

DAFTAR PUSTAKA

- Al, M. K. (2020). FinTech in COVID-19 and Beyond : What Factors Are Affecting Customers ' Choice of FinTech Applications ? FinTech in COVID-19 and Beyond : What Factors Are. *Journal of Open Innovation* (6), 153-157
- Anugratami, F., Christin, M., dan Primadani, B. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter terhadap Motivasi Followers pada Akun @Merryriana. *e-Proceeding of Management* 2(2), 2256–2261.
- Aris, V. (2016). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Ketersediaan Teknologi Informasi Terhadap Penerimaan Penggunaan Internet Pada Stisip Veteran Palopo. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 2(1), 51–62. <https://doi.org/10.35906/jm001.v2i1.162>
- Asja, H. J., Susanti, S., dan Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Azmi, S., Harmain, H., Iskandar Ps, W. V, Estate, M., Percut Sei Tuan, K., Deli Serdang, K., dan Utara, S. (2022). Enrichment: Journal of Management The Effect of Financial Literarture on Interest in Using Fintech Payment (Paylater) in Shopee (Case Study of FEBI UINSU Students). *Enrichment: Journal of Management*, 12(5).
- Bahadiani, B., P., dan Hutagalung, J., R., R. (2022). Fenomena Tingginya Konsumsi Kelas Menengah pada Sistem Pinjaman Online Berkedok Hutang Dahulu Bayar Belakangan. *Indonesian Journal of Society Studies* 2(2), 47–61.
- Benton, D. (2017). Analysis and Priorities: Developing a Modern, Effective, Regulatory Framework. *Journal of Nursing Regulation*, 8(2), S44–S50. [https://doi.org/10.1016/S2155-8256\(17\)30127-8](https://doi.org/10.1016/S2155-8256(17)30127-8)
- Edwards-Jones, A. (2014). Qualitative Data Analysis with NVIVO. *Journal of Education for Teaching* (Vol. 40, Issue 2). <https://doi.org/10.1080/02607476.2013.866724>
- Eviana, V., dan Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968–1977.

- Gerrans, P., Baur, D. G., dan Lavagna-slater, S. (2021). Fintech and Responsibility : Buy-Now-Pay-Later Arrangements. *Australian Journal of Management*. June. <https://doi.org/10.1177/03128962211032448>
- Habibah, G. W. . A., dan Ananda, D. R. (2016). Analisis Pengaruh Pelayanan C2C E-Commerce Bukalapak.com terhadap Kepuasan Konsumen Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Jambi. *INNOVATIO: Journal for Religious Innovation Studies*, 16(2), 119–126. <https://doi.org/10.30631/innovatio.v16i2.22>
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 198–209. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2155>
- Leong, K. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(2), 74–78. <https://doi.org/10.18178/ijimt.2018.9.2.791>
- Martowardojo, A. D. W. (2017). Penyelenggaraan Teknologi Finansial. *Peraturan Bank Indonesia*, 1. <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/fintech/Contents/default.aspx>
- Nurhadi, Z., F. (2017). Model Komunikasi Sosial Remaja Melalui Media Twitter. *Jurnal ASPIKOM* (52), 539–549.
- Nurliyani, H., dan Safarina, F. (2015). *Buku Seri Praktikum E-Commerce*. Laboratorium Manajemen Menengah Litbang, 1–46.
- O'Donohoe, S. (2010). Netnography: Doing Ethnographic Research Online. *International Journal of Advertising* (Vol. 29, Issue 2). <https://doi.org/10.2501/S026504871020118X>
- OJK. (2016). FAQ: Kategori Umum (1).
- Olayinka, O. M. (2021). Corporate Governance and Economic Sustainability Reporting in Nigeria. *Journal of Accounting and Taxation*, 13(4), 243–254. <https://doi.org/10.5897/jat2021.0478>
- Prastiwi, I. E., dan 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>

