

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, V. S. P. (2006). *Hubungan Antara Gaya Hidup Achievers dengan Minat Menggunakan Kartu Kredit pada Pegawai Wanita Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah*. 25(1), 1–14. <https://doi.org/10.1590/s1809-98232013000400007>
- Anastasia, N., & Santoso, S. (2020). Effects of Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Perceived Risk, and Perceived Usefulness towards Intention to Use Credit Cards in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01032. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601032>
- Dewi, C., & Baridwan, Z. (2016). *Pengaruh Sikap, Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kualitas Sistem Terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan Kartu Kredit*.
- Fatimah, Q. (2017). *Analisis Pengaruh Manfaat dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit Studi Kasus Pelaku UMKM Batik di Laweyan* (Vol. 13, Issue 3, pp. 1576–1580). <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/id/eprint/953>
- Fatmasari, D., & Wulandari, S. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Penggunaan APMK* (pp. 93–103).
- Fauzan, M. (2017). Gaya Hidup Nasabah dan Keputusan Dalam Penggunaan Kartu Kredit. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 181–192. <https://doi.org/10.15408/ess.v7i2.4987>

Hidayati, D. N. I. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 53–62.

Johan, Z. J., Dali, N. R. S. M., Suki, A. A., & Hafit, N. I. A. (2017). Customers'™ Intention towards Shariah Compliant Credit Cards: A Pilot Study. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4), 772–799. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i4/2887>

Kundan, A., Gupta, A., Kapoor, M., & Kumar, B. (2017). Factors Influencing Consumer's Perception towards the Acceptance of Credit Cards. *Pacific Business Review International*, 9(12), 14–20.

Lestari, B. A., Suharjo, B., & Muflikhati, I. (2015). Minat Kepemilikan Kartu Kredit (Studi Kasus Kota Bogor). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 143–151. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.1.143>

Liyana, R. T., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Achievers Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Pada Pt . Bank Mandiri Tbk. *ISSN*, 4(3), 1085–1091.

Maratama, I., Rismayani, & Sutarman. (2016). Analisis Persepsi, Sikap dan Motivasi Konsumen terhadap Minat Penggunaan Produk Kartu Kredit Affinity XXXX-USU pada Daerah Pemasaran Wilayah Medan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 108–138.

Polisoa, M. U., Andayani, S., & Maduwinarti, A. (2009). *Analisis Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Kebutuhan terhadap*

Keputusan Menggunakan Kartu Kredit BCA di Surabaya.

Pratiwi, C. M. (2016). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Resiko, Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Menggunakan Kartu Kredit Bank BNI di Surabaya.*

Qureshi, J. A., Baqai, S., Qureshi, M. A., Zulfikar, S., & Bhutto, A. (2018). Consumers' Attitude towards Usage of Debit and Credit Cards: Evidences from the Digital Economy of Pakistan. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(5), 220–228.

Rochmawati, S., & Purnomosidhi, B. (2019). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Persepsi Kebermanfaatan terhadap Niat Penggunaan Kartu Kredit* (Vol. 53, Issue 9, pp. 1689–1699).
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Russetyowati, A. (2016). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Sikap dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Kartu Kredit Syariah.*

Sari, M., & Rofaida, R. (2011). Factors Affecting the Behavior of University Community to Use Credit Card. *International Research Journal of Business Studies*, 4(3), 217–228. <https://doi.org/10.21632/irjbs.4.3.217-228>

Suko, F., Sobari, N., & Usman, H. (2018). Pengaruh Attitude, Subjective Norms dan Perceived Beavioal Control terhadap Intensi Kepemilikan Kartu Kredit Syariah. *Jurnal Middle East and Islamic Studies*, 5(2), 1–22.

Wang, Y. M., & Lin, W. C. (2018). Understanding Consumer Intention to Pay by

Contactless Credit Cards in Taiwan. *International Journal of Mobile Communications*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.1504/ijmc.2018.10008698>

Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414–433. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0261-6>

Kamil, N.I. (2015). The Effect Wang, Y. M., & Lin, W. C. (2018). Understanding Consumer Intention to Pay by Contactless Credit Cards in Taiwan. *International Journal of Mobile Communications*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.1504/ijmc.2018.10008698>