

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *MAKREJU : Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 178–189.
- Admin. (2022, November). Pentingnya Perlindungan Pribadi Menurut Perspektif Islam. *Mui Digital*. <https://mui.or.id/tanya-jawab-keislaman/muamalah/42340/pentingnya-perlindungan-pribadi-menurut-perspektif-islam/>
- Andi Pratiwi Yasni Putri. (2020). *Praktik Penyalahgunaan Fitur Kredit (Paylater) oleh Pihak Ketiga melalui Aplikasi Belanja Online*. 28(2), 64–76.
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2020). Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Minat Beli Produk Punkpink“s Secara Online. *Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Minat Beli Produk Punkpink’s Secara Online*, 3, 11–30.
- Benuf, K. (2019). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KEAMANAN DATA KONSUMEN DALAM BISNIS FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) DI INDONESIA. *Penulisan Hukum*, 6(1), 5–10.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian. In *VALIDITAS DAN RELIABILITAS ALIDIT AN RELIABILIT PENELITIAN Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS*. Penerbit Mitra Wacana Media. Damiati, D. (2017). *PERILAKU KONSUMEN*.

Desnissanty, A. N., & Sari, D. (2021). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Shopeepay Dengan Technology Acceptance Model (tam). *EProceedings*

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14942>

Dian, N., & Noersanti, L. (2020) . Pengaruh Komunikasi, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pt. Extrupack Bekasi Barat. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 3, 1–25.

[http://repository.stei.ac.id/1653/4/BAB 3.pdf](http://repository.stei.ac.id/1653/4/BAB%203.pdf)

Effendi, O. (2020). Kontribusi Pemikiran Maqasid Syari‘ah Thahir Ibnu Asyur Dalam Hukum Islam. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 14(2), 253–282. <https://doi.org/10.24239/blc.v14i2.549>

Fariha, A. (2021). ANALISIS PENGARUH MANFAAT YANG DIRASAKAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN, DAN DAYA TARIK PROMO TERHADAP MINAT PEMBAYARAN MENGGUNAKAN SHOPEEPAY : ANALISIS STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Skripsi*, 18312348.

FATURACHMAN, D. (2022). *ANALISIS PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE TERHADAP MINAT BERBELANJA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM* (Issue 8.5.2017). UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.

<https://rejogja.republika.co.id/berita/r7g4pt291/islam-dan-perlindungan-data-pribadi>

Fitriani Hilmi, A. (2020). *FINTECH SYARIAH : TEORI DAN TERAPAN* (S.

Amirullah Aulia (Ed.)). Scopindo Media Pustaka.

<https://books.google.co.id/books?id=BisTEAAAQBAJ&lpg=PR13&ots=-zGjJ-YSD-&dq=teori fintech&lr&hl=id&pg=PA2#v=onepage&q=teori fintech&f=false>

Fuadi, I. M. (2022). *PENGARUH FAKTOR KEMUDAHAN, KEAMANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN SHOPEEPAY. Bila 2020*, 1–23.

Gama Putra Brahmanta, & Nuruni Ika Kusuma Wardhani. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePay Di Surabaya. *Sains Manajemen*, 7(2), 97–108.

<https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.3580>

Hiyanti, H., Nugroho, L., Sukmadilaga, C., & Fitrijanti, T. (2020). Peluang dan Tantangan Fintech (Financial Technology) Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3), 326–333. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.578>

Hudiawan, M. F. H. H. (2020). Tinjauan Maqashid Syariah (Studi Kasus Di Desa Pujon Kidul Kabupaten. *Jimfeb*, 13.

Idzhar, M. (2021). *KONSEP MAQASID SYARIAH PERSPEKTIF MUHAMMAD THAHIR IBNU 'ASYUR 17. 5*, 154–165.

- Ismail, T. (2022). *ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA PRODUK E-MONEY*.
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Kinasih, B. S., & Albari, A. (2012). Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss1.art3>
- Kiranawati, S. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Kesukaan, Persepsi Risiko, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Shopeepay Berdasarkan Tam. *Repository.Usd.Ac.Id*, 1–85.
https://repository.usd.ac.id/25510/2/084114001_Full%5B1%5D.pdf
- Kumalasari, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay Bagi Mahasiswa Pbs Uin Rms Surakarta. *Skripsi*, 33(1), 1–12.
- L Yasyifa. (2019). PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA KUANTITATIF MENGGUNAKAN MENGGUNAKAN APLIKASI SPSS S. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4, 2.
- Latief, F., Dirwan, & Idris, M. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay. *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 157–166.
- Lutfiyah, R. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan*

*Promo Cashback Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech
Shopeepay Pada Masyarakat Kudus (Vol. 53, Issue 9). IAIN Kudus.*

M ANTONIO DJODY. (2022). ANALISIS HUKUM ISLAM TENTANG SISTEM
CASH BACK DALAM JUAL BELI DENGAN MENGGUNAKAN
SHOPEEPAY PADA APLIKASI SHOPEE. *Skripsi*, 8.5.2017, 2003–2005.

