayLater telah terdaftar dan juga mendapatkan ijin dari Bank Indonesia yang bertujuan untuk menyelenggarakan layanan pinjam meminjam dana secara online mulai tanggal 8 Agustus 2018. Keabsahan untuk Shopee PayLater juga ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tanggal 21 Desember 2019, dimana surat tanda terdaftarnya adalah S-1116/NB.213/2018. Berdasarkan dua peraturan itu, maka penyelenggaraan Shopee PayLater di Indonesia telah diatur keabsahannya, dan penyelenggaraannya sudah diatur dan diawasi oleh Bank Indonesia dan juga Otoritas Jasa Keuangan (Lestari & Rudy, 2022).

Menurut Wafa (2020), Shopee adalah marketplace bagian dari Perusahaan Garena yang berada di Negara Singapura. Selain di Indonesia

Shopee juga hadir di negara di Kawasan Asia Tenggara, contohnya adalah Singapura, Vietnam, Thailand, Malaysia, Filipina. Menurut (Fajrussalam, H, et al: 2022) metode pembayaran yang difasilitasi oleh Shopee beraneka ragam, diantaranya bisa melalui kartu kredit, transfer antar bank, ShopeePay, dan Shopee PayLater. Dalam Shopee PayLater memberikan fasilitas pinjaman dana secara elektronik guna membantu konsumen yang ingin berbelanja, tetapi dana belum mencukupi, dan dapat menyicil tanpa kartu kredit menggunakan talangan dana yang disediakan oleh Shopee.

Paylater atau bayar nanti ini adalah bentuk inovasi dari shopee yang akan melakukan transaksi untuk membeli barang, meskipun dana belum mencukupi, dan memberikan kemudahan kepada konsumen pengajuan yang mudah, bunga terjangkau dengan sistem cicilan bulanan. Terdapat bunga dalam penggunaan Shopee PayLater, dimana besarnya antara 0% sampai dengan 2,95% per bulannya. Ketentuan besaran bunga menggunakan shopee paylater sudah ditetapkan oleh platform Shopee, dengan metode cicilan 30 hari atau 1 bulan bunganya 0%, apabila pengguna menggunakan cicilan Shopee PayLater 2-3 bulan, bunga yang akan dikeluarkan sekitar 2,95% per bulan (Fajrussalam, H, et al: 2022).

Faktor utama yang mendorong penggunaan Shopee PayLater mencakup kebutuhan mendesak, daya tarik promosi, kepuasan berbelanja, gaya hidup instan, dan kemudahan proses pembayaran (Felix et.al., 2024).

Penelitian yang dilakukan ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengalaman dalam penggunaan Shopee PayLater, juga adanya dampak positif dan negatif yang telah dialami oleh pengguna Shopee PayLater. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 31 Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Ivet Angkatan 2022/2023, dari 31 mahasiswa tersebut, ada 12 orang yang menggunakan Shopee PayLater, dan sisanya sebanyak 19 orang belum pernah menggunakan Shopee PayLater. Analisis sebanyak 12 orang mahasiswa yang menggunakan Shopee PayLater adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Faktor Utama Penggunaan Shopee PayLater

No.	Faktor Utama Penggunaan Shopee PayLater	Jumlah
1.	Kebutuhan Mendesak	5

2.	Daya Tarik Promosi	8
3.	Kepuasan Berbelanja	1
4.	Gaya Hidup Instan	3
5.	Kemudahan Proses Pembayaran	7



Gambar 1.
Faktor Utama Penggunaan Shopee Paylater

Data distribusi alasan penggunaan Shopee PayLater bagi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Ivet Angkatan 2022/2023 adalah sebanyak 5 orang menggunakan Shopee PayLater karena kebutuhan mendesak. Kebutuhan mendesak karena pada saat itu membutuhkan barang untuk keperluan kuliah di saat tidak punya uang. Pernah juga di saat terkena musibah dan tidak punya uang, Shopee PayLater menjadi alternatif untuk membeli barang yang dibutuhkan, karena bisa membeli barang dulu dan membayar kemudian.

