

**PERSEPSI KEGUNAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN ULANG *SPAYLATER*
DENGAN MODERASI LITERASI KEUANGAN SYARIAH**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Syarat Mendapat Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Disusun Oleh:

Haidar Dhiyaulhaq

2103722

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2025

**PERSEPSI KEGUNAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN ULANG *SPAYLATER* DENGAN
MODERASI LITERASI KEUANGAN SYARIAH**

Oleh:

Haidar Dhiyaulhaq

Sebuah Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Haidar Dhiyaulhaq

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara keseluruhan atau sebagian, dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan
Terhadap Minat Penggunaan Ulang *SPayLater*
dengan Moderasi Literasi Keuangan Syariah

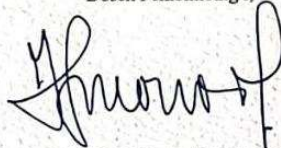
Penyusun : Haidar Dhiyaulhaq

NIM : 2103722

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Agustus 2025

Dosen Pembimbing I,



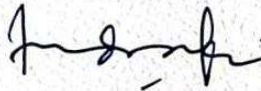
Dr. Hilda Manoarfa, S.E., M.Si.
NIP. 197110261997022001

Dosen Pembimbing II,



Dea Aryandhana Mulyana Haris, S.AB, M.E.
NIP 920230219920315101

Mengetahui,
Plt. Ketua Prodi,



Dr. Heny Hendrayati, S.IP., M.M
NIP 197610112005012002

Haidar Dhiyaulhaq (2103722) **“Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Ulang *SPayLater* dengan Moderasi Literasi Keuangan Syariah”**, dibawah bimbingan Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si. dan Dea Aryandhana Mulyana Haris, S.AB, M.E.

ABSTRAK

Meningkatnya penggunaan *SPayLater* di kalangan generasi muda menunjukkan tren positif adopsi fintech, namun juga menimbulkan risiko gagal bayar dan perilaku konsumtif. Di sisi lain, layanan ini masih diperdebatkan dari sudut pandang syariah karena adanya unsur riba, sementara literasi keuangan syariah masyarakat, khususnya mahasiswa, masih rendah. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan ulang *SPayLater* serta peran literasi keuangan syariah sebagai moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan ulang layanan *SPayLater* dengan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling*. Sampel penelitian adalah mahasiswa muslim di Kota Bandung yang pernah menggunakan *SPayLater* dengan total 160 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan analisis data menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan *software SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan ulang *SPayLater*. Literasi keuangan syariah terbukti tidak memoderasi persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan ulang *SPayLater* namun mampu memoderasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan ulang *SPayLater*. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi mahasiswa muslim untuk lebih patuh terhadap prinsip ekonomi syariah dalam memilih layanan keuangan.

Kata Kunci: Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan Syariah, Minat Penggunaan Ulang, *SPayLater*

Haidar Dhiyaulhaq (2103722) "Perceived Usefulness and Ease of Use on the Intention to Reuse SPayLater with Sharia Financial Literacy as a Moderator", under the supervision of Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si. and Dea Aryandhana Mulyana Haris, S.AB, M.E.

ABSTRACT

The increasing use of SPayLater among young generations reflects the growing adoption of fintech, yet it also raises risks of default and consumptive behavior. Moreover, this service is debated from a sharia perspective due to the element of interest, while Islamic financial literacy among students remains relatively low. This situation raises questions about the factors influencing the intention to reuse SPayLater and the role of Islamic financial literacy as a moderating variable. This study aims to analyze the influence of perceived usefulness, ease of use, Sharia financial literacy, and promotion on the intention to reuse the SPayLater service, with risk perception as a moderating variable. This research adopts a quantitative approach using purposive sampling. The research sample consists of Muslim students in Bandung City who have used SPayLater, with a total of 200 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS 4.0 software. The results showed that perceived usefulness and ease of use had a significant positive effect on SPayLater reuse intention. Sharia financial literacy did not moderate perceived usefulness on SPayLater reuse intention, but did moderate the effect of perceived ease of use on SPayLater reuse intention. These findings provide important implications for Muslim students to be more compliant with Sharia economic principles when choosing financial services.

