

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisn.* Yogyakarta: ANDI.
- Annur, C. M. (2022, 07 18). *databooks*. Diambil kembali dari Aplikasi Belanja Online Banyak Digunakan, Ini Dia Juaraanya: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/18/aplikasi-belanja-online-paling-banyak-digunakan-ini-dia-juaranya>
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*.
- Bayu, D. J. (2021, 02 15). *databooks*. Diambil kembali dari Konsumen Paling Banyak Pakai Paylater di Shopee: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/15/konsumen-paling-banyak-pakai-paylater-di-shopee>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Square Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (t.thn.). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, TRUST, DAN SECURITY TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GOPAY PADA GENERASI X DI SURABAYA. *Jurnal Manajemen Perhotelan*.
- Mushofa, M. Z., & Lindiawati. (2015). Pengaruh kegunaan, kesesuaian, keuntungan relatif, motivasi hedonic, dan risiko yang dirasakan terhadap penggunaan mobile banking Bank Mandiri Surabaya dimediasi niat perilaku nasabah. *STIE Perbanas Press*.
- Priyono, A. (t.thn.). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik . *Jurnal Siasat Bisnis*.

- Purnamasari, R. A. (2021). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan brand image terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran paylater. *Jurnal Manajemen*.
- Rahayu, N. W., & Ramen A, J. S. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Saraswati, I. A., & Rahyuda, I. (2021). PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS DAN TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION . *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Sugiyono. (Cetakan ke-3, 2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunardi, R., Buchdadi, A. D., & Purwana, D. (2022). Factors Determining Adoption of Fintech Peer-to-Peer Lending Platform: An Empirical Study in Indonesia\*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*.
- Suprpto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image Trust, Security, Perceived usefulness, Perceived Ease of Use terhadap adoption Intention Fintech di kota Batam. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*.
- Utama, M. K. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi (Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.
- Wijaya, H. R., & Tri Astuti, R. S. (2018). The Effect of Trust and Brand Image to Repurchase Intention in Online Shopping. *International Conference on Economics, Business and Economic Education*.
- Yoshio, A. (2022, 04 27). *databooks*. Diambil kembali dari Mayoritas Masyarakat Indonesia Pernah Belanja Online: