

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

***IMPULSIVE BUYING PADA E-COMMERCE TERHADAP
PAYLATER PAYMENT METHOD: SYSTEMATIC LITERATURE
REVIEW***

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer pada
Program Studi Sistem Informasi



Oleh:

NEHA MELLA CIA
12150324630



UIN SUSKA RIAU

**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2025



LEMBAR PERSETUJUAN

IMPULSIVE BUYING PADA E-COMMERCE TERHADAP PAYLATER PAYMENT METHOD: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

TUGAS AKHIR

Oleh:

NEHA MELLA CIA
12150324630

Telah diperiksa dan disetujui sebagai Laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 19 Juni 2025

Ketua Program Studi

Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.
NIP. 198307162011011008

Pembimbing

Syaifullah, SE., M.Sc.
NIP. 198012152009121002

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PENGESAHAN

IMPULSIVE BUYING PADA E-COMMERCE TERHADAP PAYLATER PAYMENT METHOD: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

TUGAS AKHIR

Oleh:

NEHA MELLA CIA
12150324630

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 27 Mei 2025

Pekanbaru, 19 Juni 2025

Mengesahkan,

Ketua Program Studi

Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.
NIP. 198307162011011008



Pl. H. Dekan

Dr. Kurniafi, ST., PgDipEnSt., M.Sc.
NIP. 197607242007101003

DEWAN PENGUJI:

Ketua : T. Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom.

Sekretaris : Syaifullah, SE., M.Sc.

Anggota 1 : Saide, S.Kom., M.Kom., M.I.M., Ph.D.

Anggota 2 : Fitriani Muttakin, S.Kom., M.Cs.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau



Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal : 10 September 2021

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Neha Mella Cia
NIM : 12150324630
Tempat/Tgl. Lahir : Pekanbaru, 14 Mei 2003
Fakultas Pascasarjana : Sains dan Teknologi
Prodi : Sistem Informasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

Impulsive Buying Pada E-Commerce Terhadap Paylater Payment Method : Systematic

Literature Review

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 3 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



[Signature]

Neha Mella Cia

NIM: 12150324630

*Pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada peneliti. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin peneliti dan harus dilakukan mengikuti kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman, dan tanggal pinjam pada *form* peminjaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 19 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,

NEHA MELLA CIA
NIM. 12150324630

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala sebagai bentuk rasa syukur atas segala nikmat yang telah diberikan tanpa ada kekurangan sedikitpun. Shalawat beserta salam tak lupa pula kita ucapkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam dengan mengucapkan Allahumma Sholli'ala Sayyidina Muhammad Wa'ala Ali Sayyidina Muhammad. Semoga kita semua selalu senantiasa mendapat syafa'at-Nya di dunia maupun di akhirat, Aamiin Ya Rabbal'Alaamiin.

Tugas Akhir ini peneliti persembahkan kepada orang tua tercinta, Ayahanda Indra Fitri dan Ibunda Susilawati yang telah berjuang tanpa lelah demi mengantarkan peneliti mencapai pendidikan tinggi. Sultan Ogi Fadilah, Sultan Eril Viano, Narsya Mella Cia, dan Rizqia Hazzafah selaku abang dan adik kandung peneliti. Terima kasih yang tak terhingga atas do'a, dukungan, serta semangat yang selalu diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sesuai waktu yang direncanakan. Pencapaian ini tak terlepas dari didikan dan bimbingan yang mereka berikan sepanjang perjalanan hidup peneliti. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala membalas segala kebaikan mereka dengan keberkahan mereka dengan keberkahan yang melimpah.

Peneliti juga ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada Seluruh Dosen Program Studi Sistem Informasi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi. Untuk sahabat terdekat saya terima kasih sudah menjadi teman baik saya, berkat kalian masa perkuliahan menjadi lebih bermakna. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala membalas segala kebaikan mereka dengan keberkahan yang melipat ganda.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, bersyukur kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. *Shalawat* serta salam kita ucapkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam* dengan mengucapkan *Allahumma Sholli'Ala Sayyidina Muhammad Wa'Ala Ali Sayyidina Muhammad*. Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Komputer di Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada penulisan Tugas Akhir ini, banyak pihak yang telah berperan dalam mendukung dan membantu peneliti. Maka dari itu, ungkapan terima kasih peneliti ucapkan kepadada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti MS, SE., M.Si., Ak., CA sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd. sebagai Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Bapak Eki Saputra, S.Kom., M.Kom sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi.
4. Ibu Siti Monalisa, ST., M.Kom sebagai Sekretaris Program Studi Sistem Informasi.
5. Bapak Tengku Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom sebagai Kepala Laboratorium Program Studi Sistem Informasi sekaligus Ketua Sidang yang telah banyak memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama perkuliahan serta dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Syaifullah, SE., M.Sc sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu dan membimbing peneliti hingga peneliti dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
7. Bapak Saide, S.Kom., M.Kom., M.I.M., Ph.D sebagai Dosen Penguji I yang telah memberikan arahan, nasihat, masukan, dan motivasi dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Ibu Fitriani Muttakin, S.Kom., M.Cs sebagai Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan, nasihat, masukan, dan motivasi dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat serta memberikan semangat kepada peneliti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Keluarga tercinta khususnya mama, papa, abang dan adik yang sangat berjasa, dan selalu memberikan dukungan moril, materil, serta do'a yang tidak henti-hentinya untuk peneliti.
11. Teman seperjuangan di Angkatan 21 terutama Kelas C yang telah banyak memberikan pengalaman selama perkuliahan.
12. Sahabat peneliti lainnya, yaitu Nur Alfa Husna, Indah Lestari, Devi Winata, Tia Rindiani, Indah Nirwana, Madinatul Munawarah, dan Dhiadzaka Fawwas Basmura yang juga memberikan dukungan dan bantuan kepada peneliti hingga Tugas Akhir ini selesai.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan kontribusi secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semoga segala do'a dan dorongan yang telah diberikan selama ini menjadi amal kebajikan dan mendapat balasan setimpal dari Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*. Peneliti menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Untuk itu, kritik dan saran atau pertanyaan dapat diajukan melalui *e-Mail* 12150324630@students.uin-suska.ac.id atau nehamel-lacia14@gmail.com. Semoga laporan ini bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 19 Juni 2025

Peneliti,

NEHA MELLA CIA
NIM. 12150324630

IMPULSIVE BUYING PADA E-COMMERCE TERHADAP PAYLATER PAYMENT METHOD: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

NEHA MELLA CIA
NIM: 12150324630

Tanggal Sidang: 27 Mei 2025
Periode Wisuda:

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. Soebrantas, No. 155, Pekanbaru

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis tren dan perkembangan *impulsive buying* pada *e-Commerce* terhadap *paylater payment method* melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR). SLR merupakan metode yang efektif untuk memahami hubungan antara penggunaan fitur *paylater* dan perilaku *impulsive buying* di *e-Commerce*. Perubahan perilaku konsumen mulai sejak era digitalisasi, memungkinkan mereka untuk menilai produk, membandingkan harga dan memilih cara berbelanja dalam waktu singkat, sehingga membuat keputusan yang tepat atas apa yang ingin dibeli. Saat ini, *impulsive buying* menjadi sebuah fenomena ditengah masyarakat dalam melakukan pembelian, baik disadari atau tidak fenomena ini sering terjadi saat seseorang memutuskan membeli namun tanpa adanya rencana sebelumnya. Penelitian ini menggunakan metode *Bibliometric* dengan bantuan *software* RStudio untuk menganalisis literatur ilmiah dengan *database* Scopus periode 2014-2024. Data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 162 dokumen. Analisis dilakukan pada jumlah publikasi, jurnal paling relevan, penulis paling relevan, kontribusi antar negara, serta mengidentifikasi *trend topic* untuk melihat bagaimana perkembangan *impulsive buying* pada *e-Commerce* terhadap *Paylater Payment Method*. Hasil ini menunjukkan bahwa tema *Sustainability*, *Technology Acceptance Model* (TAM), dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan tema yang perlu dikembangkan lagi di masa depan.

Kata Kunci: *Bibliometric*, *e-Commerce*, *Impulsive Buying*, *Paylater*, *Systematic Literature Review* (SLR)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

IMPULSIVE BUYING PADA E-COMMERCE TERHADAP PAYLATER PAYMENT METHOD: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

NEHA MELLA CIA
NIM: 12150324630

Date of Final Exam: May 27th 2025
Graduation Period:

Department of Information System
Faculty of Science and Technology
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Soebrantas Street, No. 155, Pekanbaru

ABSTRACT

This research aims to identify and analyse the trends and developments of impulsive buying in e-Commerce towards the Paylater Payment Method through a Systematic Literature Review (SLR) approach. SLR is an effective method to understand the relationship between the use of paylater features and impulsive buying behaviour in e-Commerce. Changes in consumer behaviour began since the era of digitalisation, allowing them to assess products, compare prices and choose how to shop in a short time, thus making the right decision on what to buy. Currently, impulsive buying has become a phenomenon in society when it comes to making purchases, whether conscious or not, this phenomenon often occurs when someone decides to buy something without any prior planning. This research uses the Bibliometric method with the help of RStudio software to analyse scientific literature with the Scopus database for the period 2014-2024. The data used in this study were 162 documents. The analysis was carried out on the number of publications, the most relevant journals, the most relevant authors, contributions between countries, and identifying trend topics to see how the development of impulsive buying in e-Commerce towards the Paylater Payment Method. These results show that the themes of Sustainability, Technology Acceptance Model (TAM), and Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) are themes that need to be developed again in the future.

Kata Kunci: *Bibliometric, e-Commerce, Impulsive Buying, Paylater, Systematic Literature Review (SLR)*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii
1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
2 LANDASAN TEORI	6
2.1 Perilaku Konsumen	6
2.2 <i>Impulsive Buying</i>	6
2.3 <i>e-Commerce</i>	7
2.4 <i>PayLater</i>	7
2.5 Perkembangan dan Tren pada <i>e-Commerce</i>	8
2.6 <i>Bibliometric</i>	8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7	Penelitian Terdahulu	10
3	METODOLOGI PENELITIAN	14
3.1	Perencanaan	14
3.2	Identifikasi <i>Keyword</i>	15
3.3	Mencari Data Scopus	16
3.3.1	Batasan <i>Search Within "All Fields"</i>	16
3.3.2	Batasan Tahun 2014-2024	17
3.3.3	Batasan Jurnal	17
3.3.4	Batasan Bahasa " <i>English</i> "	17
3.3.5	Batasan Final Publikasi	17
3.3.6	Batasan Dokumen Open Akses	17
3.4	<i>Bibliometric</i> dan <i>Biblioshiny</i>	18
3.4.1	Publikasi Artikel Pertahun	18
3.4.2	Rata-rata Kutipan Pertahun	19
3.4.3	Jurnal Paling Relevan	19
3.4.4	Penulis Paling Relevan	19
3.4.5	<i>Keyword</i> Paling Relevan	20
3.4.6	<i>WordCloud</i>	20
3.4.7	Kolaborasi Negara	20
3.4.8	Tren Topik	21
3.5	Tren <i>Impulsive Buying</i> , <i>e-Commerce</i> , dan <i>PayLater</i>	21
3.5.1	Peta Tematik (<i>Thematic Map</i>)	21
3.5.2	Klaster Berdasarkan Topik	22
3.5.3	Klaster Berdasarkan Metode	22
3.5.4	Klaster Berdasarkan Tujuan	22
3.5.5	Klaster Berdasarkan Variabel	23
3.5.6	Klaster Berdasarkan Kata Kunci	23
3.5.7	Klaster Berdasarkan Negara	23
3.5.8	Klaster Berdasarkan Penulis Dan Afiliasi	23
3.5.9	Klaster Berdasarkan Jumlah Sitasi	24
4	HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1	Identifikasi Perkembangan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i>	25
4.1.1	Perkembangan Penelitian <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Publikasi	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.1.2	Perkembangan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Rata-Rata Kutipan Tahun	26
4.1.3	Perkembangan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Jurnal Paling Relevan	28
4.1.4	Perkembangan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Penulis Paling Relevan	29
4.1.5	Perkembangan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Produksi Negara Dari Waktu Ke Waktu	30
4.1.6	Perkembangan <i>Impulsive Buying</i> pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan <i>Keyword</i> Paling Relevan	31
4.1.7	Perkembangan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Kolaborasi Negara	32
4.1.8	Perkembangan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Tren Topik	33
4.2	Tren Penelitian Masa Depan Tentang <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i>	35
4.2.1	Perkembangan Masa Depan Tentang <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Peta Tematik (<i>Thematic Map</i>)	35
4.2.2	Tren Penelitian Penelitian Masa Depan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Topik	38
4.2.3	Tren Penelitian Penelitian Masa Depan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Analisis	43
4.2.4	Tren Penelitian Penelitian Masa Depan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Tujuan	45
4.2.5	Tren Penelitian Penelitian Masa Depan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Variabel	48

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2.6	Tren Penelitian Penelitian Masa Depan <i>Impulsive Buying</i> pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Kata Kunci	51
4.2.7	Tren Penelitian Penelitian Masa Depan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>PayLater Payment Method</i> Berdasarkan Negara Studi Kasus	53
4.2.8	Tren Penelitian Penelitian Masa Depan <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>Paylater Payment Method</i> Berdasarkan Penulis dan Afiliasi	55
4.2.9	Tren penelitian penelitian Masa Depan <i>Impulsive Buying</i> pada <i>e-Commerce</i> Terhadap <i>Paylater Payment Method</i> berdasarkan Tahun, Jumlah Sitasi, dan Indeks	58
5	PENUTUP	62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

