

DAFTAR PUSTAKA

- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo*, 6(2), 273-279 & 410-419.
- Annisa, N, S. (2020). Pengaruh *Price Discount* Dan *Bonus Pack* Terhadap Impulse Buying Melalui Nilai Hedonik Pada Konsumen Lotte Mart Cabang Mall Panakkukang Makassar. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Astuti, A. prabarini B. H. P. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Toserba Borobudur Kediri. *JIMEK*, 1(2).
- Azizah, S., N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 2(1), 92-101.
- Budiyanto, E. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya. *Global*, 3(1).
- Bunyamin., HM, M., & Hidadu, A. (2021). *Analysis of Lifestyle, Price Discount and Product Quality on Impulsive Buying in Issue Clothing Store*. *JIP (Jurnal Inovasi Penelitian)*, .2(1).
- Cahya, M, F., Wulan, P, D, A, I., & Damayanti, R. (2019). Analisis *Celebrity Endorsement*, Variasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 88-101.
- Darma, L, D., & Asj'ari, F. (2021). Pengaruh Diskon dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Jaco TV Shopping Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1).
- Darmansah, A., & Yosepha, S, Y. (2020). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen UNSURYA*, 1(1), 15-30.
- Destianti, V, R., Sitanggang, M., Fachriza, A., & Yusuf, A. (2021). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Kredivo Di Karawang, 13(2).

- Engkus. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi. *Jurnal GOVERNANSI*, 5(3), 99-109.
- Fahrezy, T. A., Zunaida, D., & Nikin, R. (2023). Pengaruh E-WOM (*Electronic Word of Mouth*), *Gender*, dan *Lifestyle* Terhadap Pembelian *Impulsif* Produk Fashion Pada Aplikasi Tiktok Shop (Studi Pada Pengguna Tiktok Shop). *JIAGABI*, 4(15), 133-149.
- Fajrussalam, H., Ihsanudin, Luthfi, T., Sallsabila, I., & Sari, R. P. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap *Paylater* Dalam Online Shopping. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 8886–8893
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *JPIS: Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1).
- Fatmawati, E. U., Hardati, R. K., & Hardati, N. R. (2022). Pengaruh Diskon Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kampus Swasta UNISMA Dan UMM). *JIAGABI*, 11(1), 197-205.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Penerbit: Universitas Terbuka.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Yogyakarta: Penerbit Qiara Media.
- Hamidah, T. (2018). Mengenal Kohort: *Veteran Generation, Baby Boomers, Millennials, Gen X & Gen Z*. *Konsorsium Psikologi Ilmiah Nusantara*, 4(4).
- Handika, M.R., Maradona, A.F., and Darma, G.S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 15 (2): 188-199.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami *Impulsif Buying* Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 19(01), 31–55.
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (14th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. United Kingdom: Pearson.
- Kristiawan, A., Gunawan, I., & Vinsensius. (2018). Pengaruh Potongan Harga, Bonus Kemasan, Tampilan Dalam Toko Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 6(1).
- Kurniullah., & Zukhruf, A. (2021). *Metode Penelitian Sosial*. Penerbit: Yayasan Kita Menulis.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy., & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi *e-Wallet* terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2).
- Lestari dan Aslami (2022). Perilaku Konsumen Asuransi Terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21(1), 34-42.
- Maidah, E, A., & Komala, D. (2022). Pengaruh *Price Discount, Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle*. *BALANCE: Economic, Business, Management, and Accounting Journal*. Vol. XIX No. 2
- Maradita, F., Sopiana, D, O. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Diskon Harga dan Kualitas Informasi Terhadap Pembelian Impulsif di Instagram. *JRKTL (Jurnal Riset Kajian Teknologi & Lingkungan)*, (3)2.
- Marginingsih, R. (2021). *Financial Technology (Fintech)* Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19, 8(1), 56-64.
- Mauludin, Saputra, Saru. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di *e-Commerce*. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*. I(1).
- Muttaqin, R. (2022). Pengaruh Kim Soo Hyun Sebagai *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare COSRX (Studi Pada Mahasiswa di Indonesia). Universitas Lampung.
- Nasib, Tambunan, Syaifullah (2021). *Perilaku Konsumen (Studi Dalam Pemilihan Perguruan Tinggi)*. Yogyakarta: Nuta Media

- Nizar, M. A. (2017). *Teknologi Keuangan (Fintech): Konsep dan Implementasinya di Indonesia*.
- Oktavia, D., & Sukati, I., (2022). Analisis Pengaruh Promosi, *Lifestyle*, dan Kualitas Produk Terhadap *Impulse Buying* Shopee di Kota Batam. *eCo-Buss* Vol. 5 No.2.
- Panginan, E., & Irwansyah. (2020). Fenomena Aplikasi Kredit Dan Pinjaman Online Kredivo Di Indonesia, 4(1).
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo.
- Pramono, V, G., & Wibowo, H, D. (2019). Hubungan *Self Monitoring* Dengan *Impulsive Buying* Terhadap Produk Fesyen Pada Mahasiswi Rantau. *Jurnal Psikologi*, 4(2).
- Prastiwi, I, E., & Fitria, T, N. (2021). Konsep *Paylater Online Shopping* Dalam Pandangan Ekonomi, 7(1), 425-432.
- Priyani, R, A., Riva'I, R, A. (2023). Pengaruh Konsumsi Hedonis, Promosi Penjualan, Citra Merek dan Diskon Harga Terhadap Pembelian *Impulsif* di *Marketplace* Tokopedia. *Academica Journal of Multidisciplinary Studies*, (2)2.
- Purba, D, S., Tarigan, W, J., Sinaga, H., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202-208.
- Putra, I. N. (2018). Pengaruh Diskon Dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian *Impulsif* Pada Fashion Retail. Universitas Brawijaya.
- Rahmadani, W. (2021). Pengaruh Diskon Dan Kualitas Produk Terhadap *Impulse Buying* Pada Online Shop Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). 3(2), 567–599.
- Sahir, S, H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Penerbit: KBM Indonesia.
- Sari, A, K. (2018). Pengaruh *Discount*, *Brand Image*, dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying*. *Academica Journal of Multidisciplinary Studies*, (2)2.

- Sari, R. (2020). Pengaruh Penggunaan *Paylater* Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. 7(1).
- Sinaga, E, Y., & Marpaung, N. (2023). Pengaruh *Visual Merchandising* Dan Potongan Harga Terhadap *Impulse Buying* (Studi Pada Konsumen Matahari Plaza Medan Fair). *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 3(1).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yudha, A, R., Busro, A., & Priyono, E, A.(2022). Perbandingan Kontrak Utang Piutang Konvensional Dengan Kontrak Elektronik Kredivo. *Diponegoro Law Jurnal*, 11(2).
- Yuniawati, Y., & Istichanah. (2023). Pengaruh Diskon, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan *Impulse Buying* Konsumen Produk UNIQLO. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, (3)3.

WEBSITE

- <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10468> (diakses pada tanggal 14 Juli 2023)
- <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx> (diakses pada tanggal 14 Juli 2023)
- https://www.kredivo.id/p/in/vcn_tnc.html (diakses pada tanggal 14 Juli 2023)
- <https://money.kompas.com/read/2019/02/26/171416626/gandeng-moka-pengguna-kredivo-kini-bisa-transaksi-di-gerai-offline> (diakses pada tanggal 19 Juli 2023)
- <https://keuangan.kontan.co.id/news/gandeng-kredivo-linkaja-siap-luncurkan-paylater-pertengahan-bulan-ini> (diakses pada tanggal 19 Juli 2023)