- Pratika, Y., Wisnu, D., Riyanto, U., dan Ambarwati, T. (2021). Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 23(3), 329–339. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i3.2343>
- Putri, F. A., dan 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>
- Rachmawati, T., (n.d.). *Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif. 1*, 1–29.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press. Banjarmasin. [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf)
- Ram, J., Zhang, C., dan Koronios, A. (2016). The Implications of Big Data Analytics on Business Intelligence: A Qualitative Study in China. *Procedia Computer Science*, 87, 221–226. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.05.152>
- Randisa, A. R., dan Nurmandi, A. (2020). Analisis Konten Media Sosial Twitter Sarana Pendidikan di Indonesia Study Kasus Ruang Guru. *Jurnal Ilmiah Tata Sejuta STIA Mataram*, 6(2), 291–601. <https://doi.org/10.32666/tatasejuta.v6i2.135>
- Sa'adiyah, A., N., N., Hidayat, Y. R., dan Anshori, A. R. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Melakukan Jasa Gesek Tunai Melalui Shopee PayLater Pada Marketplace di Aplikasi Shopee. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 304–308.
- Salim dan Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ciptapustaka Media. Bandung. *pdf* (pp. 1–202).
- Sarwani, M. Z., dan Mahmudy, W. F. (2015). Analisis Twitter untuk Mengetahui Karakter. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia. November*, 2–3.
- Setiawan, D. (2017). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya Impact of Information Technology Development and Communication on. *Jurnal Pendidikan*, X(2), 195–211.
- Siregar, L., dan Nasution, M. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Peningkatan Bisnis Online. *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 2(1), 71–75.

- Situmeang, I. V. O. (2013). Pemanfaatan Media Internet Melalui Situs Twitter Sebagai Media Komunikasi dan Bisnis. *Seminar Nasional Inovasi dan Tren*. 37–48.
- Sugiyono. (2016). *Analisis Data Kualitatif*. Penerbit Pustaka Ramadhan. Bandung. 180. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Suryono, R. R., dan Budi, I. (2020). Challenges and Trends of Financial Technology (Fintech): A Systematic Literature Review. *Information*, 1–20.
- Tri Wulandari, R., & Damayanti, S. M. (2022). the Importance of Digital Financial Literacy To Anticipate Impulsive Buying Behavior in Buy-Now-Pay-Later Mode. *International Journal of Business and Economy (IJBEC)*, 4(3), 170–182. <http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec>Journalwebsite:<http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec>
- Vasarhelyi, M., dan Greenstein, M. (2003). Underlying Principles of the Electronization of Business : A Research Agenda. *International Journal of Accounting Information System* (4), 1–25. [https://doi.org/10.1016/S1467-0895\(03\)00002-2](https://doi.org/10.1016/S1467-0895(03)00002-2)
- Wardiana, W. (2002). *Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia **.
- Wells, J. (2021). Biosocial Research Methods. *The Encyclopedia of Research Methods in Criminology and Criminal Justice: Volume II: Parts 5-8*. <https://doi.org/10.1002/9781119111931.ch108>
- Weltevreden, J. W. J., dan Rotem-mindali, O. (2009). Mobility Effects of B2C and C2C e-commerce in the Netherlands : A Quantitative Assessment. *Journal of Transport Geography* (17), 83–92. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2008.11.005>
- WHO. (2016). Kinerja Lingkungan Dan Kinerja Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(3), 413–424. <https://core.ac.uk/reader/234029110>
- Woolf, N. H., dan Silver, C. (2017). *Qualitative Analysis Using MAXQDA: The Five-Level QDA Method*. Taylor & Francis, 1–208. <https://doi.org/10.4324/9781315268569>
- Yuliana, O. (2000). Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 36–52. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/15666>

Yuliza, M., dan Yeneti, S., S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Journal of Social and Economics Research*, 4(1), 068–080. <https://doi.org/10.54783/jser.v4i1.40>

Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>

<https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada 09 Januari 2023

<https://help.twitter.com/id/resources/new-user-faq> diakses pada 06 Maret 2023

<https://bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx> diakses pada 15 Februari 2023

<https://www.fintechweekly.com/fintech-definition> diakses pada 15 Februari 2023

<https://www.fsb.org/wprk-of-the-feb/financial-innovation-and-structural-change/fintech/> diakses pada 15 Februari 2023

