

Impulsive Buying dan Regulasi Diri dalam Perilaku Berutang Mahasiswa Pengguna ShopeePayLater

Ma'arif Abbas, UIN Antasari Banjarmasin, arifabbas1898@gmail.com
Siti Faridah, UIN Antasari Banjarmasin, sitifaridah@uin-antasari.ac.id

Abstract

This study aimed to examine the influence of impulsive buying and self-regulation on debt behavior among university students who use ShopeePayLater. The research employed a quantitative approach with a survey method. The sample consisted of 322 ShopeePayLater users from UIN Antasari Banjarmasin, selected through purposive sampling. Data were collected using scales for impulsive buying, self-regulation, and debt behavior, and analyzed using multiple linear regression. The results indicated that impulsive buying and self-regulation simultaneously have a significant effect on debt behavior with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). The coefficient of determination (R^2) was 0.264, indicating that these two variables jointly explain 26.4% of the variance in debt behavior among ShopeePayLater users.

Keywords: impulsive buying, self-regulation, dissaving behavior

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh impulsive buying dan regulasi diri terhadap perilaku berutang pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel terdiri dari 322 mahasiswa pengguna ShopeePayLater di UIN Antasari Banjarmasin yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan skala impulsive buying, regulasi diri, dan perilaku berutang, yang kemudian dianalisis melalui regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa impulsive buying dan regulasi diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku berutang dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,264 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 26,4% terhadap variasi perilaku berutang pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater.

Kata kunci: *impulsive buying*, regulasi diri, perilaku berhutang

Di era digital yang semakin maju, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat melakukan transaksi ekonomi. Dunia elektronik dan media sosial berkembang pesat, mendorong platform *e-commerce* untuk terus berinovasi dalam menghadirkan layanan yang lebih mudah, cepat, dan efisien. Kemudahan yang ditawarkan, seperti akses 24 jam, berbagai metode pembayaran, dan promosi menarik, membuat masyarakat semakin beralih

dari cara konvensional ke belanja online (Karima, 2024). Bagi pelaku bisnis, *e-commerce* membuka peluang strategis untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi distribusi, serta mempermudah promosi produk kepada konsumen yang lebih heterogen.

Berdasarkan laporan SIRCLO yang dikutip oleh DetikFinance, rata-rata konsumen Indonesia melakukan tiga hingga lima transaksi online setiap bulannya, dengan rata-rata pengeluaran sekitar 15% dari pendapatan bulanan untuk belanja daring. Temuan ini menunjukkan tingginya antusiasme masyarakat dalam memanfaatkan platform digital, sekaligus mencerminkan tingkat kepercayaan dan kenyamanan mereka terhadap mekanisme transaksi elektronik (Ardiansyah & Budiani, 2021). Fenomena ini menandakan bahwa masyarakat, khususnya generasi muda dan mahasiswa, semakin tergantung pada kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan oleh teknologi digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Salah satu platform *e-commerce* yang banyak digunakan adalah **Shopee**, terutama di kalangan mahasiswa. Data menunjukkan bahwa mayoritas pengguna mengakses Shopee melalui aplikasi mobile (72,4%) dibandingkan desktop (21,3%), dengan durasi kunjungan rata-rata sekitar 6 menit 30 detik. Keunggulan Shopee terletak pada promosi rutin, seperti event “tanggal kembar” (misalnya “Shopee 6.6 Sale”) yang menawarkan diskon besar, gratis ongkir, flash sale, serta promosi lainnya untuk meningkatkan minat beli konsumen (Pakpahan dkk., 2024). Selain itu, inovasi finansial Shopee melalui fitur *ShopeePayLater* memungkinkan konsumen melakukan pembayaran secara cicilan tanpa kartu kredit. Fitur ini sangat diminati oleh generasi milenial yang aktif menggunakan teknologi digital dan menyukai proses transaksi yang cepat dan praktis.

Meski menawarkan kemudahan, penggunaan fitur *paylater* juga menimbulkan dampak negatif, terutama dalam bentuk perilaku berutang. Shopee melakukan penagihan melalui berbagai media, termasuk SMS, WhatsApp, dan panggilan telepon (Silaban & Iqbal, 2024). Secara konseptual, perilaku berutang dapat muncul karena ketidakmampuan individu menyeimbangkan pemasukan dan pengeluaran serta kecenderungan membelanjakan uang di luar kemampuan, sebagaimana dikemukakan oleh Katona (1951). Dalam perspektif Islam, praktik berutang harus dilakukan dengan bijak dan hanya dalam kondisi terpaksa, sesuai prinsip mu’amalah yang menekankan tanggung jawab dan etika dalam transaksi finansial (Shihab, 2012; Rosadi & Andriani, 2023a).

