



PENGUNAAN SHOPEEPAYLATER DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DALAM BELANJA ONLINE

Iin Sri Putri Silaban, Muhammad Iqbal

Prodi atau Jurusan Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial,
Universitas Negeri Medan

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang penggunaan ShopeePayLater oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial ketika melakukan transaksi belanja Online di platform Shopee. Shopee telah menghadirkan sejumlah fitur ShopeePayLater dalam aplikasi belanja Online. Fenomena kemajuan dalam pengalaman berbelanja Online yang diperbarui dengan fasilitas yang disediakan telah mendorong mahasiswa untuk memilih opsi pinjaman uang saat berbelanja. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penggunaan ShopeePayLater oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk aspek ekonomi, desakan kebutuhan, pertimbangan waktu, lokasi dan cuaca, daya tarik tawaran voucher dan diskon singkat. Kebanyakan barang yang dibeli oleh mahasiswa saat menggunakan ShopeePayLater didasarkan pada keinginan pribadi dan mengikuti tren fashion atau produk terkini. Penelitian ini menerapkan teori konsumerisme Jean Baudrillard untuk menyimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial, saat menggunakan ShopeePayLater untuk belanja Online, lebih dipengaruhi oleh dorongan keinginan dan hasrat semata.

Kata Kunci: E-Commerce Shopee, ShopeePayLater, Perilaku Konsumtif.

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir Shopee telah menjadi salah satu metode pembayaran yang populer. *ShopeePayLater* merupakan fitur

pembayaran yang memungkinkan pengguna *Shopee* berbelanja dan membayar kemudian dalam jangka waktu tertentu. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk lebih fleksibel saat berbelanja *Online*, terutama jika saat ini

pengguna tidak memiliki cukup uang tetapi masih ingin membeli juga kerap memberikan penawaran diskon khusus kepada pengguna yang menggunakan metode pembayaran *ShopeePayLater*.

Shopee telah menghadirkan fitur terbaru dalam bentuk pembayaran kartu kredit digital yang disebut *ShopeePayLater*. Fitur ini pertama kali diluncurkan pada Maret 2019, dan saat itu masih dalam tahap uji coba yang belum diperkenalkan secara resmi kepada pengguna. *ShopeePayLater* bisa digunakan untuk melakukan pembayaran di berbagai bagian platform *Shopee*, kecuali untuk kategori *Voucher* dan Produk Digital. Jika pengajuan *ShopeePayLater* diterima, batas pinjaman pertama yang diberikan adalah Rp750 ribu. Pinjaman ini dapat dilunasi dalam waktu 30 hari tanpa bunga atau dicicil dalam periode 2-3 bulan dengan biaya sebesar 2,95%.

Rincian tagihan akan tersedia setiap tanggal 25, dan pembayaran harus dilakukan paling lambat pada tanggal 5 bulan berikutnya. Jika pembayaran terlambat, akan dikenakan denda sebesar 5% per bulan dari total tagihan. Kehadiran *ShopeePayLater* ditengah pertumbuhan belanja online menawarkan solusi yang lebih fleksibel bagi penggunanya. *ShopeePayLater* memanfaatkan tren ini dengan menawarkan opsi pembayaran yang memungkinkan pengguna berbelanja secara instan tanpa membayar secara langsung. Ada banyak video trending yang beredar di internet saat ini yang menunjukkan tren pakaian, aksesoris seperti tas, sepatu, outfit, dan lain-lain yang memberikan dampak seseorang akan membelinya.

ShopeePayLater tidak secara langsung terkait dengan urgensi. Urgensi merujuk pada situasi di mana sesuatu dianggap penting atau memerlukan tindakan segera, sementara *ShopeePayLater* merupakan pilihan

pembayaran yang memberikan fleksibilitas dalam waktu pembayaran. Dalam situasi yang membutuhkan respons cepat, *ShopeePayLater* dapat memberikan kemudahan dan fleksibilitas kepada pengguna yang mungkin membutuhkan barang atau layanan secara mendesak, namun tidak memiliki dana yang cukup pada saat itu. Dengan menggunakan *ShopeePayLater*, pengguna dapat melakukan pembelian mendesak dan membayar dalam jangka waktu yang ditentukan.

Beberapa studi penelitian mengenai *ShopeePayLater* (Aristanti,2020; Eka Astra Susilawaty,2020; Fanny Anggraeny Putri dan Sri Setyo Iriani;2020) memberi gambaran terhadap *paylater* sebagai metode pembayaran alternatif yang sangat digemari oleh kalangan milenial, gaya hidup sosial dan hedonis, dan pengaruh positif antara kepercayaan dan variabel kemudahan mengambil keputusan pembelian dengan pinjaman *online Shopee* bayar nanti.

Dengan memberikan kemudahan tersebut, popularitas belanja online semakin meningkat karena dianggap hemat waktu dan lebih fleksibel dalam pemilihan produk. Mahasiswa biasanya menghabiskan waktu berbelanja, tidak hanya mencari produk yang diinginkan, tetapi mencari informasi tentang produk yang sedang tren. Kemudahan menggunakan Internet dan memproses transaksi pembayaran *online* toko berkontribusi mempertahankan gaya belanja *online*. Alasan berbelanja *online* lebih disukai adalah mahasiswa tidak perlu repot datang ke toko fisik secara langsung. Konsumen hanya perlu membuka ponselnya dan memilih perangkat belanja yang disukainya. Dari proses pemilihan hingga kedatangan produk, konsumen menunggu tanpa harus mengambalnya.

Dalam penggunaan *ShopeePayLater* dapat dikatakan biaya pengeluaran mahasiswa tidak sedikit. Ini bisa dilihat dari intensitas penggunaan *ShopeePayLater* yang cukup tinggi. Konsumsi menggunakan *ShopeePayLater* oleh mahasiswa dapat disebut sebagai tindakan sosial. Pengguna memiliki kecenderungan untuk memamerkan barang yang dibeli kepada teman-teman. Serta apa yang pengguna beli tergantung dari seberapa populernya produk tersebut pada saat itu sehingga tidak dikatakan ketinggalan zaman atau kemungkinan ingin menjadi *trend setter*. *ShopeePayLater* jelas memiliki efisiensi tinggi karena jumlahnya yang banyak untuk membantu pengguna sebagai konsumen dalam berbelanja online (Leary et al 2013).

Dampak dari mahasiswa yang menggunakan *ShopeePayLater* dalam belanja online bisa berpengaruh pada beberapa aspek kehidupan mahasiswa itu sendiri. Berikut dampaknya bisa signifikan:

a. Dampak Emosional

Mahasiswa mungkin merasa senang dan puas saat berbelanja, tetapi juga bisa mengalami perasaan bersalah atau khawatir ketika harus menghadapi tagihan pembayaran.

b. Pengaruh Sosial

Mahasiswa dapat terpengaruh oleh teman sebaya atau media social untuk mengikuti *tren* belanja dan membeli barang-barang tertentu. Hal ini dapat memicu tekanan sosial untuk memiliki barang-barang tertentu, bahkan jika mereka tidak mampu membayar secara langsung.

c. Potensi Utang Berkepanjangan

Jika Penggunaan *ShopeePayLater* tidak dikelola dengan baik, mahasiswa beresiko mengalami utang berkepanjangan. Cicilan dan bunga yang harus dibayar bisa membebani keuangan mereka dalam jangka panjang

dan menghambat kemampuan untuk mencapai tujuan keuangan yang lebih besar.

Dapat disimpulkan bahwasannya penelitian terdahulu banyak membahas mengenai penggunaan *ShopeePayLater* di kalangan mahasiswa fakultas ilmu sosial dalam belanja online, memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya dalam hal penggunaan fitur pembayaran dan perilaku konsumtif. Namun, perbedaannya terletak pada peneliti yang melakukan penelitian ini di Fakultas Ilmu Sosial dengan mahasiswa yang pernah melakukan transaksi menggunakan *ShopeePayLater* yang tujuannya untuk memahami pola penggunaan, dan persepsi mahasiswa dari fitur *ShopeePayLater*. Peneliti berfokus pada aspek sosial dan dapat mencoba mengidentifikasi tren atau pola perilaku yang dihasilkan dari penggunaan *ShopeePayLater* oleh mahasiswa. Ini nantinya dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang latar belakang mahasiswa yang menggunakan *ShopeePayLater* dalam belanja online dan dampak mahasiswa yang menggunakan *ShopeePayLater* dalam belanja online.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian kualitatif adalah proses penelitian melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan, prosedur-prosedur, mengumpulkan data, menganalisis data, dan menafsirkan data.

