

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham Wasli, *Pengunjung Market Place Tertinggi Februari 2021 pada Iprice*, diterbitkan pada tanggal 18 Maret 2021, <https://teknologi.id//publik/pengunjung-marketplace-tertinggi-februari-2021-pada-iprice> diakses pada tanggal 25 Oktober 2021 pukul 18.47 WIB
- Aditya Wicaksono, Aan Yusufianto, dkk, *Laporan Survei Internet Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2019-2020 (Q2)*, <https://apjii.or.id/survei> diakses pada tanggal 1 November 2021 pukul 07:44 WIB.
- Al-Qur'an Surah Al An'am Ayat 165, Al-Qur'an dan Terjema Ma'nanya dalam Bahasa Indonesia. Departemen Agama, 1997,151.
- Al-Qur'an Surah surah Al-Baqarah ayat 279, Al-Qur'an dan Terjema Ma'nanya dalam Bahasa Indonesia.
- Al-Qur'an, Al-Maidah ayat 77, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h, 110.
- AL-Qur'an Surah ar-Rad ayat 16, *Al-Qur'an dan Terjemah Ma'nanya dalam Bahasa Indonesia*.
- Al-Qur'an, Asy-Syura ayat 38, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h, 439.
- Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grasindo Persada, 2006), 137-138.
- Bank Indonesia, *Edukasi Mengenal Financial Teknologi*, Departemen Komunikasi 1 Desember 2018 Hits: 17661, <https://www.bi.go.id/id/edukasiPages/mengenal-Finance-Teknologi.aspx> diakses pada tanggal 30 Oktober 2021 pukul 09:56 WIB.
- Billy Aditya, *Persepsi Adalah Tindakan Menyusu dan Mengenal, Begini Jenis & Proses Terjadinya*, diterbitkan pada tanggal 6 Januari 2021 pukul 11:55 WIB, <https://m.merdeka.com/trending/persepsi-adalah-tindakan-menyusun-dan-mengenal-begini-jenis-amp-proses-terjadinya-kln.html> diakses pada tanggal 1 Desember 2021 pukul 21:11 WIB.
- Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h, 150.
- BPS, “*Upah Minimum Regional/Provinsi (UMR/UMP per bulan (dalam rupiah)*”

- <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/917> diakses pada tanggal 4 Januari 2022, pukul 20:40 WIB.
- Denni Ardyanto dan Heru Susilo Riyadi, “Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.petersaysdenim.com)”, *Jurnal Admisitrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 22, No. 1, 2015, h, 3
- Nur Indriantoro, dkk, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, Edisi Pertama (BPFE-Yogyakarta: 1999), 115.
- Eka Yuliawan, dkk, “Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shope Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)”, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 12. No.2, 2018.
- Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010), h, 123.
- Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 162-163.
- Esthi Maharani, dkk, *Kominfo: Pengguna Internet Indonesia Terbesar ke-4 di Dunia*, diterbitkan pada tanggal 23 Juni 2021, 13:38 WIB, <https://www.republika.co.id/berita/qv56gb335/kominfo-pengguna-internet-indonesia-terbesar-ke4-di-dunia> diakses pada tanggal 28 Oktober 2021 pukul 08:11 WIB.
- Etta Mamang Sangadji, dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h, 120-121.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h, 19
- Fanny Anggraeny Putri, dkk, “Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Volume 8 Nomor 3 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*.
- Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), h, 162.

- Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, Vol. 13, 2, (1989), h, 319-340.
- Gabriel Silalahi, *Metode Penelitian Studi Kasus*, (Sidoarjo: CV Citra Media, 2003), 27
- Hanyda Inayatul Munawaroh, *Pengaruh Promosi, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Santri Pondok Pensantren Al Barokah)*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo Fakultas Ekonomi Dan BIsnis Islam 2020, h, 9.
- Hermawan Riyadi, Apa itu Shopee? Keunggulan Apa Saja yang Dimiliki oleh Shopee, <https://www.nesabamedia.com.cdn.ampproject.org/v/s/www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/amp/?amp> diakses pada tanggal 2 Desember 2021 pukul 15:36 WIB.
- <https://febi.iainkudus.ac.id>
- <https://careers.shopee.co.id/about>
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee>08:16 WIB.
- <https://www.lenteradana.co.id/lender/3> diakses pada tanggal 3 November 2021 pukul
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-8-September-2021.aspx> diakses pada tanggal 27 Oktober 2021 pukul 15:12 WIB.
- Iin Cristin Sidabutar, *Pengaruh Kepuasan Penggunaan Fitur Shopee Paylater Terhadap Loyalitas Pelanggan*, Skripsi: Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara 2020. H. 2.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23*, edisi ke-2, 103.
- Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 93.
- Inggardini Asarila Canestren, dkk, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater", Universitas Telkom Bandung.
- Jogiyanto H.M, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Edisi Revisi, 2007), h, 330

