DAFTAR PUSTAKA

Aini, W. H. (2024). Sugiono, aini 2024. *Analisis Kepuasan Konsumen Pada Penggunaan Ojek Online Dan Ojek Konvensional Di Kabupaten Banyuwangi*, *12*, 14–18.

Almamada, J. (2021). *Pengaruh Persepsi Tampilan Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Dengan Media E-Commerce Di Masa Pandemi*. *Borobudur Psychology Review*, *1*(2), 59–69. https://doi.org/10.31603/bpsr.5796

Baskara, R. N. D., & Nurwidawati, D. (2023). *Hubungan antara Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan E-commerce The Relationship between Consumer Trust and Purchasing Decisions in E-commerce Customers*. Character: Jurnal Penelitian Psikologi, 10(02), 1001–1013.

Dewi, N. N. (2021). *Buku Ajar: Pengantar Manajemen*. Scopindo Media Pustaka.

Elbadiansyah. (2023). *Pengantar Manajemen*. Deepyblish.

F.Tamengkel, Cindy Magdalena GunarsihJ.A.F., & KalangiLucky. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. Productivity, 2(1), 70–72.

Fardini Nur Cahya Ningsih, M Tahir Kasnawin, R. M. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Tenaga Kontrak Di*. *3*(3), 417–425.

Hazni, Fitriah, H., & Yeni, M. (2023). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Analisis Kegiatan Main Peran Makro untuk Mentsimulasi Percaya Diri Pada Anak Usia 4-5 Tahun Di TK Cinta Ananda Banda Aceh*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 4(1), 1–10.

Husen, A. (2023). Sugiyono (2017:215). Jurnal Economina, 2(6), 1356–1362.

Indrajaya, S. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media Publishing.

Jafar, M., & Aisyah, D. (2022). *Muslim Jafar 1 , Devy Aisyah 2 , Amrina 3*. 2338(19), 13–34.

Kasinem. (2020). *Jurnal Media Wahana Ekonomia*. Jurnal Media Wahana Ekonomika, 17, 329–339.

Khasanah, J. S. N., & Jaya, A. (2023). *Pengantar Manajemen*. Nazwa Litera Publishing.

Komariyah, L., & dkk. (2021). *Manajemen Pendidik & Tenaga Kependidikan Abad*

21. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Kosasih, N. (2022). *Pengantar Manajemen*. Guepedia.

Kumbara, B. V. (2021). *Determinasi Nilai Pelanggan Dan KeputusanPembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain ProdukDan Endorse*. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, Volume 2(Issue 5), 605. file:///C:/Users/USER/Downloads/admin-dinasti,+JIMT+VOL+2+ISS+5,+VICKY.pdf.

Kusumawati, E. (2023). *Buku ajar metodologi penelitian*.

Maidiana. (2021). Alacrity. *The Arden Encyclopedia of Shakespeare's Language*, *1*(2), 20. https://doi.org/10.5040/9781350601529.381

Marjukah, A. (2023). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.

Mujahida, S. (2018). *Pengantar Manajemen*. CV Sah Media.

Mursalina, A., Hasanah, & Efriani. (2024). *Program Studi Antropologi , Universitas Tanjungpura PayLater Dalam Berbelanja Oonline Mahasiswa Di Sepakat 2 Pontianak Tenggara Consumerism And The Ultilization Of Shopee PayLater In Keywords : Consumer Behavior , Shopee , Lifestyle Belakangan ini di era d*.

Nasution, U. H., & Junaidi, L. D. (2024). *Metode Penelitian*. Serasi Media Teknologi.

Nurmartiani, E. (2024). *Pengantar Perilaku Konsumen*. Tristar Mandiri Publisher.

Oppusunggu, U., Marbun, S., & Napitupulu, J. (2025). *Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee Paylater*. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(2), 2634–2640. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.908

Panji Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). *Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap*. *Excellent*, *7*(2), 143–152. https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent%0Ahttps://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793

Prawiyogi, A. G., Sadiah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). *Teknik Pengumpulan*. Jurnal Basicedu, 5(1), 446–452.

Rahmawati, E., & Apriadi, D. (2025). *Pengaruh Gaya Hidup dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater*. Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi, 5(2), 46–58.

https://doi.org/10.55606/jurima.v5i2.5219

Rangkuti, P. A., & Pasaribu. (2024). *Pengaruh Kepercayaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Menggunakan Online Travel Agent Di Hotel Pangeran Beach Padang*. Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata, 7(2), 113–117. https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i2.84019

Rd. Roro Anggraini Soemadi. (2023). *Pengaruh pemasaran digital dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian fried chicken home delivery*. Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 20(2), 189–197.

Revangelista Mambu, Johny R. E. Tampi, & Danny D. S. Mukuan. (2021). *Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano*. *Productivity*, *2*(1), 79–84. https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/32942

Saputra, R. J. V., & Sudarwanto Tri. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan TerhadapKeputusan Pembelian Menggunakan Shopee PaylaterMasyarakat Kota Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 11(2).

Setiani, T., & Accacia Qonita Andini, R. (2023). *Jurnal Akuntansi*. Jurnal Akuntansi, 18(02), 47.

Setyariningsih, E. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kpepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (E-Commerce) Lazada di Kota Mojokerto*. *2*, 1–9.

Sugiharto et al. (2023). *Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime Di Kota Bekasi*. Jurnal Bisnis Dan Pemasaran, 13(September).

Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta, cv.

Sunny, M. P., & dkk. (2024). *Buku Ajar Pengantar Manajemen Bisnis*. Sonpedia Publishing Indonesia.

Syafrianita Nova, Muhammad Asnawi, & Firah Al. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Pada Cv. Syabani Di Pusat Pasar Medan*. Jurnal Bisnis Corporate, 7(2), 1–10.

Syahbudi, M., Barus, E. E., & Barus, D. S. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Merdeka Kreasi Group.

Tambunan, T. S. (2023). *Pengantar Manajemen*. Kencana.

Tammu, R. G., & Palimbong, S. M. (2022). *Pengaruh electronic word of mouth,*

gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembeli online melalui shopee. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, *5*(1), 433–438. https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2266

Wahyu Laila, T., & Saifudin. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, KepuasanPengguna Terhadap Keputusan PembelianMenggunakan Pembayaran Shopee Paylater*. *3*(1). https://prosiding.stainim.ac.id

Waroka, S., & Fadila, A. (2022). *Pengaruh Kepercayaan dan Gaya Hidup Terhadap Kebutusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater*. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 8(12), 619–624. https/jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. Perspektif : Jurnal Ilmu Administrasi, 3(2), 96–102. https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540

Zahara, R. D., Athar, H. S., & Hilmiati. (2024). *Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Feb Universitas ataram) Purchase Decisions on the Shopee Application . (3) Trust has a significant positive effect on Purchase Decisions on the Shopee Applicatio*. *1*.