




### THE IMPACT OF USING SHOPEE PAYLATER PAYMENTS ON THE CONSUMER BEHAVIOR OF KUPANG CITY SOCIETY

Fauziah Amalia Fajrin<sup>1</sup>, Maria Indriyani Hewe Tiwu<sup>2</sup>, Novi Theresia Kiak<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Nusa Cendana, Kupang (85228)  
\* Corresponding Author: fauziahamalia922@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><b>Articles History:</b>            Accepted tgl. 20/06/2025            Repaired tgl. 25/06/2025            Approved tgl. 27/06/2025            Available online tgl. 27/06/2025</p> <p>ISSN-E: 2962-4746            ISSN-P: 2961-8312</p>	<p>Things that influence related with behavior consumptive is demands social and environmental place Where individual That life . In addition , the style life is also one of influential thing to the emergence need desire as well as behavior in buy something . So from That Behavior consumptive is behavior consume the real stuff not enough or No necessary ( especially those related to with response to consumption goods secondary , namely items that are not too required ) . The method to be used done in study This is questionnaire or questionnaire . Questionnaire or questionnaire is a set question or statement that must be answered by respondents . Research This use instrument Use of Shopee Paylater and behavior consumptive . Questionnaire in study This use scale likert scale Likert is the scale used For measure attitudes , opinions and perceptions somebody or group of people about social phenomena . From the results study show that majority Respondent payment system users shopee paylater is Woman with amount by 78% or 78 people and men a total of 22% or 22 communities . After analyze all over results obtained from each variables , hypothesis testing is carried out with using SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 26 for test the hypothesis proposed in study that is is there any influence use system payment shopee paylater to behavior consumptive among public city Kupang or no . Based on results testing show that variable system payment shopee paylater influential significant to behavior consumptive.</p>
<p><b>DOI:</b> 10.58290/jmbo.v4i1.434</p>	<p><b>Keywords:</b> ShopeePaylater Payments, Consumptive Behavior, Kupang</p>
<p> ©2025. Published By Jurnal Manajemen Bisnis dan Organisasi (JMBO). This article is open access under the Creative Commons Attribution License CC BY (<a href="https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/">https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/</a>)</p>	

#### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah melahirkan berbagai bentuk kemudahan dalam kehidupan manusia, salah satunya dalam aktivitas berbelanja melalui platform e-commerce. Shopee sebagai salah satu marketplace

terpopuler di Indonesia menawarkan berbagai fitur, termasuk Shopee Paylater. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbelanja sekarang dan membayar kemudian, yang menimbulkan kekhawatiran terkait perilaku konsumtif. Fenomena

meningkatnya transaksi Paylater di masyarakat menjadi indikasi bahwa masyarakat mulai terbiasa dengan sistem kredit mikro digital. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah kemudahan pembayaran melalui Shopee Paylater berdampak pada perilaku konsumtif masyarakat di Kota Kupang.

Electronic commerce (EC) merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada World Wide Web Internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet atau populer dengan istilah belanja online (online shopping). E-Commerce dapat dilakukan oleh siapa saja tanpa dibatasi ruang dan waktu.(Rahima & Cahyadi, 2022). Saat ini persaingan di dunia Marketplace sungguh sangat beragam, Marketplace sendiri adalah salah satu model E-Commerce, di mana ia berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Penjual yang berdagang di Marketplace hanya perlu meladeni pembelian. Semua aktivitas lain seperti pengelolaan website sudah diurus oleh platform tersebut. Situs-situs seperti Shopee dan Lazada adalah dua contoh Marketplace yang ramai dikunjungi sebagai tempat untuk berbelanja online di Indonesia. Marketplace merupakan model E-Business yang berhubungan dengan penjual dan pembeli (seller and buyer). Marketplace di Indonesia merupakan salah satu media penggerak ekonomi nasional dalam rangka menghadapi era

globalisasi. Untuk itu, perlu dikembangkan Marketplace yang teratur, wajar dan efisien. Pada umumnya Marketplace yang efisien dapat meningkatkan iklim investasi di perusahaan dan memudahkan arus input dan output barang.(Rahima & Cahyadi, 2022).