Dalam konteks umum, metode penelitian dapat didefinisikan sebagai pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Informan yang dibutuhkan adalah mahasiswa yang menggunakan *ShopeePayLater* saat melakukan

pembayaran untuk membeli kebutuhan sehari-hari dan produk lainnya dengan diskon dan cashback, dan yang sering melihat endorsean melalui media sosial. Teknik pengumpulan data merupakan cara dalam mengumpulkan dan juga mendapatkan informasi yang dibutuhkan pada penelitian yang berasal dari informan penelitian. Peneliti melakukan pengumpulan data dalam suatu penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil ShopeePayLater

ShopeePayLater adalah sebuah perusahaan *e-commerce* yang beroperasi di sejumlah negara di Asia Tenggara. Melalui layanan ini, pengguna diberikan kesempatan untuk melakukan pembelian produk atau layanan secara daring di platform *Shopee*, dan membayar jumlahnya pada suatu waktu yang ditentukan di masa depan. *ShopeePayLater* dapat dianggap sebagai alternatif peminjaman uang tunai hingga sebesar Rp 750.000 yang mempermudah pengguna untuk melunasi pembelian mereka dalam jangka waktu satu bulan tanpa tambahan bunga.

ShopeePayLater bisa digunakan untuk melakukan pembayaran dalam platform *Shopee* secara keseluruhan. Proses pengajuan pinjaman *ShopeePayLater* sangat sederhana dan cepat, dengan pengguna hanya perlu memiliki KTP yang digunakan saat mereka mendaftar untuk pinjaman tanpa perlu menjalani proses BI Checking, penilaian kelayakan peminjam, atau menggunakan jaminan. Untuk mengaktifkan fitur ini, pengguna dapat membuka aplikasi *Shopee*, masuk ke menu tab "Saya," lalu pilih "*ShopeePayLater*" dalam aplikasi. Setelah itu, mereka cukup mengunggah foto diri dan KTP mereka. Hasil verifikasi akan tersedia dalam beberapa menit.

Jika *Shopee* menyetujui pengajuan pinjaman, maka secara otomatis pengguna akan diberikan batas pinjaman sebesar Rp 750.000 jika baru pertama kali menggunakan. Mereka juga memiliki peluang untuk meningkatkan batas pinjaman ini satu kali, namun jumlahnya hanya dapat digunakan untuk melakukan transaksi di *Shopee*. Batasan ini tidak termasuk dalam pembelian produk dari kategori "*Voucher*" dan Produk Digital. Jumlah limit *ShopeePayLater* ini akan secara otomatis muncul di saldo *ShopeePayLater* pengguna, yang dapat digunakan untuk berbelanja di aplikasi *Shopee*, dan tidak dapat ditarik tunai.

1.Latarbelakang Mahasiswa Menggunakan *ShopeePayLater* Dalam Belanja Online

ShopeePayLater memberikan manfaat yang signifikan bagi penggunaanya dalam mengelola keuangan dan melacak aktivitas berbelanja *online*. Dengan kemampuan untuk mengakses riwayat transaksi dan catatan pembelian, pengguna dapat meningkatkan efisiensi dalam mengelola keuangan pribadi mereka, serta mengawasi dan mengingat produk-produk yang mereka beli serta dibiayai melalui *ShopeePayLater*. Ini membantu pengguna untuk lebih terkendali dalam mengelola pengeluaran dan memastikan bahwa mereka dapat mengelola keuangan secara lebih baik saat berbelanja online.

