

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A., Wahono, B., & Bastomi, M. (2024). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan BRI Mobile (Brimo) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 864–872.
- Adityaa, N., & Ritonga, H. J. (2023). Strategi Komunikasi Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan Terhadap Kaum Milenial Melalui Fitur Paylater. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(3), 1201–1209.
- Aeni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). Eksplorasi Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 15(1), 86–94.
- Aftika, S., Hanif, H., & Devi, Y. (2022). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopeepaylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 81–100.
- Akbar, R. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Resiko Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di Solo Raya. *JREA: Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 213–235.
- Astuti, D. Y., & Mahmud, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 414–430.
- Aurin, R., & Kusumastuti, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater. *Jurnal Cendekia Akuntansi*, 4(2), 82–93.
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2025). *Jumlah Penduduk Surabaya Menurut Jenis Kelamin Dan Kelompok Umur*. BPS Surabaya. Diakses pada 20 Februari 2025, pukul 19.00 WIB, dari <https://surabayakota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjM2IzI=/jumlah-penduduk-surabaya-menurut-jenis-kelamin-dan-kelompok-umur.html>
- Databoks. (2024). *Dompot Digital (Fintech Pembayaran) Paling Diandalkan Warga RI 2024*. Katadata. Diakses pada 12 Februari 2025, pukul 15.00 WIB, dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/6787938b3c18e/dompot-digital-fintech-pembayaran-paling-diandalkan-warga-ri-2024>
- Databoks. (2024, Agustus 25). *8 Layanan Paylater Terpopuler Di Indonesia, Shopee Paylater Juara*. Katadata. Diakses pada 12 Februari 2025, pukul 15.00 WIB, dari

<https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/1c97d81669f0cb7/8-layanan-paylater-terpopuler-di-indonesia-shopee-paylater-juara>

- Databoks. (2025). *Pengguna Internet Di Indonesia Meningkat Awal 2025*. Katadata. Diakses pada 12 Februari 2025, pukul 15.00 WIB, dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67cea598efeab/pengguna-internet-di-indonesia-meningkat-awal-2025>
- Fadillah, F., Hartono, H., & Sodikin, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Aplikasi Linkaja Telkom Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(2), 277–285.
- Fahmi, S. M., Jasmir, J., & Agustini, S. R. (2024). Analisis Persepsi Terhadap Teknologi Augmented Reality Dalam Kegiatan Pembelajaran Di Kota Jambi Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus: SD, SMP, SMA Attaufiq). *Jurnal Informatika dan Rekayasa Komputer (JAKAKOM)*, 4(1), 874–882.
- Faizah, O. A., Suparti, & Hoyyi, A. (2021). Analisis Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Platform Shopee Dengan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Gaussian*, 10(3), 423–434.
- Ferdinand, A. (2014). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd Ed.). SAGE Publications.
- Handayani. (2021). Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping. *UG Jurnal*, 15(4), 58–65.
- Harahap, A. F., Nasution, A. W., & Mahdaleni, D. (2022). Pengaruh Pelayanan, Good Corporate Governance, Metode Pembayaran Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 458–464.
- Hardi, V. (2021). Pengaruh Kinerja Layanan Dan Promosi OVO Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital OVO (Survey Pada Masyarakat Surabaya). *Commercium*, 3(3), 180–191.
- Harsanti, T. D., Kasmin, & Novitasari, R. (2024). Tinjauan Hukum Bisnis Syariah Terhadap Penggunaan OVO Paylater. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(2), 163–170.
- Hendrawan, A. K., & Hendrawan, A. (2020). Gambaran Tingkat Pengetahuan Nelayan Tentang Kesehatan Dan Keselamatan Kerja. *Jurnal Sainlara*, 5(1), 26–32.

- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan Di Jabodetabek. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424–437.
- Ibrahim, T., & Umuhani, P. (2021). Pengaruh Manajemen Pemasaran Jasa Terhadap Citra Lembaga Pendidikan Di Madrasah Tsanawiyah Ma'arif Cikeruh Jatinangor Sumedang. *Jurnal Islamic Education Manajemen*, 6(2), 221–230.
- Kalangit, D. O. C., & Wulansari, K. (2022). Trust And Its Effect On Behavioral Intention Through Technology Acceptance Model On E-SPPT Online Taxpayer Service Of Samarinda City. *Business Administration Department, Politeknik Negeri Samarinda*, 306-310.
- Kartika, I., & Fariza, M. (2022). Analisa 7P Marketing Mix Untuk Pengembangan Strategi Manajemen Pemasaran Pada Perumahan Grand Sutawangi Majalengka. *JIEB: Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 8(1), 13–20.
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2522–2535.
- Kota, T. P., & Kusumastuti, S. Y. (2022). Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276–288.
- Lesilolo, R. A. A., Kembau, A. S., & Malae, F. E. (2024). Menilai Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Adopsi Layanan Paylater: Perspektif Pengguna Shopee Paylater Di Jakarta. *Jurnal Digismantech*, 4(1), 18–33.
- Lestari, D., Darma, D. C., & Muliadi, M. (2020). Fintech And Micro, Small And Medium Enterprises Development: Special Reference To Indonesia. *Entrepreneurship Review*, 1(1), 1–9.
- Lestari, W. P., Soebiantoro, U., & Amriel, E. E. Y. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui OFD Gofood: Studi Pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2774–2789.
- Melaardi, B. F., & Apriyanti. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Pada Marketplace Shopee Di Masa Pandemi COVID-19. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4*, Universitas PGRI Madiun.
- Musanna, K. (2024). Implementasi Praktik Shopee Paylater Dalam Perspektif Ba'i As-Salam. *Taqnin: Jurnal Syariah dan Hukum*, 6(2), 139–144.

- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan Teknologi. *Jurnal RechtsVinding*, 9(2), 183-201.
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11–21.
- Oktavia, Y., Istiatin, & Sarsono. (2024). Analisis Kemudahan Pembayaran, Tingkat Resiko Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater: Studi Kasus Pengguna Shopee Masyarakat Surakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4400–4410.
- Oktaviani, N. I., Hermawan, R. P., & Utami, C. R. (2024). Tinjauan Hukum Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Layanan Shopee Paylater. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa (JIPM)*, 2(6), 1–10.
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier Di Surabaya. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764–772.
- Panasea, I. G. N. O., & Erliani, N. K. (2021). Peran Promosi Penjualan Dalam Modifikasi Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Pada Niat Menggunakan E-Wallet Di Kota Denpasar. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 15(2), 289–301.
- Populix. (2023). Fintech Lending & Paylater Adoption: October 2023 Newsletter. Diakses pada 12 Februari 2025, pukul 15.00 WIB, dari <https://populix.co>
- Putri, R. R. S., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 708-722.
- Rahmawati, A. (2024, Agustus 25). *Wow! 143,7 Juta Orang Indonesia Pakai Paylater Hingga Juni 2024*. Bisnis.com. Diakses pada 14 Februari 2025, pukul 17.00 WIB, dari <https://finansial.bisnis.com/read/20240825/563/1793817/wow-1437-juta-orang-indonesia-pakai-paylater-hingga-juni-2024>
- Rismalia, & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. *SINOMIKA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(3), 561–568.

- Rizqi, A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Risiko Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di Solo Raya. *JREA: Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 213-235.
- Rumagit, M. F., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Go-Food Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 2176–2185.
- Safitri, T. A. (2021). Kontribusi Fintech Payment Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masa Pandemi COVID-19. *Daya Saing: Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 23(2), 140–145.
- Saragih, H. S., Soemitra, A., & Nurbaiti. (2023). Pengaruh Promosi, Persepsi Manfaat Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3), 639-649.
- Setiawan, E., & Sutrisno, E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 129-140.
- Setiyaningrum, B. M., & Supriyono. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Voucher Internet XL Pada “Konter Kusuma”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(2), 196-204.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Cetakan Ke19). Alfabeta.
- Suhardi, M. A., Febliansa, M. R., Anzori, & Damarsiwi, E. P. M. (2023). Pengenalan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dalam Kegiatan Transaksi Belanja Online Pada Warga Dusun II Desa Sidoluhur. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 2(2), 101-106.
- Suryani, E., Almanika, S., & Septiawan, A. (2021). Persepsi UKM Terhadap Aplikasi Akuntansi Berbasis Android Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behavior. *Jurnal Magister Manajemen UNRAM*, 10(3), 199–214.
- Wahyuddin, A., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Pelatihan, Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Toko Global Bangunan Cab. Nangka Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 95-108.
- Wijaya, E., & Susilawati, R. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepercayaan (Trust) Pada Adopsi Layanan Fintech (Studi Kasus Pada Layanan Pembayaran Digital Gopay). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2(1), 202-209.