

Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur *Spaylater* Pada Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

*Desy Amanda Putri*¹, *Galih Pradananta*²

*Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Tulungagung, Indonesia*¹
*Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Tulungagung, Indonesia*²

*E-mail: desyputri878@gmail.com*¹

Abstract: *This research was conducted to find out whether the Spaylater feature in the Shopee application affects student consumptive behavior from a sharia business perspective. This research method uses associative quantitative. Data obtained from distributing questionnaires to Sharia Business Management students at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung obtained a sample of 100 Spaylater user respondents. Data analysis in this study used simple linear regression analysis and the results showed that Spaylater had a positive effect on consumptive behavior with a significance of $0.01 < 0.05$ and an effect of 15.2%. The Spaylater feature is prohibited in sharia business because there is interest and fines if the user pays past due so that Spaylater transactions are punishable by *riba*.*

Keywords: *Spaylater; Consumptive Behaviour; Sharia Business Perspective*

Abstrak: penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah fitur *Spaylater* dalam aplikasi shopee mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dan dilihat dari perspektif bisnis syariah. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif asosiatif. Data yang didapat dari penyebaran kuisioner kepada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung mendapatkan sampel sebanyak 100 orang responden pengguna *Spaylater*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dan hasil penelitian menunjuk kan bahwa *Spaylater* berpengaruh positif dengan perilaku konsumtif dengan signifikansi $0,01 < 0,05$ dan pengaruhnya sebesar 15,2%. Fitur *Spaylater* dilarang dalam bisnis syariah karena adanya bunga dan penetapan denda jika pengguna membayar melewati jatuh tempo sehingga transaksi *Spaylater* dihukumi *riba*.

Kata Kunci: *Spaylater; Perilaku Konsumtif; Perspektif Bisnis Syariah*

PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi, media dan informatika yang semakin berkembang memberikan banyak pengaruh pada penggunaannya. Teknologi tersebut adalah media baru yang membuat pengguna lebih mudah untuk mengakses informasi berupa digital dan memanfaatkannya sebagai alat untuk berbagai kebutuhan seperti mengirim pesan, mengetahui informasi yang diinginkan atau bahkan berbelanja kebutuhan sehari hari tanpa harus pergi ke toko yang kadang lalu lintas sangat macet dan panas, lewat media teknologi internet pengguna bisa belanja dengan duduk di rumah dan barang akan sampai di rumah dengan diantar oleh ekspedisi (Aftika, Hanif, dan Devi 2022).

Para pembeli online sangat berhati hati dengan ancaman kecurangan online yang pada dasarnya banyak konsumen online yang tidak percaya pada situs *E-commerce* kecuali jika perusahaan dapat membangun kepercayaan pengunjung atas situs terkait, maka pengunjung akan mulai mengevaluasi kredibilitas situs begitu mereka memasukinya (Julita, Idwal, dan Yustati 2022).

Menurut Roger Clarke dalam "*Electronic commerce definitions*" menyatakan bahwa *E-Commerce* adalah tata cara perdagangan barang dan jasa yang menggunakan media telekomunikasi dan telekomunikasi sebagai alat bantu. Salah satu *E-Commerce* yang sering dikunjungi oleh konsumen adalah shopee yang mana pada bulan oktober tahun lalu shopee meraih 179 juta kunjungan dan naik menjadi 191 kunjungan pada Desember (Putri dan Handayani 2021).



Gambar 1. Daftar Pengunjung Kuartal 1 2023

iPrice mengungkapkan bahwa shopee memiliki pengguna aktif bulanan terbanyak di Asia Tenggara dengan beberapa promosi penjualan seperti cashback, gratis ongkir tanpa minimum order dan pemilihan brand ambassador yang terkenal sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak konsumen dengan ini bisa dibuktikan kegigihan shopee untuk mengakuisisi pasar, shopee juga melakukan inisiatif *sale* pada tanggal unik seperti 11.11 atau 5.5 tak hanya itu shopee juga berinovasi tentang metode pembayaran yang biasa disebut bayar nanti (Aftika, Hanif, dan Devi 2022).

