

DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. (2009). *Manajemen Pemasaran. Remaja*. Bandung: Rosdakarya.
- Abdillah, Willy, & Jogiyanto. (2018). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI.
- Aditya, Ricky & Wardhana Aditya. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness Danperceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention dengan pendekatan Technology Acceptance Model(Tam) pada Pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis, 20 (1)*.
- Alam, Sandhika Barokah., Triwardhani & Ike Junita. (2020). Hubungan antara Daya Tarik Akulaku dengan Minat Menggunakan Jasa Aplikasi. *Prosiding Manajemen Komunikasi; 6 (1)*.
- Andayani, Dety Serly. (2018). *Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Koneksi Aplikasi Terhadap Intensitas Keprilakuan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Trisakti.
- Anjani, Fadilla Elsa. (2019). *Pengaruh Trust, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Online Repurchase Intention pada Konsumen Shopee Indonesia*. Skripsi. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Arens, A.A. et al. (2012). *Jasa Audit dan Assurance. Edisi 14*. Jakarta: Salemba Empat.
- Basu Swastha dan Irawan. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta.
- Fitrianingrum, Wahyu (2019) *Pengaruh Fraud Diamond Terhadap Financial*

Statement Fraud (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018). Tugas Akhir (S1) – thesis. Universitas Bakrie.

Fitria, Hadiyati & Endang Ahmad Yani. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Ekonomi Islam (Studi Kasus : Stei Sebi). *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.

Featherman, Mauricio S., Miyazaki, Anthony D. & Sprott , David E. (2010). Reducing Online Privacy Risk to Facilitate E-Service Adoption: The Influence of Perceived Ease of Use and Corporate Credibility. *Journal of Services Marketing* 24 (3).

Ferrinadewi, Erna. (2012). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Harmayani. et., al. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Hernandez-Fernandez, Asuncion & Lewis, Mathieu Collin. (2017). Brand Authenticity Leads To Perceived Value and Brand Trust. *European Journal of Management and Business Economics*, 28 (3).

Ika, Nuruni & Kustini. (2011). Experiental Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 14 (1).

Indahwati, Fenny. (2012). Pengaruh Dimensi Propensity Of Trust, Perceived Risk, Perceived Usefulness, Perceived Ease To Use Terhadap Intention To Transact Pada Business To Customer Toko Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1 (4).

- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi. Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung : Aditama.
- James, Hitchner. (2015). *Financial Valuation Application and Models. Third Edition*. Hoboken. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Jahriyati, (2019). *Pengaruh Liquidity, Utility Asset, Dan Leverage Terhadap Perubahan Laba pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2012-2017*. S1 thesis. STIE Indonesia Banking School.
- Irene Dwita Putri Sari. (2017). *Pengaruh Harga, Kenyamanan Konsumen (Customer Convenience) Dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli Di Lazada.co.id*. Skripsi thesis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Kasmir. (2004). *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas*. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. (2019). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 3*. Jakarta: Erlangga
- Lau, Gale & Lee, S. (2012). *Customer Trust in a Brand and Link to Brand Loyalty. Journal of Market Focused Management, 4*.

- Maulida, Rani. (2019). *Fintech: Pengertian, Jenis, Hingga Regulasinya di Indonesia*. Diambil tanggal 12 November 2020, dari <https://www.onlinepajak.com/tentang-pajak-pribadi/fintech>.
- Moeeni, Mahdi & Mohammad Ghafari Fard. (2014). Review and Analysis of factors Affecting Online Repurchase Intention. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences ISSN: 2231– 6345*, 4 (4).
- Mubarok, Nurul., Maldina, Eriza Yolanda & Sari Yusiana. (2012). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro (Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta timur). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 3, (1).
- Mubarok, Nurul & Maldina, Eriza Yolanda. (2017). Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista). *Jurnal Strategi Pemasaran Islami I-Economic*, 3 (1).
- McLeod Pearson. (2008). *Sistem Informasi Manajemen*. Salemba. Jakarta
- Nabila, Marsya. (2018). *Akulaku Mulai Rambah Cicilan Tanpa Kartu Secara Offline*. Diambil pada 15 November 2020, dari <https://dailysocial.id/post/akulaku-cicilan-offline>.
- Pinochet, Luis Hernan Contreras. (2019). Propensity of Contracting Loans Service from F'nTech's in Brazil. *International Journal of Bank Marketing*.
- Rahardja, Prathama. Manurung, Mandala. (2015). *Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar, Edisi Ketiga*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ramayah, T. & Ignatius, Joshua. (2014). Impact of Perceived usefulness, Perceived ease of use and Perceived Enjoyment on Intention to Shop Online. *ICFAI Journal of Systems Universiti Sains Malaysia*.

