

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, L. (2022). Evaluation of Factors influencing the Shopee PayLater adoption in Indonesia. *Management Science and Business Decisions*, 2(2), 5–18. <https://doi.org/10.52812/msbd.49>
- Anita Santri Caniago, Rafidah Rafidah, & Erwin Saputra Siregar. (2023). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Dalam Keputusan Menggunakan Layanan E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(3), 160–172. <https://doi.org/10.55606/jurima.v3i3.2458>
- Aulia, D., & Ansari Harahap, D. (2022). Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Pada Go Food. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1), 105–111. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.627>
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Public Knowledge Project Telkom University*, 2(1), 89–103. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14958/14862>
- Clara, C. (2023). Dompot Elektronik (E-Wallet). In *Metode Pembayaran Elektronik* (Vol. 1, Issue October). [https://www.researchgate.net/publication/374998919\\_Dompot\\_Elektronik\\_E-Wallet](https://www.researchgate.net/publication/374998919_Dompot_Elektronik_E-Wallet)
- Daga, R., Ismail, N., & Maddatuang, B. (2020). Analisis Efektivitas Program Mandiri Dagang Untung pada PT . Bank Mandiri (Persero), Tbk. Kanwil Regional X Sulawesi dan Maluku. *SEIKO: Journal Pf Management & Business*, 3(3), 69–70. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/727/434>

Hilmi Delphino Arrighi, 2024

**PENGARUH KEMUDAHAN, PERSEPSI RESIKO, GAYA HIDUP DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN LINK AJA SYARIAH**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Duryadi. (2021). buku ajar, metode penelitian ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik* (Vol. 7, Issue 1, pp. 1–150).
- Engko, C., Limba, F. B., & Achmad, A. P. (2023). Pengaruh Pengetahuan Dan Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Qris Dengan Technology Acceptance Model ( TAM ) Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Revenue Jurnal Akuntansi*, 4(1), 386–397. <https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/274>
- Essen Atwandira Putri, Ahmad Husin, M. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater di Wilayah Kota Surakarta. *Public Knowlage Project Telkom University*, 2(1), 1–17.
- Fadhila, F., Azhar, & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater. *Jurnal Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2), 20–30. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/download/194/96>
- Fadilah, N., Santoso, B., Rozzaid, Y., & Jember, U. M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Pada Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 4(1).
- Faridhal, M. (2017). Analisis Transaksi Pembayaran Non tunai Melalui e-wallet: Perspektif dari Modifikasi Model Unified theory of Acceptence and Use of Technology 2. *Jurnal Ilmiah MahasiswaFeb Universitas Brawijaya*, 32.
- Fauzan. (2013). pengaruh religiusitas terhadap etika berbisnis (Studi pada RM. Padang di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 15(1), 53–64. <https://doi.org/10.9744/jmk.15.1.53-64>
- Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Cv Budi Utama*, 5 No.(september), 5–299. [https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU\\_KONSUMEN\\_PERILAKU\\_KONSUMEN\\_MAKALAH\\_PERILAKU\\_KONSUMEN](https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN)

- Fitria, S. E. (2021). The Influence of Lifestyle, Product Innovation and Instagram toward Online Purchase Decisions (Case Study of Firmi Scarf Store). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 04(09), 1634–1643. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i9-07>
- Foster, B., Hurriyati, R., & Johansyah, M. D. (2022). The Effect of Product Knowledge, Perceived Benefits, and Perceptions of Risk on Indonesian Student Decisions to Use E-Wallets for Warunk Upnormal. *Sustainability (Switzerland)*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116475>
- Gazali, A. V., & Suyasa, P. T. Y. S. (2020). The Role of the Perceived Risk to Purchase Decision (For Consumers Who Use Online Shopping Technology). *Tarumanegara International Conference on the Application of Social Sciences*, 439(Ticash 2019), 375–379. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200515.066>
- Giovinda, F., Ridwan, H., & Pusporini. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket. com. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 1059–1076.
- Goso. (2022). Metode Penelitian Bisnis “pendekatan Quantitatif.” In *Palopo: LPPI UM Palopo* (Vol. 7, Issue 1).
- Hair, F., J., Hult, M., G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks. Sage, 165.
- Harber, J. G. (2011). *Digital Commons @ East Tennessee State University Generations in the Workplace : Similarities and Differences* .
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- Hasyim, F., Rya Addela, & Novia Gita Rahmawati. (2023). Pendekatan TAM

Hilmi Delphino Arrighi, 2024

**PENGARUH KEMUDAHAN, PERSEPSI RESIKO, GAYA HIDUP DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN LINK AJA SYARIAH**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

dalam Menilai Keputusan Penggunaan LinkAja Syariah pada Masyarakat Surakarta. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(1), 88–100. <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i1.7059>

Hidayanti, N., Wiryaningtyas, D. P., Ariyantiningasih, F., & Citrasari, A. D. W. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Payltaer Melalui Financial Technology pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(3), 393–407.

