DAFTAR PUSTAKA

Aditama, R. A. (2020). *Pengantar manajemen*. Ae Publishing.

Alimin, E., Eddy, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, S., Yusuf, S. Y. M., Irwansyah, R., & Moonti, A. (2022). *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. Seval Literindo Kreasi.

Andrias, S. P., Saputra, A., Rais, R., Abdurrahman, S. K., Purnomo, A. C., Efrida Ita, S. S., Alfina, A., Hadi, M. Y., Supiyanto, Y., & Fitriani, M. (2023). *Manajemen Pendidikan*. Selat Media.

Anggraini, M. (2025). Mindful Consumption in Islamic Economics: A Conceptual Analysis within the Framework of Sustainability. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, *4*(2), 200–218. https://doi.org/10.22515/juebir.v4i2.12995

arfah, yenni. (2022). *keputusan pembelian produk*. PT inovasi pratama internasional.

Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., & Ismail, R. S. (2023). *Manajemen pemasaran*.

Aulia, N., Hardilawati, wan laura, & Sandri, siti hanifa. (2025). PENGARUH GAYA HIDUP, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN IMPULSIVE BUYING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, *5*(2), 325–339.

Bahl, S., Milne, G. R., Ross, S. M., Mick, D. G., Grier, S. A., Chugani, S. K., Chan, S. S., Gould, S., Cho, Y.-N., & Dorsey, J. D. (2016). Mindfulness: Its transformative potential for consumer, societal, and environmental well-being. *Journal of Public Policy & Marketing*, *35*(2), 198–210.

Basu, S., & Hani Handoko, T. (1987). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen.* liberty: Yogyakarta.

Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, *28*(4), 670–676.

BPS Kabupaten Ciamis, B.-S. C. R. (2025). *KECAMATAN DALAM ANGKA rajadeasa district in figures 2025: Vol. xvi*. BPS Kabupaten Ciamis/BPS-Statistics Ciamis Regency. https://ciamiskab.bps.go.id/id/publication/2025/09/26/afa51b7655cccfb3a30197fb/kecamatan-rajadesa-dalam-angka-2025.html

Christian, A. R., & Sulistiyani, T. (2021). *Pengantar Manajemen Bisnis*. UAD PRESS.

D Hutanaen, N. (2025). 5 aplikasi paylater favorit gen z dan milenial indonesia 2025. *GoodStats*. https://goodstats.id/article/5-aplikasi-paylater-favorit-gen-z-dan-milenial-di-indonesia-2025-E9TsL

Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, *15*(2).

Darma, B. (2021). *statistika penelitian menggunakan spss*. guepedia.

Dinata, R. M. (2024). Optimasi Sampling Bersama Roulette-Wheel Sebagai Improve Metode Simple Random Sampling. *©2024 Ilmu Komputer Unila Publishing Network All Rights Reserved*, *12*.

Dyatmika et al. (2023). IMPULSIVE BUYING PADA DEWASA AWAL PENGGUNA SHOPPE PAYLATER DITINJAU DARI MINDFULLNESS. *Jurnal Psikologi*, *2(4)*, 179–193.

Fatimah, N., & Prasetyo, Y. (2022). Review of DSN-MUI Fatwa No . 177 / DSN-MUI / II / 2018 against the Practice of Paying Products on Credit Using the Shopee PayLater Payment Feature on the Shopee Application. *Jurnal Ekonomi Syariah*, *177*. https://doi.org/10.15575/am.v9i1.14617

Fischer, D., Stanszus, L., Geiger, S., Grossman, P., & Schrader, U. (2017). Mindfulness and sustainable consumption: A systematic literature review of research approaches and findings. *Journal of Cleaner Production*, *162*, 544–558.