Daya tarik promosi dan diskon merupakan faktor utama penggunaan Shopee PayLater, karena diskon merupakan hal yang menarik perhatian, terutama bagi perempuan. Daya tarik diskon dapat menimbulkan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Menurut Tambunan (2001), perilaku konsumtif adalah keinginan dari seseorang untuk melakukan konsumsi

barang atau jasa secara berlebihan dalam rangka mencapai kepuasan. Berdasarkan 12 orang informan mahasiswa yang menggunakan Shopee PayLater, sebanyak 11 orang adalah perempuan, dan 1 orang laki-laki. Pengguna Shopee PayLater sebagian besar adalah mahasiswi. Sebanyak 1 orang menggunakan Shopee PayLater dengan alasan kepuasan berbelanja, karena bisa mendapatkan barang terlebih dahulu dan bisa membayar di akhir.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang dipengaruhi oleh beberapa faktor sosiologis dalam kehidupannya, dimana mereka mengkonsumsi secara berlebihan atau bersikap boros dan tidak melakukan perencanaan terhadap barang dan jasa yang akan mereka beli, mereka cenderung mengikuti gaya hidup (Melinda, et. al: 2022). Gaya hidup menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah sebuah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, minat dan juga opininya. Orang-orang yang berasal dari budaya, kelas sosial juga pekerjaan yang sama bisa mempunyai gaya hidup yang berbeda.

Gaya hidup lebih menunjukkan bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana caranya membelanjakan uang, bagaimana caranya memanfaatkan waktunya serta kepribadian lebih banyak merujuk pada karakteristik internal (Suryani, 2008). Gaya hidup instan merupakan hal yang tidak terlalu signifikan mempengaruhi dalam penggunaan Shopee PayLater, hanya sebanyak 3 mahasiswa yang mempunyai alasan dalam hal pemenuhan gaya hidup mereka. Gaya hidup instan bisa mempengaruhi pola pikir mahasiswa terkait dengan tren, misal adanya tren model hijab terbaru, model baju, model tas terbaru, atau pun barang-barang yang sedang viral. Sebanyak 13 persen dari total informan memilih menggunakan Shopee PayLater karena tertarik dengan pemenuhan gaya hidup. Mereka ingin terlihat ikut model atau tren yang kekinian agar terlihat keren dan menjadikan mereka lebih percaya diri saat bersosialisasi bersama teman-temannya.

Sebanyak 7 orang mahasiswa menggunakan Shopee PayLater karena alasan kemudahan proses pembayaran. Cara membayar Shopee PayLater bisa dilakukan melalui ATM, M-banking, E-Wallet, Indomaret, hingga Alfamart. Kemudahan proses pembayaran mendorong mahasiswa untuk memilih dalam penggunaan Shopee PayLater sebagai alternatif untuk pembayaran dalam membeli barang di Shopee.

Faktor utama penggunaan Shopee PayLater adalah karena daya tarik promosi atau adanya diskon yang tersedia, yaitu sebanyak 33 persen dari total

mahasiswa sebagai informan yang menggunakan Shopee Paylater. Sebanyak 29 persen mahasiswa menggunakan Shopee PayLater adalah karena alasan kemudahan proses pembayaran. Menurut Dewi (2021), Kemudahan proses pembayaran dalam digital payment memberikan kemudahan dalam proses transaksi. Selain dampak positifnya yaitu kemudahan dalam hal pembayaran, juga memberikan dampak negatif yaitu mendorong untuk perilaku konsumtif.

Adanya diskon atau promosi menjadi daya tarik tersendiri untuk penggunaan Shopee PayLater, karena dengan adanya diskon membuat dari yang tadinya tidak ada rencana untuk membeli, menjadi membeli barang tersebut. Hal tersebut juga membuat dampak impulsif, yaitu mendorong pembelian tanpa rencana sebelumnya. Selanjutnya, sebanyak 4 persen dari total informan yang memilih menggunakan Shopee PayLater karena alasan kepuasan dalam berbelanja, yaitu bisa memperoleh barang di awal, dan membayarnya di akhir.

Shopee PayLater dapat memberikan dampak positif dan negatif, tergantung dari penggunaannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang menggunakan Shopee PayLater, maka ada dampak positif dan dampak negatif. Dampak positifnya adalah mahasiswa merasa terbantu dengan adanya fitur Shopee PayLater, karena dapat membeli barang saat kebutuhan mendesak, terutama untuk kebutuhan kuliah, misal membeli buku di saat belum ada dana untuk membelinya. Saat terkena musibah misalnya, ataupun saat kiriman uang dari orang tua terlambat, Shopee PayLater menjadi alternatif untuk membeli barang, misal membeli makanan di Shopee Food saat akhir bulan ataupun saat kiriman uang bulanan dari orang tua belum dikirim. Adanya diskon adalah hal yang memudahkan mahasiswa untuk membeli barang dengan harga murah ketika menggunakan Shopee PayLater, serta dengan adanya cara pembayaran yang mudah misalnya dapat melalui M-Banking, E-Wallet, indomaret maupun alfamart.

Selain dampak positif, ada juga dampak negatif, diantaranya adalah sebagian kecil mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif atau membeli barang tanpa perencanaan sebelumnya, tertarik dengan gaya hidup instan, yang membuat ikut tren meskipun tidak mempunyai uang untuk membeli barang tersebut. Menurut pendapat Mowen & Minor (2008), gaya hidup dapat menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana cara membelanjakan uang, juga bagaimana seseorang mengalokasikan waktu.