Menurut data Similarweb, saat ini Shopee merupakan situs E-Commerce kategori Marketplace dengan pengunjung terbanyak di Indonesia. Pada September 2023 situs Shopee tercatat menerima 237 juta kunjungan, melesat sekitar 38% dibanding posisi awal tahun (year-to-date/ytd). Pertumbuhan pengunjung Shopee itu jauh melampaui para pesaing utamanya, yaitu Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak.

Pada September 2023 situs Tokopedia tercatat meraih 88,9 juta kunjungan, merosot 31% dibanding awal tahun (ytd). Dalam periode yang sama, perolehan situs Lazada anjlok 48% (ytd) jadi 47,7 juta kunjungan, situs Blibli tumbuh 1% (ytd) jadi 28,9 juta kunjungan, dan situs Bukalapak merosot 44% (ytd) jadi 11,2 juta kunjungan. Alhasil, dari 5 situs E-Commerce kategori Marketplace terbesar di Indonesia ini, yang pengunjungnya tumbuh signifikan hanya Shopee, diikuti pengunjung Blibli yang naik tipis.

Sementara jumlah pengunjung situs Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak pada Januari-September 2023 cenderung turun tajam, seperti terlihat pada grafik.

Adapun menurut Katadata Insight Center (KIC), sebagian besar masyarakat Indonesia memang belum aktif menggunakan layanan E-Commerce. Dalam laporan riset *Beyond the Digital Frontier*, KIC memperkirakan proporsi pengguna aktif E-Commerce di dalam negeri hanya 33,4% dari total penduduk. Kemudian 17% penduduk termasuk occasional user, yakni menggunakan E-Commerce tapi intensitasnya jarang, dan mayoritas atau 49,6% penduduk sisanya adalah non-pengguna E-Commerce.

Kelompok non-pengguna itu adalah gabungan dari penduduk Indonesia yang tidak memiliki akses internet, ditambah penduduk yang punya akses internet tapi tidak tahu, tidak menginstal aplikasi, dan tidak menggunakan E-Commerce. Dari data ini, KIC menilai bahwa saluran penjualan online tak bisa dijadikan satu-satunya tumpuan dalam berbisnis di Indonesia. "Hanya fokus pada saluran online berarti mengabaikan lebih dari separuh konsumen Indonesia," kata tim KIC. "Meskipun saluran online penting untuk pertumbuhan pada era digital ini, market leaders adalah mereka yang memiliki akar kuat di saluran offline," lanjutnya.

Setelah berbagai prestasi yang telah dicapai, Shopee tampaknya tidak henti dalam meningkatkan sifat pelayanan untuk mengatasi masalah pembeli. Hal ini dibuktikan dengan memberikan strategi pembayaran, mulai dari transfer bank, kartu kredit, Shopee Pay, hingga Shopee secara resmi meluncurkan komponen terbarunya, Shopee Paylater.

(AFTIKA et al., 2022).

Berdasarkan table 1, Pembagi adalah jumlah usaha E-Commerce yang memiliki transaksi di tahun 2018. Salah satu E-Commerce yang digandrungi oleh masyarakat Indonesia yaitu Shopee karena market place yang berbasis mobile. Salah satu fitur shopee yang disenangi oleh masyarakat yaitu sistem pembayarannya, salah satu sistem pembayaran yang sering digunakan kalangan anak muda yaitu membayar dengan cara Shopee Paylater. Metode pembayaran Shopee Paylater merupakan metode pembayaran di mana pembeli bisa membeli barang saat ini namun pembayaran menyusul. Shopee Paylater ini memudahkan pembeli untuk melakukan transaksi dengan sistem pembayaran non muka. Sistem pembayaran ini bisa digunakan dengan cara membeli sekarang bayar nanti ataupun melalui metode cicilan. Dengan adanya Shopee Paylater maka pembeli bisa membeli barang terlebih dahulu dan membayar barang tersebut bulan berikutnya, atau dengan mencicil selama beberapa bulan. Dengan menggunakan Shopee Paylater maka nantinya pengguna bisa memilih periode cicilan baik dicicil selama 3 kali sampai bisa dicicil selama 12 kali. Dari kemudahan-kemudahan sistem pembayaran pada saat ini yang menjadikan masyarakat Indonesia berperilaku konsumtif terutama kalangan anak muda.(Islami dkk., 2023)

