

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, Arsita Ika. 2015. Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang*.
- Al-Debei, M. M., Al-Lozi, E., & Papazafeiropoulou, A. 2020. Mobile Payment Adoption in the Arab World: A Model Based on the UTAUT. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(6), 1279-1299.
- 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 (Jakman)*, 2(4), 309-325.
- Baek, E., Lee, J. Y., & Kim, S. 2021. The Role of Income and Trust in the Adoption of Mobile Paylater Services. *International Journal of Information Management*, 58, 102315.
- Bagozzi, R. P. 2018. Technology Acceptance and Use in a Digital Age. *International Journal of Information Management*, 43, 182-194.
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listyawati, I. 2022. Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156.
- Cheng, L. 2014. Understanding the Impact of Perceived Value on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Online Service Context. *Journal of Business Research*, 67(4), 1-9.
- Chau, P. Y. K., & Hu, P. J. H. 2002. Information Technology Acceptance by Individual Professionals: A Model Comparison Approach. *Information & Management*, 39(4), 297-314.
- Chen, L. 2013. The Impact of Perceived Value on Customer Satisfaction and Loyalty in E-Commerce. *Journal of Electronic Commerce Research*, 14(2), 91-108.

- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- DeVellis, R. F. 2017. *Scale Development: Theory and Applications*. Edisi 4. Sage Publications.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. 2020. Self-Determination Theory: A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health. Dalam *Handbook of Theories of Social Psychology*, hlm. 416-436. Sage Publications.
- Dewi, N. M. A., & Warmika, I. G. K. 2016. "Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4): 2606-2636.
- Djameluddin, A. 2021. Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, dan Gaya Hidup terhadap Minat Menggunakan Layanan PayLater di Kalangan Milenial. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Dorman, P. 2014. *Economics: A Framework for Decision Making*. Edisi 5. Pearson Education.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21: Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. 2024. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater pada Masyarakat di Kecamatan Pantai Cermin. *Skripsi, Universitas Medan Area*.

Goodstats.id. 2025. Survei Jakpat: Mayoritas Orang Indonesia Suka Gunakan Paylater untuk Beli Produk Fesyen. Diakses pada 5 Januari 2025, dari <https://goodstats.id/article/survei-jakpat-mayoritas-orang-indonesia-suka-gunakan-paylater-untuk-beli-produk-fesyen-ngvJa>

Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. 2003. Predicting E-Services Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)

Hosseini, S. H., & Sadeghzadeh, M. 2023. Factors Affecting the Adoption of Fintech Applications: An Empirical Study in Iran. *Technological Forecasting and Social Change*, 179, 121657.

Humairoh, A. Z. A., & Johan, I. R. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Paylater pada Generasi Milenial. Skripsi, Institut Pertanian Bogor. Diakses dari <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/114577>

Jogiyanto, H. 2008. Model Penerimaan Teknologi Informasi: Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi Offset.

-----Jogiyanto. 2007. Sistem Informasi Keprilakuan. Yogyakarta: Andi Offset.

Jimenez, P. 2016. An Investigation of the Perceived Ease of Use and Usefulness of an Online Learning System: A Case Study in a Higher Education Context. *Computers in Education*, 98, 96-108.

Kim, Y., Yang, H., & Lee, J. 2019. The Effect of Financial Resources on the Adoption of Digital Payment Systems. *Journal of Business Research*, 98, 456-465.

Kotler, P., & Armstrong, G. 2017. Principles of Marketing. Edisi 17. Pearson Education.

Kumparan. n.d. Profil Perusahaan Shopee sebagai Aplikasi Belanja Online Asia. Diakses pada 5 Maret 2025, dari <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-shopee-sebagai-aplikasi-belanja-online-asia-1y5jwp8MoSo>

- Laukkanen, T. 2016. Explaining Consumer Adoption of Mobile Payment Services: A Multi-Criteria Decision-Making Approach. *International Journal of Information Management*, 36(6), 770-781.
- Lestari, R. M., & Kartika, E. 2024. Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Paylater pada Generasi Z di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 9(2), 659-667.
- Liu, Y., & Zhang, J. 2022. Perceived Risk and Technology Acceptance: A Meta-Analysis. *Journal of Business Research*, 143, 125-138.
- Liu, Y., Li, H., & Wei, K. K. 2022. The Role of Perceived Ease of Use in E-Commerce Adoption: A Cross-Cultural Analysis. *Computers in Human Behavior*, 98, 88-102.
- Machines Malaysia. n.d. SPaylater. Diakses pada 5 Maret 2025, dari <https://www.machines.com.my/pages/shopee-paylater>
- Muhamad, Nabilah. 2024. Milenial dan Gen Z Mendominasi Pengguna Paylater di Indonesia. Jakarta: Demografi.
- Nadya Syabila. 2020. Perancangan Strategi Penerimaan dan Loyalitas Fitur Paylater pada Generasi Z di Jabodetabek. Skripsi, Fakultas Teknik, Universitas Indonesia.
- Nadia, G., & Wiryawan, D. 2022. "Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Niat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Studi pada Pengguna ShopeePay di Bandar Lampung)." *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2): 80-89.
- Nurajizah, A., & Indriani, F. 2023. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli Ulang Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Perantara (Studi pada Layanan SPaylater). *Diponegoro Journal of Management*, 12(3), 345-360.
- Nursiah, N. 2017. "Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Behavior Intention to Use." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2).
- Novitasari, Safina. 2015. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Niat Penggunaan Sistem E-Commerce. Skripsi, Universitas Brawijaya.

