

DAFTAR PUSTAKA

- Aakers, & Myers. (1997). *Advertising Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Aditiya, I. M. (2021). Sengitnya Perebutan Takhta Penguasa E-Commerce di Tanah Air. Retrieved September 2, 2021, from godnewsfromindonesia.id website: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/01/07/sengitnya-perebutan-takhta-penguasa-e-commerce-di-tanah-air>
- Al-Maghrabi, T., Dennis, C., & Vaux Halliday, S. (2011). Determinants of Customer Continuance Intention of *Online Shopping*. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 6.
- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)*. Universitas Diponegoro.
- Bangkara, R. P., & Mimba, N. P. S. H. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3).
- Chaniago, D., & Akbar, M. (2020). Analisis Kemampuan Pengguna Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Dengan Metode Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Nasional Ilmu Komputer*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.47747/jurnalnik.v1i2.154>
- Chin, W., & P, T. (1995). On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution. *Journal of Management Information System Quarterly*, 9(5).
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(5).
- Devica, S. (2015). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Peningkatan Penjualan Pada Burger Sei Putih Kota Medan. *Pengaruh Harga Diskon Dan Persepsi Produk Terhadap Nilai Belanja Serta Perilaku Pembelian Konsumen*, 7(9), 6.
- Dewi, & Baridwan, Z. (2012). Minat Keperilakuan Individu Menggunakan Sistem *Online Shopping* : Pendekatan Modifikasi Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behaviour. *JIMFEB*, 1(2).
- Fauziah, F. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis *Online Shop* “Shoppe” Dalam Meningkatkan Penjualan. *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 45–53. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.792>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Reading*. Boston: Addison-Wesley.

- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.
- Goodwin, C. (1987). Forgetfulness as an Interactive Resource. *Social Psychology Quarterly*, 50(115).
- Hanggono, A. A., Handayani, S. R., & Susilo, H. (2016). Analisis Atas Praktek TAM (Technology Acceptance Model) dalam Mendukung Bisnis Onlinedengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26(1), 1–9.
- Hartono, J., & Abdillah, W. (2011). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE.
- Iqbaria, M. (1994). An Examination of Factor Contributing to Micro Computer Technology Acceptance. *Journal of Information System Quarterly*, 13(6).
- Jimenez, N., San-Martin, S., & Azuela, J. I. (2016). Trust and Satisfaction: The Keys to Client Loyalty in Mobile Commerce. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 29.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kartajaya, H. (2011). *Self Medication*. Jakarta: PT MarkPlus.
- Kit, L. H., & Jamieson, R. (2003). Tritam: a model for integrating trust and risk perceptions in bussiness to consumer Electronic Commerce. *16 Th Bled E-Commerce Conference e- Transformation*. Slovenia.
- Klopping, I. M., & McKinney, E. (2004). Extending the Technology Acceptance Model and the Task- Technology Fit Model to Consumer E-Commerce. *Information Technology Learning and Performance Journal*, 22.
- Lestari, S. B. (2015). Shopping Online Sebagai Gaya Hidup. *Jurnal Ilmu Sosial*, 14(2).
- Listianti, U. Y. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa FEB UMS*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Maskur, A. (2005). *Analisis Technology Acceptance Model (TAM) dan Faktor Faktor yang mempengaruhi Pemanfaatan Komputer serta Pengaruhnya terhadap Kinerja Akuntan Publik*. Universitas Diponegoro.
- Nasri, W., & Charfeddine, L. (2012). Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration theory of acceptance model and theoryof planned behavior. *Journal of High Technology Management Research*.
- Pavlou, P. A. (2003). International Journal of Electronic Commerce. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Pradana, M. (2016). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Modus*, 27(2), 163.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ramayah, T., & Ignatius, J. (2005). Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment on Intention to Shop *Online*. *ICFAI Journal of Systems Management (IJSM)*, 3(3).
- Rendragraha, A. (2011). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna e-commerce dengan metode TAM*. STIE Perbanas.
- Rosana, A. S. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Gema Eksos*, 5(2), 144–156.
- Sidharta, & Sidh. (2014). Pengukuran persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap sikap serta dampaknya atas penggunaan ulang *online shopping* pada e-commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2).
- Sudjana. (2015). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (10th ed.). Bandung: ALVABETA, CV.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (19th ed.). Bandung: ALFABETA, CV.
- Sulistiyarini, S. (2012). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *JIMFEB*, 1(2).
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1).
- Suseno, M. N. (2009). Pengaruh pelatihan komunikasi interpersonal terhadap efikasi diri sebagai pelatih pada mahasiswa. *Jurnal Intervensi Psikologi*, 1.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization Utilization of Personal Computers Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization1. *Source: MIS Quarterly*, 15(1), 125–143.
- Undang-Undang No. 20. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. In *Undang-Undang Republik Indonesia*.
- Wahyuni, N., Irman, A. S. M., & Gunawan, A. (2018). Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 5(1).
- Wibowo, A. (2006). *Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Universitas Budi Luhur.

- Yahyapour, N. (2008). *Determining Factors Affecting Intention to Adopt Banking Recommender System, Case of Iran*. Lulea University of Technology.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Penggunaan Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Ulang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4).