

## REFERENCES

- Adirinekso, G. P., Purba, J. T., & Budiono, S. (2020). Measurement of Performance, Effort, Social Influence,. *Proceedings of the 2nd African International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.
- Agung, B. (2020). *Riset Kredivo: Tren Positif E-commerce Masih Berlanjut Sampai Masa Pandemi*. Retrieved from dailysocial.id: <https://dailysocial.id/post/riset-kredivo-tren-e-commerce-2019-indonesia>
- Algifari. (2013). *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi 3*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- APJII. (2019). *Buletin APJII Edisi 40 - Mei 2019*. Retrieved from apjii.or.id: <https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI40Mei2019.pdf>
- Australian Finance Industry Association. (2022). *The Economic Impact of Buy Now Pay Later in Australia*. Retrieved from afia.asn.au: [https://afia.asn.au/files/galleries/AFIA\\_BNPL\\_Research\\_Report.pdf](https://afia.asn.au/files/galleries/AFIA_BNPL_Research_Report.pdf)
- BPS. (2020). *Statistik E-Commerce 2020*. Retrieved from bps.go.id: <https://www.bps.go.id/publication/2020/12/24/2548417ddc6dab8247553124/statistik-e-commerce-2020.html>
- Cai, J., Wohn, D. Y., Mittal, A., & Dhanus. (2018). *Utilitarian and Hedonic Motivations for Live Streaming Shopping*. ACM International.
- Deufel, P., Kemper, J., & Brettel, M. (2019). Pay Now Or Pay Later: A Cross-Cultural Perspective on Online Payments. *Journal of Electronic Commerce Research*.
- Eka, R. (2020). *Laporan DSResearch: Fintech Report 2020*. Retrieved from dailysocial.id: <https://dailysocial.id/post/fintech-report-2020>
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *JURNAL TEKNIK ITS Vol. 5, No. 2*.
- Fauzia, I. Y., & Riyadi, A. K. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Ferdiansyah, N. M., Fauzi, N. F., & Prayuginingsih, H. (2022). Permintaan Dan Penawaran Buah Di Wilayah Kota Kabupaten Jember Pada Masa Pandemi COVID 19. *National Multydisciplinary Science Vol. 1 No. 2*.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2013). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Multivariate and Econometric Analysis: Theory, Concepts and Applications Using Eviews 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2012). *Dasar-dasar Ekonometrika Terjemahan Mangunsong R.C*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gültekin, B., & Özer, L. (2012). The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying. *Journal of Economics and Behavioral Studies Vol. 4 No. 3*.
- Hamidi. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Hidayat, F. (2021, Februari 2). *Industri E-Commerce Raup Untung di Masa Pandemi*. Retrieved from [beritasatu.com: https://www.beritasatu.com/ekonomi/727253/industri-ecommerce-raup-untung-di-masa-pandemi](https://www.beritasatu.com/ekonomi/727253/industri-ecommerce-raup-untung-di-masa-pandemi)
- IPrice. (2022). *Laporan Perusahaan E-Commerce Mana yang Paling Berpengaruh di Asia Tenggara pada Q1 2022*. Retrieved from [iprice.co.id: https://iprice.co.id/trend/insights/laporan-perusahaan-e-commerce-mana-yang-paling-berpengaruh-di-asia-tenggara-pada-q1-2022/](https://iprice.co.id/trend/insights/laporan-perusahaan-e-commerce-mana-yang-paling-berpengaruh-di-asia-tenggara-pada-q1-2022/)
- Iswara, P. (2022, Juni 2). *Hasil Riset Kredivo dan KIC: Konsumen Makin Meminati Paylater*. Retrieved from [katadata.co.id: https://katadata.co.id/padjar/digital/62988d6b0e9e8/hasil-riset-kredivo-dan-kic-konsumen-makin-meminati-paylater](https://katadata.co.id/padjar/digital/62988d6b0e9e8/hasil-riset-kredivo-dan-kic-konsumen-makin-meminati-paylater)
- Iswiyanti, A. S. (2021). Analisis Tingkat Belanja Online di Kalangan Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Inovasi Penelitian Vol. 2 No. 2*.
- Jauharatul, A. R. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 4 No. 1*.

- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 5 No. 3*.
- Khalilzadeh, J., Ozturk, A. B., & Bilgihan, A. (2017). Security-Related Factors in Extended UTAUT Model for NFC Based Mobile Payment in The Restaurant Industry. *Computer in Human Behavior Vol. 70*, 460-474.
- Kosyu, D. A., Hidayat, K., & Abdilah, Y. (2014). Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle Dan Impulse Buying (Survei Pada Pelanggan Outlet Stradivarius Di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Lentera Dana Nusantara. (2022). *Statistik Lentera Dana Nusantara*. Retrieved from lenteradana.co.id: <https://www.lenteradana.co.id/lender/statistic>
- Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marbun. (2003). *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (2004). *An Approach to Environmental Psychology*. New York: Holt, Rinchart and Winston.
- Mukminin, A., Rachman, R., & Wahyudi, H. (2019). Penerapan Model UTAUT Untuk Perilaku Pengguna “PayLater” di Dalam Traveloka. *Jurnal Computech & Bisnis Vol. 13 No. 2*.
- Nindya, I., & Astuti, R. D. (2022). Factors Affecting Intention To Use Of Online Installmment Payment PayLater. *Proceeding of International Conference on Family Business and Entrepreneurship (ICFBE)*.
- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). Konsep dan Perbandingan Buy Now, Pay Later dengan Kredit Perbankan di Indonesia: Sebuah Keniscayaan di Era Digital dan Teknologi. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional Vol. 9 No. 2*.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2011). *Electronic Commerce*. Retrieved from [oe.cd.org: https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721](https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721)

- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan*. Retrieved from ojk.go.id: <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL%20-%20POJK%20Fintech.pdf>
- Putong, I. (2015). *Ekonomi Makro: Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi) Edisi Ketiga*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rahardyan, A. (2021). *Paylater Kian Populer, 83 Persen Responden Sebut Penolong dari Kebutuhan Mendadak*. Retrieved from bisnis.com: <https://finansial.bisnis.com/read/20210211/89/1355178/paylater-kian-populer-83-persen-responden-sebut-penolong-dari-kebutuhan-mendadak>
- Rahmatia, Kasrina, & Mangilep, M. A. (2022). Permintaan Pakaian oleh Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin pada Pasar Daring. *Jurnal Ekonomi dan Dinamika Sosial Vol. 1 No. 1*.
- Reksoprayitno. (2004). *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika.
- Rompas, C. E., Sifrid, P., & Joy, E. T. (2020). Buy Now, Pay Later: Determinants Of Pay Later Service Affecting The Lifestyle Of Society. *Jurnal Emba Vol.8 No.4*.
- Safira, S. (2020). *Pengaruh Social Influence Terhadap Intention to Continue Use Melalui Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use (Studi Pada E-Wallet DANA)*. Retrieved from esaunggul.ac.id: <https://digilib.esaunggul.ac.id/pengaruh-social-influence-terhadap-intention-to-continue-use-melalui-perceived-usefulness-dan-perceived-ease-of-use-studi-pada-ewallet-dana-15563.html>
- Santi, P. H., & Eva, F. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Barang Pangan Dan Sandang Pada Perusahaan Ritel X Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif Vol. 4 No. 1*.
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta PT Raja Grafindo Persada. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sudarman, A. (2004). *Teori Ekonomi Mikro Edisi Keempat*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiarto. (2002). *Ekonomi Mikro; Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2016). *Makroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sunarto, & Riduwan. (2017). *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. ANDI: Yogyakarta.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern, Jakarta: Salemba Empat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *Mis Quarterly Vol. 27 No. 3*, 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Mis Quarterly Vol. 36 No. 1*, 157-178.
- Widawati, L. (2011). Analisis Perilaku “Impulse Buying” dan “Locus of Control”. *MIMBAR Vol. XXVII No. 2*, 125-132.
- Yeyen, P. (2021). UTAUT Model: Identifying The Driving Factors of The Intention to Use PayLater. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 8 No. 2*, 345-352.