2.1	Halaman <i>Bibliometrix</i> Sebelum <i>Import</i> Data	9
2.2	Halaman <i>Bibliometrix</i> Setelah <i>Import</i> Data	9
3.1	Metodologi Penelitian	14
3.2	Pencarian <i>Keyword</i> di <i>Database</i> Scopus	16
4.1	Perkembangan Penelitian Berdasarkan Publikasi	25
4.2	Perkembangan Penelitian Berdasarkan Rata-Rata Kutipan Pertahun	27
4.3	Produksi Negara Dari Waktu Ke Waktu	30
4.4	Perkembangan Penelitian Berdasarkan <i>Keyword</i> Paling Relevan	31
4.5	<i>WordCloud</i> Kata Kunci	32
4.6	Perkembangan Penelitian Berdasarkan Kolaborasi Negara	33
4.7	Perkembangan Penelitian Berdasarkan Tren Topik	34
4.8	Peta Tematik (<i>Thematic Map</i>)	36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu	10
4.1	Perkembangan Penelitian Berdasarkan Jurnal Paling Relevan	28
4.2	Perkembangan Penelitian Berdasarkan Penulis Paling Relevan . . .	29
4.3	Interpretasi Visual Berdasarkan Peta Tematik	37
4.4	Klaster Yang Berkembang Berdasarkan Peta Tematik	37
4.5	Jumlah Dokumen Klaster Yang Dibahas	38
4.6	Klaster Berdasarkan Topik	38
4.7	Klaster Berdasarkan Analisis	43
4.8	Klaster Berdasarkan Tujuan	45
4.9	Klaster Berdasarkan Variabel	48
4.10	Klaster Berdasarkan Kata Kunci	51
4.11	Klaster Berdasarkan Negara Studi Kasus	53
4.12	Klaster Berdasarkan Penulis Dan Afiliasi	55
4.13	Klaster Berdasarkan Tahun, Jumlah Sitasi, Dan Indeks	58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR SINGKATAN

AI	: <i>Artificial Intelligence</i>
B2B	: <i>Business to Business</i>
C2B	: <i>Consumer to Business</i>
CA	: <i>Compatibility</i>
ChatGPT	: <i>Chat Generative Pre-trained Transformer</i>
Covid-19	: <i>Corona Virus Disease 2019</i>
CPCL	: <i>Classification by Preferential Clustered Link</i>
e-Commerce	: <i>Electronic Commerce</i>
EO	: <i>Entrepreneurial Orientation</i>
EOL	: <i>Environmental Outcome/Lifecycle</i>
ES	: <i>Environmental Sustainability</i>
e-Wallet	: <i>Electronic Wallet</i>
Fintech	: <i>Financial Technology</i>
GWP	: <i>Global Warming Potential</i>
HIMASI	: <i>Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi</i>
HMSAM	: <i>Hedonic Motivation System Adoption Model</i>
IBT	: <i>Impulsive Buying Tendency</i>
ICT	: <i>Information and Communication Technology</i>
IN	: <i>Innovation</i>
MAR	: <i>Motivational Activities Retailer</i>
MHLS	: <i>Mobile Health Live Streaming</i>
MT	: <i>Materialism</i>
NFT	: <i>Non-Fungible Tokens</i>
PA	: <i>Product Attributes</i>
PS	: <i>Persons Situation</i>
RA	: <i>Relative Advantage</i>
SCT	: <i>Social Cognitive Theory</i>
SEM	: <i>Structural Equation Modelling</i>
SET	: <i>Shopping Enjoyment Tendency</i>
SI	: <i>Simplicity</i>
SLR	: <i>Systematic Literature Review</i>
SP	: <i>Sustainability Potential</i>
SPayLater	: <i>Shopee PayLater</i>
TAM	: <i>Technology Acceptance Model</i>
TK	: <i>Taman Kanak-Kanak</i>

TPB	: <i>Theory of Planned Behavior</i>
TR	: <i>Trialability</i>
UTAUT	: <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>
WQ	: <i>Website Quality</i>
WTP	: <i>Willingness to Pay</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Systematic Literature Review (SLR) merupakan metode yang efektif untuk memahami hubungan antara penggunaan fitur *PayLater* dan perilaku *impulsive buying* di *e-Commerce* (Jamra dkk., 2020). Kajian ini tidak hanya bertujuan untuk menjawab pertanyaan terkait perilaku konsumen, tetapi juga memberikan tinjauan literatur yang terstruktur, transparan, dan komprehensif terhadap dinamika penggunaan *PayLater* dalam *e-Commerce* (Liu dkk., 2021). Memahami faktor emosional dan pengalaman pengguna sangat krusial, terutama bagi generasi muda yang kian mengandalkan teknologi dalam kegiatan berbelanja mereka. Seperti yang diungkapkan oleh (Sandhi, 2023), penggunaan teknologi yang canggih dalam *e-Commerce* memainkan peran kunci dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen, termasuk keputusan *impulsive buying*.

Kemajuan teknologi yang signifikan telah memfasilitasi masyarakat untuk mendapatkan informasi dan melakukan aktivitas belanja dengan lebih mudah (Ningsih dkk., 2023). Perubahan ini terlihat dari pergeseran pola belanja konsumen, dari metode tradisional hingga beralih ke *platform online* yang lebih praktis dan efisien (Setiawati dkk., 2024). Kehadiran marketplace di Indonesia, menjadi salah satu indikator utama dari perubahan ini, di mana efisiensi waktu dan energi menjadi alasan utama konsumen memilih belanja *online* (Jullisi dan Zulkifli, 2023). Selain itu, Ariyanti dan Iriani (2022) menegaskan bahwa kemudahan dalam mengakses *platform e-Commerce* telah menciptakan pengalaman belanja yang lebih menarik, terutama dengan adanya fitur pembayaran *PayLater* yang memberikan fleksibilitas finansial dan semakin mendorong perilaku *impulsive buying* dalam berbelanja (Ariyanti dan Iriani, 2022).

e-Commerce telah menjadi peranan penting dalam dunia bisnis, dengan laju pertumbuhan yang terus meningkat setiap tahunnya (Liu dkk., 2021). Didorong oleh kemajuan layanan *e-Commerce* yang semakin meningkat (Hilmi dan Pratika, 2021). *e-Commerce* memungkinkan transaksi jual beli barang secara *online* melalui perangkat elektronik, menghubungkan pembeli dan penjual untuk melakukan pembelian barang atau jasa melalui internet (Sulistiani, 2024). Kehadiran *e-Commerce* memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja. Dengan kenyamanan ini, semakin banyak orang yang mencari media atau *platform* yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan cara yang cepat dan sederhana (Bangngu dkk., 2023). Sistem pembayaran yang terus berkembang menjadi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

salah satu faktor utama dalam pertumbuhan *e-Commerce* (Nikolaus dkk., 2024). Salah satu inovasi paling signifikan dalam sistem pembayaran adalah fitur *PayLater*, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian dan membayar di kemudian hari.

PayLater telah menjadi bagian dari *Financial Technology* (Fintech) yang menawarkan kemudahan berbelanja dengan sistem peminjaman secara *online* (Noer dkk., 2024). *PayLater* berfungsi mirip dengan kartu kredit, tetapi menawarkan kelebihan dalam proses pendaftarannya yang jauh lebih sederhana dibandingkan kartu kredit (Sari, 2021). Pengguna dapat mengangsur dan mengembalikan pinjaman tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Sandra dan Fithrotunisa, 2023). Dengan adanya konsep cicilan pada *PayLater*, kini orang-orang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka meskipun belum memiliki cukup dana untuk membeli produk yang diinginkan (Noer dkk., 2024). Mengakibatkan masyarakat mengalami kecanduan berbelanja, sehingga sulit untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan (Sandhi, 2023).

Perubahan perilaku konsumen mulai sejak era digitalisasi, memungkinkan mereka untuk menilai produk, membandingkan harga, dan memilih cara berbelanja dalam waktu singkat sehingga, membuat keputusan yang tepat atas apa yang ingin dibeli. Terdapat beberapa perilaku konsumen yang muncul saat penggunaan *PayLater* pada *e-Commerce* yaitu, *Intention Behavior* yang merupakan perilaku konsumen yang merujuk pada niat seseorang untuk melakukan pembelian saat menggunakan *PayLater* (Limanan dan Keni (2023); Fitriyah dan Nadlifatin (2024); Rantung dkk. (2020)). Selanjutnya Perilaku Terencana (*Planned Buying*) merupakan perilaku yang menggunakan *PayLater* secara terencana, terutama ketika mereka membutuhkan barang mereka mempertimbangkan anggaran bulanan dan memilih metode cicilan sebagai cara mengatur pengeluaran (Lubi dan Sanaji (2023); Cheumar dkk. (2023); Nonis dkk. (2024)). Selain itu, ada perilaku *Financial Behavior* yang merupakan perilaku seseorang dalam mengelola, mengatur, mengendalikan, serta mengambil keputusan terkait aspek *financial* ketika menggunakan *PayLater* (Powell dkk. (2023); Feralda dkk. (2023); Wigati dan Setyorini (2024)).

Saat ini, *impulsive buying* menjadi sebuah fenomena ditengah masyarakat dalam melakukan pembelian, baik disadari atau tidak fenomena ini sering terjadi saat seseorang memutuskan membeli namun tanpa adanya rencana sebelumnya (Sarmin dkk., 2023). *Impulsive buying* merupakan pembelian yang tidak direncanakan sifat ini diikuti tanpa niat sebelumnya, serta mempunyai tujuan untuk segera membeli produk khusus untuk memenuhi kebutuhan tertentu (Wiyata dan Kusuma, 2024). Perilaku ini dapat disebabkan oleh dorongan dari konsumen



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

itu sendiri maupun dari faktor lainnya yang mengakibatkan mereka tidak sadar apa yang mereka butuhkan dan apa yang tidak mereka butuhkan dalam berbelanja (Sandhi, 2023). Perilaku *impulsive buying* semakin di perburuk akibat pengaruh adanya layanan yang memudahkan konsumen seperti *PayLater* (Sandra dan Fithrotunisa, 2023).

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh penggunaan *PayLater* terhadap perilaku *impulsive buying* konsumen *e-Commerce* di Kota Batam (Devano dkk., 2024). Hasil penelitian ini mengarah pada kesimpulan bahwa penerimaan atau penggunaan *PayLater* sebagai sebuah teknologi inovatif dalam sistem pembayaran digital sangat baik, hal ini didasarkan pada tingginya nilai *mean* indikator intensitas penggunaan pada variabel penggunaan *PayLater* yaitu sebesar 10,34, dan pengguna *PayLater* cenderung melakukan *impulsive buying* di berbagai platform *e-Commerce* (Jamra dkk., 2020). Kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Hilmi dan Pratika, 2021) mengenai dorongan *impulsive buying* untuk *e-Commerce* di Indonesia, penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS, penelitian ini menemukan bahwa *PayLater* dan motivasi hedonis berpengaruh terhadap *impulsive buying*. Namun, ketika *PayLater* digunakan sebagai mediator antara motivasi hedonis dan utilitas terhadap *impulsive buying*, tidak ada pengaruh yang signifikan.

Perilaku-perilaku konsumen yang muncul pada saat penggunaan *PayLater* seperti, *intention behavior*, *planned buying*, dan *financial behavior*, berubah kepada perilaku *impulsive buying*. Untuk kajian mengenai *impulsive buying* belum banyak yang melakukan, sehingga penting bagi kita untuk melakukan kajian tentang *impulsive buying*. Dengan latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian literatur yang sistematis terhadap perilaku *impulsive buying* bagi pengguna *PayLater*. Kajian ini akan menggunakan *Database Scopus* untuk mengidentifikasi dan menganalisis literatur ilmiah yang relevan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhinya serta memberikan wawasan dan rekomendasi bagi pemangku kepentingan di industri *e-Commerce* mengenai strategi pemasaran dan pengembangan produk yang dapat memanfaatkan tren penggunaan *PayLater* untuk meningkatkan penjualan.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana menganalisis perkembangan dan tren *impulsive buying* pada *e-Commerce* terhadap *PayLater Payment Method* menggunakan pendekatan *Bibliometric* melalui *software RStudio*.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah Tugas Akhir ini adalah:

1. Penelitian ini menggunakan metode *Bibliometric* dari *software* RStudio.
2. Penelitian ini me-review artikel jurnal internasional dari *database* Scopus.
3. Artikel yang digunakan adalah artikel tahun 2014 sampai 2024.

1.4 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah:

1. Mengidentifikasi perkembangan *impulsive buying* pada *e-Commerce* terhadap *PayLater Payment Method* dengan pendekatan *Bibliometric*.
2. Mengidentifikasi tren penelitian masa depan tentang *impulsive buying* pada *e-Commerce* terhadap *PayLater Payment Method*.