Marketplace sekarang menyediakan fitur beli sekarang bayar nanti atau dikenal dengan *paylater* ini adalah fitur kembangan dari perusahaan shopee yang menyediakan dana talangan untuk konsumen dan boleh dibayar bulan depan atau cicilan perbulan dan dengan hadirnya fitur tersebut menjadikan transaksi online semakin mudah baik dilihat dari segi persyaratan, pendaftaran atau proses pengaktifan yang bisa dikatakan mudah sehingga *paylater* sangat digemari konsumen *E-commerce*. Adanya metode pembayaran *paylater* yang kian merebak mendorong masyarakat atau bahkan mahasiswa untuk bisa memenuhi semua keinginan dan kebutuhan sedangkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan itu terbatas karna tidak semua mampu membayar tunai. Oleh sebab itu sekarang banyak perusahaan *marketplace* di indonesia yang membuka layanan *paylater* salah satunya adalah aplikasi shopee. Shopee memperkenalkan fitur pembayaran kartu kredit digital pada tanggal 6 maret 2019, shopee menyediakan fitur *paylater* ini dengan menggandeng perusahaan peer to peer lending bernama PT. Lentera Dana Nusantara (LDN)(Aftika, Hanif, dan Devi 2022).

Dengan adanya fitur shopee tersebut banyak yang makin sering belanja kebutuhan secara online karna kemudahan yang didapat saat menggunakan aplikasi tersebut, kategori pembeli yang sering belanja tersebut adalah mahasiswa yang mana fitur pembayaran seperti sudah sangat melekat di tangan mahasiswa dan tanpa disadari inilah yang mengakibatkan adanya perilaku mahasiswa yang seringkali tidak dapat mengabaikan keinginannya untuk membeli produk yang menurutnya menarik dan akhirnya menjadikan mahasiswa memiliki perilaku konsumtif (Khairunnisa dkk. 2022).

Menurut Tribowo (2015) Perilaku adalah sebuah perbuatan atau tindakan yang dilakukan seorang individu dalam melakukan respon terhadap sesuatu yang akhirnya menjadi kebiasaan karena adanya nilai yang dapat diyakini. perilaku konsumtif adalah suatu perbuatan yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Pengertian ini sejalan dengan pandangan Lina dan Rosyid yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif melekat pada seseorang apabila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, pembelian sudah tidak lagi berdasar kan kebutuhan melainkan sudah pada taraf keinginan yang berlebihan (Julita, Idwal, Yustati 2022).

Dengan adanya fitur *paylater* dalam aplikasi shopee ini menyebabkan banyaknya pro dan kontra dalam perspektif bisnis syariah yang mana banyak yang beranggapan bahwa fitur *paylater* tersebut

mengandung riba dan berhukum haram namun sebagian lain menganggap transaksi *paylater* ini termasuk dalam aqad *Qardh* (Khaer dan Nurhayati 2019).

Menurut Dimyauddin Djuwani *Qardh* artinya menyediakan sejumlah dana atau tagihan yang bisa disinonimkan bersama yang dilandasi kesepakatan dan pertujuan diantara kedua belah pihak yaitu pemberi pinjaman dan penerima pinjaman untuk membayar semua tagihan pada saat waktu yang telah disepakati seperti yang dijelaskan pada QS.Al-Baqarah (2):245:

مَنْ ذَا الَّذِي يُقرضُ اللهَ قرضًا حسنًا فيضاعفه له أضعافًا كثيرة ۗ وَاللهُ يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

"Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan meperlipat gandakan pembayarannya kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan. (Wafa. 2020).

Hipotesis dari penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara perilaku mahasiswa yang konsumtif dengan adanya fitur *Spaylater* yang akan diteliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pertanyaan yang terstruktur atau sistematis yang sama kepada responden, yang mana hasil tersebut akan dicatat, diolah dan dianalisis oleh penulis.

Alasan peneliti melakukan penelitian pada Mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung adalah tema dari penelitian *Spaylater* sangat sering menjadi perbincangan hangat oleh mahasiswa, jurusan Manajemen Bisnis Syariah ini menjadi populasi pada penelitian karna sesuai dengan tema dari penelitian tentang Manajemen Bisnis sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi edukasi atau evaluasi Mahasiswa dalam melakukan transaksi pada situs online kedepannya. Selain itu penelitian juga akan dilihat dari perspektif bisnis syariah sehingga tak hanya untuk mengetahui adanya pengaruh *spaylater* terhadap perilaku konsumtif atau tidak tapi juga mengetahui bagaimana pandangan bisnis syariah tentang *spaylater* tersebut. Dan berdasarkan uraian yang telah dipaparkan peneliti tertarik untuk meneliti dalam bentuk skripsi yang berjudul "*Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur Spaylater pada Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*".

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif, yang artinya penelitian ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa, penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah yang dilakukan pada tahun 2022-2023. Sumber data dari penelitian ini primer, populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan 2019 -2022 yang berjumlah 1.510 mahasiswa tapi karna penelitian ini hanya menggunakan mahasiswa yang aktif dalam penggunaan fitur *spaylater* maka jumlah populasi bersifat *infinite*, jika jumlah subjek besar maka akan diambil 10%-15% atau 20%-25% . dalam penelitian ini sampel diambil sebesar 10% dari populasi sehingga yang diteliti 100 mahasiswa yang aktif menggunakan Shopee *Paylater* dengan teknik pengambilan *purposive sampling*.

HASIL PENELITIAN

Usia

Data responden yang menjadi sasaran peneliti untuk menjadi responden pengguna shopee *paylater*, dalam penelitian yang dilakukan mendapatkan 8 orang dengan usia 19 tahun, 24 orang dengan usia 20 tahun, 28 orang dengan dengan usia 21, 4 orang dengan usia 22 tahun, 28 orang dengan usia 23 tahun, 5 orang dengan usia 24 tahun, dan 3 orang dengan usia 25 tahun.

Jenis Kelamin

Data responden yang menjadi sasaran peneliti untuk menjadi responden pengguna shopee *paylater*, dari data yang didapat responden dengan jenis kelamin laki laki berjumlah 35% dan dari perempuan berjumlah 65%.

Angkatan

Data responden yang menjadi sasaran peneliti untuk menjadi responden peneliti hanya menyebarkan kuersioner dengan mahasiswa yang menggunakan shopee *paylater* pada jurusan Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung mulai dari angkatan 2019-2022.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X (Shopee *Paylater*)

No Butir Instrumen	Person Correlation R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1.	0,540	0.361	0,02	Valid
2.	0,622	0.361	0,01	Valid
3.	0,475	0.361	0,08	Valid
4.	0,570	0.361	0,01	Valid
5.	0,703	0.361	0,01	Valid
6.	0,589	0.361	0,01	Valid
7.	0,601	0.361	0,01	Valid

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan shopee *paylater* yang dinyatakan valid berjumlah 7 item sehingga instrumen penelitian dapat mengukur variabel Y perilaku konsumtif.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

No Butir Instrumen	Person Correlation R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
1.	0,594	0,361	0,01	Valid
2.	0,632	0,361	0,01	Valid
3.	0,616	0,361	0,01	Valid
4.	0,445	0,361	0,14	Valid
5.	0,526	0,361	0,03	Valid
6.	0,701	0,361	0,01	Valid
7.	0,503	0,361	0,05	Valid

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa ada 7 item pernyataan perilaku konsumen yang dinyatakan valid sehingga instrumen penelitian dapat digunakan untuk mengukur variabel X shopee *paylater*.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel penelitian

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
<i>Spaylater</i>	0,669	0,6	Reliabel
Perilaku konsumtif	0,618	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan dengan hasil tabel diatas maka dapat diketahui bahwa variabel memiliki nilai alpha cronbach lebih dari 0,6 yang mana instrumen penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Nomalitas Data

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Data

One sample kolmogorov-smirnov test		
		Unstandardize d residual
N		100
Normal parameters	Mean	0,00
	Std deviation	4,195
Most Extreme Differences	Absoiute	1,00
	Positive	1,00
	Negative	-0,60
Test statistic		1,00
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,16
Monte cario Sig.(2-tailed)	Sig	0,16
99% confidence interval	Lower Bound	0,13
	Upper Bound	0,19

- a. Test distribution is normal
- b. Calculated from data

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari tabel diatas output SPSS diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,16 lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan pengambilan keputusan bahwa hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji linieritas

Tabel 5. Hasil Uji Linieritas Data

		Sum of squares	df	Mean square	F	Sig
Between groups	Combined	762,958	18	42,387	2,657	0,01
	Linearity	321,284	1	312,284	19,575	<0,01
	Deviation from linearity	450,673	17	26,510	1,662	0,68
Within groups		1292,202	81	15,953		
Total		2055,160	99			

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan dengan tabel diatas menunjuk kan bahwa signifikansi *deviation from linearity* nya 0,68 yang berarti lebih dari 0,05 maka sesuai dengan pengambilan keputusan bahwa data penelitian ini memiliki hubungan yang linier dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikatnya (Y).