Pavlou, P. A., & Fygenson, M. 2006. Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Technology Acceptance Model. *MIS Quarterly*, 30(1), 115-143

Pasha Angeli, V., Roslina, & Husna, N. 2024. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Serta Persepsi Risiko terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRIMO di Bandar Lampung." *Jurnal Mirai Management*, 9(1): 887-903.

-----Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan.

Putri Permatasari, D. 2024. Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan SPaylater pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro. Skripsi, IAIN Metro.

Putra, I Putu Pradnyana Ekawan., & Juliarsa, Gede. 2024. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Reputasi terhadap Niat Penggunaan Aplikasi Investasi Bibit. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Volume 13, Nomor 6, Halaman 1128-1138.

Prayusi, I. G. P., & Ingriyani, N. M. 2023. Pengaruh Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Fitur GoPay Later. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 45-53.

Ramayah, T., Lee, J. W. C., & Pahlevan Sharif, S. 2015. Sustainability of Green IT Adoption in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Environmental Science and Pollution Research*, 22(24), 19922-19936.

-----Rogers, E. M. 2003. *Diffusion of Innovations*. Edisi 5. Free Press.

Saputra, Hendra., Utaminingsih, Adijati., & Kuswardhani, D. C. 2024. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, dan Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan Kembali melalui Kepuasan sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Aplikasi Jual Beli Online Bukalapak: Studi Generasi Z. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Volume 9, Nomor 12.

Shopee Indonesia. n.d. SPaylater - Cara Membayar dengan Cicilan. Diakses dari <https://shopee.co.id>

Siregar, I. M. 2022. Analisis Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan SPaylater pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 22(1), 45-58.

Siregar, I. M. 2024. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Diskon terhadap Minat Mahasiswa dalam Menggunakan SPaylater. Skripsi, Universitas Sanata Dharma.

Statista. n.d. Top 10 E-Commerce Sites in Indonesia. Diakses pada 5 Januari 2025, dari <https://www.statista.com/statistics/869700/indonesia-top-10-e-commerce-sites/>

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. 2011. *Sistem Pendukung Keputusan: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

-----Suliyanto. 2011. *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Suharyadi & Purwanto. 2020. *Ekonomi Kesejahteraan dan Pengupahan di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. 2008. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press.

-----Umar, H. 2010. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Gramedia.

Utami, M. R. 2021. Pengaruh Pendapatan dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Paylater pada Fitur ShopeePayLater. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(3), 123-135.

Venkatesh, V., et al. 2021. A Unified Model of Technology Acceptance and Use: A Review and Future Directions. *Journal of the Association for Information Systems*, 22(5), 1-29.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>

Viyanti, Y. R. 2024. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang pada Mahasiswa IAIN Metro. Skripsi, IAIN Metro.

Wikipedia. n.d. Shopee. Diakses pada 5 Maret 2025, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>

Wulandari, M. 2021. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan ShopeePay di Yogyakarta. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yang, S. 2015. Exploring the Role of Perceived Value in E-Commerce Adoption: An Empirical Study in the Context of Online Shopping. *Journal of Electronic Commerce Research*, 16(1), 1-14.

Zahira, A. 2023. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Fitur SPaylater di Jakarta Selatan. Skripsi, Politeknik Negeri Jakarta.

Zhang, L., Li, Y., & Wang, Q. 2022. Understanding the Role of Income in E-Commerce Adoption: The Case of E-Commerce Platforms. *Journal of Electronic Commerce Research*, 23(1), 27-40.

Zulfahmi, Najhan. 2024. 7 Macam Nama Generasi dan Tahunnya, serta Perbedaan Karakteristiknya. Jakarta: detikEdu.

LAMPIRAN

Lampiran 1

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO, DAN PENDAPATAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN SPAYLATER PADA GEN Y DAN GEN Z DI KEBUMEN

I. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah dengan memberikan tanda centang (✓) pada lembar jawaban.
2. Petunjuk pengisian kuesioner
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Netral (N)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
3. Kejujuran Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini sangat diharapkan, sebaliknya saya juga akan menjaga kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i.
4. Setelah selesai dimohon untuk memeriksa kembali jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i, supaya tidak ada pertanyaan yang terlewat atau belum dijawab.