

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2020). *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust*. CV Penerbit Qiara Media.
- Agata, E. T., Pradekso, T., & Naryoso, A. (2023). Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan Shopee PayLater dan Persepsi Risiko Layanan Shopee PayLater terhadap Keputusan Pembelian Fashion menggunakan Shopee PayLater. *Jurnal Interaksi Online*, 12(1), 92–105.
- Almaiah, M. A., Al-Otaibi, S., Shishakly, R., Hassan, L., Lutfi, A., Alrawad, M., Qatawneh, M., & Alghanam, O. A. (2023). Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM. *Sustainability Journal*, 15(9908), 1–17.
- Amalia, S. R., Relifra, Muniroh, & Astutik, E. P. (2024). *Manajemen Pemasaran Bisnis*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Ambarita, R., & Siagian, M. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Online Lazada. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 435–447.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Anwar, M. C., & Nuzil, N. R. (2025). Pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan, Terhadap Minat dan Keputusan Pengguna Dompot Digital Dana. *Community Engagement and Emergence Journal*, 6(2), 1029–1043.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data dan

- Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Aurani, K., & Dirbawanto, N. D. (2024). Pengaruh Online Customer Review dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sociolla Kota Medan). *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital (JUMABEDI)*, 1(2), 162–177.
- Ayub, J. S. E., & Wendy. (2025). Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Penggunaan Teknologi Keuangan: Sebuah Tinjauan Konseptual. *Manajemen Business Innovation Conference*, 8(1), 26–45.
- Ayumi, B., & Budiatmo, A. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 1169–1176.
- Baker, H., Kaddumi, T. A., Nassar, M. D., & Muqattash, R. S. (2023). Impact of Financial Technology on Improvement of Banks' Financial Performance. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(230), 1–20.
- Bland, E., Changchit, C., Changchit, C., Cutshall, R., & Pham, L. (2024). Investigating the Components of Perceived Risk Factors Affecting Mobile Payment Adoption. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(216), 1–18.

- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Quality: Tinjauan Teoritis. In *CV IRDH*. CV IRDH.
- Damanik, F. T., Purba, P., & Purba, R. R. (2023). Pengaruh Flash Sale dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Aplikasi Lazada (Studi Kasus: Universitas Sari Mutiara Indonesia). *Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial*, 5(1), 153–167.
- Darmawan, H. (2021). Pengaruh Persepsi Resiko dan persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan Fintech. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 178–183.
- Dewi, S. N. (2018). *Manajemen Pemasaran: Kekuatan Preferensi Pengalaman Sebagai Solusi Peningkatan Niat Melanjutkan Pembelian Produk*. Deepublish.
- Ernawati, I., & Setiawaty, D. (2021). Efektifitas Layanan Bimbingan Kelompok dengan Teknik Psikodrama dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Kelas VII D di SMP Megeri 11 Yogyakarta Tahun Ajaran 2017/2018. *G-Couns: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 5(2), 220–225.
- Fahrizal, Suherman, & Febrilia, I. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness dan Satisfaction terhadap Continuance Intention Pengguna Aplikasi Food Delivery Saat Pandemi. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(2), 408–427.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21009/jbmk.0402.08>
- Fitria, N. (2024). Jurnal Dinamika Sosial dan Sains. *Jurnal Dinamika Sosial Dan*

Sains, 1(1), 1–6.

- Girsang, R. M., Mardah, S., Saragih, L., Anisah, H. U., Purba, M. I., Sugiat, M. A., Martini, E., Krismawintara, N. P. D., Iswandi, M., Rosharita, Yudhyani, E., Sugangga, M., Wijaya, A., Setyasari, U. E., Nani, & Amruddin. (2023). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Aplikasinya*. CV. Media Sains Indonesia.
- Gunawan, H. S., Sofitra, M., & Djanggu, N. H. (2021). Peningkatan Future Behavioral Intention (FBI) Pelanggan E-Commerce dengan Mempertimbangkan Efek Sugrophobia. *Jurnal Teknik Industri Universitas Tanjungpura*, 5(1), 138–153.
- Gurning, J. S. P. (2025). Transaksi Belanja Online Melalui Paylater Pada Masyarakat di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(2), 109–123.
- Habiba, S., Sissah, & Siregar, E. S. (2024). Analisis Penggunaan Fitur Shopee PayLater dalam Perspektif Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN STS Jambi. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(3), 170–184.
- Habiballah, A., & Rustam, T. A. (2025). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Pembayaran Shopee Paylater pada Mahasiswa Kota Batam. *Akademik: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(2), 648–659.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37481/jmeh.v5i2.1318>
- Hakim, L., & Hapsari, R. A. (2021). Financial Technology Law. In *CV. Adanu Abimata*. CV. Adanu Abimata.