Penawaran yang diberikan oleh E-Commerce menjadi sesuatu yang

berbahaya bagi generasi milenial, sebab mereka menganggap bahwa mereka diberi keuntungan dan diberikan kemudahan sehingga mereka berlomba-lomba dalam memenuhi nafsu duniawinya saja tanpa memikirkan akibat dari sikapnya tersebut. Selain itu, mereka menghabiskan hasil kerjanya untuk memenuhi keinginannya hanya untuk ajang popularitas dan pengakuan sosial yang berarti di sekelompok generasi muda yang berada di sekelilingnya. Hal tersebut yang dapat menciptakan perubahan gaya hidup seperti cara mereka dalam berpakaian, makanan yang mereka konsumsi, dan barang bermerek yang mereka pakai serta perubahan gaya hidup yang lain. Yang pada akhirnya dapat menumbuhkan gaya hidup konsumtif. (Islami dkk., 2023)

Data yang diperoleh dari Bank Indonesia, transaksi belanja online meningkat hingga Rp. 476,3 Triliun pada 2022 dan penggunaan metode pembayaran paylater menjadi penyumbang 5% dari meningkatnya transaksi belanja online. Riset yang dilakukan Kredivo dan Katadata Insight Center menunjukkan penggunaan layanan paylater dalam metode pembayaran belanja online mengalami peningkatan yang cukup pesat. Di tahun 2022 berada di angka 28,3% meningkat menjadi 45,9% pada tahun 2023. Jika dibandingkan dengan metode pembayaran lain masyarakat di Indonesia lebih banyak menggunakan metode paylater sebanyak 16,2% dan

penggunaan metode transfer bank sebesar 10,2%. Transaksi dengan menggunakan paylater diperkirakan akan meningkat pada tahun 2025 menjadi 5,3% dibandingkan tahun 2021 sebesar 2,9% (Luthfia dkk., 2023).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tri Ismawati A. Saleh dkk (2023) dikemukakan bahwa penggunaan paylater di kalangan mahasiswa berada di kategori yang cukup tinggi. Dimana mahasiswa membelanjakan hal yang diinginkan secara impulsive dengan presentasi yang mencapai 43,8%, sedangkan dalam penelitian Rahima & Cahyadi (2022) dikemukakan bahwa pengguna fitur paylater mendominasi pada hal-hal yang berkaitan dengan perawatan dan kecantikan yang merupakan suatu opsi kebutuhan daripada mahasiswa tersebut, terakhir dalam penelitian Armando et al. (2022) dikemukakan bahwa sekiranya 83,8% mahasiswa di Surabaya memilih untuk tidak menggunakan paylater dikarenakan takut untuk perihal hutang yang akan memberatkan.

Pada dasarnya seorang individu dalam menjalani kehidupannya sehari-hari perlu melakukan pemenuhan kebutuhan yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Berkiblat dari hal tersebut, individu pada dasarnya memiliki kecenderungan untuk bersikap maruk atau boros dalam menjalankan kehidupannya. Perilaku tersebut disebut sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan keinginan seseorang untuk mengkonsumsi suatu

barang atau jasa secara berlebihan untuk mencapai kepuasan. Sedangkan menurut perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli suatu barang tanpa pertimbangan yang masuk akal dan tidak didasari pada faktor kebutuhan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang membeli barang yang didasarkan pada rasio dan keinginannya yang kurang diperlukan sehingga menjadi berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal (Fransisca & Erdiansyah, 2020)

Namun jika ditinjau lebih lanjut lagi, perilaku konsumtif belakangan ini semakin hari semakin meningkat. Adanya peningkatan tersebut pada dasarnya disandingkan dengan beberapa alasan. Adapun salah satu alasan yang sering kita dengar dan jumpai yaitu konsumen itu tertarik pada penampilan - penampilan dari produk yang mempengaruhi minatnya. Selain itu penggunaan sosial media yang meningkat drastis dan penyebaran informasi yang sangat cepat juga menjadi salah satu penyebab adanya perilaku konsumtif. Berbicara mengenai penyebab yang telah diulas tersebut, maka hal dasar yang menjadi sorotan adalah perilaku hedonisme. Pada dasarnya Konformitas hedonis dapat diartikan dengan kecenderungan penyesuaian sikap dan perilaku individu dengan kelompok referensinya untuk menjadikan kesenangan atau kenikmatan sebagai tujuan hidup (Oktafikasari & Mahmud, 2017).

