DAFTAR PUSTAKA

Argo Setiawan. (2019). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Pembelian Produk Online Shop pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fip Universitas Negeri Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2.

Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9 (3), 896-906

Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *PRIMANOMICS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17 (3), 1-13.

Andryusalfikri, Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2019). Effect of Trust, Quality of Products and Quality Services on Purchase Decisions on E-Commerce Shopee in Palembang City. *International Journal of Management and Humanities*, Volume 3, Issue 12, 1-6.

Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi* (ed 15). Depok: Pt Rajagrafindo Persada.

Amruddin, & Agustina, T. S. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.

Canestren, I. A., & Putri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *eProceedings of Management*, 4.

Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 5 (1), 1-19.

Darma, B. (2021). *Statika Penelitian Menggunakan SPSS.* Bogor: Guepedia.

Dewi, L. G. (2017). Penggunaan E-money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 7.

Emelia, W. R., Alfifto, Hasman, H. C., Salqaura, S. A., & Ageng, R. W. (2022*). The Influence of Perceptions of Ease, Trust, Risk on Interest in Using Fintech in Pasir Putih Village on DANA Application Users . International Journal Of Research & Review*, 141.

Fadhilah, Wenang L. F. P., & Affifatusholihah, L. (2021). *Factors Affecting Trust on Purchase Decisions Through E-Marketplac*e. *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research, Volume 5, Issue* 4, 1120-1129.

Fachmi, M., Setiawan, I. P., & Hidayat, A. (2019). Analysis of Factors Affecting *Consumer Purchase Decision at Online Shops. International Journal of Innovative Science and Research Technology*, Volume 4, Issue 3, 118-121.

Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi.* Tangerang Selatan: Pascal Books.

Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *KAREBA* Jurnal Ilmu Komunikasi, 241.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (ed 9). Semarang: Badan Penerbit – Undip

Hakim, L., & Hapsari, R. A. (2022). *Financial Technology LAW.* Jawa Barat: CV. Adanu Abimata.

Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *MONOGRAF MINAT BELI MARKETPLACESHOPEE.* Padang Sidempuan : PT Inovasi Pratama Internasional.

Hidayat, A., Wijaya, T., Ishak, A., & Catyanadika, P. E. (2021). Consumer Trust as the Antecedent of Online Consumer Purchase Decision. *MDPI: Journal Information*, 12 (145), 1-10.

Ilyas, M. (2022). *Pengembangan Instrumen Efektif dan Kuesioner.* Yogyakarta: Pale Media Prima.

Idris, M. (2021, 10 08). Kompas.com. Retrieved from Kompas.com: https://money.kompas.com/read/2021/10/08/160741926/apa-itu-pemasaran-definisi-jenis-fungsi-dan-contohnya?page=all

Imala, Z. (2022). Pengembangan Vidio PAP (People and Paylater) Media Edukasi Penggunaan Paylater dalam Pandangan Islam bagi Generasi Z. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 55.

Krishernawan, I., & Ilmiyah, K. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee di Mojokerto. Maker: Jurnal Manajemen, 33.

Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2019). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia* . Bogor: Penerbit Mitra Wacana Media.

Lestari, I. T. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Belanja Online (Studi pada Pengguna Tokopedia). Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi, 480.

Melati. (2020). *Manajemen Pemsaran.* (Pertama ed. Sleman) Yogyakarta: CV Budi Utama.

Malau, H. (2017). Manajemen Pemasaran, Teori dan aplikasi Era Tradisional Sampai Mas'um, T. (2020). Eksitensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman, 138.

Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo. Jurnal Emba, 1199.

Mulyadi, A., Eka, D., & Welly, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Lazada. Jembatan – Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan, 88.

Misbahuddin, & Hasan, I. (2022). *Analisis Data Penelitian dengn Statistik* . Jakarta: Bumi Aksara.

Mutiara, & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 13.

Nasution, A. A., & Sutejo, B. (2022). *Manajemen Pemasaran.* Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* Shopee. Jurnal Ecobisma, 46.

Nurdin. (2020). Pengaruh Pengetahuan,Kemudahan dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* Pada Mahasiswa

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah, 205.

Putri, F. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan PembelianMenggunakan Pinjaman Online Shopee *Paylater*. Jurnal Ilmu Manajemen, 825.

Pajaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Sukarno Pressindo. Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan Fintech Kalangan Mahasiswa Uin Walisongo. *Journal Unnes*, 76.

Pratiwi, Y. N., Wardiningsih, S. S., & Sumaryanto. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Online Store Lazada (Survei pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta). Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, 19 (4), 567 – 577.

Rosdiana, R., & Haris, A. I. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara *Online*. *International Journal of Social Science and Business*, 171.

Rahayu, P. D. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Tokopedia. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 5.

Romla, S., & Ratnawati, A. (2018). Keputusan Pembelian E-commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Lainnya Web. Jurnal Ekonomi Bisnis, 63.

Rafidah, I., & Djawoto. (2017). Analisis Keamanan Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Lazada. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 6 (2), 1-16.

Rochaety, E. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Kerja Sama Penerbit Mitra Wacana Media.

Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi)*. (Y. Yniarsih, Ed.; 1st Ed.) Bandung: Alfabeta.

sulselprov.go.id. (2022).dampak positif internet dalam kehidupan masyarakat. Makassar: Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian Provinsi Sulawesi Selatan Retrieved from

sulselprov.go.id:https://sulselprov.go.id/welcome/post/dampak-positif-internet-dalam- kehidupan-masyarakat

Sudarsono , H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.

SastroAsmodjo, S. (2021). *Manajemen Pemasaran (Marketing).* Bandung: Cv.Media Sains Indonesia.

Sari, D. P. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Secara *Online* di Situs *E-commerce*. Jurnal Aplikasi Bisnis, 82.

Sarihim, & Tambunan, L. A. (2022). Pengaruh Paylater terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk di *E-Commerce* Shopee. Jurnal Ilmiah Manajemen,Ekonomi dan Bisnis, 1 (2), 17-20.

Sinurat, V. A. R., & Ali, M. M. (2020). *Analysis of E-Service Quality and Quality Information on Trust and Impact on Purchase Decision on Consumer Tokopedia (Case Study of Tokopedia Customers in Tangerang City). International Journalof Innovative Science and Research Technology, Volume 5, Issue 3, 538-548.*

Sawlani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online Kualitas Website, keamanan, dan kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Tuhepaly, M. (2021). Pengaruh Kepercayaan Promosi dan Kemudahan terhadap Minat Penggunaan OVO. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 2.

Trisliatanto, D. A. (2020). *Metode Penelitian Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah.* (Giovanni, Ed.; 1st Ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Jurnal Benefita, 549.

Wardani, L. M., & Anggadita, R. (2021). *Konsep Diri dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Indonesia: Penerbit NEM.

Yuliawan, E., Siagian, H., & Willis, L. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 12 (2), 34-49.

Zahara, A. N., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2021). The Influence of Seller Reputation and Online Customer Reviews towards Purchase Decisionsthrough Consumer Trust from C2C E-Commerce Platform Users in Medan, North Sumatera, Indonesia. *International Journal of Research and Review*, Vol.8, Issue 2, 422-438.