1.1.Kemudahan Dalam Belanja

Mahasiswa akan kenyamanan dalam berbelanja secara online semakin meningkat. *ShopeePayLater* memberikan kenyamanan ini melalui penawaran opsi pembayaran di masa mendatang, yang memiliki potensi untuk meningkatkan kenyamanan bagi para konsumen. Artinya, saat seseorang berbelanja menggunakan *ShopeePayLater*, mereka dapat memilih barang yang ingin mereka

beli dan melanjutkan proses *checkout* tanpa harus segera membayar. Pembayaran akan dilakukan di masa mendatang dalam jangka waktu tertentu, seperti sebulan atau lebih, tergantung pada ketentuan yang berlaku. Kelebihan utama dari opsi pembayaran ini adalah meningkatkan kenyamanan bagi konsumen. Mereka dapat menjelajahi, memilih, dan melakukan pembelian produk dengan lebih fleksibel tanpa perlu khawatir tentang pembayaran langsung. Hal ini memungkinkan mereka untuk merencanakan pembayaran sesuai dengan situasi keuangan mereka.

1.2 Mengikuti Tren

Mengikuti *tren* terkini yaitu istilah yang menggambarkan tindakan seseorang yang mengikuti *tren* atau menggunakan layanan tertentu hanya karena banyak orang lain yang melakukannya, tanpa benar-benar memahami atau mempertimbangkan implikasi dari tindakan tersebut. Faktor yang menjadi penyebab fenomena mengikuti *tren* ialah di antaranya ada mahasiswa yang memiliki perasaan *curiosity* atau rasa penasaran, FOMO alias takut ketinggalan ketika tidak mengikuti apa yang tengah *tren* atau viral, dan ingin dianggap keren oleh banyak orang karena selalu update mengikuti *tren* kekinian. Selain itu hal lain yang menjadi faktor internal ialah dasar keinginan manusia untuk diterima di suatu kelompok agar terciptanya perasaan aman bila melakukan hal yang dilakukan mayoritas. Contoh konkritnya adalah ketika mahasiswa memilih untuk menggunakan *ShopeePayLater* karena banyak rekan mahasiswa yang melakukannya, tanpa melakukan analisis mendalam tentang cara layanan tersebut beroperasi, biaya yang terlibat, atau dampaknya pada situasi keuangan pribadi.

1.3 Diskon dan Promosi

Untuk menarik perhatian mahasiswa, *Shopee* secara berkala memberikan penawaran khusus atau potongan harga kepada mahasiswa yang memilih *ShopeePayLater* sebagai metode pembayaran. Penawaran tersebut dapat berupa beragam insentif seperti diskon harga, *cashback*, atau tawaran istimewa lainnya. *ShopeePayLater* merancang strategi promosi yang mengedepankan kenyamanan dan keuntungan pengguna. Dengan menawarkan berbagai insentif, seperti diskon harga, *cashback*, dan tawaran istimewa. Selain itu, *ShopeePayLater* juga dapat mengadakan kampanye promosi tematik seperti "Hemat Harian dengan *ShopeePayLater*", di mana pengguna dapat mengikuti serangkaian kegiatan atau memanfaatkan penawaran special setiap hari ketika mahasiswa menggunakan *ShopeePayLater*. Promosi semacam ini tidak hanya memberikan insentif finansial, tetapi juga menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih seru dan menarik. Dengan strategi promosi yang inovatif dan beragam, *ShopeePayLater* terus berusaha memberikan nilai tambah kepada pengguna dan memperkuat posisinya sebagai opsi pembayaran yang diminati.

2. Dampak Mahasiswa Menggunakan *ShopeePayLater* Dalam Belanja Online

Penggunaan *ShopeePayLater* dalam konteks belanja *online* memberikan dampak yang beragam, dengan implikasi yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna secara positif maupun negatif. Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut tentang beberapa dampak dari penggunaan *ShopeePayLater*.