- Hamid, N., Maksar, M. S., Swastika, Y., & Tenripadang, A. M. Z. (2025). An Analysis of the Continuance Intention of QRIS Users in Southeast Sulawesi Using the Expectation Confirmation Model (ECM). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1), 68–78.
- Hanafi. (2011). Dasar-Dasar Fintech (Financial Technology). In *Aswaja Pressindo*. Aswaja Pressindo.
- Hapsari, N. P. A., Widyastuti, U., & Aditya, S. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang Paylater pada Generasi Z dan Generasi Milenial. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 5(1), 47–78.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, dan Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit UNM.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2012). *Structural Equation Modeling untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hidayat, R., & Wulandari, P. (2022). Structural Equation Modelling (SEM) in Research: Narrative Literature Review. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 5(6), 852–858.
- Ihsan, J. M., Imtihan, K., & Zulkarnaen, M. F. (2026). Integrating SERVQUAL and ECM to Explain E-Wallet Satisfaction and Continuance in Semi Urban and Rural Indonesia. *Journal of Information Systems and Informatics*, 8(1), 956–991.
- Imanuella, G. D., & Ferdinand, A. T. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness,

- Service Quality, dan Customer Engagement Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Experience sebagai Mediasi (Studi pada Pengguna Netflix). *Diponegoro Journal Of Management*, 13(3), 1–15.
- Indriyani, A. D., & Halik, B. R. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Masyarakat di Kecamatan Menganti-Gresik). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Sosial Sains*, 3(1), 31–38.
- Irwanto, M. R., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Niat Pembelian Ulang Konsumen Shopee saat Pandemi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 289–302.
- Istifadhoh, N., A'yun, I., & Mufidhoh, H. (2021). Sharia Fintech As An Instrument Of National Economic Recovery Amid The Covid-19 Pandemic. *Dinar : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 8(2), 66–77.
- Jangir, K., Sharma, V., Taneja, S., & Apoga, R. R. (2022). The Moderating Effect of Perceived Risk on Users Continuance Intention for FinTech Services. *Risk Financial Management Journal*, 16(1), 1–23.
- Juniantara, I. M. A., & Aksari, N. M. A. (2025). The Role of Customer Satisfaction in Mediating the Effect of Perceived Value and Trust on Reuse Intention. *The 2nd International Students Conference on Economics and Business Excellence Journal (ISCEBE)*, 2(1), 488–492.
- Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). The Effects of Buy Now, Pay Later (BNPL) on Customers Online Purchase Behavior. *Journal of Retailing*, 100(2024), 602–617.
- Kurniawan, A. C., Rachmawati, N. L., Ayu, M. M., Ong, K. S., & Redi, A. A. N.

- P. (2023). Determinants of Satisfaction and Continuance Intention Towards Online Food Delivery Service Users in Indonesia Post the COVID-19 Pandemic. *Heliyon Journal*, 10(2024), 1–21.
- Kustiawan, W., Andini, Syahputra, R., Fitri, A., & Ginting, T. R. (2025). Pengalaman Penggunaan Media Sosial dalam Memaknai Perubahan Sosial : Studi Kualitatif Deskriptif Pada Generasi Milenial dan Z di Kota Medan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 14216–14224.
- Litaay, E. A. M., Tjoanda, M., & Kuahaty, S. S. (2025). Consumer Protection in the Use of Traveloka PayLater. *Pattimura Magister Law Review Journal*, 5(2), 375–382.
- Mariyani, K., & Risanta, M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Perilaku Pembelian Impulsif Terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada Generasi Z di Banjarmasin. *ECo-Fin: Economics and Financial*, 7(2), 1169–1180.
- Maskhuliah, P., Rimosan, N. B. A., Maimanah, I., Prawati, D., Rahmadani, N., & Nisa, M. M. K. (2025). Konsep Dasar Pengukuran dan Skala dalam Penelitian Manajemen Pendidikan: Kajian Pustaka. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 2(1), 565–572.
- Mayasari, I., & Kurniaty, D. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Isu Terkini*. Universitas Paramadina.
- Mutthaqin, M. S., Wati, P., & Batubara, C. (2023). Pengaruh SPayLater dalam Online Shop Mahasiswa Muslim di FEBI UINSU. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 1538–1565.