Ipsos. (2020). The Evolution of The Digital Wallet: Driving The Next Wave of Growth. *The Evolution of The Digital Wallet: Driving The Next Wave of Growth*, 1–8. <https://www.ipsos.com/en-id/ipsos-media-conference-strategi-menang-tanpa-bakar-uang>

Irmadhani, & Nugroho, M. A. (2012). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan. *Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–20.

Jati, A. I., Isnawati, D., & Lestari, W. (2023). Analisis Permintaan Belanja Online di Indonesia. *Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation*, 3(1), 1–13.

Karnadjaja, C. C., Tulipa, D., & ... (2018). Pengaruh persepsi risiko, manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap minat belanja online melalui kepercayaan dan sikap pada konsumen Zalora di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa ...*, 6(2).

<http://journal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/view/1779%0Ahttp://journal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/download/1779/1627>

Kartikasari, Y. (2017). pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk tas impor dengan persepsi kualitas sebagai variabel mediasi (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2), 1–15.

Kemenag. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Agama*. [Kemenag.Go.Id. https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penduduk-menurut-](https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penduduk-menurut-)

Hilmi Delphino Arrighi, 2024

**PENGARUH KEMUDAHAN, PERSEPSI RESIKO, GAYA HIDUP DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN LINK AJA SYARIAH**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

agama

- Kemenkeu. (2022). *Paylater Dengan Segudang Resikonya*. Kemenkeu.Go.Id. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15565/PAYLATER-DENGAN-SEGUDANG-RESIKONYA.html>
- Kusumawardhana, V., Anantadjaya, S. P., & Manurung, S. P. (2011). Gaya Hidup, Persepsi, dan Intention to Buy: Studi Perilaku Mahasiswa Terhadap Pemilihan Jasa Perbankan. *Finance & Accounting Journal*, 01(01), 1–18. [faj-hbbs.blogspot.com](http://faj-hbbs.blogspot.com)
- Lestari, I. T., & Widyastuti, W. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi Pada Pengguna Tokopedia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, 1–2.
- Mahendri, W., Darsono, J. T., & Firdiansjah, A. (2020). The Influence of Religiosity and Halal Label through Halal Awareness Purchase Decisions. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(3), 1739–1746. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i3.1105>
- Mbete, G., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(10.32493/informatika.v5i2.4946).
- Meliana, V. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Esa Unggul (JAME)*, 9(1), 1–7.
- Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Di Ponorogo. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 113–120. <https://doi.org/10.36407/serambi.v2i2.181>
- Muhammad Ananda Rizaldi, Fathoni, M. A., & Yetty, F. (2021). Faktor Determinasi Minat Penggunaan Layanan Linkaja Syariah Pada Masyarakat Jabodetabek. *Journal of Sharia Economics*, 2(2), 120–140.

Hilmi Delphino Arrighi, 2024

**PENGARUH KEMUDAHAN, PERSEPSI RESIKO, GAYA HIDUP DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN LINK AJA SYARIAH**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

<https://doi.org/10.22373/jose.v2i2.1307>

- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik ( QRIS ) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- Nora, L., & Minarti, N. S. (2016). The role of religiosity, lifestyle, attitude as determinant purchase intention. *The 2nd International Multidisciplinary Conference 2016*, 135–148. [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)
- Nurdiansyah, A., Pratiwi, A., & Kaunaini, B. (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan dan Kepuasan. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 297–303.
- P Irawati, T. M. (2023). Pengaruh kegunaan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan linkaja syariah bagi masyarakat solo raya. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 12(1), 46–55. <https://jes.stie-sak.ac.id/index.php/103044/article/view/247>
- Paendong, M., & Tielung, M. V. J. (2016). Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 387–395.
- Panerang, A. M., & Utami, N. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E-wallet(Studi Link Aja Syariah). *Jurnal Ekonomi Sakti*, 12(April), 119–137.
- Patimah Nasution. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Rabbani di Dumai Kota. *Tamaddun Ummah (JTU)*, 2(1), 36–49. <https://doi.org/10.57113/jtu.v2i1.128>
- Populix. (2022). Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps. *Populix.Co*, 1–18. <https://info.populix.co/report/digital-banking-survey/>
- Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, 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.

