

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyani, N. M. S., Sinarwati, N. K., & Yudiatmaja, F. (2023). The Effect of Digital Literacy and Innovation Resistance to Use Digital Payment for Taxpayers Enhance Capabilities and Innovation Performance. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(1), 83–95. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2023.v17.i01.p07>
- Agdhanni, F. P., & Wardhani, N. I. K. (2022). TINGKAT KEPUASAN NASABAH PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA PT BANK MANDIRI. NUSANTARA. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(1), 188–194. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/3785/3297>
- almanda, & mauli. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Mamakael Berniaga Sejahtera di Batam. 5 no 1*, 133–145.
- Almanda, W., & S. M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Mamakael Berniaga Sejahtera. *ECo-Buss*, 5(1), 133–145.
- Aly, M. N., & Trianasari, N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Pembayaran Non Tunai Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University Bandung). *E-Proceeding of Management*, 7(1), 395–400.
- Amin, M., Parlaungan Nasution, A., Sambodo, I. M., Hasibuan, M. I., & Ritonga, W. A. (2021a). *ANALISIS PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK ONLINE DENGAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN DAN EKUITAS MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI* (Vol. 8, Issue 1).
- Amin, M., Parlaungan Nasution, A., Sambodo, I. M., Hasibuan, M. I., & Ritonga, W. A. (2021b). *ANALISIS PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK ONLINE DENGAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN DAN EKUITAS MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI* (Vol. 8, Issue 1).
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP ONLINE PURCHASE DECISION PADA PLATFORM BELANJA ONLINE SHOPEE. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152. www.CNBCIndonesia.com,
- Cynthia Kumala, D., Wilson Pranata, J., Thio, S., Manajemen Perhotelan, P., & Bisnis dan Ekonomi Universitas Kristen Petra, F. (2020). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, TRUST, DAN SECURITY TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GOPAY PADA GENERASI X DI

- SURABAYA. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmhot.6.1.19-29>
- Dewi, S. N., & Aris Tri Haryanto. (2021). PERAN TAMPILAN PRODUK, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN PADA KEPUTUSAN BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN SHOPEE. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), 101–114. <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i1.2841>
- Efendi, A.-, & Rahmiati, R.-. (2020). Persepsi keamanan, persepsi privasi, pengalaman serta kepercayaan terhadap belanja online. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(1). <https://doi.org/10.24036/jkmb.10890000>
- Engka, A., Putri, N., & Handayani, T. (2021). Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Pada Generasi Milenial Di Kecamatan Johar Baru. In *JSMB* (Vol. 8, Issue 2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 2737. <https://stei.ac.id/ojsstei/index.php/ManajemenSTEI/article/view/908>
- Hardani, Ustiawaty, J., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Hariato, A., Tanjung, R., & Hadi, Moch. A. (2022). *PENGARUH KESEHATAN KERJA, KESELAMATAN KERJA, PELATIHAN DAN KERJA TIM TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. BUKIT ALAM PERSADA DI KARIMUN*.
- Hartono, C., Silintowe, Y. B. R., & Huruta, A. D. (2021). The ease of transaction and e-service quality of e-commerce platform on online purchasing decision. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 13(2), 81. <https://doi.org/10.26740/bisma.v13n2.p81-93>
- Herlin, E. R., A. A., & A. (2023). Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Prestasi Belajar Siswa. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 9(1), 177–182.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). PENGARUH PRIVASI DAN KEAMANAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN PAYMENT FINTECH. In *Jurnal Kajian Akuntansi* (Vol. 4, Issue 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jka>
- Iwan, & Purwatiningsih. (2023). Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus pada Shopee di Jakarta Barat). *Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 21(1). <https://doi.org/10.31294/jp.v21i1>
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). PENGARUH TAMPILAN WEB DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI INTERVENING VARIABLE PADA E-COMMERCE SHOPEE. *Jurnal*

- Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43.
[https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35—43](https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43)
- Karim, N. K., Atikah, S., & Lenap, I. P. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGGUNAAN PEMBAYARAN ELEKTRONIK NON-BANK. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 39–59.
<https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.147>
- Madiistriyatno, H. & H. D. (2020). *Generasi Milenial: Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis Dan Adversity Quotient (AQ)* (Widina Bhakti Persada, Ed.).
- Maino, G. P., S. J., & R. F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 184–190.
- Marginingsih, R. (2023). BI-FAST Sebagai Sistem Pembayaran Dalam Mendukung Akselerasi Digitalisasi Ekonomi dan Keuangan Nasional. *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(1).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter18>
- Megayani, N., Sanosra, A., & Reskiputri, T. D. (2021). PEMBAYARAN CASHLESSDENGAN SISTEM QR CODE DAN PERCEIVED TRUST TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA SHOPEEPAY. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 3(1), 63–71.
<https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i1.3123>
- Mita, F. D. P. K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4).
- Nastiti, R., Suswardji, E., & Nugroho. (2020). The Effect of Flash Salea and Discount Towards Impulsive Buying (Study on Shopee Users). *JURNAL AKUNTANSI, MANAJEMEN DAN EKONOMI*, 22(4), 1–8.
- Nur, M., Fatmawati, R., & Khasanah, U. (2020). Apakah digital payment dapat membantu inflasi& suku bunga dalam mengendalikan uang beredar? *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 17(1), 87–97.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & ovitaningtyas, I. (2021). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan brand image terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran paylater. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(3), 420–430.
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/10130>

- Putih, P. S., Ika, N., & Wardhani, K. (2022). Dampak Minat Beli pada Platform Shopeefood. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2). <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2406>
- Putra Dinata, A. (2020). *MEMBANGUN KEPERCAYAAN PELANGGAN UNTUK MENINGKATKAN NIAT BELI (STUDI KASUS PEMBELIAN KOSMETIK SECARA ONLINE DI YOGYAKARTA)* (Vol. 10, Issue 1).
- Putri, N. I. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Studi Kasus Layanan Gopay. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 4(1). <https://doi.org/10.36782/jemi.v4i1.2162>
- Putri, S. I., Yulianti, E., Saputra, G. G., & Ningrum, H. F. (2022). Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(1). <https://ejournal2.pnp.ac.id/index.php/jipb>
- Raharjo, B. (2021). *KEAMANAN SISTEM INFORMASI*.
- Ria Utami, M., & Aravik, H. (2023). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater II Kota Palembang Serta Pandangan Perspektif Ekonomi Islam Terhadapnya*.
- Rohmah, Y. M., & Tristiarini, N. (2021). Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19: Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(1), 397. <https://doi.org/10.29040/jap.v22i1.2310>
- Saipul Hadi, T., Ridho Kismawadi, E., Dahlawy, R., & Irvanni Bahri, M. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBAYARAN NON TUNAI PADA E-COMMERCE* (Vol. 11, Issue 2).
- Sari, A., & Sitorus, D. H. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Payment System, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Shopee di Kota Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 374–392.
- Saripudin, D., F. W. I., & N. E. (2021). The Development of Interactive E-Book of Local History for Senior High School in Improving Local Wisdom and Digital Literacy. *European Journal of Educational Research*, 11(1), 17–31.
- Sawhani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Surabaya (S. E., M. Ms. Dr. Dhiraj Kelly Sawhani, Ed.; Dhiraj Kelly Sawhani). Scopindo Media Pustaka.
- Selviana, & Wasiman. (2022). DAN KESELAMATAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWANPADA PT. KARYA PUTRA KARIMUN (KPK) Oleh. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1).

- Simanjuntak, Y. M., Atthahara, H., & Priyanti, E. (2022). Kualitas Pelayanan Publik Dalam Menyediakan Vaksinasi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(3).
- Soleha, E., & Hidayah, Z. Z. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Generasi Millennial Dalam Menggunakan Dompot Digital (ShopeePay). *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 312–316. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.505>
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyaningsih, N., Hastuti, T., & Harahap, B. (2023). DISEMINASI PENGGUNAAN SHOPEE PAY LATER BERDASARKAN PERSPEKTIF HUKUM ISLAM. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 9447–9451.
- Susanto, D., Fadhillah, M., & Bagus, I. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KUALITAS INFORMASI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SHOPEE DI YOGYAKARTA). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18(2), 89–97.
- Tondang, G. A., & S. P. R. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 92–99.
- Ulf, I. (2020). TANTANGAN DAN PELUANG KEBIJAKAN NON-TUNAI: SEBUAH STUDI LITERATUR. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(1), 55–65. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i1.2379>
- Yoni, S., Meylia Sari, A., Claudia, D., Simanjuntak, Y., Novirsari, E., Mahkota, U., & Unggul, T. (2023). The Effect of Perceived Security, Information Quality and Trust on Online Buyer Decisions (Case Study of Tokopedia Consumers in Medan). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>