<https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v8i2.19402>

- Nadia, & Ritonga, N. (2022). Pengaruh Perceived of Risk (Persepsi Risiko) Terhadap Minat Beli Online (Studi Pada Masyarakat Dusun 1 Desa Tambon Tunong Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 80–94.
- Nadroh, U. (2025). Peran Fanatisme sebagai Variabel Moderasi terhadap Penerimaan Produk Kosmetik dan Makanan Korea Selatan oleh Konsumen Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 6(2), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.53697/emak.v6i2.2783>
- Natalie, T., & Listen, G. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Resiko pada Pemabayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–10.
- Nazwa, S. (2024). Peran Etika Profesi dalam Membangun Reputasi Bisnis di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 43791–43797.
- Nelvina, Z., & Prima, A. P. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Pada Mahasiswa Akuntansi. *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(2), 137–148.
- Nilawati, & Nelzi. (2023). *Metodologi Penelitian*. Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh.
- Ningrum, D. A., Rizan, M., & Rivai, A. K. (2021). The Effect of Service Quality

- and Brand Image on Repurchase Intention With Brand Trust as Mediating Variable by The Generation Z of E-Wallet Consumers in Jakarta. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 1(4), 340–361.
- Ningsih, B. S. T. S., & Putri, E. (2024). The Effect of Paylater Features, Service Quality, and Free Shipping on Purchasing Decisions. *Jiakes: Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 12(1), 85–94.
- Nissa, H., Rosa, A., Maulana, A., & Natalisa, D. (2024). Mobile Banking Trust: The Role of Security and E-Service Quality in Driving Repurchase Intention. *Al-Buhuts Journal*, 20(2), 105–122.
- Nurdin, I. (2019). *Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku Aparatur dan Komunikasi Birokrasi dalam Pelayanan Publik)*. Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Nurfitri, A. R., Dimiyati, Winarsih, & Setyaningsih, E. (2025). Fenomena Peningkatan Penggunaan Paylater di Indonesia dan Dampaknya Terhadap Perilaku Masyarakat. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(2), 2963–2981.
- Nurkamiden, S., Wolok, T., Ismail, Y. L., & Asi, lisdal. (2024). Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 107–117. <https://doi.org/https://doi.org/10.37479/jimb.v7i1.25059>
- Nursalim, C. P., Tannia, & Robert, A. (2025). Service Quality and Perceived Value Toward Customer Satisfaction in E-Commerce Delivery : The Role of Trust. *International Journal of Applied Business & International Management*

(IJABIM), 10(1), 103–120.

Padilah, S., & Hafidz, G. P. (2025). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(5), 237–257.

Parhan, & Burhanudin, R. A. (2025). Eksplorasi Pengaruh Layanan Paylater terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Platform E-commerce: Studi pada Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Wahana*, 11(6), 151–162.

Pramudita, A. I., Widiharih, T., & Santoso, R. (2020). Penerapan Structural Equation Modeling (SEM) untuk Menganalisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Bisnis (Studi Kasus Kafe di Kecamatan Tembalang dan Kecamatan Banyumanik pada Januari 2019). *Jurnal Gaussian*, 9(2), 122–134.

Prista, D., Wilujeng, I. P., & Siswanto, E. (2025). The Effect Of Content Marketing and Customer Relationship Management On Repurchase Intent and Trust as a Mediating Variable In TORTUIL Businesses. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(3), 2629–2643.

Purnamasari, E. D., Ghina, A., & Coyanda, J. R. (2025). Financial Literacy dan Digital Financial Behavior dalam Pengambilan Keputusan Pengguna Paylater. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 14(1), 36–53.
<https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/5235136>

Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS

- untuk Jumlah Sampel Besar. *Journal of Industrial Engineering and Management Research*, 2(4), 216–227.
- Putra, A. A. P., & Sumartik. (2024). The Role of Customer Experience, Brand Image and Trust on Consumer Repurchase Interests of Indomaret Porong Branch. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4082–4107.
- Putra, D. K., & Lusiana, A. (2023). Pengaruh Promosi, Lokasi, Ulasan Produk, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang di ShopeeFood. *Jurnal Pariwisata Dan Kewirausahaan*, 2(5), 375–384.
- Putri, Y. T., & Lestari, W. D. (2024). The Effect Of Paylater Feature, Service Quality, And Discounts On Ticket Purchase Decisions On The Traveloka Application By Gen Z With Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5882–5892. <https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jiakes.v12i1.2407>
- Ramadhani, M., & Kusumawardhani, A. (2024). Analisis Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen AHASS Motor di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 13(4), 1–11.
- Resti, S., Muchlian, M., Rosita, S., Yurniati, & Denovis, F. O. (2025). Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Aplikasi SMART PLS. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (DEWANTARA)*, 8(2), 1–22.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. UIN Khas Press.

- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen*. UIN Khas Press.
- Rorie, A. G. S., Tumbel, A. L., & Gunawan, E. (2022). The Effect of Trust and Perceived Risk on E-Commerce Purchase Decisions On Tokopedia.Com in Noongan Village, Langowan Barat District. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 6(1), 365–376.
- Saádi, A. (2025). Pengumpulan Data yang Efisien pada Penelitian Tindakan Kelas: Teknik, Alat, dan tantangan. *Al-Amin : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2(2), 90–108.
- Salome, I. O., Ayotunde, O. A., Samuel, O. O., & Samuel, O. O. (2022). From Service Quality to E-Service Quality : Measurement, Dimensions and Model. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 25(1), 1–15.
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater Masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 165–173. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v11n2.p165-173>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57.
- Sativa, A., & Baidhowi. (2025). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Kesejahteraan Finansial Konsumen dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Media Hukum Indonesia*, 3(3), 739–745.
- Sembiring, T. B., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2024). *Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)*. CV Saba Jaya Publisher.

- Setiyono, W. P., Sriyono, & Prapanca, D. (2021). *Financial Technology*. Umsida Press.
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93.
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater di Era Keuangan Digital oleh Generasi Z. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1), 57–70. <https://ejournal.upnvj.ac.id/jye/article/view/7487>
- Solihin, A., Rahmat, A., Oemar, F., & Siswanto, D. (2025). The Influence Of Perceived Organizational Support (POS) on Affective Commitment with Organizational Trust as a Mediating Variable. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(4), 4727–4737.
- Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit LPPM Unilak.
- Sudirjo, F., Wahyuningsih, D., Wijayanto, G., & Wahyono, D. (2024). *Teori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Suharto, & Ligery, F. (2015). *Analisis SEM: Teori dan Praktik*. Lembaga Penelitian UM Metro.
- Sujatmiko, & Kausar, A. (2025). Paylater Adoption as a Mediator Between Financial Literacy, Risk Perception, and Financial Behavior. *Jimkes: Jurnal Imiah Manajemen Kesatuan*, 13(3), 1743–1754.
- Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Umsida Press.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UIR Press.

- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *YUME : Journal of Management*, 4(2), 254–272.
- Tampubolon, E. U. T., & Kusuma, B. (2025). Pemodelan Tingkat Kemiskinan di Provinsi Aceh Menggunakan Distribusi Poisson dan Binomial Negatif. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 2(1), 219–235.
- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Menciptakan Kepercayaan Masyarakat*. CV Multi Pustaka Utama.
- Urnika, A., & Khasanah, I. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–11.
- Utama, D. P., & Sumarna, A. D. (2024). Financial Technology Literacy Impact on Gen-Z in Indonesia. *Dinasti International Journal of Economics, Finance and Accounting (DIJEFA)*, 4(6), 781–787.
- Varma, P., Nijjer, S., Sood, K., Grima, S., & Apoga, R. R. (2022). Thematic Analysis of Financial Technology (Fintech) Influence on the Banking Industry. *Risks*, 10(186), 1–17.
- Wahyudi, Mutmainah, & Puteri, R. A. M. (2022). Analisis Beban Kerja untuk Mengoptimalkan Jumlah QC dengan Metode Work Load Analysis dan NASA TLX di PT. Asianagro Agung Jaya. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 9(2), 133–144.
- Wahyudi, T., & Hutabarat, Z. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat

- Penggunaan Digital Banking: Livin' By Mandiri. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 10(1), 509–525.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). *Mudah, Cepat, Tepat dalam Aplikasi Structural Equation Modeling (Edisi Revisi)*. Literasi Nusantara.
- Widiyanto, H., & Lunaraisah. (2024). Perlindungan Hukum Atas Kebocoran Data Pribadi Konsumen Traveloka Paylater Oleh Perusahaan. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(6), 7351–7364.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. CV Science Techno Direct.
- Widyaningsih, M., Pratiwi, A. S., & Indita, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Shopee PayLater Terhadap Keputusan Pengguna. *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 3(2), 244–254.
- Wijaya, A., Sari, C. P., Pratama, M. A., & Azwari, P. C. (2025). Analisis Layanan PayLater dalam Perspektif Syariah. *J-ESA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 89–104.
- Yasifa, N. A., & Idris. (2024). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang dengan Nilai yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Diponegoro Journal Of Management*, 13(1), 1–11.
- Yasin, A. Y., Wirawan, H. Y., Hanifa, M. F., Bernadeta, N., & Burman, S. (2020). Pembentukan E-Loyalty dengan Framework Kepercayaan - Multidimensi pada E-Commerce di Indonesia. *PERWIRA: Jurnal Pendidikan*

Kewirausahaan Indonesia, 4(1), 13–35.

Yusuf, R., Resmawan, & Payu, B. R. (2021). Penerapan Model Persamaan Simultan dengan Pendekatan Two Stage Last Square pada Kasus Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Matematika, Sains Dan Teknologi*, 9(2), 71–84.

Zahriyah, A., Suprianik, Pramono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Mandala Press.

Zusrony, E. (2021). Perilaku Konsumen di Era Modern. In *Yayasan Prima Agus Teknik*. Yayasan Prima Agus Teknik.