

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., Surveyandini, M. & Prabawa, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Secara Online di Bukalapak.com. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1207. doi: 10.33087/jiubj.v21i3.1628
- Abdillah, L. A., Hs, S., Muniarty, P., Nanda, I., Retnandari, S. D., Wulandari, Sina. (2021). *Metodologi Penelitian & Analisis Data Comprehensive*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Adham, M. F. (2024). Analisis Implementasi Sistem Informasi: Studi Literatur. *JTSl*, 5(1), 264-275. doi: 10.35957/jtsi.v5i1.7815
- Aisyah, S., Rizaldi, H., Wahyuni, E. R. N., & Ferdianto, R. (2024). Bagaimana Kenikmatan Berbelanja Online Mempengaruhi Minat Pembelian Kembali?. *Jurnal Neraca*, 20(2), 126-136. doi: 10.48144/neraca.v20i2.1996
- Annas, S., Ruliana, R., & Sanusi, W. (2022). Structural Equation Modeling for Analyzing the Technology Acceptance Model of Students in Online Teaching During the Covid-19 Pandemic. *Media Statistika*, 15(1), 104-115. doi: 10.14710/medstat.15.1.104-115
- Anisah, N. & Puspasari, R. (2024). Sistem Informasi Kuisiner Materi Pembelajaran SMP Swasta Generasi Bangsa Martubung Menggunakan Skala Likert. *Jurnal Jureksi (Jurnal Rekayasa Sistem)*, 2(2). doi: 10.59841/jureksi.v2i2.1638
- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JIMT (Jurnal Ilmu Manajemen Terapan)*, 2(6), 790-800. doi: 10.31933/jimt.v2i6.637

- Firmansyah, D. & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114. doi: 10.55927/jiph.v1i2.937
- Hadi, M. A., Besra, E., & Verinita. (2022). The Effect of Perceived Risk and Perceived Usefulness on Purchase Intention with Customer Attitude as a Mediation Variable (Survey of Tokopedia Consumers in Padang City). *Enrichment: Journal of Management*, 12(4), 2918-2930. doi: 10.35335/enrichment.v12i4.694
- Handayani, P. W., Hidayanto, A. N., Pinem, A. A., Azzahro, F., Munajat, Q., Ayuningtyas, D., & Hapsari, I. C. (2019). *Konsep CB-SEM dan SEM PLS Disertai dengan Contoh Kasus*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Hardani, A. N., Andriana, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Jogja: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hardy, I. H., Setyawan, M. Y. H., & Istirahayu, W. (2023). Integrasi Technology Acceptance Model dan Unified Theory of Acceptance and Use of Tecchnology. *Competitive*, 18(1), 35-45. doi: 10.52333/competitive.v18i1.1183
- Haryadi, W., Sudiyarti, N., Kurniawan, E., Ismawati, Rachman, R. (2020). Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pedagang Ikan di Pasar Kerato). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(3), 204-214. doi: 10.34308/eqien.v8i3.156
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS 22.00, Lisrel 8.00, dan Smart PLS 3.0*. PT. Intermedia Personalia Utama.

- Hidayat, T. & Canta, D. S. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Aplikasi Tokopedia dengan Menggunakan Metode TAM. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer, 9(2), 472-478. doi: 10.30865/jurikom.v9i2.4047*
- Iba, Zainuddin. (2023). *Metode Penelitian*. Purbalingga: CV Eureka Media Aksara.
- Irvania, V. A., Bagus Nyoman Udayana, I. & Fadhilah, M. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Trust, dan Perceived Risk Terhadap Purchase Intention Pengguna Shopee. *Jurnal Akmenika, 19(1), 622-630.*
- Iswatun, R., Tasya, Chantika, N. S. P., Faruq, D. Z., Fandera, D., & Firdaus, E. (2023). Analisis Peranan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, 8(1), 9-15. doi: 10.19184/jpe.v8i1.37459*
- Karyoto, E. V. A., Wiranti, Y. T., & Putera, M. I. A. (2024). Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior pada Pengguna Aplikasi Gojek. *Teknika, 13(1), 109-119. doi: 10.34148/teknika.v13i1.682*
- Khoirunnisa, & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Produk, dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi OVO Sebagai Alat Transaksi Belanja. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 8(3), 979-984.*
- Kholifah, N., Yusa, V. D., Utami, R. R., & Aprilia, I. E. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Pengguna Aplikasi Mobile Terhadap Minat Beli Ulang Kopi Lokal. *JUMANSI (Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan), 7(2), 374-383. doi: 10.36987/jumansi.v7i2.6502*
- Latifah, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari

- Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan. *Ekobis*, 24(1). doi: 10.30659/ekobis.24.1.1-15
- Maan, A. T., Abid, G., Butt, T. H., Ashfaq, F., & Ahmed, S. (2020). Perceived Organizational Support and Job Satisfaction: A Moderated Mediation Model of Proactive Personality and Psychological Empowerment. *Future Business Journal*, 6(21), 1-12. doi: 10.1186/s43093-020-00027-8
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikotjco, F. (2022). Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang: Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 1-16. doi: 10.38035/jim.v1i3.131
- Ma, W. & Tarwoto. (2025). Analisis dan Evaluasi Kepuasan Pengguna menggunakan kombinasi Metode Technology Acceptance Model (TAM) dan WEBQUAL 4.0 Terhadap Sistem Informasi Online Berbasis Website Analysis and Evaluation of User Satisfaction Using a Combination of Technology Acc. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, 14, 15-28. doi: 10.32520/stmsi.v14i1.3877
- Maulidah, F., & Irma, R. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. *E-journal*, 10(3), 62-68.
- Maydianto & Ridho, M. R. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Point of Sale dengan Framework Codeigniter pada CV Powershop. *Jurnal Comasie*, 4(2), 50-59.
- Musdalifah & Hadisaputro, E. L. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Menggunakan Technology Acceptance Model pada Aplikasi Dana. *Journal of Computer System and Informatics (JoSYC)*, 4(1), 72-78. doi: 10.47065/josyc.v4i1.2570

