DAFTAR REFERENSI

Abdillah,W dan Hartono, J. 2015. *Partial Least Square* (PLS): *Alternatif Structural Equation Modeling (*SEM) dalam penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi Offset.

Anggraeny, Vany dan Sri Setyo Iriani. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman *Online* Shopee *Paylater*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol 8(3), 818-828.

Asja, Hasanah Jaya, Santi Susanti dan Achmad Fauzi. 2021. Pengaruh Manfaat. Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan *Paylater*: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. Jakarta : Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman) Vol. 2 No. 4:309-325.

Canestren, Inggardini Assarila dan Marheni Eka Saputri. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee *Paylater.* Bandung : *Journal of Bussiness Management Education* Vol. 6 No.1.

Ghozali, Imam dan Latan,Hengky. 2015. *Partial east Squares* Konsep,Teknik, dan Aplikasi Mneggunakan program *SmartPLS* 3.0 edisi 2. Undip Semarang.

Gunawan, Fandy, Mochamad Mukti Ali dan Arissetyanto Nugroho. 2019. *Analysis of The Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer Attitude and Their Impacts on Purchase Decision on PT. Tokopedia In Jabodetabek*. Indonesia: *European Journal of Bussiness and Management Research* Vol. 4 No. 5:1-6

Haryono, Siswoyo dan Parwoto Wardoyo. 2013. *Structural Equation Modelling*. Bekasi: PT Intermedia Personalia Utama.

Hasan, Ali. 2013. *Marketing* dan Kasus-kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS.

Hair, Joseph E, Jr *et al*. 2014. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (*PLS-SEM*). SAGE Publications, *Inc.* California. *USA.*

Kotler, Philip, 2016 Manajemen Pemasaran di Indonesia, Salemba Empat,Jakarta.

Kotler Philip , dan Gary Amstrong. 2018 . *Principles Of Marketing*, Global Edition, 17 Edition, Pearson Education.

Kotler, Garry Armstrong. 2014. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi. Kedua Belas. Jakarta : Erlangga.

Latifah, Nunuk, Anna Widayani dan Rani Arifah. 2020. Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Trust* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *E-Commerce* Shopee. Blitar: Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.14 (1), 82-91.

Lui, Tze Kiat, dkk. 2021. Consumer Adoption of Alipay in Malaysia : The Mediation Effect Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness. Kuala Lumpur: Social Sciences & Humanities Vol.29(1), 389-418.

Lupiyoadi. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.

Purnamasari, Rita Dewi Anggraeni, Hadi Sasana dan Ivo Novitaningtyas. 2021. Pengaruh *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, and Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran *Paylater.* Semarang : Jurnal Manajemen Vol : 13(3), 420-430.

Putri, Claudya Ayu Vista, Juli Murwani, dan Supri Wahyudi Utomo. 2018. *Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna Transaksi Go-Pay*. Madiun : The 11th FIPA.

Ridwan dan Kuncoro. 2015. *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*. Bandung: Alfabeta.

Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI

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

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian pendidikan (pendekatan Kuantitatif,Kualitatif dan R&D). Bandung: CV.Alfabeta.

Suryani dan Hendryadi,2016. Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Implikasi pada penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Edisi kedua. Prenadamedia Group.Jakarta.

Tim Penyusun. 2022. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Program Studi Strata 1 (S-1) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.