1.5 Manfaat

Manfaat dari penelitian Tugas Akhir ini adalah:

1. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana perkembangan *impulsive buying* pada *e-Commerce* terhadap *PayLater Payment Method* dengan pendekatan *Bibliometric*.
2. Memberikan rekomendasi tentang tren penelitian masa depan *impulsive buying* pada *e-Commerce* terhadap *PayLater Payment Method* di masa depan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan adalah sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

BAB 1 pada Tugas Akhir ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan Tugas Akhir.

BAB 2. LANDASAN TEORI

BAB 2 pada Tugas Akhir ini berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

BAB 3 ini menjelaskan alur dari penelitian ini yang mana penelitian ini dimulai melalui tahap perencanaan, identifikasi *keyword*, pencarian artikel Scopus, *Bibliometric* dan *Biblioshiny* serta tren masa depan *impulsive buying*.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

BAB 4 ini berisi tentang hasil dan analisa *systematic literature review* tentang *impulsive buying* terhadap *PayLater Payment Method* pada *e-Commerce*.

BAB 5. PENUTUP

BAB 5 Tugas Akhir ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari peneli-

tian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan studi tentang cara individu, kelompok, dan organisasi menyeleksi, membeli, menggunakan, dan mendisposisikan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Rahima dan Cahyadi, 2022). Perilaku konsumen sangat berhubungan pada proses pembelian, Proses pembelian mencakup keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli, tempat membeli, dan cara membayar (Pramesti, 2022). Proses pembelian konsumen dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu, pembelian terencana sepenuhnya, pembelian setengah dari rencana, dan pembelian yang tidak di rencanakan.

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Berikut mengenai penjelasannya:

1. Faktor budaya, mencakup budaya, sub-budaya, dan kelas sosial.
2. Faktor sosial, mencakup kelompok acuan, keluarga, peran, dan status.
3. Faktor pribadi, mencakup usia dan tahap siklus hidup, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri.
4. Faktor psikologis, mencakup motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap.

2.2 Impulsive Buying

Impulsive buying diartikan sebagai suatu keadaan dimana secara tiba-tiba konsumen memiliki keinginan untuk segera membeli suatu produk ataupun layanan pada saat itu juga yang biasanya disebabkan oleh stimulus spesial yang diberikan toko saat berbelanja (Ariyanti dan Iriani, 2022). Perilaku ini dapat menjadi tidak sehat karena pada umumnya perilaku *impulsive buying* mengabaikan konsekuensi buruk yang dapat menyebabkan masalah keuangan, seperti peningkatan anggaran atau pengeluaran yang berlebihan.

Menurut Azizah dkk. (2022) *impulsive buying* terdiri dari ciri-ciri yaitu, spontanitas, terjadi *impulsive buying* secara tidak terduga dan memotivasi konsumen untuk membeli pada saat yang sama, seringkali karena respon terhadap visual rangsangan tempat penjualan, kekuatan, paksaan, intensitas, dan motivasi untuk mengesampingkan hal-hal lain dan bertindak cepat. *Excitement* dan simulasi merupakan keinginan membeli secara tiba-tiba yang sering kali diikuti emosi seperti menggairahkan, menggetarkan, dan liar mengabaikan konsekuensinya. Maka timbulah keinginan untuk membeli tidak dapat ditolak hingga dampak negatif yang

mungkin terjadi dapat diabaikan.

Terdapat indikator *impulsive buying*, Menurut Saputra (2017):

1. Membeli secara kemudahan proses tiba-tiba.
2. Membeli produk tanpa adanya pertimbangan sebelumnya.
3. Membeli produk hanya karena ada ketertarikan.
4. Timbulnya perasaan senang ketika ingin membeli produk yang dijual.

2.3 e-Commerce

Electronic commerce atau lebih dikenal dengan nama *e-Commerce* jika diartikan secara bahasa berarti perdagangan elektronik. Menurut Laudon dan Traver (2014), *e-Commerce* merupakan transaksi yang terjadi melalui internet, web, ataupun perangkat seluler. Sedangkan menurut (Vladimir, 1996), *e-Commerce* merupakan wadah untuk berbagi informasi seputar bisnis, membangun dan memelihara hubungan antar pelaku usaha, serta menjalankan aktivitas transaksi bisnis dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi. *e-Commerce* juga mencakup berbagai jenis transaksi yang dilakukan secara *online*, termasuk diantaranya transaksi perbankan *online*, bisnis ritel secara *online*, transportasi *online*, dan juga berbelanja secara *online* (Sari, 2021). Jenis yang dilakukan dalam *e-Commerce* pun beragam mulai dari *Business-to-Business* (B2B) hingga *Consumer-to-Business* (C2B).

2.4 PayLater

PayLater adalah layanan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi atau *platform* digital tanpa perlu membayar tunai pada saat itu juga (Amelia dkk., 2023). *PayLater* memiliki fungsi yang sama dengan kartu kredit, kelebihan yang ditawarkan dari teknologi ini ialah cara mendaftar yang relatif sangat mudah mempermudah konsumen untuk memenuhi segala kebutuhannya, mulai dari berbelanja kebutuhan primer kemudian pengguna dapat membayar disetiap tanggal jatuh tempo yang sudah ditetapkan (Dude and Ismail., 2022). Ada tujuh layanan *PayLater* yang terintegrasi dengan 15 *e-Commerce* terpopuler di Indonesia sepanjang kuartal kedua 2020 yaitu Kredivo, Akulaku, Home Credit, Kreditmu, Indodana, Shopee *PayLater*, dan Atome (Linuwih, 2022).

Dalam tahapannya *PayLater* memberikan limit awal sebesar Rp.750.000 yang nantinya dapat meningkat sesuai dengan ketentuan yang berlaku dengan limit maksimal sebesar Rp.50.000.000. Metode cicilan yang ditawarkan mulai dari 1-12 bulan sesuai pilihan peminjam dan bunga *PayLater* tergolong rendah yaitu antara 1%-2,95% dan denda hingga 5% tergantung jumlah pinjaman dan durasi peminjaman (Sandra dan Fithrotunisa, 2023). Kemudahan yang ditawarkan fitur *PayLater* sangat berguna apabila dipakai dengan bijak karena dapat memenuhi kebu-



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tuhan sehari-hari, membantu dalam hal mengelola keuangan serta mempermudah proses transaksi namun, pengguna *PayLater* juga perlu mengetahui kelebihan dan kekurangan fitur terlebih dahulu karena dapat mengganggu kestabilan finansial dan adanya risiko terhadap pola konsumsi yang tidak bertanggung jawab (Intan dan Pramesti, 2023). Adanya fitur *PayLater* membuat sistem transaksi *online* menjadi semakin praktis (Ningsih dkk., 2023). Inovasi *PayLater* juga memberikan hal menarik kepada pelanggan *e-Commerce* yang menyebabkan pelanggan dapat bersifat *impulse buying* terhadap berbelanja *online*.

2.5 Perkembangan dan Tren pada *e-Commerce*

Perkembangan dan tren dalam perilaku konsumen di *e-Commerce* semakin menarik perhatian seiring dengan meningkatnya penggunaan *PayLater* untuk berbelanja. Menurut tren pertumbuhan *e-Commerce*, Indonesia merupakan salah satu negara dengan *e-Commerce* terbesar di Asia, dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia, diperkirakan *e-Commerce* akan menjadi tumpuan ekonomi digital Indonesia (Suhayati dkk., 2021). Pertumbuhan *e-Commerce* yang bergerak pesat tentunya akan meningkatkan daya saing dalam bidang *e-Commerce* ini, melihat banyaknya pesaing maka *e-Commerce* tentunya memerlukan strategi untuk menciptakan suatu inovasi baru dari masa ke masa guna untuk menumbuhkan kepuasan bagi para konsumennya (Larasati dan Hwihanus, 2023). Sistem pembayaran *PayLater* yang menjadi solusi konsumen dalam berbelanja, kemudahan proses penggunaan *PayLater* dapat mendorong konsumen untuk membeli produk di tempat saat itu juga yang mengarah kepada perilaku *Impulsive Buying* (Yasin dan Marsiska, 2023).

2.6 Bibliometric

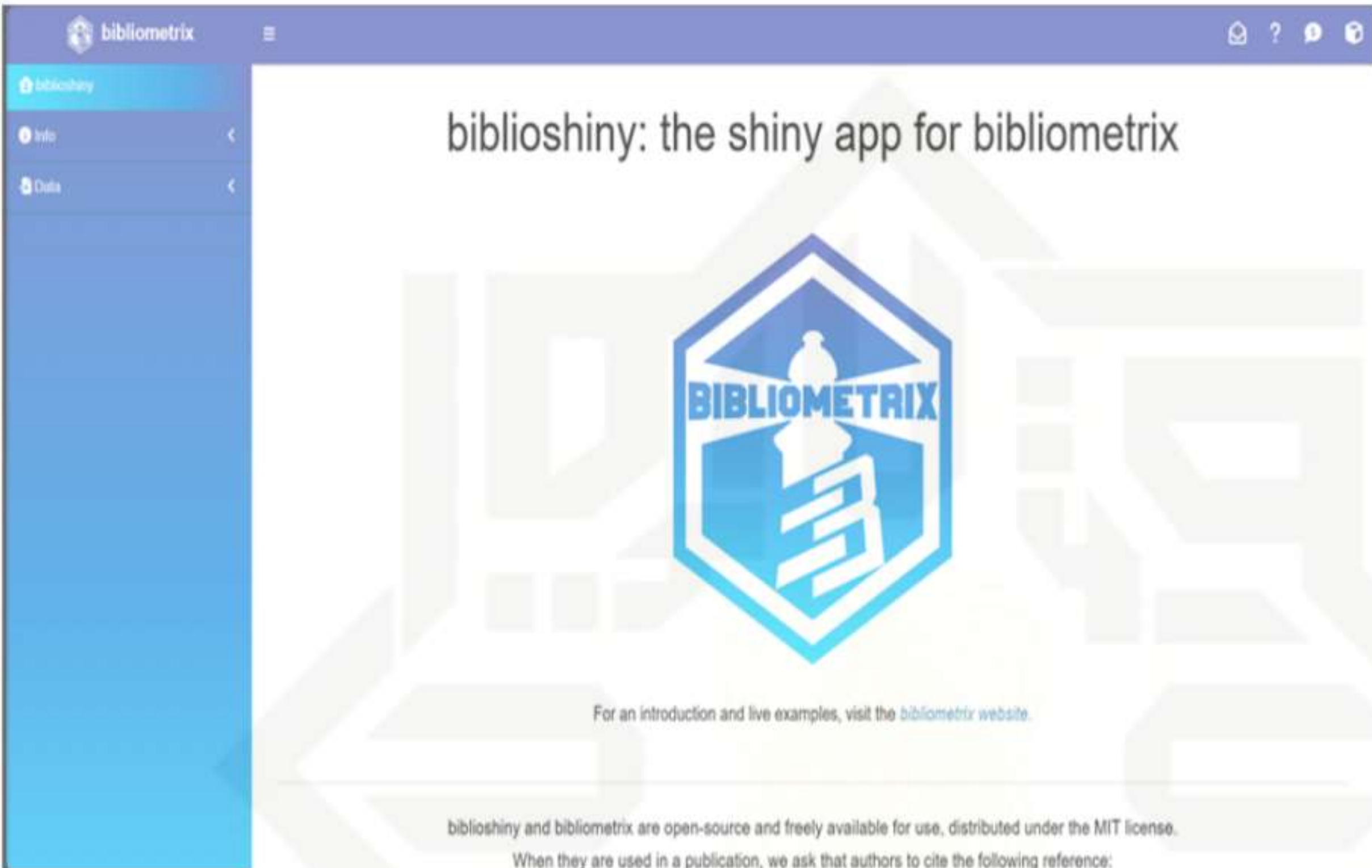
Bibliometric berasal dari kata *bibliography* dan *metrics*, *biblio* memiliki arti buku sedangkan *metrics* memiliki arti mengukur. *Bibliometric* adalah suatu pengukuran atau suatu analisis yang menggunakan pendekatan matematika dan statistika untuk mengukur atau menganalisis suatu buku, atau literatur tertentu (Firmansyah dkk., 2021). Secara harfiah, *Bibliometric* adalah bidang ilmu yang mengukur atau menganalisis sejarah perkembangan literatur dengan menggunakan teknik matematika dan statistik untuk mempelajari publikasi informasi.

Analisis *Bibliometric* yang tertera pada Gambar 2.1 dan Gambar 2.2 dapat digunakan untuk mempelajari jurnal, artikel, dan topik tertentu untuk periode tertentu tidak hanya di bidang perpustakaan, tetapi juga di bidang ilmu pengetahuan lainnya (Aulianto dkk., 2019). Ada empat manfaat menggunakan metode analisis *Bibliometric*:

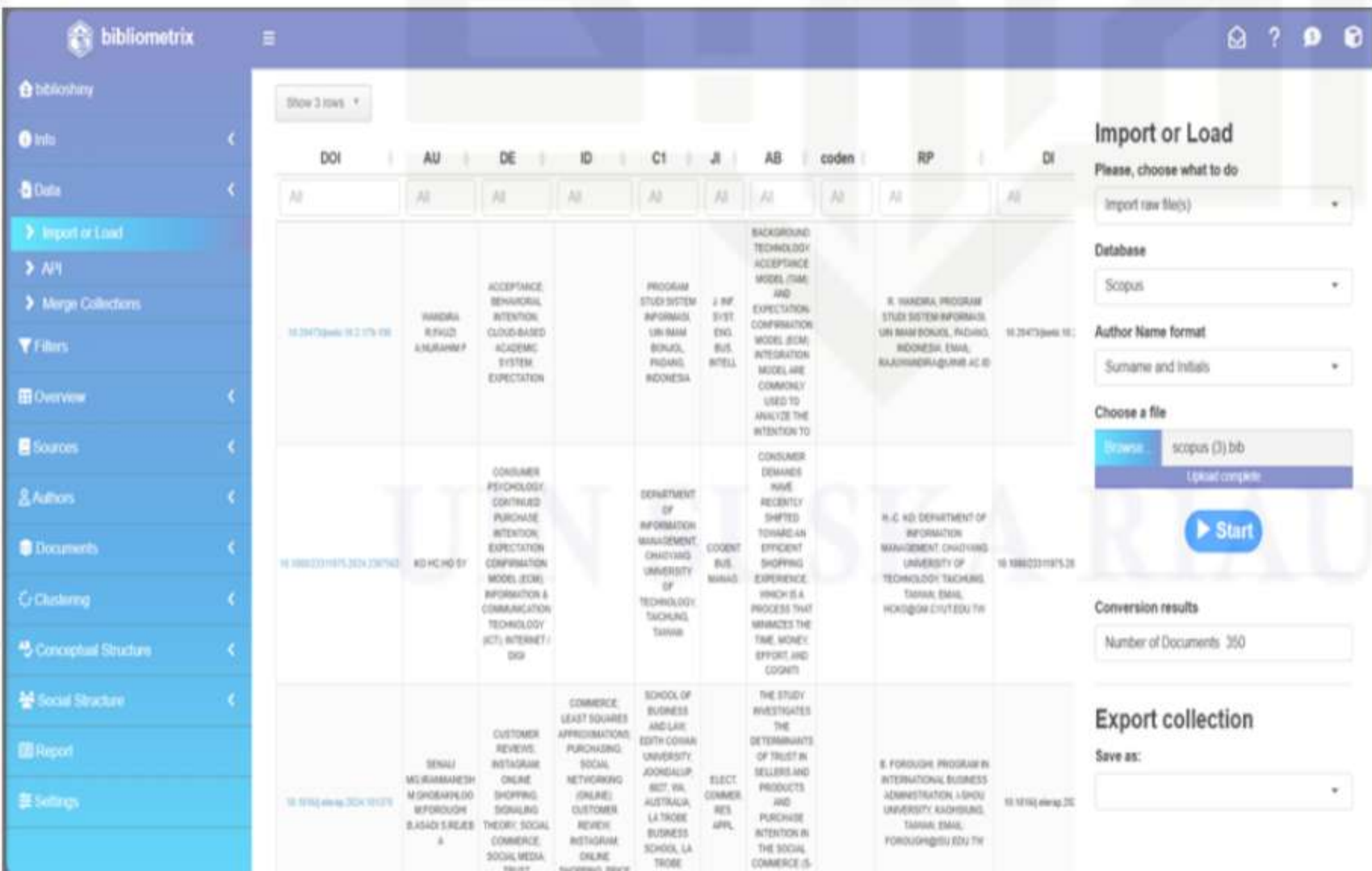
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Mengeksplorasi tren dalam penelitian individu atau bidang studi.
2. Memberikan bukti untuk dampak penelitian pribadi atau bidang studi.
3. Menemukan bidang penelitian baru dan yang sedang berkembang, mengidentifikasi kolaborator penelitian yang potensial.
4. Mengidentifikasi sumber-sumber yang sesuai untuk dipublikasikan (Par-tama and Fahlefi, 2023).



Gambar 2.1. Halaman *Bibliometrix* Sebelum *Import Data*



Gambar 2.2. Halaman *Bibliometrix* Setelah *Import Data*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Kamil (2023)	<i>Financial Ability and Impulsive Buying Behavior In On-line PayLater Systems: Case Study In marketplace</i>	Penelitian ini menguji, menganalisis, serta mengukur pengaruh perilaku <i>impulsive buying</i> terhadap sistem <i>online PayLater</i> , hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sistem <i>online PayLater</i> pada <i>marketplace</i> dipengaruhi oleh <i>financial ability</i> (kemampuan) dan perilaku <i>impulsive buying</i> .
Fitri dan Millanyanni (2022)	<i>The Effect of Customer Traits and Situational Factors On Impulsive Buying In The Pandemic Time (Case Study On Shopee User in Greater Jakarta)</i>	Penelitian ini menganalisis pengaruh tiga dimensi karakteristik konsumen dan empat dimensi faktor situasional terhadap <i>impulsive buying</i> pada pengguna Shopee di Jabodetabek, dengan menggunakan regresi linier berganda dan melibatkan 397 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa secara simultan <i>Impulsive Buying Tendency</i> (IBT), <i>Shopping Enjoyment Tendency</i> (SET), <i>Materialism</i> (MT), <i>Persons Situation</i> (PS), <i>Website Quality</i> (WQ), <i>Motivational Activities by Retailer</i> (MAR), dan <i>Product Attributes</i> (PA) berpengaruh terhadap <i>impulsive buying</i> . Namun, secara parsial, <i>Website Quality</i> (WQ) dan <i>Product Attributes</i> (PA) tidak memiliki pengaruh signifikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu (Tabel Lanjutan...)

Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Fitriyah & Nadlifatin (2024)	<i>Behavior Factors of Intention To Use PayLater Services, A Systematic Literature Review</i>	Penelitian ini menganalisis 30 artikel dari jurnal terindeks Scopus untuk mengidentifikasi faktor yang memengaruhi niat pelanggan menggunakan <i>PayLater</i> pada aplikasi <i>m-Commerce</i> . Hasilnya menunjukkan 10 faktor utama yaitu, behavior intention, pengaruh sosial, kualitas informasi, persepsi kemudahan penggunaan, literasi keuangan, nilai hedonis, persepsi risiko, persepsi kegunaan, kepercayaan, dan kebiasaan.
Alkadi dan Abed (2023)	<i>Consumer Acceptance of Fintech APP Payment Services: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda</i>	Penelitian ini melakukan tinjauan sistematis terhadap 84 artikel <i>peer-review</i> (2015–2023) terkait penerimaan layanan pembayaran Financial Technology (Fintech). Hasilnya menunjukkan empat konstruk utama yang signifikan terhadap niat perilaku yaitu persepsi kegunaan, kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan sikap.
Iswariyadi (2023)	<i>How to Improve the Propensity to Indebtedness of Shopee PayLater Gen-z Users?</i>	Penelitian ini mengkaji hubungan antara literasi keuangan, materialisme, dan <i>compulsive buying</i> terhadap kecenderungan berutang pada pengguna Shopee Gen-Z. Hasilnya menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan berutang,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu (Tabel Lanjutan...)

Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		namun memiliki dampak negatif terhadap materialisme dan <i>compulsive buying</i> . Sementara itu, materialisme dan <i>compulsive buying</i> berpengaruh positif terhadap kecenderungan berutang, serta materialisme memengaruhi <i>compulsive buying</i> .
Chairani (2024)	Tren Perilaku Impulsive Buying pada <i>platform e-Commerce</i> : Studi Bibliometrik di Indonesia	Penelitian ini mengkaji perilaku <i>impulsive buying</i> pada <i>platform e-Commerce</i> melalui studi bibliometrik dengan data dari <i>dimensions.ai</i> menggunakan kata kunci "<i>Impulse Buying in Indonesia</i>". Data yang diambil sebanyak 41,725 metadata dokumen dan dianalisis menggunakan VOSViewer. Temuan utama menunjukkan: (1) Karya berpengaruh seperti Iyer (2019) dan Amos (2014) tentang <i>impulse buying</i>. (2) Indonesia menduduki posisi kedua dalam jumlah publikasi, dengan 13,40% dari 67 sumber. (3) Penulis dominan seperti Hidayanto, Akram, dan Paul memberikan kontribusi signifikan. (4) Organisasi di Indonesia berada di urutan kedua. (5) Indonesia menghasilkan dokumen terbanyak di antara negara lainnya.

Analisis dari penelitian-penelitian sebelumnya yang tertera pada Tabel 2.1 menunjukkan bahwa penggunaan sistem *PayLater* secara signifikan mempengaruhi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

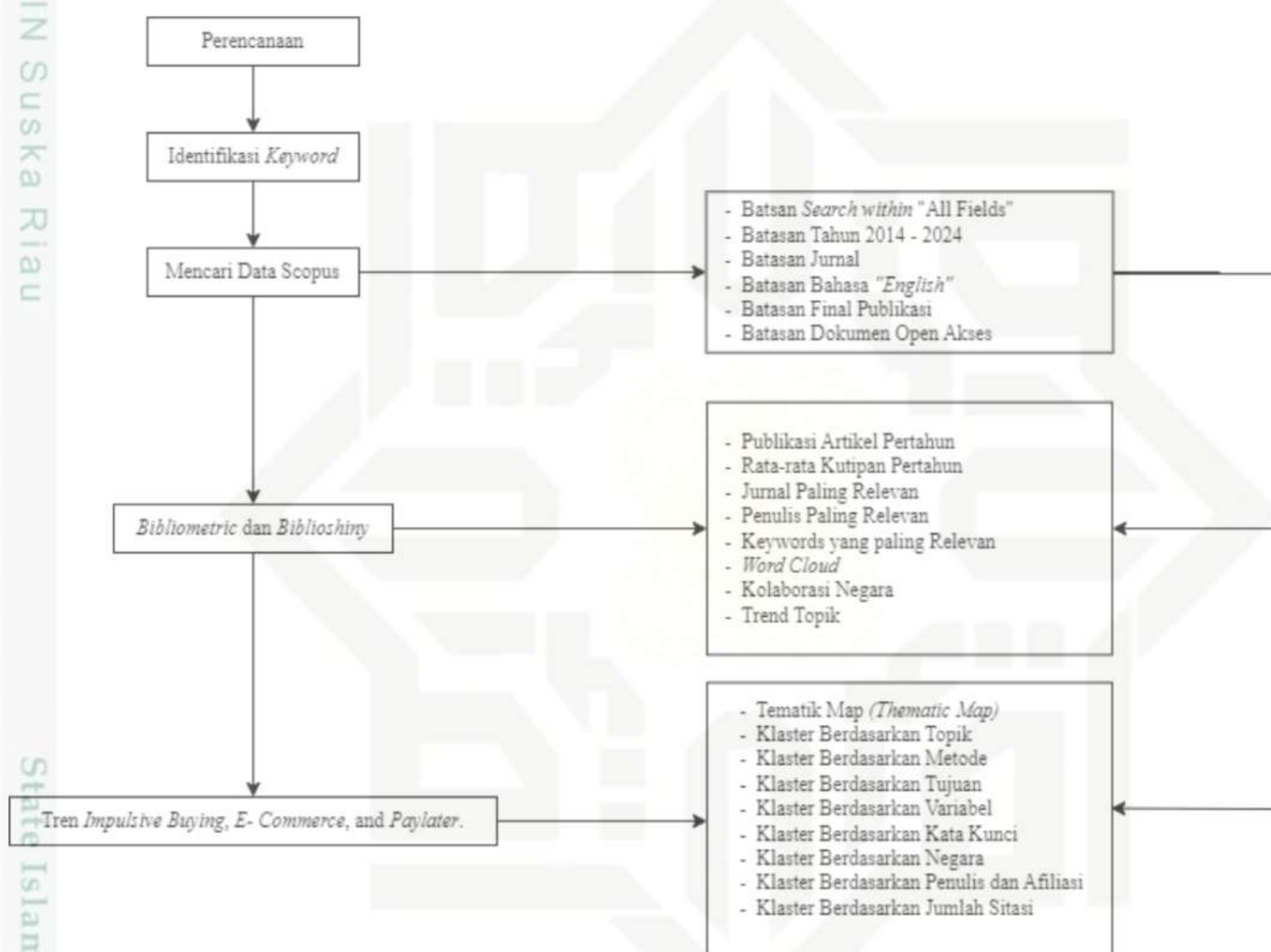
perilaku *impulsive buying* di kalangan konsumen *e-Commerce*. Penelitian oleh Kamil (2023) menekankan bahwa kemampuan finansial konsumen berperan penting dalam menentukan seberapa besar pengaruh sistem *PayLater* terhadap *impulsive buying*. Hal ini sejalan dengan temuan Fitriyah dan Nadlifatin (2024) yang menunjukkan bahwa karakteristik konsumen dan faktor situasional, seperti kualitas *website* dan atribut produk, juga berkontribusi pada kecenderungan *impulsive buying*. Dengan demikian, ada interaksi kompleks antara faktor internal (seperti kemampuan finansial dan karakteristik pribadi) dan faktor eksternal (seperti pengalaman pengguna dan situasi pasar) yang memengaruhi keputusan *impulsive buying*.

