

DAFTAR REFERENSI

- Abdillah & Jogiyanto, (2015) *Konsep Dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada
- Afiah, Z (2020) Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus *Shopee.com* di Makassar). *Jurnal Manajemen*
- Alma, H.B. (2018) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Anjani, S. & Irwansyah. 2020. Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram (The Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram). *POLYGLOT: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203-229
- Arikunto, S. (2015), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka. Cipta
- Assauri, S (2014) *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Constatinides, E. 2010. . Influencing the *online* consumer's behavior: the Web experience. *Internet Research*, Volume 14, Number 2, pp. 111-126. Published by Emerald Group Publishing Limited
- Davis, K. (2017) "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5
- Fahmi, I. (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa Teori & Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ferdinand, A. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas. Diponegoro. Semarang
- Firmansyah, M.A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish,
- Fitriani, A., & Widodo, A. (2020). *Pengaruh Financial Knowledge Terhadap Financial Behavior Dengan Financial Attitude Sebagai Variabel Intervening Pada Generasi Z*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, Volume IV, hlm. 310–319
- Hair, Joseph F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition* (2 ed.). Los Angeles: Sage.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS Path Modeling in New Technology Research: Updated Guidelines. *Industrial Management and Data Systems*, 116(1), 2–20
- Herdjiono, I., dan Damanik, L, A. (2016). *Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior*. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Tahun 9 , No 3, 226-241

- <https://marketeers.com>, “Trik Ampuh Garap Pasar Millennials 2018”
<http://marketeers.com/menggarap-pasar-millennials-di-artpreneur-talk-2018/>
- <https://www.kompas.com> “Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta”
<https://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta..>
- Indrasari, M. (2019) *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo. Press.
- Jogiyanto (2019) *Konsep Dasar Sistem Informasi*. Jakarta
- Karnadjaja, C. C., Tulipa, D., & Lukito, R. S. H. (2018). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Belanja Online Melalui Kepercayaan Dan Sikap Pada Konsumen Zalora Di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 116–130
- Kimberly Adams dan A.A Waskito, (2016). *Student Pocket Dictionary Inggris-Indonesia*. Indonesia-Inggris Jakarta, Wahyu Media
- Kotler, P dan Keller, K. (2016) *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.* Jakarta: PT. Indeks.
- Kusumawardhani, A. Esmeralda, E. Utama, J.P & Anggraeni, A. (2022). Factors Affecting Purchase Decision in Indonesian E-commerce Industry. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 4, No 3, August 2021, Page: 4173-4186. e-ISSN: 2615-3076(Online), p-ISSN: 2615-1715(Print)*
- Laudon & Traver (2014) *Business.Technology. Society* (seventh edition), Pearson Education Limited, Edinburgh Gate Harlow,.
- Laudon (2014) *E-Commerce 2014*, 10th Edition. Pearson.
- Mbete, G.S & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on *Shopee* Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang ISSN: 2541-1004 Penerbit: Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang e-ISSN: 2622-4615 Vol. 5, No. 2, Juni 2020 (100-110)*
- Muhammad Rizal, Erna Maulina & Nenden Kostini (2018), *Fintech As One Of The Financing Solution For SMEs*, *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan* 89 Vol.3, No. 2, Agustus 2018
- Notoadmodjo, S. (2016) *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Novitasari, M & Taufiq, M. (2020). Pengaruh Financial Technology Knowledge Dan Preferensi Transaksi Non Tunai Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Jasa Perbankan. *Journals of Economics Development Issues (JEDI) Vol.3 No.1(2020) 50-60. e-ISSN - 2614-2384*
- Nuridin, N., & Yusuf, K. (2020) Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech)

- Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. December 2020. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 2(2):199-222
- Peter dan Olson (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan*. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba. Empat, Jakarta
- Petra, K.K. 2016. Generation Y Attitudes towards Shopping: A Comparison of the Czech Republic and Slovakia. *Journal of Competitiveness*. Vol. 8, Issue 1, pp. 38 – 54.
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di *Shopee* Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31–40
- Praharjo, A. 2019. Perilaku Pembelian Secara *Online* Generasi Milenial Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis MEDIA EKONOMI*, Vol . XIX No 1 Mei 2019
- Purnami, N.M & Nurcaya, I.N. 2015. Pengaruh E-Trust, Perceived Usefulness dan E-Satisfaction Terhadap *Online Repurchase Intention*” *Seminar Nasional Sains dan Teknologi (Senastek), Denpasar Bali 2015*
- Riyanto & Hatmawan, 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: penerbit Deepublish
- Rizkitasari, F. (2017). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Online dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Universitas Brawijaya*
- Ruben R, B., Vinodh, S., & Asokan. (2020). Development of Structural Equation Model For Lean Six Sigma System Incorporated With Sustainability Considerations. *International Journal of Lean Six Sigma*, 11(4), 687–710
- Salim, M. Alfansi, L. Darti, E. Anggarawati, S & Amin, A. (2019). Indonesian Millenials Online Shopping Behavior International Review of Management and Marketing, 2019, 9(3), 41-48. ISSN: 2146-4405
- Salsabila, H.Z, Susanto, & Hutami, L.T.M(2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi *Shopee*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 9 No. 1, 2021 pp. 87-96 IBI Kesatuan ISSN 2337 – 7860 E-ISSN 2721 – 169X
- Sari, M.A, Aminah, I & Redyanita, H(2022). Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Pembayaran Digital (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Jabodetabek). *Jurnal Ekonomi Bisnis* Vol 20 NO 2 : 132- 141
- Sarwono J., (2012). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: ANDI
- Sekaran & Bougie, (2016). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach Seventh Edition*. United States of America : Wiley.
- Sekaran, (2016). *Research Methods For Business Buku 2*. Salemba Empat
- Sirclo.com. (2020). *Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020*

Meningkat Pesat. Www.Sirclo.Com.
<https://www.sirclo.com/jumlahpengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat>

- Solimun et al., (2017). *Multivariate Analysis Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan. Amos.* Fakultas MIPA.
- Sugiarto, (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis.* Yogyakarta: Andi
- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND.* Bandung :Alfabeta
- Sulistiyowati, A., Rianto, M. R., Sari, R. K., & Narpati, B. (2020). *Indonesian Millennial Generation ; Impact of Internal Factors and External Factors to use the intention of Financial Technology (Mobile Applications Payment) in Jakarta – Indonesia.* 57, 1525–1530
- Sumarwan, U. (2016) *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran.* Jakarta: PT Ghalia Indonesia
- Sunarti (2016) *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram)* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 11 No. 1
- Swastha, dan Handoko, TH. (2014) *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen.* Edisi Pertama. Yogyakarta: BPPFE
- Syahdan, R. (2022). Factors influencing Gen-Z customer perception online shopping in Indonesia. *International Journal of Communication and Society* ISSN 2684-9267 Vol. 3, No. 2, December 2021, pp. 99-111
- Turban (2015) *Perdagangan elektronik, Perspektif Manajerial dan. Jejaring Sosial* edisi ke-8. Springer.
- Venkatesh, V., Davis, F. D., & College, S. M. W. (2000). Theoretical Acceptance Extension Model:Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204
- Wibowo, B.S & Haryokusumo, H(2020). Peluang Revolusi Industri 4.0 Bidang Pemasaran: Pemanfaatan Aplikasi E-commerce, Sosial Media Instagram dan Digital Marketing terhadap keputusan Instant Online Buying Konsumen Generasi Millennial. | *Capital*, Volume 3, Nomor 2, Maret 2020 *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* P-ISSN: 2598-9022/ E-ISSN: 2598-9618
- Wirartha (2016) *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis.* Yogyakarta: Andi.
- Yulianti, M.D.R. Oktaviani, P.N Yoga, I.M.S. Wisudawati, Ratna, P. Sari, J.(2022). Perilaku Pembelian Kosmetik Secara Online Selama Pandemi. Jayapangus Press ISSN 2615-0913. (E) Vol. 4 No. 2 (2022)
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko,Kepercayaan, Dan Keamanan terhadap keputusan pembelian online

di Buka Lapak (Studi kasus pada komunitas Buka Lapak ponorogo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 90–104

Yusnidar, Samsir, & Restuti, S. (2014). *Pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara online di kota pekanbaru*. 12, 311–329