

DAFTAR PUSTAKA

- Afni, N., & Akil, I. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Commuter Line Terhadap Commuter Vending Machine dengan Metode Technology Acceptance Model Pada PT. KAI Commuter Jabodetabek. *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi (SIMNASIPTEK)*, 1980, 7–13.
- Akademi Komunikasi BSI Jakarta, S. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Alfinatu Nikmah, S. S. I. (2023). *Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Penggunaan Shopee Payletter Terhadap Perilaku Impulse Buying*. 9(16), 8– 21.
- Andriani. (2021). *Antecedents of Use of e-SPT and Their Impact on Taxpayer Compliance (Case Study: Special Region of Yogyakarta)*. 5(1), 1–6.
- Anggraini, H. S., Setyawan, D., & ... (2020). Analisis Kepuasan Dalam Penggunaan Aplikasi Online Klinik Kecantikan. *Efektif Jurnal Ekonomi ...*, 11(1), 27–38.
<http://ejournal.janabadra.ac.id/index.php/jurnalefektif/article/viewFile/1141/765>
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(1), 120–131.
- Azkiya, S. R. (2023). *Analisis Penerimaan Aplikasi iKalsel Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM)*. 14(1), 67–78.
<https://doi.org/10.20885/unilib.Vol14.iss1.art3>
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295, 336
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo. (2011). *Statistik Induktif* (4th ed.). Penerbit BPFE.
- Ekasari, S., Dewi, L. K. C., Efendi, B., Sulistiarini, E. B., & Jodi, I. W. G. A. S. (2023). Analysis of The Influence of Electronic Customer Satisfaction, Application Perceived Value and Electronic Service Quality on Electronic Customer Loyalty of Ruang Guru Application Users. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(1), 85–91. <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i1.1028>
- Fadhilah, M., Cahyani, P. D., & Pujiyani, R. (2023). Meningkatkan keputusan pembelian melalui kemudahan penggunaan, kepercayaan dan reputasi pada e-commerce Muinah. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(1), 56–63.

- Fatmawati, E. (Endang). (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi di Perpustakaan. *Iqra: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 196942.
- Febrianty, R. N., & Arnu, A. P. (2022). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pengguna shopee. 4(2), 263–269.
- Findy Meileny, T. I. W. (2020). *Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia*. 4(2), 1–9.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Guriting, P., & Oly Ndubisi, N. (2006). Borneo online banking: Evaluating customer perceptions and behavioural intention. *Management Research News*, 29(January), 6–15. <https://doi.org/10.1108/01409170610645402>
- Hair et. al, . (2013). *Equation, A primer on Partial Least Squares Structural (PLS- SEM), Modeling*.
- Handayani, W., Akuntansi, J., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2017). Pengaruh Penerapan Billing System Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Moderasi Pemahaman Perpajakan (Studi Pada KPP Pratama Surabaya Karangpilang). *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Utilization of Tik Tok Social Media as a Campaign Media for Handwashing Movement in Indonesia to Prevent Covid-19. *Commiverse : Journal of Communication Science*, 5(2), 70–80.
- Hill, R. J., Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Contemporary Sociology*, 6(2), 244. <https://doi.org/10.2307/2065853>
- Iffat, M. F., & Laksmi, A. C. (2023). Pengaruh persepsi manfaat , kemudahan penggunaan , risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. 5(2020), 441–449. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Andi Offset.
- Julianto, M. R., & Daniawan, B. (2022). E-Commerce Information System Using Technology Acceptance Model Approach. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 13(1), 1. <https://doi.org/10.56327/jurnaltam.v13i1.1106>
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Meyrilliana Purba, Samsir, K. A. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi ovo pada mahasiswa pascasarjana universitas riau. XII(1), 151–170.