Selain itu, penelitian oleh Iswariyadi dkk. (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat berdampak negatif terhadap materialisme dan perilaku pembelian kompulsif, yang pada gilirannya memengaruhi kecenderungan berutang di kalangan pengguna *PayLater*. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun sistem *PayLater* menawarkan kemudahan, penting bagi konsumen untuk memiliki pemahaman yang baik tentang manajemen keuangan untuk menghindari konsekuensi negatif dari *impulsive buying*. Tren ini diperkuat oleh Saskia Chairani (2024) yang melakukan studi *Bibliometric* dan menemukan bahwa Indonesia memiliki banyak publikasi terkait *impulsive buying* di platform *e-Commerce*. Secara keseluruhan, penelitian-penelitian ini menunjukkan perlunya pendekatan *holistik* dalam memahami perilaku konsumen di era digital, terutama dalam konteks penggunaan teknologi pembayaran yang semakin berkembang.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan kerangka kerja sistematis yang digunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian guna memperoleh data yang relevan. Dalam penelitian ini, tahapan metodologi disusun secara terstruktur untuk mencapai tujuan penelitian. Adapun alur lengkap tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Metodologi Penelitian

3.1 Perencanaan

Tahap perencanaan dalam penelitian dimulai dengan penetapan tema yang merupakan gagasan sentral atau fokus yang akan menjadi landasan studi. Dalam konteks penelitian ini tema yang diangkat adalah perilaku konsumen yang ditentukan berdasarkan relevansi dan kemampuan peneliti dalam menganalisis isu-isu ini secara mendalam. Setelah tema ditetapkan langkah berikutnya adalah identifikasi *keyword* yang akan digunakan untuk pengambilan data dari *Database Scopus*. Untuk tujuan ini peneliti melakukan kajian terhadap sejumlah jurnal dan artikel ilmiah yang berkaitan dengan perilaku konsumen guna menentukan *keyword* yang tepat.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan hasil telaah literatur tersebut peneliti memilih *keyword* yang mencakup perilaku *impulsive buying*, *e-Commerce* dan *PayLater* yang diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan penelitian ini. Tujuan diambilnya *keyword* ini yaitu perilaku konsumen menjadi krusial karena sistem informasi dirancang untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dalam bisnis dan pemasaran.

Namun, di dalam perilaku-perilaku konsumen yang muncul pada saat penggunaan seperti, *intention behavior*, *planned buying*, dan *financial behavior*, berubah kepada perilaku *impulsive buying*. Untuk kajian mengenai *impulsive buying* belum banyak yang melakukan sehingga, penting bagi kita untuk melakukan kajian tentang *impulsive buying*. Berdasarkan tinjauan literatur, penelitian mengenai hubungan antara perilaku *impulsive buying*, *e-Commerce*, dan *PayLater* masih terbatas (Noer dkk., 2024).

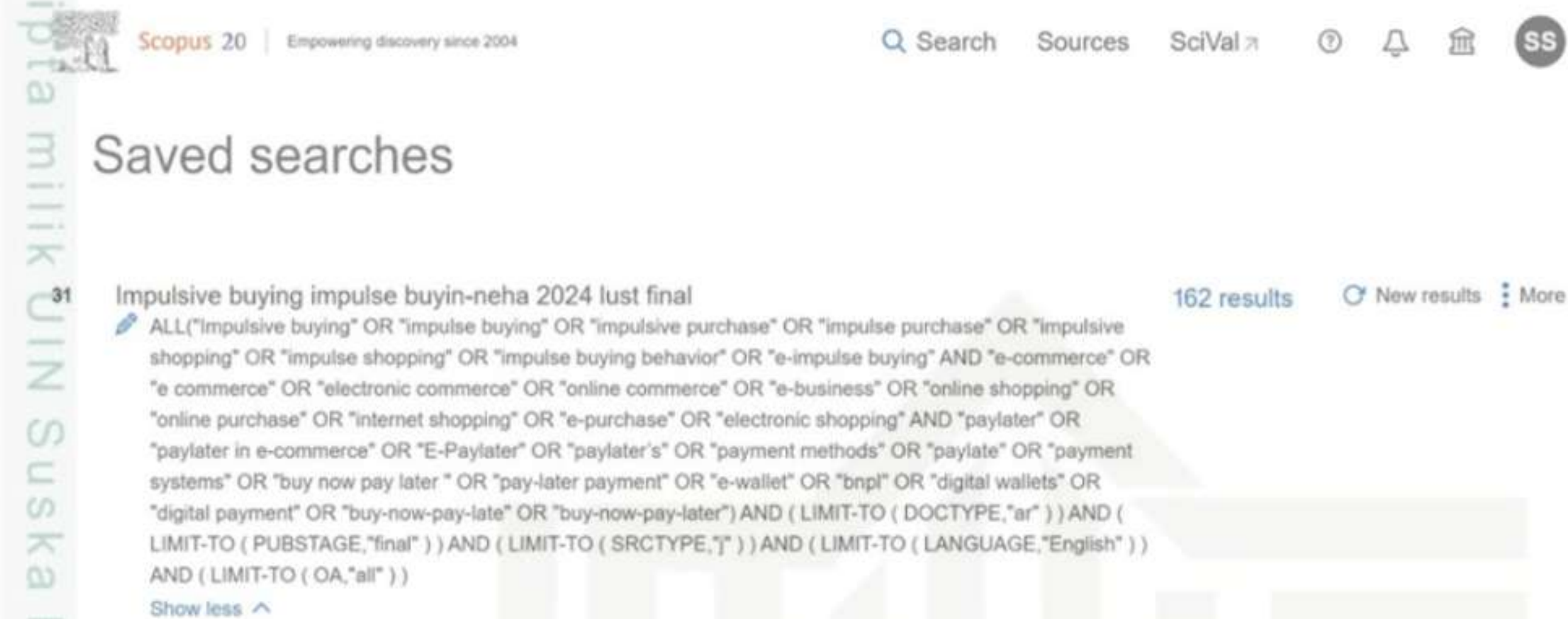
3.2 Identifikasi Keyword

Identifikasi *keyword* merupakan langkah yang dilakukan peneliti dalam menemukan *keyword* yang akan digunakan. Identifikasi *keyword* dilakukan dengan mengumpulkan berbagai artikel dan jurnal terkait *impulsive buying*, *e-Commerce*, and *PayLater*. Dalam analisis *Bibliometric*, penggunaan *keyword* memungkinkan para peneliti untuk mengukur tren, kuantitas, dan dampak penelitian yang berkaitan dengan topik tertentu dengan lebih baik. Selain itu, *keyword* juga digunakan untuk memfasilitasi pencarian dan pemahaman literatur ilmiah yang relevan dalam suatu domain pengetahuan. Peneliti menggunakan operator logika *boolean* seperti *AND/OR* dalam menentukan *keyword* (Syahid dan Mukminatien, 2021).

Penelitian ini menggunakan *keyword* pencarian "*Impulsive Buying*", "*e-Commerce*", dan "*PayLater Payment Method*" dengan *Syntax* pencarian: *ALL* ("*Impulsive Buying*" OR "*Impulse Buying*" OR "*Impulsive Purchase*" OR "*Impulse Purchase*" OR "*Impulsive Shopping*" OR "*Impulse Shopping*" OR "*Impulse Buying Behavior*" OR "*e-Impulse Buying*" AND "*e-Commerce*" OR "*e-Commerce*" OR "*Electronic Commerce*" OR "*Online Commerce*" OR "*e-Business*" OR "*Online Shopping*" OR "*Online Purchase*" OR "*Internet Shopping*" OR "*e-Purchase*" OR "*Electronic Shopping*" AND "*PayLater*" OR "*PayLater In e-Commerce*" OR "*e-PayLater*" OR "*PayLater's*" OR "*Payment Method*" OR "*Pay-late*" OR "*Payment Systems*" OR "*Buy Now Pay Later*" OR "*Pay-Later Payment*" OR "*e-Wallet*" OR "*BNPL*" OR "*Digital Wallets*" OR "*Digital Payment*" OR "*Buy-Now-Pay-Late*" OR "*Buy-Now-Pay-Later*") AND (*LIMIT-TO* (*DOCTYPE*, "*ar*")) AND (*LIMIT-TO* (*PUBSTAGE*, "*final*")) AND (*LIMIT-TO* (*SRCTYPE*, "*j*"))



AND (LIMIT-TO (LANGUAGE, "English")) keyword inilah yang nantinya digunakan peneliti dalam mencari data di *database* Scopus mengenai topik tersebut. Pencarian *keyword* dalam *database* Scopus dapat dilihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2. Pencarian *Keyword* di *Database* Scopus

3.3 Mencari Data Scopus

Penelitian mengenai *impulsive buying* dapat ditemukan dalam berbagai media publikasi ilmiah seperti jurnal, prosiding konferensi, dan buku. Media-media ini memiliki kualitas yang bervariasi, salah satunya ditentukan oleh proses *peer review*. Oleh karena itu, penelitian ini memilih Scopus sebagai sumber data karena artikel ilmiah yang terindeks di Scopus telah melewati proses penelaahan *peer review*. Scopus membantu peneliti untuk menelusuri, menganalisis, dan memvisualisasikan penelitian dengan lebih efektif. Berdasarkan informasi dari *website* Scopus (www.scopus.com) yang diakses pada tanggal 05 Desember 2024, dan dihasilkan sebanyak 162 dokumen yang sesuai dengan topik penelitian. Menurut (Saleh dkk., 2016) Scopus adalah basis data terbesar di dunia yang memuat jutaan literatur ilmiah yang telah diterbitkan selama beberapa dekade oleh penerbit *Elsevier*. Scopus memfasilitasi peneliti dalam menelusuri, menganalisis, serta memvisualisasikan suatu penelitian secara efisien (Chiu dkk., 2021). Namun, dari 567 dokumen tersebut penelitian membatasi dengan beberapa ketentuan sehingga didapatkan data sebanyak 162 dokumen.

3.3.1 Batasan *Search Within "All Fields"*

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi pencarian menggunakan opsi "All Fields" di *Database* Scopus untuk memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dengan tema yang diteliti, yaitu *impulsive buying* pada pengguna *e-Commerce* yang memanfaatkan fitur *PayLater*. Penelitian oleh Maalej dan Kallel (2020) menekankan pentingnya menggunakan sumber yang terverifikasi untuk mendukung

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

analisis dalam penelitian.

3.3.2 Batasan Tahun 2014-2024

Menurut Maalej dan Kallel (2020) membatasi penerbitan artikel dari tahun 2014-2024 ini bertujuan untuk mendapatkan data penelitian yang sesuai dan terbaru.

3.3.3 Batasan Jurnal

Dalam melakukan pencarian data dalam *Database Scopus* peneliti juga membatasi media publikasi atau menentukan tipe dokumen berupa artikel dan *source type journal*. Tujuan peneliti membatasi tipe dokumen agar memperkecil jangkauan.

3.3.4 Batasan Bahasa "English"

Dalam penelitian ini, peneliti juga membatasi bahasa untuk memastikan bahwa semua data yang diperoleh dalam Bahasa Inggris. Tujuan utama dari pembatasan ini adalah untuk mendapatkan data yang konsisten dan tidak bercampur dengan jurnal penelitian dalam bahasa lainnya. Misalnya, penelitian oleh Yunus dkk. (2021) menunjukkan bahwa menggunakan Bahasa Inggris sebagai medium komunikasi dapat memperbaiki kualitas informasi yang diterima, karena Bahasa Inggris biasanya digunakan sebagai standar internasional dalam lingkup akademis.

3.3.5 Batasan Final Publikasi

Pada penelitian ini, peneliti hanya menyertakan artikel yang telah memiliki status publikasi final. Tujuan dari langkah ini adalah untuk menjamin bahwa dokumen yang digunakan telah melewati proses penyuntingan dan tinjauan sejawat secara menyeluruh, sehingga memastikan mutu literatur ilmiah yang digunakan (Rowland, 2002). Artikel yang masih berstatus publikasi sementara, seperti *in press* atau *preprint*, tidak disertakan guna menjaga validitas hasil analisis.

3.3.6 Batasan Dokumen Open Akses

Peneliti membatasi penggunaan dokumen pada artikel yang memiliki akses terbuka (*open access*). Tujuannya adalah untuk memudahkan proses pengambilan data serta menjamin akses penuh terhadap artikel, sehingga peneliti dapat melakukan analisis secara menyeluruh tanpa kendala (Carroll, 2011). Artikel yang memerlukan langganan atau pembelian khusus tidak dimasukkan dalam lingkup penelitian ini.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4 Bibliometric dan Biblioshiny

Biblioshiny untuk *Bibliometric* mencakup perangkat lunak Java yang dikembangkan oleh Massimo Aria dari Universitas Napoli Federico, *Biblioshiny* menggabungkan fungsionalitas paket *Bibliometric* dengan kemudahan penggunaan aplikasi web menggunakan lingkungan paket tersebut (Huang dkk., 2021). Hasil yang ditemukan dari penggunaan *Bibliometric* mencakup kumpulan data seperti informasi utama, produksi ilmiah tahunan, dan plot tiga bidang, pendekatan *scientometric* ini mengintegrasikan alat analisis kinerja dan pemetaan dalam *Bibliometric* untuk mengevaluasi bidang penelitian, melakukan generalisasi dan visualisasi subdomain konseptual, serta melacak perkembangan tematik pada topik penelitian tertentu. (Rusliana dkk., 2022). Dalam menyusun penelitian dengan pendekatan *Bibliometric*, terdapat tiga aspek utama yang harus dipenuhi, yakni pemetaan *Bibliometric*, interpretasi temuan *Bibliometric*, serta visualisasi dalam bentuk grafis (Taqi dkk., 2021).

