

## DAFTAR PUSTAKA

- Jogiyanto, H. M. (2017). Analisis dan Desain (Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis). Penerbit Andi.
- Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online ( Survei Terhadap Pengguna Situs Website [www.Kaskus.co.id](http://www.Kaskus.co.id)), 8(1).
- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)”. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Taherdoost, H. (2018) ‘Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research’, SSRN Electronic Journal, 5(2), pp. 18–27. doi: 10.2139/ssrn.3205035.
- Caffaro, F., Micheletti Cremasco, M., Roccato, M., & Cavallo, E. (2020). Drivers of farmers’ intention to adopt technological innovations in Italy: The role of information sources, perceived usefulness, and perceived ease of use. *Journal of Rural Studies*, 76, 264–271. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.04.028>
- Widiana, M. E., Supit, H., & Hartini, S. 2012. Penggunaan Teknologi Internet dalam Sistem Penjualan On-line untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang Produk Batik pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 14 No. 1
- Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3)
- Venkatesh, V. 2016. Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, vol. 11, no. 4, pp. 342–365
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L., L. 2018. *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta: Indeks.
- Pavlou, Paul A. Fygenson, Mendel. (2006). Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior. *MIS Quarterly*. Vol.30. No.1. Pp 115-143
- Samadi, M. & Yaghoob-Nejadi, A. (2009). A survey of the effects of consumer’s perceived risk on purchase intention in e-shopping. *Business Intelligent Journal*, 2(2), 261-275.
- Oglethorpe, J. E and Monroe, B. K., (2014)), Determinant of Perceived Health and Safety Risk of Selected Hazardous Product and Activities, *Journal of Consumer Research*, No.28.
- Assael, H. (2018). *Consumer Behavior and Marketing Action Four Edition*. PWS-Kent Publishing Company.
- Nazar, M.R., dan Syahrani, 2008, “Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman Terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online”, Program Pasca Sarjana, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

- Kim, H. W., Xu, Y., & Gupta, S. (2012). Which is more important in Internet shopping, perceived price or trust? *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(3), 241–252. <https://doi.org/10.1016/j.eierap.2011.06.003>
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I*, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Rossiter, John, R. & Percy. (1997). *Advertising and Promotion Management*, Mc Graw-Hill Book Company, United States of Amerika.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Agustine Ferdinand. 2016. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Undip.
- Liang, T & Lai, H. (2000). *Electronic Store Design and Consumer Choice: An Empirical Study*. *Proceedings of The 33rd Hawaii International Conference on System Science*.
- Wijianti, F. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan E Money*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Hasibuan, Raihan Oryza & Mahir Pradana. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan,. Persepsi Resiko, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Online.*
- Canestren, Inggardini Asarila, Saputri, M. E. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater*. *EProceedings of Management*, Vol 8, No. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/managemen/article/view/14958>
- Syaifudin, Muhammad. 2014. *Analisis Pengaruh Privasi, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online di OLX.co.id*. *Jurnal, Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Brawijaya*.
- Achriza, Dino Ilham. 2017. “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Online Store Lazada Sebagai E-Commerce Terpercaya Di Indonesia”. *SimkiEconomic* Vol. 1 No. 5
- Heksawan Rahmadi dan Deni Malik.2016. *pegaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian E-commerce pada tokopedia.com dijakarta pusat*. *Institusi ilmu sosial dan manajemen STIAMI*. 2016.1.3.
- Dewi Anggraeni Purnamasari, Rita, Hadi Sasana, and Ivo Novitaningtyas. “Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater.” *Jurnal Manajemen* 13 (2021): 420–30.
- Alwafi, Fachrizi, and Rizal Hari Magnadi. 2016. “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com.” *Journal of Management* 5(2): 1–15.

- Eviana, Vivi, and Agung Joni Saputra. "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later". *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Vol. 6 no. 1 (2022), p. 2–4.
- Schnall, Rebecca et al. (2015). Trust, Perceived Risk, Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness as Factors Related to mHealth Technology Use. 216
- Kim, D.J. (2019). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents.
- Bonifasius Tambunan, Halomoan Sihombing, Ardin Doloksaribu, dan Iskandar Muda, (2018) The Effect Of Security Transactions, Easy Of Use, and The Risk Perception of Interest Online Buying On The E-Commerce Tokopedia Site in Medan City. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering* 420 (2018) 012118, doi: 10.1088/1757-899X/420/1/012118.
- Steven D'Alessandro, Antonia Girardi, Leela Tiangsoongnern, (2012). I Perceived Risk And Trust As Antecedents Of Online Purchasing Decision In The Usa Gemstone Industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- DSResearch. (2020). Indonesia Fintech Report 2020. 1–33. <https://fintechnews.sg/wpcontent/uploads/2020/12/Fintech-Indonesia-Report-2020.pdf>
- Asosiasi FinTech Indonesia. (2020). Annual Member Survey 2019/2020. Asosiasi Fintech Indonesia, 56.
- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. K. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 251442
- Adirinekso, G. P. (2021). Minat dan Penggunaan Fintech PayLater Pekerja Urban Pelanggan Traveloka dan GoJek Sebelum dan Selama Pandemi Covid 19 di DKI Jakarta. *Journal of Management and Business Review*, 18(2), 327–342. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i2.283>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. doi:10.2307/249008.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2016). *Principles of Marketing 16e Global Edition*. England: Pearson Educational Limited.
- Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia, Rahmatika Sari, *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* Vol. 7, No. 1, April 2021, P-ISSN 2460-8211 E-ISSN 2684-706X
- Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later, Vivi Eviana<sup>1</sup>, Agung Joni Saputra<sup>2</sup>, ISSN: 2614-6754 (print), ISSN: 2614-3097(online) Halaman 1968-1977 Volume 6 Nomor 1 Tahun 2022 .
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. 1(3), 105–112.
- OJK. (2020). Perkembangan Fintech Lending Desember 2020. Otorisasi Jasa Keuangan, 1–11. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/-StatistikFintech-Lending-Periode-Desember-2020.aspx>

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Bisnis (Cetakan 18)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta