



Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan TikTok Paylater pada Mahasiswa Generasi Z di Universitas Wanita International

Gina Sonia¹, Ucu Supriatna²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, International Women University^{1,2}

*Email : soniagina1112@gmail.com¹, usupriatnamh@gmail.com²

Diterima: 13-07-2026 | Disetujui: 19-07-2026 | Diterbitkan: 21-07-2026

ABSTRACT

The development of financial technology has introduced various digital payment services, one of which is TikTok PayLater, which offers the convenience of deferred payment transactions. Despite its convenience, trust and perceived risk are important factors influencing users' intention to use the service, particularly among Generation Z students as active users of digital technology. This study aims to determine the level of trust and perceived risk of Generation Z students at Universitas Wanita International toward the TikTok PayLater service, as well as to analyze the partial effect of trust and the simultaneous effect of trust and perceived risk on usage intention. This research employed a quantitative method with descriptive and verificative approaches. The sample consisted of 75 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through a Ordinal-scale questionnaire and analyzed using descriptive analysis, validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, t-test, and F-test with the assistance of IBM SPSS Statistics version 25. The results indicate that the level of students' trust in TikTok PayLater is categorized as good, while perceived risk is categorized as moderately high. Trust has a significant effect on usage intention, and trust together with perceived risk simultaneously has a significant effect on the intention to use TikTok PayLater among Generation Z students at Universitas Wanita International. These findings suggest that increasing users' trust and effectively managing perceived risk can enhance the intention to use the TikTok PayLater service.

Keywords: Service Quality, User Satisfaction, Customer Loyalty

ABSTRAK

Perkembangan teknologi finansial telah menghadirkan berbagai layanan pembayaran digital, salah satunya TikTok PayLater yang menawarkan kemudahan transaksi dengan sistem pembayaran di kemudian hari. Di balik kemudahan tersebut, kepercayaan dan persepsi risiko menjadi faktor yang memengaruhi minat penggunaan, khususnya pada mahasiswa Generasi Z sebagai pengguna aktif teknologi digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepercayaan dan persepsi risiko mahasiswa Generasi Z di Universitas Wanita International terhadap layanan TikTok PayLater, serta menganalisis pengaruh kepercayaan secara parsial dan kepercayaan serta persepsi risiko secara simultan terhadap minat penggunaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Sampel penelitian berjumlah 75 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Ordinal dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap TikTok PayLater berada pada kategori baik, sedangkan persepsi risiko berada pada kategori cukup tinggi. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, dan secara simultan kepercayaan serta persepsi risiko juga berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan TikTok PayLater pada mahasiswa Generasi Z di Universitas Wanita International. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan dan pengelolaan persepsi risiko yang baik dapat mendorong minat penggunaan layanan TikTok PayLater.

Kata kunci: Kepercayaan, Persepsi Risiko, Minat Penggunaan, TikTok PayLater, Generasi Z.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

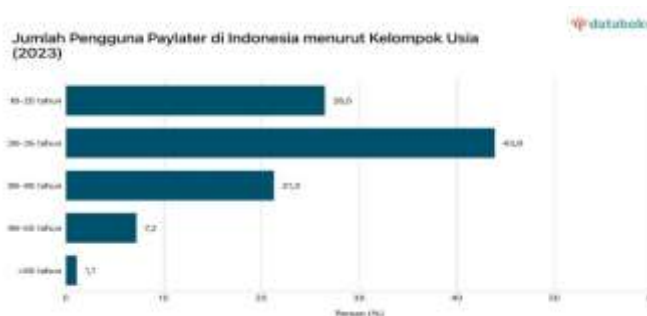
Sonia, G., & Supriatna, U. . (2026). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan TikTok Paylater pada Mahasiswa Generasi Z di Universitas Wanita International. Indonesia Economic Journal, 2(2), 1963-1973. <https://doi.org/10.63822/1nd3mq87>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong inovasi di sektor keuangan melalui hadirnya layanan *Financial Technology* (fintech). Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau *paylater*, yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari (Azisah Syam & Fatwa, 2025a). Salah satu platform yang menyediakan layanan tersebut adalah TikTok melalui fitur TikTok PayLater yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi. Generasi Z, khususnya mahasiswa, merupakan kelompok yang aktif memanfaatkan teknologi digital dan media sosial sehingga menjadi pengguna potensial layanan TikTok PayLater (Eviana, V., & Saputra, A. J. (n.d.). Meskipun menawarkan berbagai kemudahan, penggunaan layanan ini juga dihadapkan pada berbagai risiko, seperti penyalahgunaan data pribadi, perilaku konsumtif, dan risiko finansial akibat keterlambatan pembayaran. Kondisi tersebut menyebabkan tidak semua mahasiswa memiliki minat yang sama dalam menggunakan layanan TikTok PayLater.

Mahasiswa Universitas Wanita International (IWU) merupakan kelompok yang relevan untuk diteliti karena sebagian besar berada pada rentang usia Generasi Z yang tumbuh dan berkembang di era digital. IWU merupakan perguruan tinggi berbasis internasional dan pemberdayaan perempuan yang memiliki berbagai program studi di bidang sosial, bisnis, sains, dan teknologi. Lingkungan akademik yang dekat dengan perkembangan teknologi menjadikan mahasiswa IWU memiliki tingkat pemanfaatan media digital yang tinggi dalam aktivitas sehari-hari.

Data dari survei Asosiasi Fintech Indonesia tahun 2022 menunjukkan bahwa lebih dari 40% pengguna layanan PayLater berusia di bawah 25 tahun, dan sekitar 30% di antaranya menggunakan layanan ini untuk kebutuhan konsumtif, bukan kebutuhan primer. Tanpa literasi keuangan yang memadai, generasi muda berisiko terjebak dalam kebiasaan konsumtif dan terjebak utang digital sejak usia dini (Kuncara et al., 2025).



Gambar 1. Jumlah Pengguna Paylater Di Indonesia Menurut Kelompok Usia

Berdasarkan survei kolaborasi Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC), pengguna layanan PayLater di Indonesia didominasi oleh generasi muda. Sebanyak 43,9% berasal dari generasi milenial (26–35 tahun) dan 26,5% dari Generasi Z (18–25 tahun). Selain itu, 63,1% pengguna memanfaatkan PayLater untuk transaksi online, menunjukkan bahwa layanan ini telah menjadi salah satu metode pembayaran digital yang banyak digunakan dalam aktivitas belanja daring.

KAJIAN TEORIS

Administrasi Bisnis

Administrasi bisnis merupakan rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan pengaturan serta pengendalian berbagai sumber daya organisasi, baik sumber daya manusia, keuangan, aset fisik, maupun informasi, guna mencapai tujuan yang telah direncanakan. Menurut Ricky W. Griffin (2021).

Perilaku Konsumen

Middle theory dalam penelitian ini mengacu pada konsep perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam buku Marketing Management (2021). Perilaku konsumen merupakan kajian yang membahas mengenai cara individu maupun kelompok dalam menentukan pilihan, melakukan pembelian, menggunakan, serta menilai suatu produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen tidak hanya mempertimbangkan aspek rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, sikap, dan keyakinan. Di samping itu, lingkungan sosial, kelompok acuan, serta perkembangan teknologi turut memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku konsumen, khususnya pada era digital yang terus berkembang.

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2022 Universitas Wanita International yang berjumlah 297 mahasiswa, sebagai populasi penelitian. Populasi tersebut dipilih karena memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mahasiswa Generasi Z yang aktif menggunakan teknologi digital dan berpotensi memanfaatkan layanan TikTok PayLater. Melalui pendekatan kuantitatif melalui rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Populasi (jumlah total individu dalam populasi)

e = Tingkat kesalahan (margin of error) yaitu 0,1 (10%) berdasarkan rumus slovin, maka

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model skala ordinal. Skala ordinal digunakan untuk menunjukkan seberapa besar perbedaan karakteristik antar objek atau individu secara relatif. Skala ini mencakup informasi dasar dari skala nominal, namun juga memungkinkan penyusunan peringkat untuk menunjukkan apakah suatu objek memiliki karakteristik lebih tinggi atau lebih rendah dibandingkan yang lain, meskipun tanpa menyatakan selisih pastinya. Skala ordinal memungkinkan atribut untuk disusun berdasarkan urutan tertentu (Shone, 2022). Dalam penelitian ini, skala ordinal digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden

terhadap pernyataan yang berkaitan dengan kepercayaan, persepsi risiko, serta minat penggunaan. Skala Ordinal yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

Tabel 1 Teknik Pengumpulan Data

Inisial	Keterangan	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
S	Setuju	3
SS	Sangat Setuju	4
SSS	Sangat Setuju Sekali	5

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini bertujuan memberikan gambaran mengenai profil mahasiswa Generasi Z Universitas Wanita International yang menjadi sampel penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, sedangkan laki-laki berjumlah 22,6%. Dari segi usia, responden didominasi oleh kelompok usia 21–30 tahun yang cenderung memiliki aktivitas belanja daring lebih tinggi. Berdasarkan pengeluaran bulanan, sebagian besar responden memiliki pengeluaran sebesar Rp100.000–Rp500.000 (38,7%), diikuti Rp600.000–Rp1.000.000 (32,0%), lebih dari Rp1.000.000 (25,3%), dan kurang dari Rp100.000 (4,0%).

Berdasarkan lama penggunaan TikTok PayLater, mayoritas responden merupakan pengguna baru dengan masa penggunaan kurang dari 3 bulan (48,0%), diikuti 3–6 bulan (30,7%), 7–12 bulan (12,0%), dan lebih dari 1 tahun (9,3%). Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok PayLater masih banyak menarik pengguna baru, yang didukung oleh kemudahan aktivasi, fleksibilitas pembayaran, serta berbagai promosi yang ditawarkan. Selain itu, proporsi pengguna dengan masa penggunaan 3–6 bulan yang cukup besar menunjukkan bahwa layanan ini memiliki tingkat penerimaan yang baik di kalangan mahasiswa.

Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap butir pernyataan pada kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Pengujian dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 terhadap data dari 75 responden. Penentuan nilai r tabel didasarkan pada derajat kebebasan ($df = n - 2$), sehingga hasil uji validitas dapat digunakan untuk menilai kelayakan setiap item pernyataan pada variabel penelitian.

Tabel 2 Uji Validitas

	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1	x1	0.730	0.190	VALID
	x2	0.774	0.190	VALID
	x3	0.768	0.190	VALID
	x4	0.719	0.190	VALID
	x5	0.658	0.190	VALID
	x6	0.743	0.190	VALID
X2	x2.1	0.288	0.190	VALID
	x2.2	0.259	0.190	VALID
	x2.3	0.392	0.190	VALID
	x2.4	0.470	0.190	VALID
	x2.5	0.554	0.190	VALID
	x2.6	0.504	0.190	VALID
	x2.7	0.536	0.190	VALID
	x2.8	0.660	0.190	VALID
	x2.9	0.583	0.190	VALID
	x2.10	0.529	0.190	VALID
	x2.11	0.542	0.190	VALID
Y	y1	0.373	0.190	VALID
	y2	0.244	0.190	VALID
	y3	0.781	0.190	VALID
	y4	0.740	0.190	VALID
	y5	0.777	0.190	VALID
	y6	0.806	0.190	VALID
	y7	0.796	0.190	VALID
	y8	0.721	0.190	VALID

Berdasarkan tabel di atas, seluruh pernyataan menyatakan bahwa variabel Kepercayaan, Persepsi Resiko dan Minat Penggunaan memiliki nilai rhitung lebih besar dari rtabel atau rhitung > 0.190 sehingga pernyataan tersebut dapat dikatakan valid dan layak untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pada penelitian ini, instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,5$, sehingga dapat menghasilkan data yang konsisten dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 3 Hasil Reliabilitas

NO	Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kepercayaan	0,826	0,5	Reliabel
2	Persepsi Rersiko	0,667	0,5	Reliabel
3	Minat Penggunaan	0,781	0,5	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh variabel Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Minat Penggunaan memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,5$. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Hasil Analisis Deskriptif Kuantitatif

Data penelitian diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh 75 responden dengan menggunakan skala Likert 1–5. Variabel Kepercayaan terdiri dari 6 item, Persepsi Resiko 11 item, dan Minat Penggunaan 8 item. Hasil pengolahan data setiap item disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4 Analisis Kuantitatif Variabel X1

Tanggapan Pernyataan	SSS 5	SS 4	S 3	TS 2	STS 1	Total Skor	IS	Kriteria
X1.1	12	16	16	22	9	225	60	Kuat
X1.2	9	20	22	18	6	233	62	Cukup
X1.3	10	22	16	20	7	233	62	Cukup
X1.4	9	6	33	17	10	212	57	Cukup
X1.5	10	17	20	19	9	225	60	Cukup
X1.6	10	22	24	11	8	240	64	Kuat
TS	60	103	131	107	48	1168	60%	
%	10	17	22	18	8	195		
Standar Deviasi	6,5722							
Rentang Nilai	223-240							
Kriteria	Cukup							

Tabel 5 Analisis Kuantitatif Variabel X2

Tanggapan Pernyataan	SSS 5	SS 4	S 3	TS 2	STS 1	Total Skor	IS	Kriteria
X2.1	7	18	23	20	7	223	59	Cukup
X2.2	7	21	25	17	5	233	62	Kuat
X2.3	2	6	35	24	8	195	52	Cukup
X2.4	10	25	27	11	2	255	68	Kuat
X2.5	7	20	29	17	2	238	63	Kuat
X2.6	8	19	37	9	2	247	66	Kuat
X2.7	12	28	24	8	3	263	70	Kuat
X2.8	10	27	25	9	4	255	68	Kuat
X2.9	13	15	32	11	4	247	66	Kuat
X2.10	7	16	25	24	3	225	60	Cukup
X2.11	7	17	36	13	2	239	64	Kuat
TS	90	212	318	163	42	2620	64%	
%	11	26	39	20	5	318		
Standar Deviasi	5,4320							
Rentang Nilai	195-263							
Kriteria	Kuat							

Tabel 6 Analisis Kuantitatif Variabel Y

Tanggapan Pernyataan	SSS 5	SS 4	S 3	TS 2	STS 1	Total Skor	IS	Kriteria
Y1	7	17	39	11	1	243	65	Kuat
Y2	8	14	26	23	4	224	60	Cukup
Y3	5	18	17	26	9	209	56	Cukup
Y4	8	16	28	18	5	229	61	Kuat
Y5	12	16	16	22	9	225	60	Cukup
Y6	7	22	22	18	6	232	62	Kuat
Y7	9	22	19	17	8	232	62	Kuat
Y8	10	18	25	13	9	232	62	Kuat
TS	66	143	192	148	51	1825	59%	
%	15	32	43	33	11	406		
Standar Deviasi	5,4016							
Rentang Nilai	197-232							
Kriteria	Cukup							

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Kepercayaan memperoleh Indeks Skor (IS) sebesar 60% sehingga termasuk dalam kategori cukup. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang cukup terhadap layanan TikTok PayLater, meskipun masih terdapat beberapa

aspek yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna.

Variabel Persepsi Risiko memperoleh Indeks Skor (IS) sebesar 64% dan berada pada kategori kuat. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang kuat terhadap berbagai risiko yang mungkin timbul dalam penggunaan TikTok PayLater, sehingga faktor risiko menjadi salah satu pertimbangan penting sebelum menggunakan layanan tersebut.

Sementara itu, variabel Minat Penggunaan memperoleh Indeks Skor (IS) sebesar 59% sehingga termasuk dalam kategori cukup. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden memiliki minat yang cukup dalam menggunakan TikTok PayLater, namun masih terdapat peluang untuk meningkatkan minat penggunaan melalui peningkatan kepercayaan pengguna dan pengelolaan persepsi risiko yang lebih baik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi pada model pertama ini merupakan persamaan yang bertujuan untuk menyatakan hubungan antara masing-masing variabel Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap variabel Minat Penggunaan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda hingga menghasilkan sebuah persamaan regresi.