Selain itu, metode pembayaran *paylater* juga berpotensi memicu **impulsive buying**, yaitu pembelian spontan tanpa pertimbangan matang. Perilaku ini dipengaruhi oleh faktor internal, eksternal, dan kondisi emosional, termasuk dorongan dari promosi instan yang memperkuat impuls konsumen (Pratiwi & Rahmasari, 2023). Verplanken & Herabadi (2001) menjelaskan bahwa *impulsive buying* merupakan aktivitas yang bersifat tidak rasional, dipicu oleh emosi kuat, dan melibatkan dua aspek utama: kognitif dan afektif (Herabadi dkk., 2009).

Dalam konteks ini, **regulasi diri** menjadi aspek penting yang dapat membantu individu mengendalikan perilaku impulsif. Regulasi diri mencakup kemampuan menetapkan tujuan, introspeksi, evaluasi, dan refleksi diri dalam pengambilan keputusan (Ellis Ormrod, 2015). Zimmerman (Aprilia, 2021) menekankan bahwa regulasi diri dipengaruhi oleh interaksi antara faktor individu, perilaku, dan lingkungan. Dengan pengembangan regulasi diri yang baik, individu mampu membuat keputusan belanja yang lebih bijak, sehingga mengurangi risiko pengeluaran berlebihan dan perilaku berutang yang tidak terkendali (Jordan dkk., 2023).

Fenomena penggunaan *e-commerce* dan fitur *paylater* pada mahasiswa menjadi penting untuk diteliti karena terkait dengan pola konsumsi, pengelolaan keuangan pribadi, dan pembentukan perilaku finansial yang bertanggung jawab. Studi ini berupaya menganalisis hubungan antara *impulsive buying*, regulasi diri, dan perilaku berutang, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika perilaku konsumen di era digital.

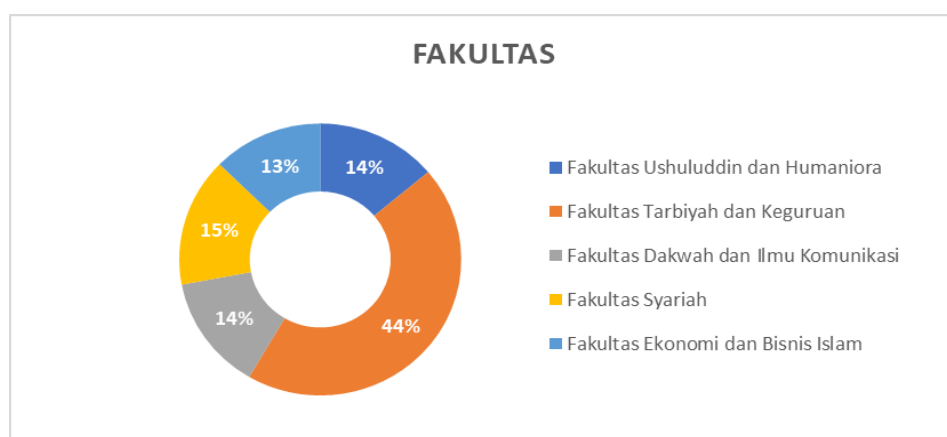
Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk memperoleh data empiris yang dapat dianalisis secara numerik. Populasi penelitian adalah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang telah menggunakan fitur *ShopeePayLater* selama enam bulan terakhir. Sampel diambil dengan *purposive sampling*, sebanyak 322 mahasiswa, sesuai kriteria inklusi yang ditetapkan. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin untuk mengukur tiga variabel: *impulsive buying*, regulasi diri, dan perilaku berutang. Kuesioner ini dirancang untuk menilai kecenderungan membeli secara impulsif, kemampuan mengendalikan diri, dan pola penggunaan fasilitas kredit.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan SPSS versi 25.0, meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis deskriptif, serta analisis inferensial untuk menguji hubungan antarvariabel. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai hubungan antara impulsive buying, regulasi diri, dan perilaku berhutang pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater.