Hilmi Delphino Arrighi, 2024

**PENGARUH KEMUDAHAN, PERSEPSI RESIKO, GAYA HIDUP DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN LINK AJA SYARIAH**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/10130>

- Putri Annisa, & Yetti Fitri. (2022). Pengaruh Faktor Keputusan Penggunaan Layanan Linkaja Syariah Di Masa Covid-19 Dengan Efektivitas fitur layanan Sebagai Variabel Moderasi. *Islamic Economics and Business Review*, 1(2), 214.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Putro, R. Y. A., & Kamal, M. (2013). Analisis Pengaruh Brand Reputation, Brand Competence, dan Brand Liking Terhadap Trust In Brand Pada Konsumen Windows Phone Nokia di Surabaya. 10(2), 178–185. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v10i2.5916>
- Rahmawati, H. K. (2016). Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal di Argopuro. *Jurnal Community Development*, 1(2), 35–52. [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Kegiatan+Religiusitas+Masyarakat+Marginal+di+Argopuro&btnG=](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Kegiatan+Religiusitas+Masyarakat+Marginal+di+Argopuro&btnG=)
- Rahmi, M., Sholihah, D. R., & Nopiyanti, A. (2023). Millennial Generation Intentions in The Islamic Capital Market. *International Journal of Emerging Issues in Islamic Studies*, 3(1), 49–67. <https://doi.org/10.31098/ijeis.v3i1.1351>
- Resa, N. A., & Andjarwati, A. Iestari. (2019). Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Journal UAJY*, 7, 1–9.
- Rizki, M., & Subhan, M. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Uin Sts Jambi. 1(4), 299–312.
- Rosyada, M. (2022). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal.

Hilmi Delphino Arrighi, 2024

**PENGARUH KEMUDAHAN, PERSEPSI RESIKO, GAYA HIDUP DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN LINK AJA SYARIAH**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

*Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 213–218.  
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.868>

Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopeepaylatermasyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 168.

Sazali, H., & Rozi, F. (2020). Belanja Online dan Jebakan Budaya Hidup Digital pada Masyarakat Milenial. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 85–95.  
<https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.3556>

Sheldy, Y. P., Sidanti, H., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet DANA (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 5, September 2023*, 1–14.

SimiliarWeb. (2023). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Katadata.Co.Id.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>

Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.

Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). Keabsahan data. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 1–22.

Syariah, L. A. (2022a). *Link Aja Syariah*. <https://www.linkaja.id/syariah>

Syariah, L. A. (2022b). *Link Aja Syariah*. <https://www.linkaja.id/artikel/linkaja-syariah-raih-penghargaan-internasional-sebagai-layanan-keuangan-digital-terbaik-2022>

Visa. (2022). Visa Consumer Payment Attitudes Study 2022 - Navigating a New Era in Payments. *Visa Indonesia*, 45.

Hilmi Delphino Arrighi, 2024

**PENGARUH KEMUDAHAN, PERSEPSI RESIKO, GAYA HIDUP DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN LINK AJA SYARIAH**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]



<https://my.review.visa.com/dam/VCOM/regional/ap/documents/visa-cpa-report-smt-2022.pdf>

- Warayuanti, W., & Suyatno, A. (2015). The influence of lifestyles and consumers attitudes on product purchasing decision via online shopping in Indonesia. *European Journal of Business and Management*, 7(8), 74–80. [https://scholar.google.com.sg/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=iXADw-sAAAAJ&citation\\_for\\_view=iXADw-sAAAAJ:WF5omc3nYNoC](https://scholar.google.com.sg/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=iXADw-sAAAAJ&citation_for_view=iXADw-sAAAAJ:WF5omc3nYNoC)
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 19(1), 12–26. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>
- Wijaya, D. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Perspektif*, Vol. 15.(2), 79-88. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/833/1610>
- Zahra, N. A., Putri, A., Kamilah, I., & Kuslaila, N. R. (2023). Analisis Pengukuran Faktor Adopsi Teknologi E-Commerce Pada Pelaku Umkm Menggunakan Framework Toe. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 12–20. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.558>
- Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater pada Mahasiswa di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 55–62. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i1.63061>
- Zusrony, E. (2003). *Perilaku Konsumen Era Modern*.