Maudhunati, S. (2022). *Gagasan Maqashid Syari'ah menurut Muhammad Thahir bin
al- 'Asyur. 06.*

Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan
Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan
Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata
Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.

MI Fuadi. (2021). *Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan dan Promosi Penjualan
Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan ShopeePay. Bila*, 1–23.

Miswan Ansori. (2019). Perkembangan dan Dampak Financial Technology (Fintech)
terhadap Industri Keuangan Syariah di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal
Studi Keislaman*, 5(1), 32–45.

Muhammad Afrizal. (2022). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan
Digital Payment saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Pengguna
ShopeePay di Kota Makassar)*. 19.

No Tit. *יצחק*. (n.d.). <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>

Nugroho, A. D. I. (2022). *Pengaruh Kehadiran E-money Terhadap Minat Beli*

Masyarakat.

Nur Amila Andini Hidayanti. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN SHOPEEPAY SEBAGAI ALAT TRANSAKSI*. 6.

<https://dspace.uui.ac.id>

Nurfarhiyatin, V. (2023). ANALISIS TINGKAT KENYAMANAN DAN KEAMANAN PENGGUNA METODE PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY (COD) DAN SHOPEEPAY PADA MAHASISWA TADRIS IPS UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA. *Skripsi*, 4(1), 88–100.

Optatus, J. C. (2021). *Pengaruh Desain, Fitur, dan Kemudahan Penggunaan Marketplace Shopee terhadap Repurchase Intention di Kota Makassar.*

[http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/12278/%0Ahttp://repository.unhas.ac.id/id/eprint/12278/2/A021171515_skripsi 1-2.pdf](http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/12278/%0Ahttp://repository.unhas.ac.id/id/eprint/12278/2/A021171515_skripsi%201-2.pdf)

Prameswari, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E- Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU Medan). *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 126–139.

Pratiwi, N. I. (2017). (DATA PRIMER SEKUNDER) Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 212.

<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/view/219/179>

Prayudha, A. (2021). *ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN BERULANG MASYARAKAT UNTUK MENGGUNAKAN TRANSAKSI CASHLESS PADA APLIKASI SHOPEEPAY.*

Putra, M. K. H., Paningrum, D., & Cahyani, R. R. (2022). Tingkat Keamanan dan

- Kemudahan Transaksi pada Toko Offline Terhadap Keputusan Pembelian Action Figure Original. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(1), 10–20. <http://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/IAB/article/view/963/739>
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. *Economic Education and Entrepreneurship Http://E-Journal.Ivet.Ac.Id/Index.Php/Jeee Pengaruh*, 1(2), 66–80.
- Rosyadah, A. (2023). *PENGARUH KEAMANAN DAN KENYAMANAN LAYANAN DIGITAL BANKING TERHADAP MINAT GENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN PERBANKAN SYARIAH (Studi*.
- Rukmiyati Sri, M. N., & Budiarta, K. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, Perceived Usefulness, Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi. *Jurnal Fairness*, 3(2), 145–158. <https://doi.org/10.33369/fairness.v3i2.15282>
- Ruli Agustin. (2020). *PERLINDUNGAN HUKUM DALAM PERJANJIAN ELEKTRONIK PADA E-COMMERCE SHOPEE. Skripsi*, 8(75), 147–154. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798> <https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002> <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049> <http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391> <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205> <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
- Sarjita, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli

Konsumen Secara Online Pada Situs Olx. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(1), 69–82.

<http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/90/103>

Septiana, S. (2022). Pengaruh Kemudahan Akses dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Digital Payment ShopeePay. *Skripsi*, 7(2), 12–26.

Wahidmurni. (2017). *Pemaparan metode penelitian kuantitatif. Disampaikan pada mata kuliah Metodologi Penelitian, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Semester Ganjil 2017/2018*. 1–14.

Williianti. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.

Wisnu Laksono, S., Zaini, O. K., & Irawan, A. W. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN MAHASISWA/I PENGGUNA DOMPET DIGITAL (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan) Wisnu Laksono Sutanto 1 , Oktori Kiswati Zaini 2 , Arie Wibowo Irawan 3 1. *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN MAHASISWA/I PENGGUNA DOMPET DIGITAL (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Univeritas Pakuan)*, 5.

<https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1503/1220>

Yudhistira, A. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, KEAMANAN, MANFAAT, DAN RISIKO TERHADAP MINAT PENGGUNAAN SHOPEEPAY. *Skripsi*, 14(1), 1–13.

Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Sederhana. *Universitas Udayana*, 1–10.

https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/3218126438990fa0771ddb555f70be42.pdf

Zalma, S. P., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Peran Kepercayaan Memediasi

Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakan Kembali Aplikasi

Pembayaran X di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 1–

23.