- Muftiasa, A., Sugesco, S., Sultan, M. A., & Hurriyati, R. (2022). The Integration of Perceived Usefulness, Ease of Use and Perceived Risk in Increasing Customer Usage Intention to Access E-channel during Covid-19: Evidence from Indonesia. *Proceedings of the 6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)*, 657(Gcbme 2021), 262–266. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220701.051>
- Noviarni, E. (2014). Jurnal al-iqtishad, edisi : 10 vol. i tahun 2014. *Analisis Adopsi Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Perbankan Di Pekanbaru, I(JURNAL AL-IQTISHAD)*, 27–40.
- Nurzanita, R., & Marlana, N. (2020). *Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening The effect of perceived usefulness to usage decision gopay in surabaya with trust as an intervening variable*. 17(2), 277–288.
- Oktavia, N., Mustari, Rahmatullah, Supatminingsih, T., & Dinar, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee. *Journal Of Social Science and Character Education*, 1(1), 28–38. <https://ojs.unm.ac.id/Ecoculture>
- Pamikatsih, P. A. A. T. R. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Shopeepay pada Masyarakat di Kota Surakarta*. 2(8), 3293–3303. <https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri/article/view/1396>
- Philip Kotler, Kevin L. K. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Pramudito, D. K., Sumarni, A. T., Astuti, E. D., & Aditi, B. (2023). *The Influence of User Trust and Experience On User Satisfaction Of E-Commerce Applications During Transactions in Mini Markets Using Delon and McLean Method*. 5(4), 9–15. <https://doi.org/10.60083/jsisfotek.v5i4.310>
- Putra, K., Indriyani, R., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo*. 7.
- Putri, G. F. C., & Novianti, N. (2016). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kenyamanan, Kepercayaan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Kembali Secara *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2672>
- Ramdhani, R. S. F. N. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Toko Terhadap Niat Beli Ulang Di Online Marketplace Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. 13(1), 62–69.
- Riani, E., Ardi, A., & Harapan, U. P. (2023). *The Impact Of Object-Based Attitude Towards Behavior Belief and Behavior Attitude On The Use Of Halodoc*. 12(03), 249–256.

- Rinda Wangsa, B. H. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kepuasan Terhadap Penggunaan E-Filing Bagi Wajib Pajak Di Kota Batam*. 8(1), 913–921.
- Rudi Lahagu, Sulistyandari, I. D. B. (2023). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan terhadap minat penggunaan uang elektronik di pekanbaru*. 2(1), 532–546.
- Rusnendar, E., Meilanty, T., & Iswardani, D. L. (2023). The Role of Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment in Affecting User Satisfaction on Grabfood Users in Bandung City. *International Journal of Global Operations Research*, 4(2), 79–87. <https://doi.org/10.47194/ijgor.v4i2.216>
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8093>
- Safriandi, F., Pasaribu, A. M., & Aginta, W. (2023). An Influence of Quality , on System User Satisfaction in. *Journal Economy*, 12(01), 1722–1727.
- Setiawan, M., & Setyawati, C. Y. (2020). The Influence of Perceived Ease of Use on the Intention to Use Mobile Payment. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(1), 18–32. <https://doi.org/10.33005/jasf.v3i1.67>
- Subagyo, Tukidi, & WV, I. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Aplikasi Shopee. *Jurnal Manajemen*, 4(1), 51–63. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v4i1.133>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*.
- Suryani, M. D. A., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2022). Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, serta Faktor Keamanan dan Kerahasiaan pada Minat Penggunaan E-Filling. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(10), 3138. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i10.p17>
- Talitha Devina Arbani. (2021). *Pengaruh Trust, Customer Satisfaction dan User Flow Experience terhadap E-Loyalty Pengguna Aplikasi Shopee. (Studi pada Gen Y (Milenial) Pengguna Aplikasi Shopee di Jawa Timur)*. 1–18.
- Venkatesh, V, Morris, M.G, Davis, G.B., dan Davis, F. . (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quartely*, 3.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wang, J., Shahzad, F., Ahmad, Z., Abdullah, M., & Hassan, N. M. (2022). Trust and Consumers' Purchase Intention in a Social Commerce Platform: A Meta- Analytic Approach. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221091262>

- Wasana & Telagawathi. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Shopeepay Sebagai Metode Pembayaran Die-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Buleleng). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 127–135.
- William H. DeLone and Ephraim R. McLean. (1992). Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60–95.
- Yuliana, Set Asmapane, A. A. L. (2022). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Kemudahan Penggunaan , Dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan e-Filing Bagi Wajib Pajak.* 7(2).
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JIAM/article/view/7721>