

DAFTAR PUSTAKA

- Adiutama, I. M., & Santika, I. W. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kegunaan Yang Dirasakan, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Niat Berbelanja Kembali Pada Situs Tokobagus.com. *E-Jurnal Manajemen*, 3, 2815–2832.
- Anarjia, K., & Zenas Rante, J. (2019). Uang Elektronik Sakuku Pt. Bank Central Asia, Tbk Kcu Cikarang. *Jurnal SISTEM INFORMASI*, 1(2), 1–8. www.journal.ibmasmi.ac.id
- Apriliana, R. marisa. (2020). the Roles of Financial Literacy in Interest To Use Go-Pay. *Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia*.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325.
- Aulianisa, S. S. (2020). Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan Teknologi. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9(2), 183.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Deananda, A., Budiastuti, P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9, 1–10.
- Fahmi, R. Z. (2016). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Kesadaran Merek, Fitur Produk dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ponsel Xiaomi di Surabaya. *Journal of Management*, 2, 1–17.
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan

- Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora*, 4(2), 23–35.
- Immanuel, D. M., & Yuwono, S. B. (2020). Analisis Minat Pembelian Produk Hampers (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Hampers di Surabaya). *Parsimonia-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 16–36.
- Indahyani, K. (2021). Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (Shopeepay) Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 12(03), 932–942.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Manajemen, P. S., Tinggi, S., Ekonomi, I., Keluarga, Y., & Negara, P. (n.d.). *Yosia Meriastuti NIM: 211729874*.
- Meida, L., & Trifiyanto, K. (2022). Pengaruh Perceived Trust dan Perceived Risk Terhadap Behavioral Intention dengan Perceived Ease of Use sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(2), 217–232.
- Monica, M. A. (2020). Analisis Hukum Islam terhadap Pinjaman Uang Elektronik Shopee Pay Later pada E-Commerce. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*, 1–68.
- Nirmalapurie, N. A. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Penggunaan Fitur PayLater Pada Aplikasi Gojek. *Media Iuris*, 3(1), 101.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat

- Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, dan Brand Image Terhadap Minat Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 420–430.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Minat Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818.
- Rahayu, N. K. S. (2021). *Determinan Keberterimaan Sistem Pembayaran ShopeePay Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*
- Ritonga, N., & Ameliandy, N. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Shopee Paylater Dan Dampaknya Terhadap Minat Pembelian. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1130–1136.
- Safitri, A., Habibie, N. A., Almeito, I., Hasyimi, M., Saputra, Y., Sedyono, E., & Widodo, A. P. (2021). Penerapan Metode Technology Acceptance Model untuk Pengukuran Tingkat Penerimaan Aplikasi SIM3LON. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(1), 375–387.
- Saraswati, P. D. S., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet OVO pada Transportasi Online Grab. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 68–79.
- Sulistyo Seti Utami, B. K. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-MONEY (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 29–41.
- Utami, N. W. A. B., Herawati, N. T., & Yuniarta, G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan

Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK (Studi Kasus : Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Undiksha). In *Universitas Pendidikan Ganesha*.

- Syamsudin, A. (2015). Daftar pustaka. *Jurnal Pendidikan Anak*, 3(1), 403–413.
- Tella, A. (2012). Determinants of E-Payment Systems Success: A User's Satisfaction Perspective. *International Journal of E-Adoption*, 4(3), 15–38.
- Terhadap, K., & Penggunaan, K. (2020). 1, 2 1,2. 2(2), 157–168.
- Trisnawati, E., Suroso, A., & Kumorohadi, U. (2012). Analisis Faktor-Faktor Kunci Dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (studi kasus pada konsumen Fesh Shop). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 19(2), 126–141.
- Venkatesh, V., Thong, J.Y.L., & Xu, X. (2012). Venkatesh_Thong_Xu_MISQ_forthcoming (GENDER AGE EXPERIENCE). *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>
- Worthington, S., & Devlin, J. (2013). Fairness and financial services in Australia and the United Kingdom. *International Journal of Bank Marketing*, 31(4), 289–304.