Gupta, S., & Sheth, J. (2024). Mindful consumption: Its conception, measurement, and implications. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *52*(5), 1531–1549. https://doi.org/10.1007/s11747-023-00970-2

Gupta, S., & Verma, H. (2019). Mindful consumption behaviour: Scale development and validation. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, *8*(5), 271. https://doi.org/10.5958/2278-4853.2019.00200.3

Hamdat, A., Kusuma, A. M., Cahya, B. T., Sri, D., Sriwardiningsih, E., Astri, F., Salam, K. N., Islamiah, M. H., Henrietta, N., Mandey, J., Leni, P., Nabila, R., Dwita, V., Kidul, S. B., Piedra, R., & Beliaikin, A. (2020). *manajemen pemasaran dan perilaku konsumen : prinsip dasar, strategi dan implementasi*. Diandra Kreatif/Mirra Buana Media.

Hanafi, M. (2015). Konsep dasar dan perkembangan teori manajemen. *M. Hanafi, Manajemen. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka*.

Hartman, A., Kador, J., & Sifonis, J. G. (2001). *Net Ready: Strategies for Success in the E-conomy*. McGraw-Hill, Inc.

Ilahi, N. (2022). "Beli Sekarang Bayar Nanti: Mahasiswi, Spay Later, dan Pandemi Covid-19. *Emik*, *5*(1), 63–83.

Irwansyah, istya, K., Li, Setiorini, A., & Hanika, I. M. (2021). *prilaku konsumen*. Widina Bhakti Persada Bandung.

Januardani, F. D., Andayani, W., Simanjuntak, E. R., Nurdiansyah, H., Widyanti, O. N., Van Marsally, S., Firdaus, D., Chairani, R., & Satrio, V. (2023). *Digital marketing: Teori dan implementasi strategi digital marketing*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

kamila meilina. (2025). *ojk catat pay later tembus rp21,89 t per mei, generasi muda paling banyak pinjam*. Katadata.Co.Id. https://katadata.co.id/digital/fintech/686ce4029195f/ojk-catat-pay-later-tembus-rp21-89-t-per-mei-generasi-muda-paling-banyak-pinjam

Katadata, I. C., & Kredivo. (2024). *Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia 2024*. https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2024/06/Laporan-Perilaku-Pengguna-Paylater-Indonesia-2024-Kredivo.pdf?utm_

Kearsipan, C. M. (2020). 1. Pengertian Manajemen. *Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. Upper Saddle River,. *N.J: Pearson Prentice Hall.*

Kotler, P., & Keller, kevin L. (2016). *manajemen pemasaran* (Edisi 12 j). Jakarta: PT. Indeks.

Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *PENGANTAR MANAJEMEN* (Melati (ed.)). LPU-UNAS.

Kurniasari, I., & Fisabilillah, ladi wajuba perdini. (2021). Fenomena prilaku berbelanja menggunakan SPAYLATER serta dampak nya terhadap gaya hidup mahasiswa ilmu ekonomi. *INDEPENDENT : Journal of Economics*, *1*, 207–218.

Lesmana, T. (2023). The Role Of Mindfulness On Mindful Consumption Mediated By The Involvement Of Online Shopper Consumers. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, *14*(2), 124. https://doi.org/10.24036/rapun.v14i2.122218

Lesmana, T., Zubaidi, A., & Yunanto, K. T. (2025). The role of moral responsibility in the relationship between mindfulness and mindful consumption in online consumers. *Discover Psychology*, *5*(1). https://doi.org/10.1007/s44202-025-00512-7

Lim, W. M. (2017). Inside the sustainable consumption theoretical toolbox: Critical concepts for sustainability, consumption, and marketing. *Journal of Business Research*, *78*, 69–80.

Lubis, N. A. Y., Permadi, H., & Masrifah, I. (2025). Pengaruh Kemudahan dan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan SPaylater di Kota Bekasi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *5*(4), 10528–10545.

Lupiyoadi, rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi*

(Edisi 3). jakata:salemba empat.

Luthfi, M., Surono, Y., Firdaus, A., Siregar, A. I., & Budiningtyas, D. P. (2023). *Pengantar Manajemen*. Penerbit NEM.