Pendekatan kuantitatif dalam analisis bibliografi mencakup analisis kutipan, grafik kutipan, faktor dampak, angka *hirsch*, serta metrik alternatif (*altmetric*). Namun, baik ukuran kualitatif maupun kuantitatif dimanfaatkan untuk menilai tingkat produktivitas dan mutu dari karya yang sedang dianalisis. Penelitian secara *Scientometric*, *Bibliometric*, dan analisis tematik ini dapat membantu peneliti menghindari kekeliruan yang disebabkan oleh bias dalam kajian literatur maupun dalam memahami tren penelitian terbaru (Dormezil dkk., 2019). Representasi visual dalam *Bibliometric* masih kurang mendapatkan sorotan, meskipun sejumlah peneliti telah secara mendalam meneliti isu-isu yang berkaitan dengan visualisasi data tersebut (Antonio dkk., 2020). Potensi ini muncul akibat keterbatasan data dan metode yang tersedia, yang menyebabkan pemahaman di lapangan masih terbatas (contohnya, performa analisis dalam bidang pemetaan masih belum optimal) (Syaifullah dan Nordin, 2024). Dengan demikian, penggunaan *Bibliometric* dan *Biblioshiny* dalam penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam mengenai dinamika literatur terkait *impulsive buying* dan fitur *PayLater* di *e-Commerce*.

3.4.1 Publikasi Artikel Pertama

Publikasi artikel pertama pada *Bibliometric* diperoleh berdasarkan data yang di input dari data Scopus. Pengolahan data dilakukan untuk mengetahui jumlah publikasi artikel pertama dimulai dari 2014-2024 dan untuk mengetahui pada tahun berapa publikasi artikel mengalami peningkatan. Data tersebut dapat divisualisasikan dalam bentuk grafik atau lainnya, sehingga memungkinkan para peneliti untuk mendapatkan wawasan tentang publikasi artikel pertama (De dkk., 2018).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4.2 Rata-rata Kutipan Tahun

Analisis *Bibliometric* juga mampu menilai jumlah rata-rata kutipan per tahun yang menunjukkan seberapa sering suatu artikel dijadikan rujukan oleh peneliti lain dalam rentang waktu tertentu. Rata-rata kutipan per tahun mencerminkan data *mean total citation per year* yang berfungsi sebagai salah satu indikator untuk mengukur seberapa sering sebuah artikel dikutip dalam kurun waktu tertentu. Selain itu, data *citable years* merupakan aspek penting untuk menilai lamanya suatu artikel tetap relevan dan memberikan kontribusi terhadap perkembangan literatur ilmiah (Yu dkk., 2017).

3.4.3 Jurnal Paling Relevan

Jurnal saat ini memainkan peran penting dalam menerbitkan artikel ilmiah, peran jurnal tidak hanya berisi perkembangan terkini pengetahuan, namun sebagai sarana mengkomunikasikan temuan penelitian-penelitian terbaru, peran jurnal dalam menyediakan data ilmiah dianggap sebagai cara terbaik dalam penyebaran pengetahuan (Watrianthos dkk., 2022). Data ilmiah yang disimpan dan dipublikasikan memungkinkan terbukanya akses bagi gagasan inovatif serta memberikan peluang untuk pengembangan inovasi lebih lanjut (Ali et al., 2021). Keterlibatan jurnal ilmiah dalam menyumbangkan pengetahuan menjadikannya penting untuk dilakukan evaluasi secara rutin. (Karishma dkk., 2021).

Hal ini menjadikan jurnal dapat dikategorikan ke dalam kelompok dan di ranking menggunakan berbagai metrik. Pengaruh dan reputasi sebuah jurnal tidak bisa ditentukan hanya dari satu aspek saja, seperti faktor dampak, karena terdapat berbagai parameter lain yang turut berkontribusi (Palla dkk., 2015). *Bibliometric* menyajikan jurnal paling relevan yang mengacu pada jurnal yang memiliki pengaruh dan tingkat produktivitas yang menonjol dalam suatu bidang atau topik penelitian tertentu.

3.4.4 Penulis Paling Relevan

Analisis *Bibliometric* menampilkan hasil berdasarkan data dari Scopus terkait penulis yang paling berpengaruh atau relevan. Dalam konteks ini, istilah "Penulis Paling Relevan" mengacu pada penulis yang memiliki tingkat pengaruh dan produktivitas yang tinggi dalam suatu bidang atau topik penelitian tertentu. Penulis ini umumnya memiliki pemahaman yang mendalam atau keahlian khusus terkait topik yang menjadi fokus penelitiannya. Relevansi seorang penulis dapat dinilai dari sejauh mana karya-karyanya memberikan kontribusi terhadap perkembangan dalam bidang tersebut (Rodríguez dkk., 2020).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4.5 Keyword Paling Relevan

Dalam *Bibliometric*, istilah "keywords yang Paling Relevan" mengacu pada *keyword* yang paling sering digunakan atau muncul dalam penelitian tertentu. Analisis *Bibliometric* terkait *keyword* relevan dapat memberikan pemahaman yang penting mengenai perkembangan penelitian dalam suatu bidang atau topik tertentu. Selain itu, analisis ini juga dapat membantu peneliti dalam mengidentifikasi topik-topik yang paling menonjol dalam literatur ilmiah (Abdollahi dkk., 2021).

Sebagai contoh, ketika melakukan analisis *Bibliometric* pada bidang teknologi informasi, *keyword* yang paling relevan kemungkinan mencakup istilah seperti AI, *blockchain*, IoT, *big data*, *machine learning*, dan *cloud computing*. Tingginya frekuensi penggunaan *keyword* tersebut dapat mencerminkan tren penelitian yang tengah berkembang serta menunjukkan arah dan fokus utama penelitian di masa mendatang. Oleh karena itu, analisis ini menjadi alat yang bermanfaat bagi peneliti dalam memahami arah evolusi penelitian dan menyesuaikan strategi riset mereka dengan topik-topik yang sedang tren.

3.4.6 WordCloud

WordCloud juga dikenal sebagai *tag cloud*, mengubah data teks menjadi representasi visual dari kata-kata kunci, biasanya berupa kata tunggal, yang ditampilkan dalam bentuk awan dengan ukuran dan warna mencerminkan nilai relatifnya. Tujuan penggunaan *WordCloud* dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi istilah-istilah yang paling sering muncul yang menunjukkan bahwa sebagian besar analisis difokuskan pada bidang tersebut (Patil dkk., 2023). *WordCloud* dalam *Bibliometric* digunakan untuk merangkum dan memvisualisasikan judul, *keyword*, atau kata-kata yang paling sering ditemukan dalam referensi, abstrak artikel ilmiah, atau *keyword* penelitian. Ini memberikan gambaran cepat tentang topik-literatur ilmiah atau analisis *Bibliometric* yang paling umum (Mulay dkk., 2020).

3.4.7 Kolaborasi Negara

Kolaborasi merupakan bentuk interaksi, kerja sama, atau kegiatan bersama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan tujuan mencapai hasil yang positif secara kolektif (Mutia dkk., 2023). Analisis ini meliputi pengenalan negara-negara yang kerap menjalin kerja sama, pengukuran intensitas kolaborasi, penelaahan pola kerja sama dari waktu ke waktu, serta visualisasi jaringan kolaboratif. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang kerja sama penelitian di seluruh dunia, menilai efek penelitian yang melibatkan kolaborasi internasional, dan membantu proses pengambilan keputusan tentang kebijakan ilmiah dan penelitian (Mustafa dkk., 2020).



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4.8 Tren Topik

Tren Topik dalam analisis *Bibliometric* merupakan proses untuk mengidentifikasi dan memahami arah serta tema penelitian yang tengah berkembang dalam literatur ilmiah. Proses ini mencakup penerapan teknik visualisasi data seperti grafik, garis waktu, atau *heatmap* untuk mengamati perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu (Büyükkıdık, 2022). Analisis tren topik juga memungkinkan pengelompokan publikasi ilmiah ke dalam sub-disiplin tertentu dan mengungkap riset terbaru yang relevan (Sleeman dkk., 2021). Analisis tren topik bermanfaat untuk menentukan arah riset, memahami perkembangan ilmu, dan mengidentifikasi peluang kolaborasi pada topik yang sedang tren.

3.5 Tren *Impulsive Buying*, *e-Commerce*, dan *PayLater*

Dengan kemajuan teknologi digital dan meningkatnya persaingan di pasar *online*, topik *impulsive buying*, *e-Commerce*, dan pengguna *PayLater* terus menunjukkan pertumbuhan yang pesat (Omar dkk., 2021). Seiring bertambahnya jumlah *platform e-Commerce* yang tersedia, konsumen memiliki lebih banyak alternatif, sehingga perilaku berpindah layanan (*impulsive buying*) menjadi lebih lazim. Tren tersebut dapat ditelusuri dan dianalisis menggunakan data dari *platform* seperti Scopus dengan pendekatan *Bibliometric* (Bartol dan Mackiewicz, 2015).

Analisis *Bibliometric* terkait *Impulsive buying*, *e-Commerce*, dan pengguna *PayLater* dapat divisualisasikan dalam bentuk peta tematik yang dikelompokkan dalam beberapa klaster. Peta tematik ini tidak hanya menunjukkan keterkaitan antar topik, tetapi mempermudah peneliti dalam menemukan area yang masih minim eksplorasi serta mengikuti perkembangan terbaru di bidang tersebut (Adams dkk., 2015). Temuan dari peta tematik ini dapat menjadi acuan penting bagi peneliti berikutnya dalam mendalami hubungan antara perilaku konsumen penggunaan *platform e-Commerce*, serta dampaknya terhadap pengguna *PayLater* dalam dinamika yang terus berkembang.

3.5.1 Peta Tematik (*Thematic Map*)

Peta tematik merupakan representasi visual yang berfungsi untuk mengenali dan mengelompokkan topik-topik penelitian berdasarkan keterkaitan antar tema yang terdapat dalam literatur (Cole, 2024). Peta ini menunjukkan hubungan antar berbagai topik atau kata kunci yang kerap muncul secara bersamaan dalam publikasi ilmiah. Dengan menggunakan peta tematik, peneliti dapat melihat pola umum, tren, dan fokus penelitian yang mendominasi suatu bidang. Peta tematik berfungsi sebagai alat yang ampuh untuk memvisualisasikan dan menganalisis pola, tren, dan fokus penelitian dalam berbagai bidang.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peta tematik memberikan kemampuan bagi peneliti untuk mengenali sebaran spasial dari berbagai variabel, sebagaimana dijelaskan dalam karya Pisati mengenai pemetaan tematik (Pisati, 2004). Selain itu, metode CPCL dari Ibekwe-SanJuan menekankan bagaimana keterkaitan linguistik dapat dipetakan guna menelusuri tren tematik dari waktu ke waktu, sehingga mengungkap perkembangan topik penelitian (Fidelia, 1998). Terakhir, studi Duan tentang model bisnis ekonomi berbagi menggambarkan bagaimana analisis tematik dapat mengungkap tren yang muncul dan kesenjangan dalam penelitian (Duan, 2024).

3.5.2 Klaster Berdasarkan Topik

Peta tematik memberikan gambaran mengenai topik-topik yang disatukan dalam bentuk klaster. Klaster berdasarkan topik mengelompokkan tema seperti *impulsive buying*, *e-Commerce*, dan pengguna *PayLater* dalam satu kesatuan berdasarkan kesamaan *keyword* dan fokus penelitian (Onan, 2019). Analisis ini membantu peneliti dalam mengenali tren dan dinamika di bidang ini, khususnya dalam memahami dampak perilaku konsumen yang berpindah layanan terhadap penggunaan *PayLater* dalam *e-Commerce*. Hasil klaster ini dapat menjadi panduan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik-topik tersebut (Duan, 2024).

3.5.3 Klaster Berdasarkan Metode

Peta tematik memberikan gambaran mengenai topik-topik yang disatukan dalam bentuk klaster. Metode penelitian yang diterapkan dalam berbagai studi ini beragam, mencakup pendekatan kuantitatif maupun kualitatif. Analisis *Bibliometric* memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi metode yang paling umum digunakan dalam studi mengenai *e-Commerce*, serta memahami efektivitas perilaku *impulsive buying* dan pengguna *PayLater Payment Method* (Thangavel dan Chandra, 2023).

3.5.4 Klaster Berdasarkan Tujuan

Analisis klaster berdasarkan tujuan penelitian memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menelaah pola umum dalam tujuan riset di suatu bidang. Melalui pengelompokan studi berdasarkan sasaran penelitiannya, kita dapat mengenali tren yang muncul, fokus prioritas, serta arah perkembangan penelitian dalam bidang tersebut. Klaster ini juga dapat membantu melihat apakah tujuan yang sering diteliti sudah terpenuhi, dan memberikan wawasan mengenai area yang masih belum tersentuh atau memerlukan penelitian lebih lanjut. Di samping itu, analisis ini dapat memperlihatkan variasi pendekatan yang digunakan untuk mencapai

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tujuan yang serupa, serta memberikan gambaran tentang evolusi fokus penelitian dari waktu ke waktu (Gonzalez dkk., 2021).