- Riduwan, & Kuncoro. (2018). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta
- Roberts, J. Scott. Gornick, Michele C. et., al. (2017). Direct-to-Consumer Genetic Testing: User Motivations, Decision Making, and Perceived Utility of Results. *Journal Public Health Genomics* 2017, 20, 36–45.
- Saekoko, Astin Naomi & Fanggidae, Ronald P. C. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi di Universitas Nusa Cendana). *Journal Of Management (SME's)*, 11 (1).
- Saleh, Muhammad Yusuf & Said, Miah. (2019). *Konsep dan strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Sari, Dianita Eka. (2018) *Praktik Kredit Dengan Menggunakan Aplikasi Akulaku Pada Electronic Commerce dalam Perspektif Hukum Islam*. Skripsi. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS (Edisi Pertama)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman dan Kanuk, Amelia. (2008). Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1 (2).
- Sidik, Syahrizal. (2019). *Gebrakan Akulaku & Pesan Laten buat Bank Konvensional*. Diambil tanggal 14 November 2020, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190420140900-37-67775/gebrakanakulaku-pesan-laten-buat-bank-konvensional>.

- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar. Interpratama Mandiri.
- Siregar, Sofyan. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif SPSS*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Grup.
- Sutomo, Devi. (2012). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk Terhadap Intention to Transact pada Toko Online di Surabaya. *Jurnal Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen, 1 (1)*.
- Stanton, William J. (2017). *Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto*. Jakarta; Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

- Sunjoyo, Rony Setiawan., Verani Carolina, Nonie Magdalena & Albert Kurniawan. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Popong., Cahyono, Yoyok & Utami, Berliana Dita. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Pada Karyawan Bagian Produksi Di PT Tuntex Garment Indonesia. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 1 (1).
- Suyuthi, Nurmadhani Fitri, et., al. (2020). *Dasar-dasar Manajemen: Teori, Tujuan dan Fungsi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Thidi. (2019). *Akulaku Situs Marketplace Dengan Pembayaran Berupa Cicilan*. Diambil pada tanggal 12 November 2020, dari <https://thidiweb.com/sejarah-akulaku/>.
- Trissantama, Lucky. (2012). Model Penerimaan Teknologi dalam Penggunaan Facebook Sebagai Media Promosi. *Skripsi FISIP Universitas Lampung*. Lampung: Tidak diterbitkan.
- Umar, Husein. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta; Gramedia.
- Veeramat, Shelly Cashman. (2007). *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental, Edisi 3*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Wang, Z., & Li, H., 2016. *Factors Influencing Usage of Third Party Mobile Payment Services in China: An Empirical Study*.
- Wibisono, Dermawan. (2013). *Panduan Penyusunan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Winayu, N. Y. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Minat Menggunakan E-Commerce Forum Jual Beli Kaskus. *Skripsi UNY*. Yogyakarta: Tidak diterbitkan

Winarso, Bambang. (2019). *[Panduan Pemula] Cara Daftar Akun AkuLaku di Smartphone Android*. Diambil tanggal 13 Desember 2020, dari <https://trikinet.com/post/cara-daftar-akun-akulaku-di-smartphone-android>.

Wiyono, Retha Kurnia, Hasanah, Uswatun. (2009). Tanggung jawab Akulaku Atas Kerugian Konsumen dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen Online. *Simposium Hukum Indonesia, 1 (1)*.

Wong Jony. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.

Akulaku. (2020). *Syarat dan Ketentuan*. Diakses tanggal 7 Oktober 2020 dari <https://www.akulaku.com/persyaratan>.