Keywords: *Perceived Usefulness, Ease of Use, Sharia Financial Literacy, Intention to Reuse, SPayLater.*

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Pertanyaan Penelitian	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
BAB II.....	17
2.1 Telaah Pustaka.....	17
2.1.1 Konsep <i>Technology Acceptance Model</i>	17
2.1.2 Konsep Minat Penggunaan Ulang.....	19
2.1.3 Konsep <i>Paylater</i>	23
2.1.4 Konsep Persepsi Kegunaan	27
2.1.5 Konsep Persepsi Kemudahan Penggunaan	28
2.1.6 Konsep Literasi Keuangan Syariah.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Teoritis/Pendekatan Masalah	43
2.3.1 Keterkaitan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan Ulang <i>SPayLater</i>	43
2.3.2 Keterkaitan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Ulang <i>SPayLater</i>	44
2.3.3 Keterkaitan Literasi Keuangan Syariah Memoderasi Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan Ulang <i>SPayLater</i>	45
2.3.4 Keterkaitan Literasi Keuangan Syariah Memoderasi Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Ulang <i>SPayLater</i> ...	47
2.4 Hipotesis Penelitian.....	49

BAB III	50
3.1 Objek Penelitian.....	50
3.2 Metode Penelitian.....	50
3.3 Desain Penelitian.....	50
3.4 Definisi Operasional Variabel	51
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.6 Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, dan Uji Instrumen Penelitian.....	56
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data	56
3.6.2 Instrumen Penelitian.....	56
3.6.3 Uji Instrumen Penelitian	57
3.7 Teknik Analisis Data	61
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	61
3.7.2 Kategorisasi dan Pemaknaan untuk Skor Variabel.....	63
3.7.3 Analisis <i>Partial Least Square-Structural Equation Modeling</i> (PLS SEM).....	70
BAB IV	77
4.1 Gambaran Umum <i>SPayLater</i>	77
4.2 Hasil Penelitian Deskriptif dan Pembahasan	79
4.2.1 Karakteristik Responden	79
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	79
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	80
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	82
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	83
4.3 Hasil Penelitian Deskriptif.....	85
4.3.1 Gambaran Umum Tingkat Variabel Persepsi Kegunaan.....	86
4.3.2 Gambaran Umum Tingkat Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	90
4.3.3 Gambaran Umum Tingkat Variabel Literasi Keuangan Syariah.....	94
4.3.4. Gambaran Umum Tingkat Variabel Minat Penggunaan Ulang.....	98
4.4 Analisis data dengan <i>Partial Least Square-Structural Equation Modeling</i> (PLS SEM).....	103
4.4.1 Pengajuan <i>Outer Model</i> (Evaluasi Model Pengukuran Reflektif)	103
4.4.2 Pengajuan <i>Inner Model</i> (Evaluasi Model Struktural)	110
4.4.3 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	115

BAB V.....	123
5.1 Simpulan	123
5.2 Implikasi.....	124
5.3 Rekomendasi	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah Pengguna Internet Global	1
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1. 3 Pertumbuhan Penggunaan <i>PayLater</i> di Indonesia	5
Gambar 1. 4 Total Outstanding Perseorangan Fintech <i>Lending</i>	5
Gambar 1. 5 Merek Layanan <i>Paylater</i> Terpopuler	7
Gambar 1. 6 Total Outstanding Pinjaman Fintech <i>Lending</i> Berdasarkan Generasi	10
Gambar 2. 1 Model TAM.....	18
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 3. 1 Tahapan Pengujian PLS SEM	71
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	82
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	84
Gambar 4. 5 <i>Output Model</i> Penelitian PLS SEM	115
Gambar 4. 6 <i>Output Bootstrapping</i> Model Penelitian PLS SEM	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daerah dengan Penduduk Bertransaksi <i>E-Commerce</i> Tertinggi (Rata-rata 2019-2021)	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	51
Tabel 3. 2 Skala <i>Semantic Differential</i>	56
Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Validitas Tingkat Persepsi Kegunaan.....	58
Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Validitas Tingkat Persepsi Kemudahan Penggunaan .	58
Tabel 3. 5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah	59
Tabel 3. 6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Tingkat Minat Penggunaan Ulang	60
Tabel 3. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas Seluruh Variabel.....	61
Tabel 3. 8 Kategori Variabel Persepsi Kegunaan untuk Skor Tiap Item Pertanyaan	63
Tabel 3. 9 Kategori Variabel Persepsi Kegunaan untuk Skor Variabel	64
Tabel 3. 10 Pemaknaan Kategori Variabel Persepsi Kegunaan.....	64
Tabel 3. 11 Kategori Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan untuk Skor Tiap Item Pertanyaan.....	65
Tabel 3. 12 Kategori Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan untuk Skor Variabel	66
Tabel 3. 13 Pemaknaan Kategori Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	66
Tabel 3. 14 Kategori Variabel Literasi Keuangan Syariah untuk Skor Tiap Item Pertanyaan.....	67
Tabel 3. 15 Kategori Variabel Literasi Keuangan Syariah untuk Skor Variabel ...	67
Tabel 3. 16 Pemaknaan Kategori Variabel Literasi Keuangan Syariah.....	68
Tabel 3. 17 Kategori Variabel Minat Penggunaan Ulang untuk Skor Tiap Item Pertanyaan.....	69
Tabel 3. 18 Kategori Variabel Minat Penggunaan Ulang untuk Skor Variabel.....	69
Tabel 3. 19 Pemaknaan Kategori Variabel Minat Penggunaan Ulang	70
Tabel 3. 20 Evaluasi Model Pengukuran Refleksi	73
Tabel 3. 21 Evaluasi Model Struktural.....	73
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	85
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Kegunaan..	88
Tabel 4. 3 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Persepsi Kegunaan Tiap Responden	89
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	92
Tabel 4. 5 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan Tiap Responden.....	93
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Literasi Keuangan Syariah.....	96
Tabel 4. 7 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Literasi Keuangan Syariah Tiap Responden.....	97