3.5.5 Klaster Berdasarkan Variabel

Klaster berdasarkan variabel memungkinkan pengelompokan penelitian ilmiah berdasarkan faktor-faktor utama atau variabel yang digunakan dalam studi tersebut (Franceschet, 2009). Dengan melakukan analisis ini, peneliti dapat menemukan pola kemunculan variabel yang sering digunakan dan hubungannya satu sama lain. Selain itu, klaster ini membantu dalam mengidentifikasi korelasi, perbedaan, dan tren dalam penggunaan variabel-variabel tertentu (Kriegel dkk., 2009). Dengan demikian, hasil analisis klaster ini dapat berfungsi sebagai fondasi untuk mengembangkan hipotesis baru dan memperdalam pemahaman tentang hubungan antar variabel dalam penelitian mendatang.

3.5.6 Klaster Berdasarkan Kata Kunci

Analisis klaster berdasarkan *keyword* memungkinkan identifikasi tema-tema utama yang sering muncul dalam penelitian terkait *e-Commerce*, *impulsive buying*, dan pengguna *PayLater*. *Keyword* yang sering digunakan mencerminkan tren penelitian, topik yang menjadi perhatian utama, serta memberikan gambaran holistik mengenai fokus utama dari topik penelitian dalam setiap artikel, sekaligus mengidentifikasi potensi gap penelitian (Bozkurt dkk., 2015). Dengan memanfaatkan perangkat lunak *Bibliometric* seperti VOSviewer atau *Biblioshiny*, peneliti dapat memetakan hubungan antar *keyword*, membentuk klaster yang menggambarkan pola penelitian serta mengidentifikasi *keyword* strategis yang mendukung pengembangan kajian lebih lanjut.

3.5.7 Klaster Berdasarkan Negara

Studi-studi tentang *impulsive buying* di *e-Commerce* sering kali dilakukan di berbagai negara, dengan fokus pada perbedaan budaya dan perilaku konsumen. Analisis *Bibliometric* membantu mengidentifikasi negara-negara yang paling banyak berkontribusi pada literatur ini, serta perbedaan signifikan dalam pola perilaku konsumen di masing-masing negara (Salam dan Senin, 2022).

3.5.8 Klaster Berdasarkan Penulis Dan Afiliasi

Penulis dengan afiliasi akademis atau industri tertentu sering kali memiliki fokus penelitian yang spesifik dalam bidang *e-Commerce*. Melalui analisis *Bibliometric*, peneliti dapat melacak kontribusi individu atau kelompok penulis terhadap pengembangan teori dan praktik di bidang ini (Podsakoff dkk., 2008).

3.5.9 Klater Berdasarkan Jumlah Sitasi

Jumlah sitasi menjadi indikator penting dari dampak suatu penelitian dalam bidang *e-Commerce* dan *impulsive buying* pada pengguna *PayLater*. Dengan menggunakan analisis *Bibliometric*, peneliti dapat mengidentifikasi artikel-artikel yang paling banyak disitasi dan relevansinya terhadap perkembangan teori tentang *impulsive buying* (Khan dkk., 2021).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, peneliti menyimpulkan hal-hal berikut:

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Bibliometric* untuk memetakan perkembangan studi mengenai *impulsive buying* dalam *e-Commerce* dengan metode pembayaran *PayLater*. Hasil analisis menunjukkan bahwa topik ini mengalami tren yang dinamis dan berkembang dari 2014 hingga 2024, dengan lonjakan publikasi yang signifikan pada 2020. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh faktor seperti pandemi Covid-19 serta pergeseran aktivitas belanja ke ranah *e-Commerce* dan pemasaran digital. Sejak 2018, rata-rata kutipan per tahun mengalami kenaikan yang signifikan, dengan puncaknya pada 2020 mencapai rata-rata 9,44 kutipan per tahun, mencerminkan relevansi dan inovasi dalam penelitian ini. China dan Indonesia menjadi negara dengan kontribusi terbesar dalam penelitian terkait, diikuti oleh kolaborasi antar negara yang semakin luas. Fokus penelitian telah bergeser dari aspek fundamental seperti *e-Commerce*, pemasaran, Covid-19, dan perilaku konsumsi menuju teknologi modern, termasuk aspek manusia dan artikel. Pergeseran ini menegaskan pentingnya pendekatan multidisiplin yang mencakup psikologi, teknologi, dan keberlanjutan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen dalam *e-Commerce*.
2. Tren masa depan *impulsive buying* pada *e-Commerce* terhadap *Paylater Payment Method* dapat dianalisis melalui peta tematik (*thematic map*). Dalam penelitian ini, peta tematik berhasil mengidentifikasi beberapa tema dasar (*basic themes*), seperti *Sustainability*, *Technology Acceptance Model* (TAM), dan *Unified Theory of Acepptance and Use of Technology* (UTAUT) yang memerlukan pengembangan lebih lanjut serta eksplorasi mendalam, perkembangan ini perlu mempertimbangkan angka *rank centrality* dan *rank density* untuk memastikan relevansi serta signifikansi dalam penelitian ke depan.

5.2 Saran

Peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Disarankan untuk memasukkan artikel terbaru dari tahun 2025 dalam kajian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

literatur guna memastikan penelitian mencerminkan tren serta perkembangan terkini. Artikel terbaru dapat memberikan perspektif tambahan mengenai adopsi teknologi baru, perubahan perilaku konsumen, serta strategi inovatif yang diterapkan dalam *e-Commerce* untuk meningkatkan penggunaan metode pembayaran *PayLater*.

2. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas analisis dengan menambahkan beberapa klaster pembahasan, seperti temuan penelitian, keterbatasan artikel, atau implikasi praktis. Penambahan klaster ini akan membantu menyusun penelitian secara lebih terstruktur, komprehensif, dan bermanfaat bagi akademisi maupun praktisi.



UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdollahi, A., dkk. (2021). Wireless sensor networks in agriculture: Insights from bibliometric analysis. *Sustainability*, 13(21), 12011.
- Abdul, A., Abreu, P., Aglietta, M., Allekotte, I., Almeida Cheminant, K., Almela, A., ... others (2024). Testing hadronic-model predictions of depth of maximum of air-shower profiles and ground-particle signals using hybrid data of the pierre auger observatory. *Physical Review D*, 109(10), 102001.
- Adams, G. M., Benjamin, dkk. (2015). Frankenplace: interactive thematic mapping for ad hoc exploratory search. Dalam *Proceedings of the 24th international conference on world wide web* (hal. 12–22).
- Akana, T. (2022). Buy now, pay later: Survey evidence of consumer adoption and attitudes. *no. June*.
- Akram, U., dkk. (2017). The plight of humanity: Online impulse shopping in china. *Human Systems Management*, 36(1), 73–90.
- Aldiyana, W., dkk. (2024). Pengaruh media sosial facebook terhadap penjualan umkm di kabupaten pringsewu provinsi lampung. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 962–972.
- Alkhamash, R. (2023). Bibliometric, network, and thematic mapping analyses of metaphor and discourse in covid-19 publications from 2020 to 2022. *Frontiers in psychology*, 13, 1062943.
- Amelia, P. N., dkk. (2023). Fenomena penggunaan paylater di kalangan mahasiswa. Dalam *Prosiding seminar nasional ilmu ilmu sosial (sniis)* (Vol. 2, hal. 176–187).
- An, J., dkk. (2022). The role of payment technology innovation in environmental sustainability: Mediation effect from consumers' awareness to practice. *Frontiers in Environmental Science*, 10, 881293.
- Antonio, M. S., dkk. (2020). Halal value chain: A bibliometric review using r. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 4606.
- Ariyanti, L., dan Iriani, S. S. (2022). Pengaruh promosi penjualan dan electronic word of mouth terhadap pembelian impulsif pada saat special event day (studi pada konsumen shopee jawa timur). *SIBATIK Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(5), 491–508.
- Ashby, M. A. (2025). *Bioethics: Changing the world or thinking about it?* Springer.
- Aulianto, D. R., dkk. (2019). Citations analysis of jurnal kajian informasi & perpustakaan universitas padjadjaran, indonesia. *Library Philosophy and Practice*,

- 1–12.
- Azizah, F. D., dkk. (2022). Impulsive buying behavior: Implementation of it on technology acceptance model on e-commerce purchase decisions. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 2(1), 58–72.
- Bangngu, S., dkk. (2023). Pengaruh penggunaan paylater dan cash on delivery terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce shopee di kota kupang (the influence of using paylater and cash on delivery on the impulse buying behavior of shopee e-commerce users in kupang city) ri. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 85–94.
- Bartol, T., dan Mackiewicz, M. (2015). Bibliometric analysis of publishing trends in fiber crops in google scholar, scopus, and web of science. *Journal of Natural Fibers*, 12(6), 531–541.
- Berg, dkk. (2024). The economics of buy now, pay later (bnpl) from a merchant's perspective.
- Bozkurt, A., dkk. (2015). Trends in distance education research: A content analysis of journals 2009-2013. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 16(1), 330–363.
- Büyükkıdık, S. (2022). A bibliometric analysis: A tutorial for the bibliometrix package in r using irt literature. *Journal of Measurement and Evaluation in Education and Psychology*, 13(3), 164–193.
- Carroll, M. W. (2011). Why full open access matters. *PLOS biology*, 9(11), e1001210.
- Chen, B., dkk. (2022). Research on the impact of marketing strategy on consumers' impulsive purchase behavior in livestreaming e-commerce. *Frontiers in psychology*, 13, 905531.
- Cheng, A., Magid, D. J., Auerbach, M., Bhanji, F., Bigham, B. L., Blewer, A. L., ... others (2020). Part 6: resuscitation education science: 2020 american heart association guidelines for cardiopulmonary resuscitation and emergency cardiovascular care. *Circulation*, 142(16_Suppl_2), S551–S579.
- Cheumar, M. T., dkk. (2023). Analysis of paylater customer intentions in e-commerce with the planned behavior method theory approach. *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance*, 4(1), 1–22.
- Chiu, W., dkk. (2021). Knowledge mapping and sustainable development of esports research: A bibliometric and visualized analysis. *Sustainability*, 13(18), 10354.
- Cole, D. G. (2024). Review of thematic cartography and geovisualization. *Cartographic Perspectives*(103), 106–112.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Cornelli, J. L. O., Giulio, dkk. (2023). *Climate tech 2.0: social efficiency versus private returns*. Bank for International Settlements, Monetary and Economic Department.
- De, A., dkk. (2018). Past themes and future trends in medical tourism research: A co-word analysis. *Tourism management*, 65, 200–211.
- Devano, A. M., dkk. (2024). Analysis of paylater usage on impulse buying behaviour of e-commerce users in batam. Dalam *International conference on applied science and technology on social science 2023 (icast-ss 2023)* (hal. 798–810).
- Dormezil, S., dkk. (2019). Differentiating between educational data mining and learning analytics: A bibliometric approach. Dalam *Edm (workshops)* (hal. 17–22).
- Duan, C. (2024). Thematic evolution, emerging trends for sharing economy business model research, and future research directions in the post-covid-19 era. *R&D Management*, 54(5), 1104–1130.
- Faisal. (2024). Sustainable development goals on gender equality disclosure practices of indonesian companies. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2362423.
- Faisal, dan Gelar. (2024). The influence of paylater existence on the level of impulsive buying behavior in society. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(4), 622–630.
- Feralda, M., dkk. (2023). The influence of financial attitude, self control, and hedonism style on financial management behavior of student shopee paylater users in jembar district. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 6(2), 1169–1182.
- Fidelia, I.-S. (1998). A linguistic and mathematical method for mapping thematic trends from texts.
- Firmansyah, I. M. I., dkk. (2021). Analisis bibliometric dari program hibah (bibliometric of grants program). *Shaut Al-Maktabah: Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi*, 13(2), 131–144.
- Fitriyah, N. W., dan Nadlifatin, R. (2024). Behavioral factors of intention to use pay later services. a systematic literature review. Dalam *E3s web of conferences* (Vol. 501, hal. 02010).
- Franceschet, M. (2009). A cluster analysis of scholar and journal bibliometric indicators. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(10), 1950–1964.
- Gonzalez, G., dkk. (2021). Thematic research clusters in very old populations

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(greater than or equal to 80 years): a bibliometric approach. *BMC geriatrics*, 21, 1–13.

Hamidah, S. F., dkk. (2024). Analysis of paylater usage on impulsive buying behavior. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 187–193.

Hilmi, L. D., dan Pratika, Y. (2021). Paylater feature: impulsive buying driver for e-commerce in indonesia. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2).

Huang, J.-H., dkk. (2021). A historical review and bibliometric analysis of research on weak measurement research over the past decades based on biblioshiny. *arXiv preprint arXiv:2108.11375*.

Inan, D. I., Hidayanto, A. N., Juita, R., Soemawilaga, F. F., Melinda, F., Puspaciantya, P., dan Amalia, Y. (2023). Service quality and self-determination theory towards continuance usage intention of mobile banking. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(2), 303–328.

Intan, dan Pramesti. (2023). *Pengaruh literasi keuangan digital, perilaku keuangan dan impulsive buying terhadap kerentanan keuangan dengan pay later sebagai pemoderasi* (Unpublished doctoral dissertation). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta.