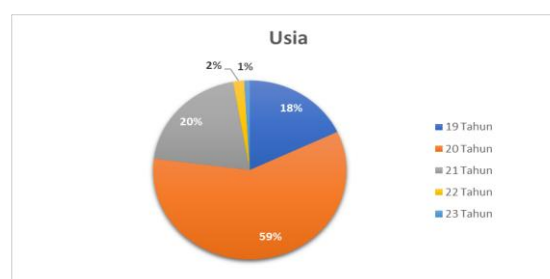
Hasil

Responden penelitian berjumlah 322 mahasiswa aktif UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan fitur ShopeePayLater.



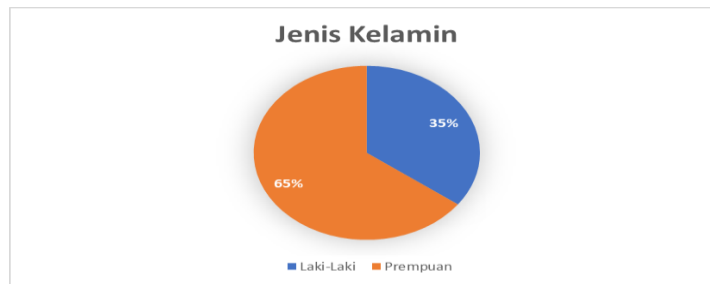
Gambar 1. Diagram Data Responden Berdasarkan Fakultas

Berdasarkan Gambar 1, jumlah responden Fakultas Tarbiyah dan Keguruan ada 143 mahasiswa, Fakultas Syariah 49 mahasiswa, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora 45 mahasiswa, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi 44 mahasiswa, serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 41 mahasiswa.



Gambar 2. Diagram Data Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan gambar 2, jumlah responden usia 19 tahun ada 58 mahasiswa, usia 20 tahun 190 mahasiswa, usia 21 tahun 65 responden, usia 22 tahun 6 mahasiswa, dan usia 23 tahun 3 mahasiswa.



Gambar 3. Diagram Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 3, jumlah responden perempuan 209 mahasiswa dan laki-laki 113 mahasiswa.

Tabel 1

Kategorisasi Impulsive Buying

Kategori	Rentang Nilai	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 37,1$	59	18%
Sedang	$37,1 \leq X < 55,9$	202	63%
Tinggi	$X \geq 55,9$	61	19%

Berdasarkan tabel 1, tingkat *impulsive buying* mahasiswa pengguna ShopeePayLater terendah ada 59 mahasiswa (18%), kategori sedang 202 mahasiswa (63%), dan kategori tinggi 61 mahasiswa (19%).

Tabel 2

Kategorisasi Regulasi Diri

Kategori	Rentang Nilai	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 82,5$	52	16%
Sedang	$82,5 \leq X < 101,3$	209	65%
Tinggi	$X \geq 101,3$	61	19%

Berdasarkan tabel 2, tingkat regulasi diri mahasiswa pengguna ShopeePayLater terendah 16%, kategori sedang 65%, dan kategori tinggi 19%.

Tabel 3

Kategorisasi Perilaku Berhutang

Kategori	Rentang Nilai	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 38,5$	52	16%
Sedang	$38,5 \leq X < 56,7$	214	67%
Tinggi	$X \geq 56,7$	56	17%

Total	322	100%
-------	-----	------

Berdasarkan tabel 3, tingkat perilaku berhutang mahasiswa pengguna ShopeePayLater terendah 16%, kategori sedang 67%, dan kategori tinggi 17%.

Tabel 4
Uji Normalitas

N		Unstandardized Residual
		322
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.81175070
Most Extreme Differences	Absolute	.033
	Positive	.033
	Negative	-.031
Test Statistic		.033
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel 4, nilai Kolmogorov-Smirnov pada Asymp. Sig (2-tailed) senilai 0,200 (sig > 0,05), sehingga data berdistribusi normal.

Tabel 5
Uji Linearitas

Sum of Squares				df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU BERHUTANG * IMPULSIVE BUYING	Between Groups	(Combined)	5066.754	47	107.803	1.371	.065
		Linearity	888.521	1	888.521	11.303	.001
		Deviation from Linearity	4178.233	46	90.831	1.155	.241
	Within Groups		21539.668	274	78.612		
	Total		26606.422	321			
Sum of Squares				df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU BERHUTANG * REGULASI DIRI	Between Groups	(Combined)	8617.221	44	195.846	3.016	.000
		Linearity	5744.964	1	5744.964	88.462	.000

Deviation from Linearity	2872.257	43	66.797	1.029	.429
Within Groups	17989.202	277	64.943		
Total	26606.422	321			

Berdasarkan Tabel 5, nilai signifikansi *Deviation from Linearity* untuk *impulsive buying* terhadap perilaku berhutang adalah 0,241 ($\text{sig} > 0,05$), dan untuk regulasi diri terhadap perilaku berhutang 0,429 ($\text{sig} > 0,05$), sehingga kedua hubungan **linear**.

