

DAFTAR PUSTAKA

- A'la, C. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech).
- Amry, Z. (2011). Uji Normalitas Dan Homogenitas Dalam Penelitian Kuantitatif.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491-6504.
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. (2016). The Efect Of Trust and Information Quality to Online Purchase Decision On The Site Www.Traveloka.com. *E-Proceeding of Manajemen*.
- Asri, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card).
- Astin Naomi Saekoko, dkk. (2020). Analisis Faktor-Faktoryang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal Manajemen*.
- Blessky, A., Naiya, L., & Asmalida. (2022). Analisis Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo Dan Gopay. *Konferensi Nasional Sosial dan Engnineering Politeknik Negeri Medan*.
- Candra, H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tropicana Slim yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen*.
- Candra, H; Sitinjak, T. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tropicana Sslim yang Dimesiasi Oleh Sikap Konsumen di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen*.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Dea, Nuryadi, & Arifin, S. (2023). Pengaruh Brand Trust, Kemudahan Fintech, dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Paylater Payment (Studi Kasus di Kelurahan Gading RT. 10 RW. 07 Kota Surabaya). *Jurnal ekonomi, Bisnis dan Manajemen*.
- Epi S, F. N. (2022). Pengaruh Faktor Fasilitas Sekolah Terhadap Motivasi Belajar Siswa Kelas V. *Jurnal Eduscience*.
- Fahimah, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang. *Journal of Economics and Bussines*.
- Fahimah, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang. *Journal of Economics and Business*.

- Fajrin, L., & Gunadi, W. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Pengguna Shopee Di Daerah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*.
- Fanny, & Sri. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol 8 No 3*.
- Fauziah, A. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Penggunaan Aplikasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Pada Massa Pandemi Covid-19.
- Gozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, T. R., & Mukhlis, I. (2022). Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Menggunakan Layanan Shopeepay: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*.
- Hasanah Jaya Asja, S. S. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta (The Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use and Income on Interest in Using Paylater: A Case Study of Peo. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*.
- Hatmawan, S. R. (2020). *Metode Riset Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: 2020.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indri; Simon; Maria. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Tokopedia di Kota Kupang yang Dimediasi Minat Beli. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper*.
- Iswara, D. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian. *IOSR Journal of Economics and Finance*.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Jawa Tengah: Penerbit NEM.
- Kotler dan Keller. (2015).
- Mahwan. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Locus of Control terhadap Keputusan Investasi Pengusaha Muda di Singaraja. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*.
- Muhammad, I. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Belanja Online di Marketplace Tokopedia. *repository.radenintan*.
- Muslihah, F. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam.

- Nasrullah, M. (2016). Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam*.
- Ningsih, S. (2020). Strategi Membangun Costumer Trust pada Onlina Shop Dikalangan Mahasiswa Milenial. *Journal of Islamic Maagement and Bussines*.
- Oci Aprilia P. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Teknologi Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di E-Commerce Shopee.
- Perdana, O. A. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Teknologi Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di E-Commerce Shopee.
- Putri, S., Safitri, H., & Hariyano, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Technology Acceptance Model Terhadap Minat Menggunaka Paylater Pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*.
- Resa, NA; Anjarwati, AL. (2019). Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Rianto, M. N. (2013). *Teori Makro Ekonomi Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan, M. (2019). Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Rifqi, S; M. Zaky. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myra Publisher.
- Rini. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Rossa, A., & Ashfat, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater di Jadetabek. *Seminar Nasional Akuntansu dan Manajemen*.
- Rossa, Adela; Ashfath, Fathir. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater di Jadetabek. *Prosiding SNAM PNJ*.
- Saputri, & Iskandar. (2022). Analisis Pengaruh Risiko, Kemudahan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa FEBI IAIN Langsa.
- Sari, S., & Yatun, R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Gopaylater Pada Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Prenada Media Group.
- Shella, G. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Risiko dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Online Shopee.
- ShopeePaylater. (n.d.). *Apa Itu ShopeePayLater*. Retrieved Oktober 27 Oktober, 2023, from <https://help.shopee.co.id/article/Apa-ituShopeePayLater>
- Siregar, W., & Nasution, A. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan . *Jurnal Syntax*.

- Soediro, S. (2019). Prinsip Keamanan, Privasi, dan Etike Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik daalam Perspektif Hukum Islam. *Kosmik Hukum*.
- Sukron, A. R. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Islamic Branding dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.
- Surapti. (2020). Strategi Membangun Costumer Trust pada Online Shop di Kalangan Mahasiswa Milenial. *Journal of Islamic Management and Bussines*.
- Wardoyo, A. (2017). Sosial Facebook Dalam Penerapan Strategi Promosi Penjualan Online Shop. *Jurnal Manajemen Daya Ssaing*.
- Wisnumurti, R. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Perspsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Atasan Wanita Yang Dijual Secara Online Melalui Grup Blackberry Messenger (Studi Pada Girls Outfit Project Shop). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Yosifa, M. (2020). Hubungan Antara Dimensi-Dimensi Persepsi Risiko Berbelanja Online dan Niat Membeli Produk Fashion Pada Wanita Dewasa Awal.
- Zahroh, A., & Aldila Septiana, R. Z. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater pada Mahasiswa di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.