Bangizaltoy. (2019). Cara Jualan di Akulaku dan Syarat Menjadi Merchant (Pedagang). Diakses tanggal

12 Oktober dari

<https://www.bangizaltoy.com/2019/12/cara-jualan-di-akulaku.html>

Ciputraceo. (2016). Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian. Diakses tanggal 5 November 2020 dari <http://ciputraceo.net/2016/2/18/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian>.

Cryptoharian. (2020). *Pengalaman dan Review Menggunakan Aplikasi Akulaku*. Diakses tanggal 2 Oktober 2020 dari <https://cryptoharian.com/pengalaman-dan-review-menggunakan-aplikasi-akulaku/>.

Ecologic. (2014). Fungsi Pemasaran. Diakses tanggal 2 November 2020 dari <http://danifunny.com/2014/05/fungsi-pemasaran.html>.

Finansial.Bisnis. (2019). *Fintech Caplok Bank, Ini Kronologi Akulaku Akuisisi Bank Yudha Bhakti*. Diakses tanggal 2 Oktober 2020 dari <https://finansial.bisnis.com/read/20190405/90/908271/fintech-caplok-bank-ini-kronologi-akulaku-akuisisi-bank-yudha-bhakti>.

Fintech. (2019). *Fintech: Pengertian, Jenis, Hingga Regulasinya di Indonesia*. (Diakses tanggal 6 Oktober 2020 dari <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak-pribadi/fintech>).

Isd. (2018). *PT Akulaku SLVRR Indonesia*. Diakses tanggal 10 Oktober 2020 dari <http://mirlianank.com/2018/10/pt-akulaku-slvrr-indonesia.html>.

Kompasiana. (2020). *Jatuh Bangun William Li dalam Membangun Akulaku*. Diakses tanggal 4 Oktober 2020 dari <https://www.kompasiana.com/akulakuindonesia/5c2c30eebde575762505f06e/jatuh-bangun-william-li-dalam-membangun-akulaku>.

Mediakonsumen. (2020). *Akun Akulaku Saya Dibobol oleh Hacker dan Nomor HP Diganti*. Diakses tanggal 6 November 2020 dari <https://mediakonsumen.com/2020/04/04/surat-pembaca/akun-akulakuhttps://mediakonsumen.com/2020/04/04/surat-pembaca/akun-akulaku-saya-dibobol-oleh-hacker-dan-nomor-hp-diganti> saya- dibobol-oleh-hacker-dan-nomor-hp-diganti.

Medium. (2019). *Akulaku Sang Perusahaan Pembiayaan Online Terbesar di Pasar Asia*. Diakses tanggal 5 Oktober 2020 dari <https://medium.com/@kusumasitoruspertiwi/akulaku-sang-perusahaan-pembiayaan-online-terbesar-di-pasar-asia-83baf22963f>.

Onlinepajak. (2018). *Pinjaman Online yang Terdaftar di OJK*. Diakses tanggal 11 Oktober dari <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak/pinjaman-online>.

Raliashop. (2020). *Akulaku Indonesia - Call Center Akulaku - Jualan, Kredit & Pinjaman*. Diakses tanggal 2 Oktober 2020

Dari <https://www.raliashop.com/2019/03/akulaku-belanja-jualan-kredit-pinjaman.html>.

Seputarpengertian. (2018). *Pengertian Skala Pengukuran Serta Jenisnya*. Diakses tanggal 4 November 2020,

dari <http://seputarpengertian.com/2018/12/pengertian-skala-pengukuran-serta-jenisnya.html>.

Thidiweb (2019). *Akulaku Situs Marketplace Dengan Pembayaran Berupa Cicilan*.

Diakses tanggal 9 Oktober 2020 dari <https://thidiweb.com/sejarahhttps://thidiweb.com/sejarah-akulaku/akulaku/>.

Viralorchard. (2020). *Cara Kredit di Akulaku 2021 Tanpa Kartu Kredit*. (Diakses tanggal 5 Oktober 2020 dari <https://www.viralorchard.com/cara-kredit-di-akulaku/>).