Iswariyadi, A., dkk. (2023). How to improve the propensity to indebtedness of shopee paylater gen z users? *Arkus*, 9(1), 308–312.

Jamra, R. K., dkk. (2020). Systematic review of issues and solutions for security in e-commerce. Dalam *2020 international conference on electrical engineering and informatics (iceltics)* (hal. 1–5). IEEE. doi: 10.1109/ICELTICS51229.2020.9291030

Jullisi, J., dan Zulkifli, S. M. (2023). Pengaruh promosi dan paylater terhadap impulse buying pada marketplace shopee (studi kasus pengguna aplikasi shopee di cikarang). *Jubisma*, 5(1), 91–105.

Karishma, J., dkk. (2021). Bibliometric analysis of the journal of indian association of public health dentistry from 2014 to 2020. *Journal of Indian Association of Public Health Dentistry*, 19(3), 180–183.

Khan, M. A., dkk. (2021). Value of special issues in the journal of business research: A bibliometric analysis. *Journal of business research*, 125, 295–313.

Krause, B. H. N., Stefanie, dkk. (2025). Evolution of learning: Assessing the transformative impact of generative ai on higher education. *Frontiers of Digital Education*, 2(2), 1–15.

Kriegel, H.-P., dkk. (2009). Clustering high-dimensional data: A survey on subspace clustering, pattern-based clustering, and correlation clustering. *Acm*



transactions on knowledge discovery from data (tkdd), 3(1), 1–58.

Larasati, D., dan Hwihanus, H. (2023). Upaya pengembangan dan peran sistem informasi manajemen dalam e-commerce shopee. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(1), 78–89.

Limanan, C. C., dan Keni, K. (2023). Behavioral intention to use digital wallets in indonesia. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(2), 216–227.

Linuwih, H. (2022). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan pay-later* (Unpublished doctoral dissertation). Universitas Islam Indonesia.

Liu, A., dkk. (2021). Cross-border e-commerce development and challenges in china: A systematic literature review. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 17(1), 69–88.

Lubi, A., dan Sanaji, S. (2023). Testing the theory of planned behavior and perceived risk to predict intention to used of pay later services. *Journal of Business and Management Review*, 4(9), 669–685.

Maalej, A., dan Kallel, I. (2020). Does keystroke dynamics tell us about emotions? a systematic literature review and dataset construction. Dalam *2020 16th international conference on intelligent environments (ie)* (hal. 60–67).

Maeng, J., dkk. (2023). Should i buy now, pay later? an empirical study of consumer behavior in e-commerce.

Maesen, S., dan Ang, D. (2025). Buy now, pay later: Impact of installment payments on customer purchases. *Journal of marketing*, 89(3), 13–35.

Mahmud, A., dan Fatikhah, N. (2023). Can interest in using paylater mediate impulse buying behavior online? *Dinamika Pendidikan*, 18(1), 75–87.

Mulay, P., dkk. (2020). Distributed incremental clustering algorithms: A bibliometric and word-cloud review analysis. *Science & Technology Libraries*, 39(3), 289–306.

Mustafa, Z., dkk. (2020). Global research trends in pro-environmental behaviour (peb) studies in the field of computer science from 1976-2019: A bibliometric analysis. *J. Sci. Res.*, 9(2), 136–145.

Mutia, U. S., dkk. (2023). Research trends on collaborative governance approaches in the developing country: A bibliometric analysis. Dalam *Proceedings of the international conference on multi-disciplines approaches for the sustainable development* (hal. 163–170).

Nabela, H. R., dan Albari, A. (2023). The influence of online customer shopping experience on online impulsive buying in e-commerce with attitudinal loyalty as a mediation variable. *International Journal of Research in Business and*

- Social Science*, 12(6), 56–65.
- Nikolaus, K. F., dkk. (2024). Pengaruh penggunaan metode pembayaran pay later dan financial literacy terhadap perilaku pembelian impulsif oleh pengguna e-commerce generasi z di indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11274–11289.
- Ningsih, M. C., dkk. (2023). Pengaruh literasi keuangan, manfaat paylater dan pendapatan generasi z terhadap minat penggunaan paylater di platfrom shopee pada kecamatan tambun selatan. *Jurnal Economina*, 2(11), 3218–3231.
- Noer, M. R., dkk. (2024). Impact of fintech regulations on spaylater operations as well as a review of spaylater consumer protection laws. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK dan BI)*, 7(1), 348–356.
- Nonis, M. F., dkk. (2024). Increasing online purchase intention based on the integration of the technology acceptance model and theory of planned behavior. *International Journal of Management and Digital Business*, 3(1), 15–31.
- Omar, S., dkk. (2021). M-commerce: The nexus between mobile shopping service quality and loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102468.
- Onan, A. (2019). Two-stage topic extraction model for bibliometric data analysis based on word embeddings and clustering. *IEEE Access*, 7, 145614–145633.
- Palla, G., dkk. (2015). Hierarchical networks of scientific journals. *Palgrave Communications*, 1(1), 1–9.
- Patil, R. R., dkk. (2023). A bibliometric and word cloud analysis on the role of the internet of things in agricultural plant disease detection. *Applied System Innovation*, 6(1), 27.
- Pertiwi, T. K., dkk. (2025). Exploring platform trust, borrowing intention, and actual use of paylater services in indonesia and malaysia. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(5), 255.
- Pisati, M. (2004). Simple thematic mapping. *The Stata Journal*, 4(4), 361–378.
- Podsakoff, P. M., dkk. (2008). Scholarly influence in the field of management: A bibliometric analysis of the determinants of university and author impact in the management literature in the past quarter century. *Journal of management*, 34(4), 641–720.
- Powell, R., dkk. (2023). The relationship between responsible financial behaviours and financial wellbeing: The case of buy-now-pay-later. *Accounting & Finance*, 63(4), 4431–4451.
- Pramesti. (2022). Pengaruh hedonic shopping motivation dan shopping lifestyle terhadap perilaku impulse buying pada pengguna shopee di surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 945–962.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Pratama, D. R. I. M. H. I. A. A., Nizar Rafi Setiadi, dkk. (2025). Feature fusion with albugmentation for enhancing monkeypox detection using deep learning models. *Journal of Computing Theories and Applications*, 2(3), 427–440.
- Rahima, P., dan Cahyadi, I. (2022). Pengaruh fitur shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa universitas mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50.
- Rantung, H. M., dkk. (2020). The determinants influencing behaviorial intention to use e-wallet during covid-19 pandemic in manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4).
- Rodríguez, R., dkk. (2020). Worldwide trends in the scientific production on rural depopulation, a bibliometric analysis using bibliometrix r-tool. *Land use policy*, 97, 104787.
- Roszko, E., dkk. (2024). Innovation-driven e-commerce growth in the eu: An empirical study of the propensity for online purchases and sustainable consumption. *Sustainability*, 16(4), 1563.
- Rowland, F. (2002). The peer-review process. *Learned publishing*, 15(4), 247–258.
- Ruslana, N., dkk. (2022). A scientometric analysis of urban economic development: R bibliometrix biblioshiny application. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 11(2), 80–94.
- Salam, S., dan Senin, A. A. (2022). A bibliometric study on innovative behavior literature (1961–2019). *Sage Open*, 12(3), 21582440221109589.
- Saleh, A. R., dkk. (2016). Studi bibliometrik pada jurnal standardisasi pasca terakreditasi (2011-2015). *VISI PUSTAKA: Buletin Jaringan Informasi Antar Perpustakaan*, 18(3), 231–240.
- Sandhi, S. S. (2023). Peran self control terhadap impulsive buying pada pengguna pay later. *Jurnal Psikologi*. (In Press)
- Sandra, D. K., dan Fithrotunisa, C. A. (2023). Perilaku impulse buying terhadap layanan spaylater dan gratis ongkir sebagai strategi marketing shopee. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 188–198.
- Saputra, T. R. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonisme dengan kecenderungan impulse buying terhadap trend fashion pada remaja kota. *Skripsi. Surabaya: Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*.
- Sari, R. (2021). Pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce di indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57.
- Sarmin, S., dkk. (2023). Pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keputusan pembelian produk dodol betawi ceger sukajaya. *JUBISMA*, 5(1), 77–90.

Saskia Chairani, S. (2024). *Tren perilaku impulse buying pada platform e-commerce: Studi bibliometrik di indonesia* (Unpublished doctoral dissertation). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Savelle, E. S., Vilorio Winnett, A., Romano, A. E., Porter, M. K., Shelby, N., Akana, R., ... others (2022). Quantitative sars-cov-2 viral-load curves in paired saliva samples and nasal swabs inform appropriate respiratory sampling site and analytical test sensitivity required for earliest viral detection. *Journal of clinical microbiology*, 60(2), e01785–21.

Sebastiani, F. (2002). Machine learning in automated text categorization. *ACM computing surveys (CSUR)*, 34(1), 1–47.

Setiawati, E., dkk. (2024). The effect of using shopee paylater on impulse buying with hedonic value as a mediation variable. *International Journal of Economic Literature (INJOLE)*, 2(12), 3860–3873.

Sleeman, J., dkk. (2021). Understanding cybersecurity threat trends through dynamic topic modeling. *Frontiers in big Data*, 4, 601529.

Suhayati, E., dkk. (2021). Perkembangan e-commerce untuk usaha kecil. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(3), 626–631.

Suryadi, D., Nasrulloh, A., Yanti, N., Ramli, R., Fauzan, L. A., Kushartanti, B. W., ... others (2024). Stimulation of motor skills through game models in early childhood and elementary school students: systematic review in indonesia. *Retos*, 51, 1255–1261.

Syahid, A., dan Mukminatien, N. (2021). Thirty years of teflin journal: A bibliometric portrait through the lens of microsoft academic. *arXiv preprint arXiv:2105.06609*.

Syaifullah, S. A. A., dan Nordin, N. M. (2024). Mobile tourism research and practices: A comprehensive bibliometric exploration and future study direction. *Journal of Applied Engineering and Technological Science*, 6(1), 21–47.

Taqi, M., dkk. (2021). Environmental accounting: A scientometric using biblioshiny. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 11(3), 369–380.

Thangavel, P., dan Chandra, B. (2023). Two decades of m-commerce consumer research: a bibliometric analysis using r biblioshiny. *Sustainability*, 15(15), 11835.

Tut, D. (2021). Cash holdings and firm-level exposure to epidemic diseases: Covid-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

19, sars, h1n1, ebola, zika. *SARS, H1N1, Ebola, Zika* (September 8, 2021).

Van, L., Nees, dkk. (2009). Software survey: Vosviewer, a computer program for bibliometric mapping. *scientometrics*, 84(2), 523–538.

Vladimir, Z. (1996). Electronic commerce: structures and issues. *International journal of electronic commerce*, 1(1), 3–23.

Watrianthos, R., dkk. (2022). Studi bibliometrik jurnal media informatika 2018-2022. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 7(1), 409–415.

Wigati, W., dan Setyorini, H. (2024). The influence of locus of control, lifestyle, and financial socialization, on financial management behavior in shopee paylater user students. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 11(1), 130–138.

Wiyata, W., dan Kusuma, D. A. (2024). Driving factors of impulsive buying decisions: The case of buy now pay later service. *Media Bina Ilmiah*, 18(9), 2299–2310.

Yasin, R. N., dan Marsiska, S. (2023). Pengaruh penggunaan layanan paylater terhadap perilaku impulsif mahasiswa pengguna e-commerce di jawa barat. *Applied Business and Administration Journal*, 2(2), 59–65.

Yu, D., dkk. (2017). Information sciences 1968–2016: A retrospective analysis with text mining and bibliometric. *Information Sciences*, 418, 619–634.

Zulfikar, R., dkk. (2024). Pathway of online impulsive buying tendency research (2007-2024): Bibliometric analysis. Dalam *Rsf conference series: Business, management and social sciences* (Vol. 4, hal. 16).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Neha Mella Cia lahir di Kota Pekanbaru, pada tanggal 14 Mei 2003. Peneliti merupakan anak dari Bapak Indra Fitri dan Ibu Susilawati. Peneliti adalah anak kedua dari lima bersaudara. Pada tahun 2008 peneliti memulai pendidikan Taman Kanak-Kanak TK Pertiwi Kota Pekanbaru. Setelah menyelesaikan pendidikan TK peneliti melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar di SD Negeri 006 Buluh Rampai, Belilas dan selesai pada tahun 2015. Peneliti melanjutkan pendidikan di SMP Nurul Ikhlas dan SMA Nurul Ikhlas selama enam tahun dari tahun 2015 hingga tahun 2021. Setelah menyelesaikan pendidikan di SMP Nurul Ikhlas dan SMA Nurul Ikhlas, peneliti pun melanjutkan pendidikan dengan menjadi mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selama menjadi mahasiswa, peneliti mencoba aktif dengan mengikuti beberapa acara di kampus seperti lomba *Badminton* dan lomba *Solo Song* serta peneliti meraih juara 2 pada perlombaan *Solo Song* antar mahasiswa Program Studi Sistem Informasi yang diadakan Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HIMASI) periode 2023. Akhir kata, peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga serta ribuan terima kasih atas bantuan dari seluruh pihak yang terkait sehingga selesainya Tugas Akhir ini yang berjudul “*Impulsive Buying pada e-Commerce terhadap Payment Method: Systematic Literature Review*”.