

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, N. and Suharti (2017) 'Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi', *Manajemen Dewantara*, 1(1), pp. 21–34. doi: 10.26460/md.v1i1.45.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. and Warshaw, P. R. (1989) 'User Acceptance Of Computer Technologi: A Comparison Of Two Theoretical Models', *Management Science*, 35, pp. 982–1003. doi: 10.1016/j.system.2015.06.005.
- DeLone, W. and McLean (2003) 'The Delone and McLean Model of Information System Success: A Ten-Year Update', *Journal of Management Information System/Spiring*, 19(4), pp. 9–30.
- DeLone, W. and McLean (2016) 'Information System Sucess Measurement', *Foundation and Trends in Information System*, 2(1), pp. 1–116.
- Fadly, H. D. and Utama (2020) 'Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19', *Jurnal Ecoment Global : Kajian Bisnis dan Management*, 5, pp. 213–222.
- Fawkes, G. (2021) *Tren Internet 2021. Statistik dan Fakta di Amerika Serikat dan Seluruh Dunia*, vpnmentor.
- Hanoatubun, S. (2020) 'Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(1), pp. 146–153.
- Hartono, P. D. J. (2010) *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Hermawan, H. (2017) 'Sikap Konsumen Terhadap Belanja Online', *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(1), p. 136.
- Hidayatuloh, S. and Aziati, Y. (2021) 'Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application E-Commerce Shopee Menggunakan Model Delone & Mclean', *Applied Information System and Management (AISM)*, 2(2), pp. 73–83. doi: 10.15408/aism.v2i2.20159.
- Jogiyanto (2008) *Sistem Teknologi Informasi*.
- Khotimah, K. and Febriansyah (2018) 'Pengaruh Kemudahan penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop', *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), pp. 19–26. doi: 10.36407/jmsab.v1i1.16.
- Kotler, P. (2008) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Palma, M. A. And Andjarwati, A. L. (2016) 'Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya)', *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*,

16(1), pp. 84–104. doi: 10.17970/jrem.16.60106.id.

- Priyastama, R. (2017) *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Bantul: PT Anak Hebat Indonesia.
- Rahman, A. (2012) *Sistem Politik Indonesia dalam Perspektif Fungsi dan Struktur*. Surabaya: SIC.
- Rakhmawati, N. A. *et al.* (2021) ‘Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), p. 32.
- Rasyid, H. Al (2017) ‘Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek’, *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), pp. 210–223.
- Roshan, P. A. A. and Sudiksa, I. B. (2019) ‘Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention’, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), p. 5164.
- Rukmiyanti, N. M. S. and Budiarta, I. K. (2017) ‘Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, Dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi’, *E-jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1, pp. 115–142.
- Setyarko, Y. (2016) ‘Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online’, *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), pp. 128–147.
- Statista (2021) *Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh*, databoks.katadata.co.id.
- Sugiarto (2017) *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sumarni, Y. (2020) ‘Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis’, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), pp. 46–58.
- Tangkilisan, H. N. S. (2007) *Manajemen Publik*. Jakarta: Grasindo.
- Yuningsih, Y. (2019) ‘Metode Delone dan Mclean Dalam Kepuasan Konsumen Terhadap Aplikasi Shopee’, *Bina Insani Ict Journal*, 6(1), pp. 55–64.