

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Arif Nasution, Haris Karyadi, Andreas Recki Prasetyo, Afni Yeni, & Eva Yuniarti Utami. (2024). Pengaruh Pendapatan, Pekerjaan, dan Pendidikan Terhadap Keputusan Masyarakat Melakukan Pinjaman Online. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(8), 4137–4147. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i8.4620>
- Aisyah, N., Maharani, B., Afif, N., & Dewi, V. S. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup , Lingkungan Sosial , Locus of Control , dan Financial Technology terhadap Perilaku Keuangan (Studi Empiris pada Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi di Universitas se-Kedu)*. 234–247.
- Alif, S. (2022). *Tinjauan Teori Pendapatan*. 8–9.
- Amos, V., & Papalangi, N. (2024). Pinjaman Online: Perilaku Masyarakat Dalam Menghadapi Fear of Missing Out (Fomo). *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 6(01), 83–94. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v6i01.254>
- Andista, D. R., & Susilawaty, R. (2021). The Influence of Perceived Ease of Use and Risk on Interest in Using Financial Online Loan Technology. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1228–1233. <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2919>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- ARTAMEVIAH, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Dantowi, D. (2024). *Literacy dan Income Terhadap Pinjaman Online Pada Generasi Milenial*. 2.
- Darmawati, D., Febriyanti, A., Negeri, U. I., Syarif, S., & Riau, K. (2025). *Pengaruh Iklan Digital Terhadap Minat Beli Konsumen di Angkringan*.
- Dwi Poetra, R. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Iii, B. A. B. (2023). *No Title*. 54–84.
- Islam, U., Agung, S., Ekonomi, F., & Studi, P. (2023). *Halaman judul*.
- Istijarno, A. A. (2021). Pengaruh Iklan Terhadap Kesadaran Merek Dompot Digital Dana. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 5(1), 80.

<https://doi.org/10.32493/frkm.v5i1.12396>

- Lestari, R. M., & Kartika Erawati. (2024). Pengaruh Pendapatan , Literasi Keuangan , dan Presepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Paylater pada Generasi Z di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 9(2), 2024–2659.
- Marzuki, H., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2023). *DAMPAK PINJAMAN ONLINE PADA*.
- Muhaimin, Y. (2019). Pengaruh Iklan Digital Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Perusahaan Jd.Id Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatra Utara. *Universitas Medan Area*, 1–98. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/10813>
- Nabillah, J. A. (2022). *PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN SITUASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA CV YAZID BERSAUDARA CABANG TANJUNG KABUPATEN TABALONG TAHUN 2019*. 4, 1–14.
- Nomleni, K. E. J., & Timo, F. T. N. (2024). Pengaruh Terpaan Konten Iklan Layanan Pinjaman Online Terhadap Pembelian Impulsif Pada Gen Z. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 8(1), 40–51. <https://doi.org/10.38043/jids.v8i1.4932>
- Nurhasanah, S., & Kesuma, A. N. (2023). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Lingkungan Sosial dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perencanaan Keuangan Generasi Z Muslim di Jabodetabek. *Tathawwur: Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Keuangan Islam*, 1(1), 63–74. <https://journal.mumtazsejahtera.org/index.php/jepki/article/view/6>
- Pipit Muliya, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Journal GEEJ*, 7(2).
- Poddala, P., & Alimuddin, M. (2023). Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Generasi Milenial. *Journal of Career Development*, 1(2), 17–25.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEAENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Prajogo, U., & Rusno, R. (2022). Persepsi resiko terhadap minat melakukan pinjaman online dengan kemudahan penggunaan sebagai variabel moderasi. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 22–32. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6680>
- Putri, S. I., & Priono, H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Sosial, Dan Gaya Hidup Terhadap Pengguna Aplikasi Pinjaman Online. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4). <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10795>

- Rolando, B. (2025). *Pengaruh Pendapatan , Persepsi Resiko , Persepsi Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Paylater*. 6(3), 417–427. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i3.6953>
- Rusmewahni, Juni, S., & Siagian, R. (2023). *Economic Development Progress*. 2(1), 15–21.
- Saputra, A. V. (2022). *Pengaruh Persepsi Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Jasa Leasing PT. FIF (Federal Internasional Finance) Pos Ujung Tanjung Menurut Ekonomi Syariah*. 1–114.
- Siregar, W. S., Nasution, A. I. L., & Nurwani, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(4), 44–56. <https://doi.org/10.46799/jst.v4i4.710>
- Tito, A. C. P., & Gabriella, C. (2019). Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(1), 98–114. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i1.1544>
- Wuisan, D. S., & Handra, T. (2023). Memaksimalkan Strategi Marketing Online Digital Advertising. *Startupreneur Bisnis Digital (SABDA)*, 2(1), 22–30. <https://journal.pandawan.id/sabda/article/view/275/256>