Daftar Pustaka

Al-Rizky, R., Zuliansyah, A., & Rosilawati, W. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di E -Commerce Lazada Dengan Islamic Branding Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen yang Menggunakan E-Commerce Lazada). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, *05*(01), 47–61.

Amelia, P. N., Fidiansa, P. A., & Risa, C. S. (2023). Fenomena Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional*, 176–187.

Anggraini, I. (2019). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal. *Universitas Negeri Jakarta*, 1–154.

Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

Artana, I. N. J., Suardhika, I. N., & Hendrawan, I. G. Y. (2021). Penerapan E-Commerce, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dalam Menentukan Customer Retention di Pizza Hut Delivery pada Kawasan Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, *2*(2), 119–134.

Bhakti, C. P., & Safitri, N. E. (2017). Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan. *Konseling GUSJIGANG*, *3*(1), 10. jurnal.umk.ac.id/index.php/gusjigang/article/download/1602/1072

Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/

Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Raja Grafindo Persada.

Eka, R. (2021). *Fintech Report 2021: The Convergence of (Digital) Financial Services*. DailySocial.Id.

Fikri, M., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2020). Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ahsana Property Malang). *Jiagabi*, *9*(2), 293–303.

Francis, T., & Hoefel, F. (2018). "True Gen": Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 10. https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Industries/Consumer Packaged Goods/Our Insights/True Gen Generation Z and its implications for companies/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.ashx

Fuadi, M. R., & Supraba, D. (2023). *Kontrol diri pada perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur Shopee Pay Later Self-control on the consumptive behavior of*

teenagers who use the shoppe pay later feature Pendahuluan Perilaku konsumtif merupakan perilaku pembelian individu yang tidak. *3*(2), 385–397.

Islamiyati, S. N. (2020). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Produk Online Shopping Pada Mahasiswa*.

Juita, V., Pujani, V., Rahim, R., & Rahayu, R. (2023). Understanding Impulsive Buying Behaviour Among Buy Now Pay Later (BNPL) Users and its Implication for Overconsumption and The Environment. *Management Analysis Journal*, *12*(4), 433–440. https://doi.org/10.15294/maj.v12i4.75816

Khairunnisa, S. A., Rahman, M. C., Apriyanti, C., Putri, D. O., & Fajrussalam, H. (2022). Perilaku Konsumtif Penggunaan Online Shopping dan Sistem Pay Later dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Fondatia*, *6*(1), 130–147. https://doi.org/10.36088/fondatia.v6i1.1711

Krisyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.

Lia, D. A. Z., & Natswa, S. L. (2021). Buy-Now-Pay-Later (BNPL): Generation Z's Dilemma on Impulsive Buying and Overconsumption Intention. *Proceeding of The BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference*, *193*(Bistic), 130–137.

Mardiyanto, D., & Giarti. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran). *Surakarta Management Journal*, *1*(1), 43. https://doi.org/10.52429/smj.v1i1.329

Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2021). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Ilmiah Society*, *1*(1), 1–10.

Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.

Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 4. http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A

Mursalina, A., Hasanah, & Efriani. (2024). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater. *BALALE Jurnal Antropologi*, *5*(1), 29–51.

Nisa, F. K., Viratama, A. B., & Hidayanti, N. (2020). Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, *4*(2), 146. https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i2.8377

Nurfaiza, N., & Prayitno, S. B. (2023). Exploring Factors Influencing Gen Z'S Paylater

Usage Intention And Its Impact On Impulsive Buying. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika (JBMI)*, *20*(2), 97–123. https://doi.org/10.26487/jbmi.v20i2.27711

Populix.Co. (2023). *Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending and Paylater Adoption*. https://info.populix.co/reports/2023-10-fintech-lending-and-paylater

Qurniawati, R. S., Nurohman, Y. A., & Andreyan, D. R. (2023). Predicting Compulsive Buying Because of Buy Now Pay Later Installment. *Al Tijarah*, *9*(1), 14–26. https://doi.org/10.21111/at.v9i1.8626

Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, *4*(1). https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.160

Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, *4*(1), 39. https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198

Ramadani, N., & Firdausy, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Aryaduta Makassar Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi*, *15*(1), 36–46. http://journal.unifa.ac.id/index.php/jku/article/view/357

Ramadhan, A. F., & Simanjuntak, M. (2018). Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, dan Konsep Diri. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, *11*(3), 243–254. https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.3.243

Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, *5*(0), 62–69. https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764

Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega*, *8*(1). https://doi.org/10.57249/jbk.v8i1.75

Sawitri, D. R. (2021). Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan dan Strategi dalam Mewujudkan SDM Indonesia yang Unggul. *Angewandte Chemie International Edition*, *3*(1), 10–27. https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf

Serenade, V., Gusniar, B., & Rahmasari, Y. (2024). Trend Analysis: Consumer Behavior towards the Decision to Use Shopee Paylater. *UPI YPTK Journal of Business and Economics*, *9*(2), 14–20. https://doi.org/10.35134/jbe.v9i2.260

Setyowati, D. (2022). *"Survei KIC : Gen Z Dan Milenial Pakai Paylater Untuk Belanja Busana."* Katadata.Co.Id.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2016). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona:Jurnal Psikologi Indonesia*, *4*(02). https://doi.org/10.30996/persona.v4i02.556

Trianto, R. (2021). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus Di SD Luqman Al Hakim Surabaya). *An-Nida'*, *9*(2), 95–120. https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P

Untari, H, P. (2024). *Alasan Gen Z Getol Utang Pakai Paylater*. https://finansial.bisnis.com/read/20240311/55/1748227/alasan-gen-z-getol-utang-pakai-paylater

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. https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.457

Wardani, L. M. I., & Rita, A. (2021). *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja*. NEM.

Yulianti, A., & Hardiansyah, M. A. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Remaja dalam Kehidupan Masyarakat di Kabupaten Serang (Kelurahan Citerep. Kecamatan Ciruas). *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi*, *6*(1), 292–299.

Zuliyansah, Yuspira, P., & Pane, S. G. (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur*, *2*(1). https://doi.org/10.57235/motekar.v2i1.2115