Tabel 6

Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
IMPULSIVE BUYING	.994	1.006
REGULASI DIRI	.994	1.006

Berdasarkan tabel 6, bisa diketahui nilai VIF *impulsive buying* dan regulasi memiliki nilai yang sama sebesar $1,006 < 10,00$, maka bisa disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 7

Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	8.499	2.804		3.031	.003
IMPULSIVE BUYING	.031	.028	.061	1.098	.273
REGULASI DIRI	-.041	.028	-.081	-1.449	.148

Berdasarkan tabel 7, bisa diketahui nilai signifikansi variabel *impulsive buying* sebesar 0,273 ($\text{sig} > 0,05$) dan variabel regulasi diri sebesar 0,148 ($\text{sig} > 0,05$), maka bisa disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 8

Regresi Linear Berganda

Model	<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
<i>Regression</i>	7017.895	2	3508.948	57.143	.000 ^b
Residual	19588.527	319	61.406		
Total	26606.422	321			

Berdasarkan tabel 8, bisa diketahui nilai F hitung sebesar 57,143 > nilai F tabel 3,02 dan nilai signifikansi 0,000 (sig < 0,05), maka bisa disimpulkan variabel *impulsive buying* dan variabel regulasi diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel berhutang.

Tabel 9

Uji T

<i>Unstandardized Coefficients</i>			<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	80.405	4.644		17.315	.000
<i>IMPULSIVE BUYING</i>	.210	.046	.219	4.553	.000
REGULASI DIRI	-.463	.046	-.481	-9.991	.000

Berdasarkan Tabel 9, *impulsive buying* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku berhutang (B = 0,210; t = 4,553; sig = 0,000), artinya semakin tinggi *impulsive buying*, semakin tinggi perilaku berhutang. Sebaliknya, regulasi diri berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku berhutang (B = -0,463; t = -9,991; sig = 0,000), artinya semakin tinggi regulasi diri, semakin rendah perilaku berhutang.

Tabel 10

Analisis Determinasi

Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.264	.259	7.836
514 ^a	.4		

Berdasarkan Tabel 10, koefisien determinasi (R^2) = 0,264 (26,4%), sehingga *impulsive buying* dan regulasi diri bersama-sama berkontribusi 26,4% terhadap perilaku berhutang, sedangkan 73,6% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Pembahasan

Shopee, sebagai salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia, telah menunjukkan inovasi signifikan dalam bidang teknologi finansial melalui peluncuran fitur ShopeePayLater. Fitur ini memungkinkan konsumen melakukan pembelian secara kredit tanpa menggunakan kartu kredit, menawarkan alternatif pembayaran yang lebih fleksibel, cepat, dan praktis. Fenomena ini sangat menarik bagi generasi milenial, yang dikenal memiliki preferensi tinggi terhadap metode pembayaran berbasis cicilan karena dianggap sesuai dengan gaya hidup digital mereka (Damayanti & Canggih, 2021). Kemudahan ini memungkinkan mahasiswa melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, sehingga mengurangi hambatan sekaligus membuka peluang untuk berperilaku konsumtif.

Penggunaan metode pembayaran paylater tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga berdampak pada perilaku konsumen, terutama terkait impulsive buying atau pembelian spontan. Dalam konteks belanja online, impulsive buying semakin diperkuat oleh kemudahan akses, promosi instan, flash sale, dan iklan digital yang persuasif. Perilaku ini sering muncul tanpa pertimbangan matang dan dapat memengaruhi pola pengeluaran individu (V. J. Pratiwi dkk., 2023). Fenomena ini memiliki konsekuensi yang kompleks, termasuk pengeluaran berlebihan, penyesalan atas keputusan finansial, dan potensi ketidakpuasan karena membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan (A. Pratiwi & Rahmasari, 2023).

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa impulsive buying berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku berhutang pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater. Artinya, semakin tinggi kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian impulsif, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk berhutang. Temuan ini konsisten dengan penelitian Rosadi & Andriani (2023a), yang menemukan hubungan positif signifikan antara impulsive buying dan perilaku berhutang pada pengguna pinjaman online. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya memicu penggunaan fasilitas kredit digital, tetapi juga meningkatkan risiko permasalahan keuangan, termasuk akumulasi hutang dan tekanan psikologis yang menyertainya.