Tabel 4. 8 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Variabel Minat Penggunaan Ulang	101
Tabel 4. 9 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Minat Penggunaan Ulang Tiap Responden.....	102
Tabel 4. 10 Nilai <i>Outer Loadings</i> Sebelum Perbaikan.....	103
Tabel 4. 11 Nilai <i>Outer Loadings</i> Setelah Perbaikan	105
Tabel 4. 12 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	106
Tabel 4. 13 <i>Cross Loading</i>	107
Tabel 4. 14 <i>Heterotrait-Monotrait</i>	108
Tabel 4. 15 Nilai AVE	109
Tabel 4. 16 <i>Composite Reliability</i>	109
Tabel 4. 17 Nilai <i>R-Square</i>	111
Tabel 4. 18 Tabel Nilai VIF	112
Tabel 4. 19 Hasil Uji F^2	113
Tabel 4. 20 <i>Path Coefficient</i>	116

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, T., & Putu Mahyuni, L. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *Juernal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 24(2). <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>
- Afandi, A., Fadhillah, A., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. In *INNOVATIVE: JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE RESEARCH* (Vol. 568).
- AFPI. (2024). *Sejarah Perkembangan Fintech di Indonesia*.
- Agustina, I. D., & Riyanto, F. D. (2023). Determinan Minat Penggunaan E-payment Syariah Dimoderasi Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2059. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9010>
- Aini, S. N., & Sarjiyanto, S. (2023). Analysis of Demographic and Geographical Effects on Technology Acceptance Models: Studies on Shopee Paylater Users in Solo Society. *Jurnal Sosioteknologi*, 22(3), 300–313. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2023.22.3.3>
- Alawi, N. M., Asih, V. S., & Sobana, D. H. (2021). Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana. In *Jurnal MAPS (Manajemen Perbankan Syariah)* (Vol. 8, Issue 1). <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Amayah, N. I., & Ismanto, H. (2020). Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Karyawan Swasta di Kabupaten Jepara. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 6(3). <https://doi.org/10.17358/jabm.6.468>
- Amanda Putri, D., & Pradananta, G. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur Spaylater Pada Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JAMBURA*, 6(3). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Amartya Awdes, O., Surya, F., & Zahara. (2022). *Accounting Information System, Taxes, and Auditing Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Penggunaan Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee (SPaylater) Dengan Model UTAUT2*. <https://akuntansi.pnp.ac.id/aista>
- Amelia, R., & Syafrini, D. (2024). Penggunaan Shopee Paylater di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif*, 7(2), 291–300. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v7i2.757>
- Ananda, A., & Yasin, Ach. (2022). *Analisis Hukum Islam Terhadap Pinjaman Uang Elektronik Shopee Paylater Pada Marketplace Shopee*. 5(2).
- Andini, R. T., Ainiyah, L., & Setiyadi, B. (2024). *Tantangan dan Etika Komunikasi Humas dalam Era Digital*. <http://Jiip.stkipyapisdompupu.ac.id>

- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arianita, A., Alfansi, L., Anggarawati, S., Ps, M., Manajemen, M., & Bengkulu, U. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Digital Payment dengan Model Extended Utaut. In *The Manager Review* (Vol. 5, Issue 1).
- Arianti, B. F., & Azzahra, K. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan: Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 9(2).
- Azkiya, S. R., & Labibah, L. (2023). Analisis Penerimaan Aplikasi Ikalsel Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM). *UNILIB : Jurnal Perpustakaan*, 14(1). <https://doi.org/10.20885/unilib.Vol14.iss1.art3>
- Baihaqqi, I. K., & Prajawati, M. I. (2023). Pengaruh Risk Tolerance dan Religiusitas terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 960–968. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2448>
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27–40. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>
- Bowen, F. E., Rostami, M., & Steel, P. (2010). Timing is everything: A meta-analysis of the relationships between organizational performance and innovation. *Journal of Business Research*, 63(11), 1179–1185.
- Budiman, Y. I. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness Service dan Self-Efficacy terhadap Intention of Use Mobile Payment Fintech di Jakarta. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 6(3).
- Chan, L. L., & Idris, N. (2017). Validity and Reliability of The Instrument Using Exploratory Factor Analysis and Cronbach's alpha. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(10). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i10/3387>
- CNN Indonesia. (2025). *Utang Paylater Warga RI Sudah Tembus Rp31 T per Juni 2025*. CNN Indonesia.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Djumadi. (2024). Teknologi Blockchain dalam Perspektif Ekonomi Islam / Keuangan Islam. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4335–4351. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.887>
- Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah di Kalangan UMKM dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal : Jurnal*

- Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 105.
<https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2837>
- Eliani, E., Rais, R., & Fadjryani, F. (2023). Grouping Analysis of Maternal and Child Health Degree in Indonesia, Using Structural Equation Modeling Partial Least Square-Prediction Oriented Segmentation (Sem Pls-Pos). *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 19(3), 473–483.
<https://doi.org/10.20956/j.v19i3.22060>
- Endayani, F., Akbar, R. N., Setyawati, D., & Lestari, R. (2024). *PayLater: An Antecedent to Consumption Behavior and Consumption Level in Gen-Z* (pp. 313–318). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-244-6_48
- Ernayani, R. (2023). *Peningkatan Minat Penggunaan Produk Keuangan Syariah Melalui Islamic Branding dan Literasi Keuangan Syariah*.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8484>
- Fajrussalam, H., Hartiani, D., Anggraeni, D., Malida, I., Merliana, N., & Laelatul Ropiah, R. (2022). ANALISIS PEMBAYARAN PAYLATTER DALAM APLIKASI SHOPEE MENURUT PERSPEKTIF ISLAM. In *Journal of Elementary Education* (Vol. 6, Issue 2). <https://www.jurnalfai-uikabogor.org/attadib>
- Farroh Hasan, A. (2018). *Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktik)* (Z. M, Ed.). UIN-Maliki Malang Press. www.malikipress.uin-malang.ac.id
- Fauzi, D. A. (2024). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Social Influence, Dan Facilitating Conditions Terhadap Behavioral Intention Generasi Z Pada Penggunaan Fintech Shopee Paylater di Purwokerto Barat*.
- Febrianti, A., Pratiwi, V., Hanafi, T., & Salim, A. N. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, dan Perceived Risk terhadap Purchase Decisions Using Shopee Paylater Pada Generasi Z Di DKI Jakarta. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(12).
- Ferdinand, A. T. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Frimayasa, A. (2022). *Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Tokopedia*. 11(3).
- Gerrans, P., Baur, D. G., & Lavagna-Slater, S. (2021). Fintech and responsibility: Buy-now-pay-later arrangements. *Australian Journal of Management*, 47(3).
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (Pls)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. (2022). *Monograf Pengukuran Literasi Keuangan Syariah dan Literasi Keuangan*.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When To Use And How To Report The Results Of PLS-SEM. In *European Business Review*. Emerald Group Publishing Ltd., 31(1), 2–24.
- Hair, Joseph F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hamid, R. S., Anwar, S. M., Salju, Rahmawati, Hastuti, & Lumoindong, Y. (2019). Using The Triple Helix Model to Determine The Creativity a Capabilities of Innovative Environment. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 343(1), 6. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/343/1/012144>
- Handayani, R., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompot Digital ShopeePay. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 81–92. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.4749>
- Hardani, Ustiawaty, J., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hutapea, R. S., Gunawan, A., Djuwarsa, T., & Surya, R. T. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem “Financial Technology” (FinTech) Terhadap Kepuasan Pengguna PayLater di Kota Bandung. *Journal of Comprehensive Science*, 2(2).
- Ihsan, A., & Mutahir, A. (2023). *Seduction dan Simulakra Pada Layanan SPayLater* (Vol. 12, Issue 1).
- Ilyas, M., Herawan, C., Juliana, J., Nasim, A., Firmansyah, F., & Artikel, H. (2022). Sharia Compliance: Consumer Perspective in E-Commerce Practices. *Islamic Economic, Accounting, and Management Journal*, 3(2). <http://www.sanur.com/>
- Inri Yani, & Sutarni Sutarni. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fitur Paylater, Promosi dan Kemudahan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Shopee. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 270–284. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v3i2.1945>
- Juliana, J., Rizaldi, M. W., Azizah Al-Adawiyah, R., & Marlina, R. (2022). Halal Awareness : Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee

- dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2).
- Juliana, J., Syahril Qudsi, F., Disman, D., & Marlina, R. (2019). Sharia Compliance: Case Study on Murabahah Product BMT ItQan. *KnE Social Sciences*, 3(13), 914. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4256>
- Kirana, L. I. (2024). Simak Perkembangan Pengguna Internet Dunia Selama 10 Tahun Terakhir. *GoodStats*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Tan, C. T., Ang, S. H., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management : an Asian perspective (7th global edition)*. Pearson Education Limited.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money di Jawa Tengah. 12(1).
- Kurniasari, I., & Fisabilillah, L. W. P. (2021). Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan Spaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. In *Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan SPayLater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. INDEPENDENT: Journal Of Economics* (Vol. 1, Issue 3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/independent>
- Kurniawan, Y., Bhatara, R., & Anwar, N. (2021). Analysis of The Effect of Usefulness, Ease of Use, And Security Perception on Intentions To Use The Paylater Application. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 31(14). www.jatit.org
- Latifiana, D. (2017). *Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah (UKM)*.
- Lutfillah, N. Q., Hapsari, A. P., & Candrawati, T. (2024). Determinants of Students' Decisions to Use Paylater Digital Financial Products. *BASKARA : Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(1), 42–54. <https://doi.org/10.54268/baskara.v7i1.23263>
- Mahri, Aj. W., Juliana, J., Cakhyanu, A., Sri Wulandari, N., Adirestuty, F., & Kortey Mac-Doqu, F. (2025). Intense Behavior of Sharia Peer-To-Peer Lending Borrowers in Indonesia Through the Theory Model of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. In *RIEF: Review of Islamic Economics and Finance* (Vol. 8, Issue 1).
- Megasari, C., & Latif, B. S. (2022). Pengaruh Design Interior dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Hotel Sotis Kemang. 17(5).
- Mellenia, & Ayu, R. (2023). Pengaruh Faktor Sosial, Lifestyle, Kontrol Diri Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus Angkatan 2019.

- Menne, F., Hasiara, L. O., Setiawan, A., Palisuri, P., Tenrigau, A. M., Waspada, W., Juliana, J., & Nurhilalia, N. (2024). Sharia Accounting Model in The Perspective of Financial Innovation. In *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* (Vol. 10, Issue 1). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100176>
- Monoarfa, H., & Juliana, J. (2025). *Falsafah dan Praktik Bisnis Islami Dari Rasulullah hingga Era Digital*. PT Rajawali Buana Pusaka. <https://www.researchgate.net/publication/392404563>
- Muadz, & Waluyo, B. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Meminjam di P2P Lending Syariah dengan Promosi sebagai Variabel Moderasi*.
- Muflih, M., & Juliana, J. (2021). Halal-Labeled Food Shopping Behavior: The Role of Spirituality, Image, Trust, and Satisfaction. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1603–1618. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0200>
- Muhamad, N. (2023). 8 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia, Shopee Paylater Juara. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/1c97d81669f0cb7/8-layanan-paylater-terpopuler-di-indonesia-shopee-paylater-juara>
- Mulya, A. S. (2022). Analisis Faktor yang Memengaruhi Keputusan Agresivitas Transfer Pricing (Analysis of Factors Influencing the Decision of Transfer Pricing Agresivity). *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(1), 71–82. <https://doi.org/10.35912/sakman.v2i1.1652>
- 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), 185–198. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i2.13486>
- Nailah Amelia, P., Arta Fidiansa, P., & Chindy Salsabilla Risa, dan. (2023). Fenomena Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional*, 176–187.
- Nasution, U. H., & Junaidi, L. D. (2024). *Metode Penelitian* (J. Prayoga, Ed.).
- Natalie, T., & Listen, G. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Resiko pada Pemabayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma)* (Vol. 1, Issue 1).
- Nikmah, A., & Iriani, S. (2023). Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(16), 8–21. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8224952>
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa*.