Uji Heteroskedestisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized B	Coefficients Std.error	Standardized coefficients beta	t	Sig
1	(constant)	2,438	1,094		2,229	0,028
	Spaylater	0,042	0,058	0,073	0,725	0,470

- a. Dependent variable: Abs_RES

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa nilai signifikansi dari variabel yaitu 0,470 maka sesuai dengan pengambilan keputusan jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana

	Sum of squares	df	Mean square	F	Sig
Regression	312,284	1	312,284	17,559	0,01
Residual	1742,876	98	17,784		
Total	2055,160	99			

- a. Dependent Variable : perilaku konsumtif
- b. Predictors (constant), *Spaylater*

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel diatas diketahui bahwa output nilai F hitung 17,559 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain ada pengaruh variabel *Spaylater* (X) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dapat dilihat dalam variabel berikut:

R	R Square	Adjusted R square	Std. Error of the estimate
0,390	0,152	0,143	4,217

- a. Predictors: (constant), *Spaylater*
- b. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,390. Dari output tersebut diperoleh koefisiensi determinasi (R square) sebesar 0,152 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas(*Spaylater*) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif) adalah sebesar 15,2%.

PEMBAHASAN

Pengaruh penggunaan fitur *Spaylater* terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan terhadap mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Universitas Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tanggapan responden diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,01 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan *Spaylater* secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 15,2% dengan adanya fitur baru pada aplikasi shopee tersebut membuat beberapa mahasiswa melakukan perilaku konsumtif yang dilakukan tanpa adanya pertimbangan, karna kemudahan yang diberikan untuk mengoperasikan fitur baru pada shopee ini membuat mahasiswa semakin sering melakukan transaksi sehingga memicu sifat boros.

Tanggapan dari responden yang memiliki nilai paling tinggi ada dipertanyaan "saya membeli produk di shopee karena ulasan dan rating yang dituliskan konsumen" sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak mahasiswa tertarik melakukan pembelian di shopee karna melihat rating bagus yang diberikan oleh konsumen lain sehingga memicu adanya sifat tertarik untuk membeli. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian oleh (Rahima dan Cahyadi 2022),(Julita, adwal, Yustati 2022.),(Aftika, Hanif, dan Devi 2022),(Khairunnisa dkk. 2022). Penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa fitur *Spaylater* positif dan signifikan berpengaruh pada perilaku konsumtif. Dan dengan adanya penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dibidang bisnis online dan juga dapat menjadi masukan untuk para mahasiswa untuk lebih waspada terhadap perilaku konsumtif karena penelitian ini menemukan bahwa adanya pengaruh dalam penggunaan fitur *Spaylater* terhadap Perilaku konsumtif.

Tinjauan bisnis syariah tentang penggunaan *Spaylater*

Adanya fitur *Spaylater* ini membuat adanya pro kontra dalam beberapa perspektif bisnis syariah banyak yang menganggap haram dan mengandung riba namun beberapa pihak mengungkapkan bahwa *Spaylater* ini termasuk akad *qardh* (Khasanah dan Ridwan 2022), akad *qardh* adalah suatu akad dari kedua pihak, dimana pihak pertama meminjamkan harta pada pihak kedua untuk

dimanfaatkan dengan ketentuan harus dikembalikan persis seperti yang sudah diterima oleh pihak pertama dijelaskan pada QS.Al-Baqarah (2):245

مَنْ ذَا الَّذِي يُقرضُ اللهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً ۗ وَاللهُ يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

“Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan meperlipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan.

