

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. In Aswaja Pressindo.
- Adiyanti, A. Ik. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).
- Ahdiat, Adi. 2023. *Pengunjung-Shopee-Makin-Banyak-Bagaimana-E-Commerce-Lain?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>. Diakses 21 Oktober 2023.
- Annur, C.M. 2022. *Survei Jakpat:Shopee Rajai Penggunaan Live Shopping di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia>. Diakses 21 Oktober 2023.
- Ariningsih, E. P. (2022). Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , Perceived Security , dan Trust. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 227–238.
- Ariqah, H., Meuthia, R. F., & Djefris, D. (2023). Pengaruh Perceived usefulness, Perceived ease of use dan Perceived of risks Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay di Kota Padang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Padang). *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia*, 2(1), 184–193.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, September, 319–1003.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13.
- Firdayanti, R. (2012). Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of*

Social and Industrial Psychology, 1(1), 1–7.

Funny, & Widjaja, O. H. (2020). Pengaruh Kompensasi , Lingkungan Kerja , Fasilitas Terhadap Kepuasan Kerja PT ISS Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, II(1), 43–50.

Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modelling (SEM) Metode Alternative dengan Partial Least Square*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hadi, S. (2004). *Metodologi Research 2*. Andi Offset.

Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.

Kasanah, I., & Faujiah, A. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Penggunaan E-Commerce Shopee Barokah. *Proceedings of International Conference On Islam Education Management and Sharia Economics*, 2(1), 454–474.

Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems* 44 (2) 544–564, 44, 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>

Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, trust , dan security terhadap minat penggunaan gopay pada generasi x di surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29.

Khoiriyah, I. (2023). *Tren Live Streaming dalam E-commerce: Berbelanja Sambil Menonton Langsung*. <https://www.kompasiana.com/imamatulkhoiriyah/64fcb95408a8b50e79672042/tren-live-streaming-dalam-e-commerce-berbelanja-sambil-menonton-laingsung>. Diakses 21 Oktober 2023.

Lim, Y. J., Abdullah, & Mohd, S. (2014). Perceived Usefulness And Trust Towards Consumer Behaviors: A Perspective Of Consumer Online Shopping. *Journal of Asian Scientific Research*, 2014, 4(10): 541-546, 4(10), 541–546.

Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan , Efektivitas , Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152.

Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use , Perceived Usefulness , dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, II(3), 715–722.

Nugraha, T. W. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use

Dan Subjective Norm Terhadap Purchase Intention Melalui Attitude Pengguna Olx. *JurnalBingkai Ekonomi*, 6(2), 41–48.

Nurjanah, S. F., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan (Studi Pada Konsumen Belanja *Online* Mahasiswa Universitas Islam. *Jurnal Ilmu Administrasi Niiaga/Bisnis*, 8(3), 154–162.

Nurvitasari, E., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3).

Pering, A. I. M. A. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*.

Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 54–61.

Pramudana, K. A. S., & Santika, I. W. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Persepsi Manfaat , Persepsi Harga dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang *Online* Hotel di Bali. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(10), 2247–2256.

Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi*, 5(2), 127–135.

Ramkumar, M., Schoenherr, T., Wagner, S. M., & Jenamani, M. (2019). Economics Q-TAM : A quality technology acceptance model for predicting organizational buyers ' continuance intentions for e-procurement services. *International Journal of Production Economics*, 216(March 2018), 333–348.

- Regita, A., & Santoso, T. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use , Perceived Usefulness Dan Attitude Towards Using Terhadap Behavioural Intention To Use Pada Aplikasi Ovo. *Agora*, 8(1).
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Kemanfaatan , Risiko , dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80.
- Salamah, I., Aryanti, A., Lindawati, L., & Asriyadi, A. (2017). Model Penerimaan Teknologi E-Commerce UMKM Kain Tenun Songket Kota Palembang. *Annual Research Seminar (ARS)*, 3(1), 109–114.
- Saputra, A., & Algifari. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 106–114.
- Saputro, B. D., & Sukirno. (2013a). Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Staf Pengajar Jurusan P. Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 36. *Jurnal Nominal*, II(1).
- Saputro, B. D., & Sukirno. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Riset Akuntansi Dan Manajemen*, II(1).
- Setiawan, R. F. (2020). Analysis of Factors Affecting the Interest of People to Use DANA Application Using Principal Component Analysis Method (PCA). *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 5(1), 226–232.
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Perilaku Penggunaan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1–20.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1–9.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia

Pustaka Utama.

- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujana, K. C., & Suprapti, N. W. S. (2016). Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Situs Terhadap Niat Konsumen Untuk Berbelanja Di Situs Zalora. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 595–622.
- Sukmawati, H., Rasyid, A. F., & Kurniaputri, M. R. (2021). Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah : Ekstensi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1845–1857.
- Sumarsono, S. (2004). *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Umar, H. (2010). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wangsadinata, R., Geraldine, C. N., & Aprillia, A. (2021). Pengaruh Technology Acceptance Model Dan Perceived Benefits Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Shopee Food Pada Masyarakat Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(2), 104–114.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 6(1), 440–456.
- Wong, D., Ekonomi, F., & Ubm, U. (2017). *Pengaruh Ability , Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust , Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce : Studi Kasus Pada Pelanggan E- Commerce Di Ubm*. 2(2), 155–168.
- Yonaldi, S., Defita, F. M., & Zulbahri, L. (2019). Analisis Pengaruh Trust , Perceived Of Use , dan Perceived Risk terhadap Minat Beli Online Shop Menggunakan Instagram di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 16–23.