

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, K.H. and Kusumahadi, R. (2020) 'Analisis Persepsi Pengguna Situs Marketplace Menggunakan Technology Acceptance Model ( Tam ) ( Studi Kasus Pada Tokopedia ) Analysis of the Marketplace Site User Perception Technology Admission Model Using ( Tam ) ( Case Study in Tokopedia )', *e-Proceeding of Management*, 7(2), pp. 5310–5321.
- Arikunto, S. (2010) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aritonang, Y.A.L. and Arisman, A. (2019) 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay)', *J. Akunt. STIE Multi Data Palembang*, 2(1), pp. 1–17.
- 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), pp. 120–131.
- Ashsifa, I. (2020) 'Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi)', *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(1), p. 25. Available at: <https://doi.org/10.33365/tb.v3i1.644>.
- Aziz, M.L. and Sulistiono (2020) 'Pengaruh Sikap Konsumen, Periklanan, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen The Jungleland Adventure Theme Park', *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), pp. 43–52. Available at: <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.326>.
- Cakra, S.D.P. (2021) 'Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan M Banking Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember', *Performa*, 5(6), pp. 530–538. Available at: <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1856>.
- Fransiska, V. and Paramita, S. (2020) 'Live Shopping dalam Industri Komunikasi Digital melalui Instagram', *Prologia*, 4(1), pp. 67–74. Available at: <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6435>.
- Kartika, M. and Ganarsih, R.L. (2019) 'Analisis E-Wom, Online Shopping Experience dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau', *Tepak Manajemen Bisnis*, 11(2), pp. 289–307.
- Lamdika (2020) 'Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi Pada Kepuasan Pengguna', *UNIKOM* [Preprint].
- Latifah, N., Widayani, A. and Normawati, R.A. (2020) 'Pengaruh Perceived

- Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee', *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), p. 82. Available at: <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.13550>.
- Maisah, S. (2024) 'Variabel Intervening Dalam Penelitian', *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Meileny, F. and Wijaksana, T.I. (2020) 'Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia', *Jurnal*, 4(2), pp. 1–9.
- Murni, C.H. (2020) *Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Di Shopee*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Novita, D. and Helena, F. (2021) 'Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS)', *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(1), pp. 22–37. Available at: <https://doi.org/10.35957/jtsi.v2i1.846>.
- Pranata, Z.A. (2019) 'Analisis Pengaruh Fungsi Aplikasi, Kegunaan, Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Belanja Online Di Yogyakarta', *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(2), pp. 1689–1699.
- Prasetio, R.T. (2020) 'Analisa Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Google Task di Lingkungan Akademik Menggunakan Metode TAM', *Jurnal Responsif: Riset Sains dan Informatika*, 2(1), pp. 65–74. Available at: <https://doi.org/10.51977/jti.v2i1.202>.
- Pratama, A.B. and Suputra, I.D.G.D. (2019) 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik', *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), pp. 927–953. Available at: <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>.
- Priyastama, R. (2017) *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Bantul: PT Anak Hebat Indonesia.
- Putra, D.N. and Raharjo, S.T. (2021) 'Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Di Kota Semarang)', *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), pp. 1–11. Available at: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Rakhmawati, N.A. *et al.* (2021) 'Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), p. 32. Available at: <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>.
- 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. Available at: <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p17>.

- Saidani, B., Lusiana, L.M. and Aditya, S. (2019) 'Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee', *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), pp. 425–444. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/228321917.pdf>.
- Setyowati, E.O.T. and Respati, A.D. (2019) 'Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Computer Self Efficacy, Dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi', *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 13(1), p. 63. Available at: <https://doi.org/10.21460/jrak.2017.131.281>.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.