2.1 Munculnya Perilaku Konsumtif

Konsumtif merujuk pada situasi di mana mahasiswa mengeluarkan lebih banyak uang daripada yang mereka

peroleh atau hasilkan. Akibat dari kebiasaan ini adalah bahwa mahasiswa mungkin tidak memiliki dana yang cukup untuk memnuhi semua kebutuhan dan keinginannya. Tanpa disadari, kemudahan untuk membayar sekarang dan membayar nanti yang ditawarkan oleh *ShopeePayLater* dapat memberikan dorongan negatif dalam pengambilan keputusan pembelian. *ShopeePayLater* memungkinkan mahasiswa untuk membeli barang tanpa harus membayar secara langsung yang bisa menggoda mahasiswa untuk membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan. Mahasiswa seringkali tergoda oleh penawaran produk atau batasan waktu dari *ShopeePayLater*. Hal ini, mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian dan mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian produk yang sebenarnya tidak diperlukan atau diluar kemampuan keuang mahasiswa. Dalam beberapa situasi, keputusan yang diambil ini dapat mengakibatkan mahasiswa terjebak dalam siklus utang yang sulit untuk diselesaikan. Utang yang tidak terkendali dapat memberikan beban yang berat dan mengganggu stabilitas keuangan mahasiswa.

2.2 Perilaku Berhutang

Tiap pengguna *ShopeePayLater* memiliki tenggat waktu pembayaran yang berbeda. Informasi rincian tagihan *ShopeePayLater* ditampilkan pada tanggal yang tertera di laman *ShopeePayLater*. Proses penagihannya dilakukan dengan cara peringatan karena telat bayar, dan penagihan melalui via WA dan telepon.

2.3 Kebocoran Data dan Informasi Pengguna

Pinjaman dari *ShopeePayLater* selalu terhubung dengan akun *Shopee* dan pilihan penggunaan *ShopeePayLater* selalu muncul saat proses *checkout*. Hal ini, berpotensi memberikan resiko besar

jika digunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab jika mendapatkan akses ke kata sandi *ShopeePayLater* pengguna. Penyalahgunaan ini juga dapat terjadi jika mahasiswa kehilangan ponsel. Pihak yang mendapatkan ponsel tersebut akan menggunakan data pribadi mahasiswa tanpa izin untuk mengakses atau melakukan transaksi melalui layanan *ShopeePayLater* tersebut. Apabila identitas disalahgunakan di *ShopeePayLater*, mahasiswa yang terkena dapat menimbulkan kewajiban dalam pembayaran utang yang sebenarnya tidak seharusnya menjadi tanggungjawab mahasiswa. Mahasiswa mungkin terpaksa menanggung utang yang muncul di *ShopeePayLater* karena tindakan penyalahgunaan tersebut. Dampaknya sangat merugikan, memaksa korban untuk menanggung beban utang cukup besar yang pada dasarnya tidak menjadi tanggungjawab mahasiswa.

3.4 Ketidakjelasan Bunga yang Diberikan Pada *ShopeePayLater*

Keterlambatan pembayaran merujuk pada situasi di mana peminjam gagal membayar hutangnya setelah melewati batas waktu yang telah ditetapkan (jatuh tempo). Umumnya, peminjam akan dikenakan denda finansial sebagai konsekuensi dari ketidakmampuan mereka untuk melunasi utang. Dalam kasus pinjaman online tanpa jaminan, proses penagihan dilakukan secara daring melalui email, telepon, atau WhatsApp oleh pihak ketiga.

Pada *ShopeePayLater*, keterlambatan pembayaran akan dikenai denda sebesar 5% dari total tagihan. Peminjam juga memiliki opsi untuk membayar tagihan *ShopeePayLater* sebelum tanggal jatuh tempo, asalkan status pesanan telah diselesaikan pada tanggal 25 setiap bulannya. Namun, jika peminjam tidak membayar tepat waktu, mereka akan dihentikan untuk

melakukan checkout dengan *ShopeePayLater* hingga tagihan lunas. Keterlambatan pembayaran yang berulang dapat berdampak pada batas kredit *ShopeePayLater* yang dimiliki oleh peminjam.