- Norrahman, R. A. (2023). Peran Fintech Dalam Transformasi Sektor Keuangan Syariah. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 101–126. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i1.11>
- 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*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>
- Nugraha, D. A. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Individu Menggunakan Go-Pay di Kota Yogyakarta*.
- Nuraini, A., Monoarfa, H., & Juliana. (2024). Perkembangan Studi Literasi Keuangan Syariah: Analisis Bibliometrik. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 12(1). <https://doi.org/10.35836/jakis.v12i1.524>
- Nuraini, P., Alfani, M. H., Muyasaroh, N., & Adawiyah, R. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*. 6(1).
- 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 Shopee Paylater). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1).
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. In *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah* (Vol. 2, Issue 2). <https://www.bi.go.id>
- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely, Z. (2024). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 6(2), 125. <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i2.78921>
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*.
- Ong, V., & MN, N. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 04(02).
- Orientani, R., & Kurniawati, M. (2021). Factors Influencing Intention to Use SPayLater in Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS*, 8(2), 285–294. <https://doi.org/10.33096/jmb.v8i2.842>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat*.

- Pamungkas, R. P., Setiawati, R., & Suci, N. M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Technology Acceptance Model Terhadap Penggunaan Ulang Paylater. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 12(4).
- Patrisia, D., & Abror, A. (2022). Literasi Keuangan Syariah Pada Generasi Z: Peran Keluarga Dan Religiusitas. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 1(2), 1–15. <https://doi.org/10.24036/jkmb.11687000>
- Pebriantje, D., & Sulaeman, E. (2023). *Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital Shopeepay*.
- Prajawati, M., Ainiyah, F., & Yuliana, I. (2023). Sikap Investasi dan Norma Subjektif Terhadap Minat Investasi dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 35–51. <https://doi.org/10.35590/jeb.v10i1.6284>
- Prakosa, A., & Jati Wintaka, D. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta* (Vol. 3, Issue 1).
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Prazadhea, A. A., & Fitriyah. (2023). *The Influence Of Financial Literacy, Ease Of Use And Usefulness On The Use Of Shopee Paylater In Malang City Students*. 7(2), 2023.
- Prena, G. Das, & Dewi, N. K. S. G. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 22(2), 142–155. <https://doi.org/10.22225/we.22.2.2023.142-155>
- Priskilia, & Sitinjak, T. (2019). *Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Memakai Ulang Layanan Go-Pay di Wilayah Jakarta*. 9(1). www.databoks.katadata.co.id
- Priyo Nugroho, A., & Marisa Apriliana, R. (2022). Islamic Financial Literacy and Intention to Use Gopay in Yogyakarta: Extended Theory of Acceptance Models. *KnE Social Sciences*, 329–338. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i10.11370>
- Purwati, S. I., & Setiawan, F. (2025). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko dan Religiusitas terhadap Keputusan Penggunaan Spaylater. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(3), 181–189. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i3.114>