Lebih lanjut dijelaskan dalam (Anggraini dkk., 2017) bahwasannya hal yang mempengaruhi terkait dengan perilaku konsumtif adalah tuntutan sosial dan lingkungan tempat dimana individu itu hidup. Selain itu, gaya hidup juga menjadi salah satu hal yang berpengaruh terhadap timbulnya kebutuhan keinginan serta perilaku dalam membeli sesuatu. Maka dari itu Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan (khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap konsumsi barang-barang sekunder, yaitu barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan). Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistic, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya dan Sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata (Pulungan & Febrianty, 2018).

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui angket yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan pengguna aktif Shopee Paylater di Kota Kupang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Instrumen penelitian terdiri atas dua variabel, yaitu penggunaan Shopee Paylater (variabel independen) dan perilaku konsumtif (variabel dependen).

Pengukuran dilakukan dengan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier sederhana dengan bantuan software SPSS versi 26.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Kupang yang merupakan ibu Kota Provinsi Nusa Tenggara Timur, sebagai Kota terbesar di Nusa Tenggara Timur, Kota Kupang juga merupakan kota yang berkembang secara cepat setiap tahunnya. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan Jumlah penduduk yang selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Penduduk kota Kupang tersebar di enam (6) Kecamatan dan di 50 Kelurahan.

Jumlah penduduk Kota Kupang lebih banyak tersebar di Kecamatan Oebobo yaitu sebanyak 123.150 jiwa atau sebesar 23% sedangkan jumlah penduduk di Kecamatan Kota Lama yang paling sedikit penduduknya yaitu sebanyak 50.802 jiwa atau sebesar 10%. Jika dilihat menurut jenis kelamin, penduduk laki-laki lebih dominan dibandingkan dengan penduduk perempuan yaitu sebesar 51,42% dari penduduk Kota Kupang.

Selain itu, mata pencaharian masyarakat Kota Kupang secara keseluruhan terdiri dari Swasta, Pegawai Negeri Sipil dan Nelayan. Jika dilihat dari tempat tinggal masyarakat yang berada di daerah pesisir pantai lebih banyak bermata pencaharian sebagai Nelayan sedangkan Masyarakat yang berada di daerah perkotaan lebih banyak bekerja sebagai pegawai negeri sipil dan swasta.

Shopee merupakan pusat perdagangan elektronik yang memiliki kantor pusat di Negara Singapura. Shopee berada dibawah SEA GROUP yang sebelumnya dikenal dengan nama Garena. Shopee mulai berdiri sejak tahun 2009 oleh Forrest Li dan untuk pertama kalinya diluncurkan di Singapura pada tahun 2015. Sejak saat itu Shopee mulai dikenal oleh masyarakat karena memperluas jangkauan nya. Shopee memperluas daerah nya sampai ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vienam dan Filipina.

Pada tahun 2017 yang lalu, Shopee tercatat mencapai rekor delapan puluh juta kali unduhan aplikasi pada playstore bahkan produk yang terjual dari seratus delapan puluh juta produk terjual, sekitar empat juta wirausaha menjual produk unggulan di Shopee. Selain itu di tahun yang sama Shopee melaporkan bahwa ada kenaikan nilai perdagangan bruto sekitar 206% dimana target perusahaan hanyalah 1,6 miliar rupiah. Shopee juga dijadikan portal perdagangan elektronik di urutan ke-3 yang paling sering digunakan. Sama halnya dengan Indonesia, Shopee memiliki tempat tertinggi sebagai platform pilihan terbaik dengan nilai tujuh puluh persen, diikuti oleh Tokopedia, Lazada, dan yang terakhir Instagram dengan nilai lima puluh persen.

Menurut salah satu situs, pada periode kali ini Shopee menjadi aplikasi dengan tingkat pengunjung terbanyak di Asia tenggara. Shopee merupakan

marketplace yang paling muda, namun mampu lebih unggul dan mendapat Top Rank.

Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat. Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu sistem pembayaran shopee paylater sebagai variable independen dan perilaku konsumtif sebagai variable dependen. Indikator pada sistem pembayaran shopee paylater yaitu: lama penggunaan, intensitas, durasi, kemudahan dalam pengoprasian, kepuasan dengan produk, dan desain, sementara indikator perilaku konsumtif yaitu: membeli produk karena iming-iming, membeli produk karena kemasannya yang menarik, dan membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden pengguna system pembayaran shopee paylater adalah perempuan dengan jumlah sebesar 78% atau 78 masyarakat dan laki-laki sejumlah 22% atau 22 masyarakat. Setelah menganalisis seluruh hasil yang diperoleh dari tiap variabel, dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 26 untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian yaitu adakah pengaruh penggunaan sistem pembayaran shopee paylater terhadap perilaku konsumtif dikalangan masyarakat.

Berdasarkan hasil pengujian

menunjukkan bahwa variabel sistem pembayaran shopee paylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota kupang. Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan didapatkan nilai konstan 10.387 dan diperoleh angka signifikansi 0,000.

Hasil analisis ini menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih besar dari pada tingkat kesalahan. Maka  $H_0$  diterima sebagai variable dependen. Indikator pada sistem pembayaran shopee paylater yaitu: lama penggunaan, intensitas, durasi, kemudahan dalam pengoprasian, kepuasan dengan produk, dan desain, sementara indikator perilaku konsumtif yaitu: membeli produk karena iming-iming, membeli produk karena kemasannya yang menarik, dan membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden pengguna system pembayaran shopee paylater adalah perempuan dengan jumlah sebesar 78% atau 78 masyarakat dan laki-laki sejumlah 22% atau 22 masyarakat. Setelah menganalisis seluruh hasil yang diperoleh dari tiap variabel, dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 26 untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian yaitu adakah pengaruh penggunaan sistem pembayaran shopee paylater terhadap perilaku konsumtif dikalangan masyarakat kota Kupang atau tidak. Berdasarkan hasil pengujian

menunjukkan bahwa variabel sistem pembayaran shopee paylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian data dan analisis data yang telah dilakukan pada masyarakat kota Kupang sebanyak 100 sampel responden dalam penelitian tentang "Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif pada masyarakat kota Kupang", dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel terikat yaitu penggunaan sistem pembayaran shopee paylater terhadap variabel bebas yaitu perilaku konsumtif masyarakat kota Kupang berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan sehingga diketahui nilai t hitung  $4.751 > 1,660$  dan hipotesis (H1) diterima. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dinyatakan bahwa besar pengaruh penggunaan sistem pembayaran shopee paylater terhadap perilaku konsumtif adalah 0,187 sehingga dapat diartikan bahwa pengaruh penggunaan sistem pembayaran shopee paylater terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 18,7%.

### DAFTAR PUSTAKA

Abadi, M. T. (2022). *Ekonomi Moneter Sebuah Pengantar* (Nomor July).  
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), 87-106. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.11228>

Anggraini, R. T., Fauzan, &, & Santhoso, H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 131-140.

Armando, M., Rizqy, N., Putu, N., Devi, S., Nurfatikha, P., & Rakhmawati, A. (2022). Analisis Penggunaan Paylater Untuk Belanja Online Mahasiswa di Surabaya pada Masa New Normal. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 8(3), 1-11.

Huda, N., & Armel, Y. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Brand Equity Terhadap Minat Beli Konsumen Pakaian Di Kios Jelita Desa Pambang Baru Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(1), 44-50. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i1.1>

Luthfia, I. M., Pratiwi, M. I., Nastiti, A. P., Bisnis, J. A., & Semarang, P. N. (2023). Pay Later and Impulse Buying Behavior in the Industry 4.0 Era. *Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 2023.

Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup

- Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1), 684-697.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39-50.  
<https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(1), 44-57.  
<https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Sigit, K. (2022). Pegaaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Warga Dukuh Rejo Mulyo Desa Jatisari Subah Batang). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 268-274.  
<https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.37>
- Tri Ismawati A. Saleh, F., Syam, A., Jufri, M., Rakib, M., Asmayanti, Reski Nurkhikmah, A., & Sudarmi. (2023). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa. *SEIKO : Journal of Management/ & Business*, 6(1), 347-357.  
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.4165>
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(2), 80.  
<https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>
- Yeni. (2018). *Penelitian Pendidikan*. Prenamedia Grup.