Tabel 7 Hasil Uji Regresi x terhadap y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,553	2,661		4,341	0,000
	X1	0,604	0,060	0,735	10,118	0,000
	X2	0,232	0,062	0,272	3,743	0,000
a. Dependent Variable: Y						

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan $Y = 11,553 + 0,604X_1 + 0,232X_2$. Nilai konstanta sebesar 11,553 menunjukkan bahwa apabila variabel Kepercayaan (X_1) dan Persepsi Risiko (X_2) bernilai konstan, maka nilai Minat Penggunaan (Y) sebesar 11,553.

Variabel Kepercayaan memiliki koefisien regresi sebesar 0,604 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan TikTok PayLater. Sementara itu, variabel Persepsi Risiko memiliki koefisien regresi sebesar 0,232 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan TikTok PayLater.

Analisis Hipotesis

a. Uji t

Tabel 8 Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,553	2,661		4,341	0,000
	X1	0,604	0,060	0,735	10,118	0,000
	X2_asli	0,232	0,062	0,272	3,743	0,000
a. Dependent Variable: Y						

Berdasarkan hasil uji t (parsial), 1972able1972le Kepercayaan (X_1) memiliki nilai t hitung lebih besar daripada t 1972able (10,118 > 1,666) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan TikTok PayLater.

Sementara itu, 1972able1972le Persepsi Risiko (X_2) juga memiliki nilai t hitung lebih besar daripada t 1972able (3,473 > 1,666) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan TikTok PayLater.

b. Uji f

Tabel 9 Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1338,818	2	669,409	58,754	.000 ^b
	Residual	820,329	72	11,393		
	Total	2159,147	74			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Berdasarkan hasil uji F (simultan), diperoleh nilai F hitung sebesar 58,754, yang lebih besar daripada F tabel sebesar 3,124, dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan dan Persepsi Risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan TikTok PayLater.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan mahasiswa Generasi Z terhadap layanan TikTok PayLater berada pada kategori baik. Mahasiswa menilai layanan ini cukup aman, andal, dan mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi, sehingga kepercayaan tersebut menjadi salah satu faktor yang mendorong minat penggunaan TikTok PayLater. Sementara itu, persepsi risiko mahasiswa terhadap TikTok PayLater masih tergolong cukup tinggi. Responden menyadari adanya berbagai risiko, seperti risiko finansial, penyalahgunaan data pribadi, dan kesalahan sistem. Namun, persepsi risiko tersebut tidak sepenuhnya mengurangi ketertarikan mahasiswa untuk menggunakan layanan TikTok PayLater.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan TikTok PayLater. Semakin tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap keamanan dan kredibilitas layanan, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan TikTok PayLater sebagai metode pembayaran digital. Dari hasil uji simultan menunjukkan bahwa kepercayaan dan persepsi risiko secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan TikTok PayLater. Dengan demikian, peningkatan kepercayaan pengguna yang disertai pengelolaan risiko yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat penggunaan TikTok PayLater secara optimal, aman, dan bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Griffin, R. W. (2021). *Fundamentals of management* (8th ed.). Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Shone. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif*
- Azisah Syam, N., & Fatwa, S. (2025a). *Integrasi Layanan Fintech DALAM PLATFORM E-COMMERCE: STUDI KASUS PENGGUNAAN PAYLATER PADA GENERASI Z* *Integration of Fintech Services in E-Commerce Platforms: Case Study of Paylater Usage in Generation Z*.
- Eviana, V., & Saputra, A. J. (n.d.). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later*.
- Kuncara, T., Fitri Yatun, R., Anggita, F. R., & Handayani, W. (2025). *PENGABDIAN MASYARAKAT MENGENAL FENOMENA PAYLATER: MANFAAT DAN RISIKONYA BERSAMA ASOSIASI DOSEN MUDA INDONESIA*. 4(2), 13–17. <https://doi.org/10.56127/jammu.v4>