- Puspadini, M. (2025). *Fenomena “Utang Hantu” Pay Later di AS, Apa Kabar di RI?* CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20250710144053-17-648009/fenomena-utang-hantu-pay-later-di-as-apa-kabar-di-ri>
- Putra, A., & Fietroh, M. N. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Shopee*. 1(1).
- Putri, M. N. (2022). Literasi Keuangan Syariah dan Kinerja UMKM. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 81–87.
<https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.240>
- Putu, N., Maharani, J., Hoediansyah, E., Salsabilla, Y., & Siswanto, F. (2022). *Analisis Perilaku Mahasiswa dalam Melakukan Belanja Online Melalui Aplikasi Tiktok Menggunakan Theory of Planned Behaviour Student Behaviour Analysis in Doing Online Shopping Through Tiktok Application Using Theory of Planned Behaviour*. <http://sitasi.upnjatim.ac.id/70>
- Rahmatang, Rosmanidar, E., & Fitrianova Andriani, B. (2024). Pengaruh Islamic Financial Literacy, Lifestyle, Dan Self Control Terhadap Financial Management Behavior Pada Mahasiswa. *JURNAL ILMIAH KOMPUTERISASI AKUNTANSI*, 17(1).
<https://doi.org/10.51903/kompak.v17i1.1778>
- Rahmawati, I. M., & Wati, K. M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Promosi Cashback terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompot Digital Shopeepay (Studi pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
- Ramadhani, H. M., Rahmi, M., & Fathoni, M. A. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank* (Vol. 2).
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian* (A. A. Effendy, Ed.).
- Restike, K. P., Prasasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z*.
- Rizky Wicaksono, S. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Rolando, B. (2025). Pengaruh Pendapatan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Paylater. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 6(3).
<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i3.6953>
- Rompas, R. C. E. E., Pangemanan, S., & Tulung, J. E. (2020). *Buy Now, Pay Later Determinants Of Pay Later Service Affecting The Lifestyle Of Society*. 8(4).
- Rosida, R., Oktaviani, N., & Nurasyiah, A. (2024). The Millennial Generation’s Interest in Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS) on the Island of Java. In *RIEF*:

- Review of Islamic Economics and Finance* (Vol. 7, Issue 1). <https://ejournal.upi.edu/index.php/rief/index>
- Rosyada, M. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Pengguna SPay Later* (Vol. 15, Issue 3).
- Roudi, M., Elouadi, A. E., Hamdoune, A., Choujtani, K., & Chati, A. (2022). TAM-UTAUT and The Acceptance of Remote Healthcare Technologies by Healthcare Professionals: A Systematic Review. In *Informatics in Medicine Unlocked* (Vol. 32). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.imu.2022.101008>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Rustamana, A., Wahyuningsih, P., Azka, M. F., & Wahyu, P. (2024). Penelitian Metode Kuantitatif. *Tahun*, 5(6), 1–10. <https://doi.org/10.9644/sindoro.v4i5.3317>
- Sahroni, O. (2020). *Fikih Muamalah Kontemporer Jilid 3 Membahas Permasalahan Sosial dan Ekonomi Kekinian* (M. I. Santosa, Ed.). Republika Penerbit.
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226. <https://doi.org/1047467/elmal.v5i2.752>
- Samsudeen, S. N., Selvaratnam, G., & Mohamed, A. H. H. (2020). Intention to use mobile banking services: an Islamic banking customers' perspective from Sri Lanka. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 410–433.
- Sari, L., & Septiano, R. (2023). Does Capital Affect The Value of A Company? Case Study on Banking in Indonesia. *Journal of Social and Economics Research*, 5(1). <https://idm.or.id/JSER/index>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. www.wileypluslearningspace.com
- Septin, A. C., Haris, Z. A., & Widiastuti, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Paylater Non Syariah. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Humaniora*, 10(01).
- Setiawan, A. (2024a). *SPayLater: Bayar di Mana Pun Lebih Mudah Lebih Cepat*. <https://Shopeepay.Co.Id/Blog/Spaylater>.
- Setiawan, A. (2024b, September 17). *Cara Mengaktifkan dan Bayar SPayLater; Bisa Pakai di Mana Pun*.