Jual beli secara kredit sebenarnya tidak dilarang dalam islam selagi memenuhi syarat dan ketentuan hukum islam dan akad yang dilakukan harus jelas, fitur aplikasi ini menawarkan pembayaran bulan depan tanpa bunga atau melebihi jatuh tempo dengan bungan 2,95%, menurut Fatwa SDN-MUI di indonesia syarat dan ketentuan akad *qardh* tidak dipraktikkan dalam *Spaylater* karena pada pembayarannya apabila saat melewati jatuh tempo maka akan dikenakan bunga sebesar 5% dari nominal pembayaran dan biaya administrasi sebesar 1%. Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian oleh (Syaiuddin dkk. 2022),(Fadyah dan Hasanah 2023),(Habibie dan Ramadhan, t.t.),(Khasanah dan Ridwan 2022) penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa penggunaan *Spaylater* dalam bisnis syariah dilarang karna mengandung denda yang memicu pada hukum riba.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai pengaruh penggunaan fitur *Spaylater* terhadap perilaku konsumtif, penelitian ini menggunakan sampel 100 responden dari mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang aktif menggunakan *Spaylater*.

Adanya pengaruh fitur baru *Spaylater* ini membuat mahasiswa sering melakukan tindakan implusif dengan membeli suatu barang berdasarkan keinginan nya bukan kebutuhan nya dan ini memicu perilaku konsumtif, seperti hasil dari uji penelitian bahwa penggunaan *Spaylater* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi $0,01 < 0,05$ dengan berpengaruh sebesar 15,2%.

Hukum penggunaan *Spaylater* tidak diperbolehkan dalam bisnis syariah karena dalam praktik penggunaan *Spaylater* memiliki kebijakan dengan menarik keuntungan dari pengguna *Spaylater* sehingga transaksi ini memicu terjadinya riba, walaupun tidak ada bunga jika pembayaran dilakukan sebelum jatuh tempo tapi pihak shopee sudah menetapkan syarat adanya denda jika pembayaran dilakukan setelah jatuh tempo sehingga ini memberikan keuntungan bagi pihak shopee dan kerugian pada pihak pengguna.

SARAN

Sebagai seorang muslim harus hati-hati dalam bertindak karna banyak hal yang dilarang oleh agama islam tapi sering diwajibkan oleh mayoritas masyarakat, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa islam melarang penggunaan fitur *Spaylater* karna dapat membuat pengguna mempunyai perilaku konsumtif dan hanya akan merugikan pengguna itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadyah, D. M., & Hasanah, S. N. (2023). Analisis Keberadaan Unsur Ribawi Pada Sistem Jual Beli Shopee Paylater. *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, (1), 14-24.
- Habibie, R. A. (2022). Tinjauan Hukum Islam dan Perlindungan Hukum terhadap Pengguna Praktik Kredit Shopee Paylater di Kota Palangka. *Et-Tijarie: Jurnal Hukum dan Bisnis Syariah*, 7(1).
- Julita, E., Idwal, B., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953-2957.

- Khaer, M., & Nurhayati, R. (2019). Jual beli taqsith (kredit) dalam perspektif hukum ekonomi Islam. *AL MAQASHIDI: Jurnal Hukum Islam Nusantara*, 2(1), 99-110.
- Khairunnisa, SA, Rahman, MC, Apriyanti, C., Putri, DO, & Fajrussalam, H. (2022). perilaku Konsumtif Penggunaan Online Shopping dan Sistem Pay Later dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Fondatia*, 6 (1), 130-147.
- Khasanah, R., & Ridwan, M. (2022). Tinjauan Hukum Islam Tentang Transaksi E-Commerce Aplikasi Shopee Dengan Metode Paylater. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 2 (2), 123-131.
- Putri, A. E. N., & Handayani, T. (2021). Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Pada Generasi Milenial Di Kecamatan Johar Baru. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 35-43.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Sasaran: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4 (1), 39-50.
- Sari, E. A., Latifah, I., Ararizki, M. A., Jannah, M., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 387-400.
- Sonia, A. (2021). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater "BAYAR NANTI" terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam Perspektif Bisnis Syariah* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Syaifuddin, AM, Ruslang, R., Hasriani, H., & Muslimin, S. (2022). Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Shopee Paylater. *Jurnal Ekonomi Islam Al-Azhar*, 4 (2), 109-120.
- Wafa, A. K. (2020). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Shopeepay Later. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(01), 16-30.