Dampak psikologis dari impulsive buying dan perilaku berhutang tidak dapat diabaikan. Pengeluaran berlebihan dapat memicu perasaan cemas, frustrasi, dan penyesalan, sedangkan perilaku berhutang yang tidak terkendali dapat menimbulkan stres, gangguan tidur, dan

tekanan mental. Cooke, Barkham, dan Bradley (dalam Mimi Izathi, 2020) menegaskan bahwa individu dengan tingkat hutang tinggi lebih rentan mengalami kecemasan, gugup, dan gangguan tidur dibandingkan dengan individu yang memiliki hutang rendah atau tidak berhutang. Fenomena ini menekankan bahwa konsekuensi dari impulsive buying dan berhutang bersifat multidimensional, memengaruhi aspek finansial maupun psikologis mahasiswa.

Dalam konteks regulasi diri, penelitian ini menemukan bahwa variabel ini memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku berhutang. Artinya, semakin tinggi kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan dorongan konsumtif, semakin rendah kecenderungan mereka untuk berhutang. Penelitian Fang (2023) juga menunjukkan hubungan negatif signifikan antara regulasi diri dan perilaku berhutang pada pengguna marketplace. Hal ini menegaskan bahwa regulasi diri merupakan faktor protektif yang mampu menahan dorongan impulsif, meningkatkan kontrol atas pengeluaran, dan meminimalkan risiko akumulasi hutang.

Regulasi diri mencakup kemampuan individu untuk mengelola perilaku, emosi, dan dorongan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Miller dan Brown menekankan pentingnya perencanaan waktu, aktivitas, dan pengembangan diri agar pencapaian tujuan berlangsung efektif (Gawi & Rinaldi, 2019). Dengan regulasi diri yang baik, mahasiswa dapat menahan diri dari impulsive buying, memprioritaskan kebutuhan utama, dan membuat keputusan finansial yang lebih bijaksana (Ormrod, 2016). Selain itu, regulasi diri yang kuat juga membantu individu mengembangkan disiplin, kesadaran finansial, dan kemampuan merencanakan pengeluaran jangka panjang.

Hasil analisis simultan antara impulsive buying dan regulasi diri menunjukkan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku berhutang mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi yang menekan impulsive buying atau meningkatkan regulasi diri berpotensi menurunkan perilaku berhutang berlebihan. Temuan ini relevan bagi mahasiswa, lembaga pendidikan, dan pengelola platform *e-commerce* dalam merancang strategi literasi keuangan dan program edukasi untuk meminimalkan risiko finansial.

Penggunaan ShopeePayLater memiliki dampak ganda. Secara positif, fitur ini mempermudah transaksi, meningkatkan fleksibilitas, dan mempercepat proses pembayaran. Namun,

dampak negatifnya cukup signifikan, terutama terkait perilaku berutang yang dapat mengganggu fokus akademik dan kesejahteraan psikologis mahasiswa (Silaban & Iqbal, 2024; Mimi Izathi, 2020). Perspektif hukum Islam menekankan bahwa berhutang diperbolehkan, namun kewajiban membayar utang harus ditegakkan dengan penuh tanggung jawab, pencatatan yang sistematis, dan kesadaran akan syarat syariah (Rosadi & Andriani, 2023). Mahasiswa diharapkan mampu mengelola utang secara bijaksana, membayar tepat waktu, dan menghindari praktik konsumtif yang dapat menimbulkan masalah ekonomi maupun psikologis.

Selain itu, fenomena ini menekankan pentingnya edukasi literasi keuangan di kalangan mahasiswa. Pengetahuan mengenai risiko kredit digital, pengelolaan keuangan pribadi, dan strategi mengendalikan impuls konsumtif sangat penting agar mahasiswa dapat memanfaatkan teknologi finansial secara optimal tanpa terjebak perilaku konsumtif atau berhutang yang merugikan. Strategi intervensi dapat mencakup pelatihan regulasi diri, pengembangan kesadaran finansial, dan edukasi mengenai dampak psikologis dari perilaku konsumtif.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif yang dipicu oleh impulsive buying dan dikendalikan melalui regulasi diri memiliki implikasi penting bagi kesejahteraan finansial dan psikologis mahasiswa. Temuan ini juga memberikan kontribusi bagi pengembangan teori perilaku konsumen digital serta praktik pengelolaan keuangan pribadi, sehingga mahasiswa dapat menggunakan fasilitas fintech secara bijak, mengurangi risiko hutang berlebihan, dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan finansial.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa impulsive buying dan regulasi diri secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku berutang mahasiswa pengguna ShopeePayLater. Kedua variabel ini menjelaskan 26,4% variasi perilaku berutang, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain seperti kondisi ekonomi dan sosial. Temuan ini menegaskan pentingnya regulasi diri dalam mengendalikan perilaku impulsif guna membantu mahasiswa mengelola utang dengan lebih bijak.

Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga disarankan penelitian selanjutnya

mengeksplorasi variabel lain yang memengaruhi perilaku berutang, menggunakan metode kualitatif, dan memperluas subjek tidak hanya pengguna ShopeePayLater tetapi juga fitur paylater di marketplace lain. Bagi subjek dan pembaca, diharapkan mampu meningkatkan regulasi diri serta mengurangi impulsive buying dan perilaku berutang demi pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Referensi

- Aprilia, R. (2021). Hubungan antara regulasi diri dengan agresivitas verbal pada siswa–siswi di MAN 1 Kota Semarang [PhD Thesis]. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Ardiansyah, M. Y., & Budiani, M. S. (2021). Hubungan kontrol diri dan financial literacy dengan compulsive buying pada pengguna aplikasi belanja online. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(6), 202–216.
- Damayanti, F. D. W., & Canggih, C. (2021). Pengaruh penggunaan pembayaran ShopeePayLater terhadap perilaku konsumsi Islam generasi milenial di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), Article 3. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2872>
- Ellis Ormrod, J. (2015). *Human learning* (8th ed.). Pearson.
- Fang, F. (2023). Hubungan regulasi diri dengan perilaku berutang menggunakan paylater pada pengguna marketplace di Kota Jambi [Skripsi]. Universitas Jambi.
- Gawi, R. M., & Rinaldi, R. (2019). Hubungan antara regulasi diri dengan pembelian impulsif pada produk fashion. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(2), Article 2. <https://doi.org/10.24036/jrp.v2019i2.6201>
- Herabadi, A., Verplanken, B., & Knippenberg, A. (2009). Consumption experience of impulse buying in Indonesia: Emotional arousal and hedonistic considerations. *Asian Journal of Social Psychology*, 12.
- Jordan, M., Khotimah, H., & Hakim, L. (2023). Regulasi diri dengan impulsive buying: Studi pada mahasiswi pengguna Shopee. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*. <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/508>
- Karima, M. W. (2024). Hubungan kontrol diri dan konformitas teman sebaya dengan perilaku berutang pada mahasiswa pengguna Shopee Paylater. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Katona, G. (1951). *Psychological analysis of economic behavior*. McGraw-Hill Book Company.
- Mimi Izathi, P. (2020). Hubungan antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku berutang (dissaving) pada mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Muhid, A., & Al-Fisyahri, F. I. (2023). Self control, extrovert personality and impulsive buying behaviors among online gamers. *Psikologia: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 19(2). <https://talenta.usu.ac.id/jppp/article/view/9538>
- Ormrod, J. E. (2016). *Human learning* (8th ed.). Pearson.
- Pratiwi, A., & Rahmasari, D. (2023). Pengaruh konformitas dan regulasi diri terhadap perilaku impulsif membeli pada dewasa awal. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(01).
- Pratiwi, V. J., Efendi, F., Fariz, M., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh voucher diskon belanja pada live streaming aplikasi TikTok terhadap perilaku impulsive buying di kalangan mahasiswa UIN Walisongo Semarang. *Student Scientific Creativity Journal*,

- 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i2.1839>
- Rosadi, D. S., & Andriani, I. (2023a). Hubungan impulsive buying dengan perilaku berutang pada pengguna pinjaman online. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4).
- Rosadi, D. S., & Andriani, I. (2023b). Hubungan impulsive buying dengan perilaku berutang pada pengguna pinjaman online. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), Article 4. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i4.26214>
- Shihab, M. Q. (2012). *Tafsîr Al-Mishbâh: Pesan, kesan, dan keserasian al-Qur'an* (5th ed., Vol. 1). Lentera Hati.
- Silaban, I. S. P., & Iqbal, M. (2024). Penggunaan ShopeePayLater di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dalam belanja online. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(3), Article 3. <https://doi.org/10.31604/jips.v11i3.2024.1130-1137>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15.