SIMPULAN

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial seringkali melakukan pembelian barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau factor lainnya, seperti membeli untuk menjaga penampilan agar terlihat modis, terpengaruh oleh diskon yang menawarkan harga lebih rendah dari harga asli produk, mengikuti *tren* fashion, dan terpengaruh oleh iklan yang menjadi strategi pemasaran untuk mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Pendapat Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial yang menggunakan *ShopeePayLater* menunjukkan bahwa pengalaman menggunakan *ShopeePayLater*, mahasiswa merasakan campuran antara kepuasan dan kekhawatiran. Mahasiswa menemukan kepuasan dalam kemudahan untuk melakukan pembayaran, proses pengajuan yang sederhana, bunga yang rendah, serta variasi pilihan pembayaran. Namun, kekhawatiran muncul terkait perilaku konsumtif yang berlebihan, kecenderungan untuk berutang, serta keterbatasan dalam menonaktifkan fitur *ShopeePayLater* yang mungkin mendorong perilaku konsumtif yang disertai dengan biaya administrasi yang diberikan oleh pihak *Shopee*.

DAFTAR PUSTAKA

Adiputra, I. M. P. (2017). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif. 32, 1-19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>.

Ansar, R,N,A,M,dkk. (2022). Analisis Penggunaan Paylater Untuk Belanja Online Mahasiswa di Surabaya Pada Masa New Normal. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, 1-11.

Aprianto, Y., Narti, S., & Octaviani, V. (2022). The Phenomenon of Online Shopping Behavior on the Shopee Application During a Pandemic. Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora, 2(2), 217-226. <https://doi.org/10.53697/iso.v2i2.1033>.

A. Saleh, S. A. dkk. (2023). Pengaruh Penggunaan *ShopeePayLater* Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa. Journal of Management & Business.

Baudrillard, J. (1970). The Consumer Society: Myths and Structures. Theory, Culture & Society. New York: Nottingham University.

Fauziah, Adinda Putri, N. D. N. (2022). Fenomena Belanja Online : Kasus Pengguna Fitur *ShopeePayLater*

Friska Nur Rosyidah, A. C. (2022). Pengalaman Mahasiswa Penggunaan Fitur Paylater di E-Commerce. Jurusan Ilmu Ilmu Sosial, 494-500.

Gould, J, and T.F. Golob, 1998. Will Electronic Home Shopping Reduce Travel? Transportasi Reviews Access 12:26-31

Hendra, Y. N. R., Wirza, E., & Irawan, M. Z. (2015). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Perjalanan Belanja. Jurnal Transportasi Vol. 15 No. 1, 15(1), 31-40. <https://journal.unpar.ac.id/index.php/journaltransportasi/article/view/1848>.

Kurniadi, Y U., et al. (2020). Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 7(2), 408-420. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/societas/article/view/15942>

Kurniasari, I., & Fisabilillah, L. W. P. (2021). Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan *Spaylater* Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. Independent : Journal Of Economics, 1(3), 207-218.

Mohamad Rivai Olli. M. H. (2020). Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado. Jurnal Holistik, 1-18.

Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis, 8(2), 143.

Mujiyana, I. E. (2013). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI

KEPUTUSAN PEMBELIAN VIA INTERNET PADA TOKO ONLINE. Jati Undip, VIII(3), 143-152.

Pratama, W. C., Ley-Ley, W. L., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Promosi Big Sale dan Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Anak Muda di Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 1-9. <http://jema.unw.ac.id>.

Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>.

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>.

Sari, P. I, dkk. (2023). Pengaruh Fitur Pembayaran ShopeePayLater Dalam Media E-Commerce Shopee terhadap Kepercayaan Belanja Online Pada Mahasiswa FISIP Uniersitas Bengkulu. *Jurnal Kaganga*.

Shopee. (2020). Bagaimana prosedur pembayaran menggunakan SPayLater

Shopee. (2022, november Kamis). Pengertian, Keuntungan, dan Tips Penggunaanya. <https://Shopee.co.id>.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.

Tri Kumala Sari, Y, Hendrastomo, G, & Endah. J. N. (2020). Belanja Online dan Gaya Hidup Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 9(2), 1-22.

Wangi, L.P, Andarini.S. (2021). Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen Pengaruh Flash Sale dan Cashback Terhadap Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen, 79-91.

Zahra Aulia Mumtaz, F. Y. (2020). Fenomena Belanja Online Dikalangan Mahasiswa Bekasi Penonton Tayangan #RACUNTIKTOK. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 408-420.