- Nadroh, U. (2025). Peran Fanatisme sebagai Variabel Moderasi Terhadap Penerimaan Produk Kosmetik dan Makanan Korea Selatan oleh Konsumen Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Keuangan*, 6(2), 1-15. doi: 10.53697/emak.v6i2.2190
- Nitami, A., Munthe, A. A., & Masrizal. (2021). Sistem Informasi Reservasi Hotel Rantauprapat Berbasis Web dengan Framework Codeigniter. *Journal of Student Development Information System (JoSDIS)*, 1(1), 7-17.
- Novaldy, T & Mahpudin, A. (2021). Penerapan Aplikasi dengan Menggunakan Barcode dan Aplikasi untuk Laporan Presensi kepada Orang Tua. *ICT Learning*, 5(1), 1-9.
- Novianto, O., Santoso, H. T., Dewi, R., Karnain, B., Sugiharto, & Daengs, A. (2024). Analisis 5 (Lima) Tahapan Proses Keputusan Pembelian Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Universitas 45 Surabaya dalam Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 40-62. doi: 10.30651/jmma.v3i1.22041
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Pibriana, D., & Mayjeksan. (2020). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna Terhadap Penggunaan Aplikasi Belanja Online XYZ. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 7(3), 580-592. doi: 10.35957/jatisi.v7i3.382
- Pitafi, A. H., Kanwal, S., & Khan, A. N. (2020). Effects of Perceived Ease of Use

- on SNSs- Addiction Through Psychological Dependence, Habit: The Moderating Role of Perceived Usefulness. *International Journal of Business Information Systems*, 33(3), 383-407. doi: 10.1504/IJBIS.2020.105831
- Pratama, A., Wulandari, S. Z., & Indyastuti, D. L. (2022). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris pada Pegawai PLN UP3 Tegal). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 355-368. doi: 10.31842/jurnalinobis.v5i3.240
- Prihatin, K. S. (2022). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Investasi terhadap Minat Berinvestasi Saham di Pasar Modal. *Progress Jurnal Pendidikan, Akuntansi, dan Keuangan*, 5(1). doi: 10.47080/progress.v5i1.1740
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37-46. doi: 10.24123/jbt.v4i1.2480
- Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 4(1), 1-13. doi: 10.30598/ijast.v4i1.330
- Putri, H. H., Singasatin, D., & Sunadar, M. A. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Teknologi pada Pengguna Aplikasi Shopee Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *INSOLOGI: Jurnal Sains dan Teknologi*, 1(4), 401-410. doi: 10.55123/insologi.v1i4.771
- Rachman, M., Waluyo, M., & Hidayat, R. (2025). *Buku Panduan Structural Equation Modeling*. Malang: Literasi Nusantara.

- Rohman, A. N., Mukhsin, M., & Ganika, G. (2023). Penggunaan Technology Acceptance Model dalam Analisis Actual Use Penggunaan E-Commerce Tokopedia Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 2(1), 25-36. doi: 10.55927/emakbis.v2i1.3398
- Sari, A. C. M. & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (Studi pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(5), 1-17.
- Sari, A. E. (2023). Digital Tourism Analysis Based on Technology Acceptance Model (TAM) to Improve Tourist Destinations in Kerinci Regency. *International Journal of Economics, Bussiness, and Innovation Research*, 2(5), 35-46. doi: 10.59890/ijebir.v2i5.1182
- Sayyida, S. (2023). Structural Equation Modeling (SEM) dengan SmartPLS dalam Menyelesaikan Permasalahan di Bidang Ekonomi. *Journal MISSY (Management and Bussiness Strategy)*, 4(1), 6-13. doi: 10.24929/missy.v4i1.2614
- Siaputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1). doi: 10.9744/jmp.10.1.37-48
- Siswoyo, A, & Irianto, B. S. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1196-1205. doi: 10.33395/owner.v7i2.1422
- Stansyah, M. R., Tegar, M., Seiya, S., & Choirunnisa, R. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan dan Minuman Melalui

- Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 43-49.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2). doi: 10.61104/ihsan.v1i2.55
- Sutarya. (2023). Optimalisasi Kinerja dan Kepuasan Kerja pada Yayasan Pendidikan Tinggi Nahdlatul Ulama (YAPTINU) Jepara. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 298-315. doi: 10.36546/jm.v13i2.627
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen*, 5(1), 67-86. doi: 10.33603/jibm.v5i1.4929
- Ulan, K., Rivai, A. K., & Sari, D. A. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Intervening: Studi Pada Produsen Dessert Box. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(2), 354-373. doi: 10.21009/jbmk.0302.03
- Urnika, A., & Khasanah, I. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1-11.
- Waluyo, M. & Rachman, M. (2020). *Mudah Cepat Tepat dalam Aplikasi Structural Equation Modeling*. Malang: Literasi Nusantara.
- Wendi. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Risk Terhadap Loyalty Intention. *Procuration: Jurnal Manajemen & Bisnis*, 1(2), 87-100. doi: 10.46576/procuration.v1i2.2063

Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang:

Seribu Bintang

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal*

Ilmu Administrasi, 3(2). doi: 10.24036/perspektif.v3i2.253