

## DAFTAR PUSTA

- Aisah, S. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA)*.
- Akhiruddin, S., Atmowardoyo, H., & Nurhikmah, H. (2019). Belajar dan Pembelajaran. Gowa: Cahaya Bintang Cemerlang, 193–206.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 2(4), 309-325.
- Cauna, A., Pratiknjo, M. H., & Deeng, D. (2019). Perilaku mahasiswa asal papua dalam proses belajar di lingkungan kampus Universitas Sam Ratulangi Manado. *HOLISTIK, Journal of Social and Culture*.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan resiko terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater. *proceeding of manajement*, 1-15.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Fathoni, A. (2006). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota malang. *MBR (Management and Business Review)*, 3(2), 116–123.
- Hardhika, R. E., & Huda, M. A. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa di Surabaya. *Commercium*, 4(2), 19–32.
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital Ovo Di Surakarta. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 11(1), 19–29.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI PEMBELIAN SECARA TERHADAP ONLINE PADA MATAHARIMALL.COM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6, 1-8.
- Marini (2022). PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI DANA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. hlm 22
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP

- KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ONLINE LAZADA. *Jurnal Manajemen*, 87-94.
- Niswa, N. L. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fashion Muslim Pada Toko Antaradinhijabs di Shopee.
- Nst, V. F. H. (2023). PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN DIMEDIASI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK PADA INDOMARET CABANG MANDALA BY PASS. *Jurnal Ilmiah METADATA*, 5(2), 350–372.
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, dan Resiko terhadap minat bertransaksi menggunakan Dinancial Technology (Fintech) pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*, 200-222.
- Octavia, Kezia M. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pelanggan dalam Membentuk Minat Penggunaan Ulang Paylater. *Laporan Skripsi Terapan*, hlm 58.
- Putra, A. (2020, September). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Implikasinya pada Minat Pembelian Ulang Produk Sunnygold (Studi Kasus Pada Konsumen SunnyGold Di Jakarta Selatan). *Jurnal JDM*, 196-211.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818–828.
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019, September 19). PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHDAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE. *Jurnal Sistem Informasi*.
- Rahayu, L.D. (2022). PENGARUH PERSEPSI RISIKO DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER. *Skripsi*, hlm 10
- Riadi, M. (2021, januari 08). Kepercayaan Konsumen (Pengertian, Aspek, Jenis, Indikator, dan Strategi). Retrieved maret 24, 2023, from Kajian Pustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepercayaan-konsumen-pengertian-aspek.html>
- Santi, I. H., Kom, S., Kom, M., Sudiasmo, F., & Sos, S. (2020). Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dan Actual Usage Pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah. *Jakad Media Publishing*.

Saputra, H. A., & Susanti, E. D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Intensitas Pengguna Pay Later Terhadap Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee Paylater Usia Produktif Kota Surabaya). *Journal of management and Business*, 4, 52-61.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Shopee PayLater, dalam <https://help.shopee.co.id/article/Apa-ituShopeePayLater>,

Septiani, L. (2023). Mahasiswa Terjerat Paylater, Mayoritas Dipakai untuk Apa?. *Mahasiswa Terjerat Paylater, Mayoritas Dipakai untuk Apa? - Fintech Katadata.co.id*