- Shobah, N. (2017). *Analisis literasi keuangan syariah terhadap penggunaan jasa perbankan syariah sebagai upaya meningkatkan sharia financial inclusion studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Silvialorensa, D. D., Hartono, & Dwihandoko, T. H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Penggunaan SPaylater pada Generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto. *EBisnis Manajemen*, 2(3).
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana.
- Siregar, W. S., Nasution, A. I. L., & Nurwani. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater*. 4(4).
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater di Era Keuangan Digital Oleh Generasi Z. In *Journal of Young Entrepreneurs* (Vol. 3, Issue 1). <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Sugandi, E. A., Saberina, S., & Sarifiyono, A. P. (2023). The Role of Perceived Ease of Use and Customer Engagement in Influencing Behavioural Intention to Use Traveloka Paylater. *International Journal of Business, Economics and Social Development*, 4(1), 38–44.
- Suherman, A. C., Subagio, N. A., & Mahardiyanto, A. (2024). The Influence Of Sharia Financial Literacy and Perceived Usefulness On The Decision Of The Muslim Generation To Choose The Shopee Paylater. *Journal Economics and Business of Islam*, 9(1), 48–63. <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/TJEBI/index>
- Sumarnah, R., Citra Prajasari, A., Syariah, E., Dan, E., Islam, B., Sunan, U., Yogyakarta, K., & Syariah, M. K. (2025). The Impact Of Perceptions On The Adoption Of Sharia P2P Lending. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 10(01). <https://doi.org/10.37366/jespb.v10i01.2342>
- Suryono, R. R., Budi, I., & Purwandari, B. (2020). Challenges and trends of financial technology (Fintech): A systematic literature review. In *Information (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 12, pp. 1–20). MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/info11120590>
- Susi Setiawati. (2024, August 27). *Utang Pinjol Tembus Rp 60 T, Gen Z & Milenial Paling Malas Bayar*.
- Syafudin, N., & Holis, A. (2022). 10 Wilayah Terbesar E-Commerce di Indonesia. *Datanesia*.
- Syamputri, D., Khairunnisa, M. L., & Nurfajariyati, R. (2021). *Ekonometrika Terapan Pada Bidang Riset Ekonomi dan Keuangan Islam* (A. Nurasyiah, Ed.). UPI Press.
- Taufiq, M., & Ikhwan, E. (2019). *Determinan Literasi Keuangan Syariah*.

- Tri Ismawati Saleh, F. A., Syam, A., Jufri, M., Rakib, M., Reski Nurhikmah, A., Studi Kewirausahaan, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Negeri Makassar, U., & Lasharan Jaya Makassar, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1). <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.4165>
- Trianita, M., Fuji Lia Ristoni, F., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta, F. (2024). Peran Teori TAM Dalam Meningkatkan Repurchase Intention Pengguna SPayLater Di Kota Padang. In *Bisnis Dharma Andalas* (Vol. 26, Issue 2). <https://databoks.katadata.co.id/datapubli>
- Untari, P. H. (2025). *Paylater Makin Dicari, Pengguna Melonjak 25,53% Jadi 17,26 Juta per Februari 2025*. Bisnis.Com.
- Venkatesh, V., & Morris, M. G. (2000). Why Don't Men Ever Stop to Ask for Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior. *MIS Quarterly*, 24(1), 115–139.
- Virginia, S. G., & Puspitasari, E. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Dompot Digital. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 643. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.878>
- Wati, A., & Ningsih, S. H. (2023). Analisis Hukum Ekonomi Syariah Dalam Transaksi Paylater Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 2(1), 98–108. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v2i1.434>
- Widodo, A. P., Agushyana, F., & Jati, S. P. (2018). Pengukuran Penerimaan Sistem Informasi EWSKIA Berdasarkan Persepsi Pengguna dengan Menggunakan Technology Acceptance Model. *JURNAL SISTEM INFORMASI BISNIS*, 8(2), 166. <https://doi.org/10.21456/vol8iss2pp166-173>
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus: AMIK Jayanusa Padang). *JURNAL RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1). <http://jurnal.iaii.or.id>
- Yonatan, A. Z. (2024). *Pengguna PayLater Indonesia Tumbuh 17 Kali Lipat dalam 5 Tahun Terakhir*. GoodStats.
- Zikri, K., Dewi, H., Hidayat, W. N., & Devi, E. K. (2024). Edukasi literasi Keuangan Syariah Siswa/siswi Madrasah Aliyah di Tanjung Jabung Timur. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.32877/nr.v4i1.1707>
- Zuhro, N. C., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Aplikasi OVO). *JIGABI: Jurnal Ilmu Administrasi Niaga*, 10(2).

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Instrumen Penelitian
- Lampiran 2. Identitas Responden
- Lampiran 3. Hasil Pengolahan SPSS
- Lampiran 4. Hasil Pengolahan Rata-Rata Skor dan Kategorisasi
- Lampiran 5. *Output SmartPLS4*
- Lampiran 6. *Plagiarism Checker*
- Lampiran 7. Surat Keputusan Dosen Pembimbing Skripsi
- Lampiran 8. Catatan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 9. Bukti USS SPS
- Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 11. *Curriculum Vitae*
- Lampiran 12. Bukti ACC Dosen Pembimbing