Manchanda, P., Arora, N., Nazir, O., & Islam, J. U. (2023). Cultivating sustainability consciousness through mindfulness: An application of theory of mindful-consumption. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *75*, 103527.

Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *7*(3), 1370–1385.

Ningsih, ekawai rahayu. (2021). *prilaku konsumen : pengembangan konsep dan praktek dalam pemasaran* (Edisi Revi). CV IDEA SEJAHTERA.

Park, H. J., & Dhandra, T. K. (2017). Relation between dispositional mindfulness and impulsive buying tendency: Role of trait emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, *105*, 208–212.

Puranda, N. R., & Madiawati, P. N. (2017). Pengaruh perilaku konsumen dan gaya hidup terhadap proses keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. *Bisnis Dan Iptek*, *10*(1), 25–36.

Rachmad, Y., Setiawan, Z., Purwoko, Nora, L., Syamil, A., Risdwiyanto, A., & Muniza, M. (2020). Manajemen Pemasaran. In *Sonpedia*. sonpedia.

Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). PENGARUH ATMOSPHERE STORE, DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Rown Division Surakarta) Laurensius. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, *7*(2), 143–152. https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent

Rahmat, H., Wianti, W., pupung, purnamasari, & riswandi, riki. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Jasa*. CV. Science Techno DIrecy Perum Korpri Pangkpinang.

Sari, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *2*(4), 524–533.

Setiawan, Z., Zebua, R. S. Y., Suprayitno, D., Hamid, R. S., Islami, V., & Marsyaf, A. (2024). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Shalehatul, S., & Hariyono, D. S. (2023). Hubungan Kontrol Diri terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Spaylater. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *6*(November), 9069–9077.

Sheth, J. N., Sethia, N. K., & Srinivas, S. (2011). Mindful consumption: A customer-centric approach to sustainability. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *39*(1), 21–39. https://doi.org/10.1007/s11747-010-0216-3

Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.

Sinha, J., & Kim, J. (2012). Factors affecting Indian consumers' online buying behavior. *Innovative Marketing*, *8*(2), 46–57.

Sitanggang, F. A., & Sitanggang, P. A. (2021). *Buku ajar perilaku konsumen*. Penerbit NEM.

Sovianty, E., & Khairani, Z. (2024). MANAJEMEN PEMASARAN. *Lppm Unilak*, 47.

Stoner, james A. F., & Wankel, C. (1986). *Management* (3rd, berilus ed.). Prentice-Hall.

Sudirjo, F., Koynja, J. J., Hasan, H., & Sutaguna, I. N. T. (2025). Manajemen pemasaran. *YPAD Penerbit*.

Sudirjo, F., Wahyuningsih, D., Wijayanto, G., & Wahyono, D. (2024). *Teori perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.

suharno. (2010). *Marketing in Practice* (edisi pert). Grahailmu.

Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, *4*(1), 133.

Suprihanto, J. (2018). *Manajemen*. UGM press.

Terry, G. R., & Rue, L. W. (2019). Principle of management: Dasar-Dasar Manjemen, alihbahasa, GA Ticoalu. *Jakarta: Bumi Aksara*.

Terry, G. R., & Rue, L. W. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. Bumi Aksara.

Trihastuti, A. E. (2021). *Manajemen Pemasaran Plus++*. Deepublish.

Wardhana, A. (2024). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL*. EUREKA MEDIA AKSARA.

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *keputusan pembelian konsumen*. PT KIMSHAFI ALUNG CIPTA.

Yanuari, Y. (2019). Analisis pengaruh motivasi kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, *2*(1), 45–54.

yozatian, agnes z. (2025). *shopee jadi E-commeerce yang paling banyak di akses di indonesia 2025*. Goodstats. https://goodstats.id/article/shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-diakses-di-indonesia-2025-3COz0

Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). *Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan , dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan*

Metode Pinjaman Online Spaylater pada Mahasiswa di Kabupaten Bangkalan. *15*(1).

zusrony, edwin. (2008). *Perilaku konsumen di era modern*.