

DAFTAR PUSTAKA

Sumber jurnal:

- Aaker, David A. Kumar, V., George S, 2001, *Marketing Research*, 7th edition New Jersey, John Wiley & Sons
- Achjari, D. (2000). Potensi Manfaat Dan Problem Di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 15(3), 388–395. <http://www.amazon.com>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82(2), 261–277. <https://doi.org/10.1037/h0076477>
- Amri, M., & Shobri, Y. A. (2020). PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN QUIZIZZ DALAM PEMBELAJARAN AKUNTANSI KONSOLIDASI BANK SYARIAH DI IAIN PONOROGO. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan*. <https://doi.org/10.24036/tip.v13i1.301>
- Buleleng, M. (2023). *SHOPEEPAY SEBAGAI METODE PEMBAYARAN DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS PADA*. 9(2), 127–135.
- Culbertson, J. L., Howard, C. D., & Howard, C. D. (2020). *Review of: Huang , R ., Spector , M. J ., & Yang , J. (2019) Educational technology : A primer for the 21st century . Springer. 678–679.*
- Dari, S. U., Nurminingsih, Ahmadun, & Rohmawan, K. (2021). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Toko Markartz Apparel. *Mabiska Jurnal*, 6(2), 41–51.
- 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>
- Efrianto, G., & Tresnawaty, N. (2021). Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Penggunaan Fintech Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Ekonomi*, 6(1), 53–72. <http://repo.usni.ac.id/id/eprint/148>
- Fitrianingsih, Z. Z., & Nurul 'aini, Y. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Pengalaman Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompot Digital ShopeePay Pada Nasabah Pt Pegadaian Outlet Sidoarjo. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 205–210.
- Fiyah, N., Mayangky, N. A., Hadianti, S., & Riana, D. (2019). Analisis Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Platform Perdagangan Elektronik Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Teknik Informatika*, 12(1), 59–68. <https://doi.org/10.15408/jti.v12i1.10507>
- Gama Putra Brahmanta, & Nuruni Ika Kusuma Wardhani. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePay Di Surabaya. *Sains Manajemen*, 7(2), 97–108. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.3580>
- Gatot Efrianto, & Nia Tresnawaty. (2021). Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Penggunaan Fintech Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten. *Jurnal Liabilitas*.

<https://doi.org/10.54964/liabilitas.v6i1.71>

- Hanif, R. (2022). Pengaruh User Experience Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Pada Pengguna ShopeePay. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(1), 164–172. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i1.969>
- Hawes, J. M., Mast, K. E., & Swan, J. E. (1989). Trust earning perceptions of sellers and buyers. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.1080/08853134.1989.10754508>
- ISO 9241-210. (2010). INTERNATIONAL STANDARD iTeh STANDARD iTeh STANDARD PREVIEW. *International Organization for Standardization*, 10406-1:20, 3–6.
- Jarvenpaa, S. L., Tractinsky, N., Saarinen, L., & Vitale, M. (1999). Consumer trust in an internet store: A cross-cultural validation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5(2), 45–71. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00337.x>
- Karmawan, I. G. M. (2014). Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan dalam Proses Bisnis E-Commerce pada Perusahaan Amazon.Com. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 748. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2237>
- Latief, F., Idris, M., & Dirwan. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 157–166. <https://drive.google.com/file/d/1v6Rt-9RzxF-5Wdd6mXe7a4eydFtBMaf8/view>
- Makanyeza, C. (2017). Determinants of consumers' intention to adopt mobile banking services in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 997–1017. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2016-0099>
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1927). Monthly Report. *Journal of the Institute of Brewing*, 33(1), 1–5. <https://doi.org/10.1002/j.2050-0416.1927.tb05040.x>
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359. <https://doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 157–166.
- Mubarok, A. T., Suparti, C., & Damayanti, C. R. (2022). Analisis Tingkat Transaksi Menggunakan Aplikasi Dompot Digital (Dana, Ovo, ShopeePay, Dan Gopay). *Ekonomi Pembangunan*.
- Mutiara, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan ShopeePay (Studi Pada Mahasiswa Pengguna ShopeePay di

- Yogyakarta). *Sustainability (Switzerland)*, 21(1), 1–119.
<http://www.unpcdc.org/media/15782/sustainable-practice.pdf>
<https://europa.eu/capacity4dev/unep/document/briefing-note-sustainable-public-procurement>
<http://www.hpw.qld.gov.au/SiteCollectionDocuments/ProcurementGuideIntegratingSustainability>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72–85. <https://doi.org/10.37112/bisman.v3i1.623>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 5(2), 127–135.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Putri, S. Y., & Ompusunggu, H. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 23(2), 737–747.
- Seetharaman, A., Nanda Kumar, K., Palaniappan, S., & Weber, G. (2017). Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore. *Journal of Applied Economics and Business Research JAEBR*, 7(2), 116–136.
- Shin, D. H. (2010). The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption. *Interacting with Computers*, 22(5), 428–438. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2010.05.001>
- Utami, S. S. (2017). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 29–41.
- 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>

- Wahidin, M., Setiyani, L., & Alfredo, A. (2021). Analisis Tingkat Penerimaan Merchant ShopeePay Di Karawang Menggunakan Pendekatan Technology Accetance Model (TAM). *Prosiding Seminar Nasional : Inovasi & Adopsi Teknologi, September*, 226–235.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>
- Wulandari, P. A. (2017). Analisis SWOT Perkembangan Finansial Teknologi di Indonesia. *E-Prosiding.Poliban.Ac.Id.*
- Yuliawan, Eko; Siagian, H. W. L. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49.
- Zuhro, N. C., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money. *Jiagabi*, 10(2), 284–293.

Sumber E-book :

- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan, 2017 E-business & E-commerce, Yogyakarta: Andi.
- David Baum. 2000. e-commerce menurut David Baum, <https://shygirlmiauw.wordpress.com/e-commerce-menurut-david-baum-2/>.
- Dharmawan, Ni Ketut Supasti. Wayan Wiryawan. Dan Ngakan Ketut Dunia. 2017. “Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual (HKI)”. Deepublish. Yogyakarta.
- I Putu Agus Eka Pratama., 2015., E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce Berbasis Open Source, Informatika, Bandung.
- Karmawan, I Gusti Made. Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis E-commerce Pada Perusahaan Amazon.Com ComTech, vol 5, no 2, 2014.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Laudon, Kenneth C & Traver, Carol Guercio. 2014. *E-commerce 2014*, Business. Technology. Society, Tenth Edition. England: Pearson Educated Limited
- Rayport, Jeffery F dan Jaworski, Bernard J. 2001. Cases In E-Commerce. McGraw-Hill

Rafi Mohammed, (2003). Internet Marketing. Diana Building Advantage in a Networked Economy. USA: McGraw-Hill

Rintho, Rante Rerung, E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi (Yogyakarta: Deepublish, 2018)

Turban , E. Et al.. . 2010. Electronic Commerce: A managerial Perspective. New Jersey: Pearson prentice Hall, inc.

Sumber buku :

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:Alphabet, CV.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta.