Akibat negatif jika hanya melakukan pembelian secara impulsif dan mengikuti gaya hidup adalah ketidakmampuan dalam membayar cicilan Shopee PayLater, sehingga pengguna tersebut bisa diblokir dan tidak bisa menggunakan fitur Shopee PayLater kembali. Dampak positif lebih besar daripada dampak negatifnya, tergantung dari kebijaksanaan dalam penggunaan Shopee PayLater tersebut.

SIMPULAN

Hasil dari penelitian ini adalah sebagian besar dari informan yaitu sebanyak 33 persen, menggunakan Shopee PayLater karena daya tarik promosi atau diskon yang diberikan, jadi ketika menggunakan Shopee PayLater, baru mendapatkan fasilitas diskon tersebut. Misalkan saja ingin membeli shopee food dan membayarnya dengan Shopee PayLater, maka harga makanan tersebut jauh dari harga normalnya, atau mendapatkan diskon.

Faktor lain penggunaan Shopee PayLater yaitu sebanyak 29 persen dari total informan karena alasan kemudahan proses pembayaran, 21 persen karena kebutuhan mendesak, 13 persen karena gaya hidup instan, dan sebanyak 4 persen karena kepuasan berbelanja. Shopee PayLater dapat membawa dampak positif dan negatif, tergantung dari penggunaannya. Ketika dapat menggunakan Shopee PayLater dengan baik dan bijaksana, maka akan mendapatkan dampak positif yang lebih besar.

DAFTAR RUJUKAN

- Dewi, L. G.K. (2021). Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 5(32), 1-19.
- Fadila, Annisa. (2020). Pengguna PayLater Naik 14 Kali Lipat. Jakarta: Kontan. <https://keuangan.kontan.co.id/news/punya-fitur-paylater-pengguna-gopay-naik-14-kali-lipat>
- Fahlefi, Rizal. (2018). Inklusi Keuangan Syariah Melalui Inovasi Fintech di Sektor Filantropi. *Batusangkar International Conference III*, 15-16 Oktober.
- Fajrussalam, H & Devi H, et al. (2022). Analisis Pembayaran PayLater dalam Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Islam. *Attadib: Journal of Elementary Education*, Vol. 6, No. 2, 265-290.

- Felix, A & Vindis, et.al. (2024). Pengaruh Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Antara Kemudahan dan Perangkap. *Jurnal Digismantech*, Vol. 4, No. 2: 33-43.
- Feriyanto, O & Zulfa Qur'anisa, et al. (2024). Peran Fintech dalam Meningkatkan Akses Keuangan di Era Digital. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 4, No.3: 99-114.
- Fitriyah, DN & Pohan, HT. (2023). Pengaruh Penggunaan GopayLater terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Trisakti* Vol. 3, No. 1.
- Hadijah, S. (2019, Oktober). Aplikasi Layanan PayLater Makin Diminati, Yuk Cek Keuntungan dan Kerugiannya. *Cermati.com*. <https://www.cermati.com/artikel/aplikasi-layanan-pay-later-makin-diminati-yuk-cek-keuntungan-dan-kerugiannya>
- Kotler, P. & Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Made Ayu G, & Rudy, Dewa G. (2022). Keabsahan Shopee PayLater sebagai Financial Technology dalam Hukum Positif Indonesia. *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 10, N0. 4. Hlm. 772-781.
- Melinda, et. al. (2022). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal Ilmiah Society*, Vol. 2, No. 1.
- Mowen, J.C., & Minor, M. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J Paul dan Jerry C. Olson. (2013). *Perilaku Konseumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan PayLater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset dan Investasi*, 7(1), 44-57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syafril. (2020). *Bank dan Lembaga Keuangan Modern Lainnya*. Kencana.
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan Pola Hidup Konsumtif. *Jurnal Psikologi* (online). www.e-psikologi.com
- Verkuyten, M. (2003). Positive and Negative Self-Esteem Among Ethnic Minority Early Adolescents: Social and Cultural Sources and Threats. *Youth and Adolescence*. XXXXII (4), 267-277.
- Walfajri, Maizal. (2019). Jumlah Pengguna Naik 10 Kali Lipat, Traveloka

PayLater Tingkatkan Keamanan Pengguna. Jakarta: Kontan.
<https://industri.kontan.co.id/news/jumlah-pengguna-naik-10-kali-lipat-traveloka-paylater-tingkatkan-keamanan-pengguna>

Yahmini, E. (2020). Kecenderungan Impulse Buying pada Mahasiswa Ditinjau dari Latar Belakang Keluarga. *Exero: Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 41-56.