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, *Marketing Management, 15th Edition New Jersey*: Pearson Pretice Hall, Inc, 2016, h, 225.
- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h, 27.
- M. Fransiska Purwaningsih, “Analisis Hubungan Gaya Hidup dan Pendapatan Dengan Keputusan Pembelian Produk Fashion Planet Surf studi kasus pada konsumen produk fashion planet surf malioboro mall Yogyakarta”, *Skripsi: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2008*, h, 17-20.
- M Nurhadi, *Mengenai Shopee Paylater: Bunga Cicilan, Bunga, dan Dendanya*,
<https://www.suara.com/bisnis/2021/09/27/135659/mengenai-shopee-paylater-biaya-cicilan-bunga-dan-dendanya?page=all>
 diterbitkan pada tanggal 27 September 2021 pukul 13:56 WIB, diakses pada tanggal 30 November 2021 pukul 11:33 WIB.
- M. Umer Chapra, *Islam and The Economic Challenge*, h. 361.
- Marsya Nabila, *Mungkin Sekarang Momentum ShopeePay*,
<https://dailysocial.id/post/mungkin-sekarang-momentum-shopeepay> diakses pada tanggal 3 November 2021 pukul 08:23 WIB.
- Martha Chrisanty Cynthia Rukma, “Pengaruh Iklan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bayi “Sleek” Di Karawang”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, e-ISSN: 2461-0593.
- Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 81.
- Mokhammad Arwani, dkk, “Peran Karakteristik Individu Sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Kudus)”, *Jurnal Sosial dan Budaya*, Vol. 4 Nomor 2, Desember, 2011, h, 160.
- Mudrajat Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011), 112.
- Nafarin, *Penganggaran Perekonomian*, Edisi Ketiga, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h, 15.
- Novia Bramastuti, “Pengaruh Prestasi Sekolah dan Tingkat Pendapatan Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Bakti Oetama Gondangrejo Karanganyar”, 2009, h, 48.

- Nurlina T. Muhyiddin dkk, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial, Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018-cetakan kedua), 10-11.
- Panggih Rizki Dwi Istiarni, dkk, “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (studi empiris: nasabah layanan internet banking di Indonesia)”, *Diponegoro Journal Of Accounting* Volume 03, Nomor 02, Tahun 2014, h, 19-20.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2-13/E, Erlangga, 2010, 184-190.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h, 184.
- Rafidah dan Djawoto, *Analisis Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian secara online di Lazada*, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 2, 2017, h, 1-17.
- Rahayu, P. D., Djawptp, Pengaruh Kemudahan Kepercayaan dan Kualitas Infomasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia, *Jurnal Ilmiah dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 10, h, 20.
- Restika Firdayanti, *Journal of Social and Industrial Psychology*.
- Robby Esa Pratama, “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis)”, *Skripsi: Konsentrasi Manajemen Pemasaran Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru 2019*, h, 29
- Shohahussurur, Proses Pengambilan Keputusan dalam Perspektif Ibnu Taimiyyah, *Jurnal Tsaqafah* 6, no. 1 (2010), h, 67.
- Sudarman Toweulu, *Ekonomi Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2001), h, 3.
- Sugiharto dkk, *Teknik Sampling*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 13
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 277.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 7.

- Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam (Hukum Fiqh Islam)*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2016), 278.
- Suliyanto, SE, M.Si., *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 149.
- Sumirto, *Sejarah Pemikiran Ekonomi*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 19900, h, 27.
- Supaat dkk, *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)*, (Kudus: Pusat Penjaminan Mutu (PPM) IAIN Kudus, 2018), 31.
- Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia group, 2016), h, 98.
- Tjahyadi Rully Ardan, *Brand Trust dalam Konteks Loyalitas, Peran Karakteristik, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan*, (Bandung: Alfabeta, 2006), h, 75
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h, 165-166.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), 157-158.
- Vita Hasna Izdi Amelia, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur Spaylater Pada Aplikasi Shopee Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif*, Skripsi: Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2021, h, 2.
- Wahyu Danil, *engaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen*”, *Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7, h, 9.
- Wardoyo, dkk, “Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma,” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 19, No 1, 2017, h, 12-26.
- Yosy Arisandy, dkk, *Sistem Informasi Manajemen, (Teori dan Implementasi dalam Bisnis)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), h. 194-195.