

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Wardhana, S. E., MM, M. S., Endah Budiastuti, S., Novianti Br Gultom, M. M., Acai Sudirman, S. E., Julyanthry, S. E., ... & Amruddin, S. (2022). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*. Media Sains Indonesia.
- Aini, N., & Parinduri, A. F. K. (2024). Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, *User* Satisfaction, and Security Against Intentional Behavior Using GoPay E-Wallet. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 12(2), 171-180, doi: doi: 10.30871/jaemb.v12i2.9022.
- Anggraeni, L., & Putra, A. (2023). *Hubungan Perceived Usefulness terhadap Niat Pembelian Ulang Pengguna Marketplace di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan Indonesia*, 5(4), 144–156.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran statistika menggunakan software SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491-6504. Doi: 10.31004/basicedu.v6i4.3206.
- Anisah, N., & Puspasari, R. (2024). Sistem informasi kuesioner materi pembelajaran SMP swasta generasi bangsa Martubung menggunakan skala Likert. *Jurnal Rekayasa Sistem (JUREKSI)*, 2(2), 604-616.
- Anita, S. Y., Amiruddin, E. E., EDT, R. W., Wiratmo, L. B., Mustafa, F., Khairo, F., ... & Abdillah, F. (2023). *Perilaku Konsumen*. CV. Intelektual Manifes Media.

- Aryanti, D. N., Saragih, L., & Tarigan, W. J. (2022). Analisis Pengetahuan Investasi, Return dan Risiko Terhadap Minat Berinvestasi Online di Aplikasi Bibit (Studi Kasus Pada Generasi Millennial). *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 275-284, doi: 10.23960/E3J/v5i2.275-284.
- Astuti, D., & Sari, M. (2022). Pengaruh Kemudahan Aplikasi terhadap Kepuasan Pengguna Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Digital*, 5(2), 133–144.
- Astuti, R., & Kurniawan, A. (2022). Perceived Ease of Use dan Dampaknya terhadap Niat Pembelian Ulang pada Pengguna Aplikasi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 92–104.
- Aswar, N. F. (2025). Perilaku konsumen. *Penerbit Tahta Media*.
- Attaqi, M. F., Suryono, I. A., Kussujaniatun, S., & Sudaryatie, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Niat Beli Ulang. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 694-700, doi: 10.58344/jii.v1i6.90.
- Banjarnahor, K. S., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi Ferizy dan Persepsi Harga Terhadap Penggunaan Ulang Layanan di PT ASDP Indonesia Ferry (Studi Kasus Penumpang Rute Merak-Bakauheni). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 1(3), 192-203.
- Bonita, M. S., Susanto, E., & Sutaji, D. S. (2022). Penerapan Technology Acceptance Model Pada Rancangan Buku Elektronik Panduan Perjalanan Wisata Sejarah Kota Bandung. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata) p-ISSN, 2338, 8633*, doi: 10.24843/IPTA.2022.v10.i02.p09.

- Cuong, D. T. (2023). *Determinants Affecting Online Shopping Consumers' Satisfaction and Repurchase Intention: Evidence from Vietnam*. *Innovative Marketing*, 19(1), 93–105, doi: 10.21511/im.19(1).2023.11
10.21511/im.19(1).2023.11
- Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Guepedia.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Doi: 10.2307/249008.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destriy, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., ... & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- El Wahyu, M. Z., & Fitriyani, M. N. (2021). Penerapan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Menganalisis Minat Mahasiswa Menggunakan Metode Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Pada Bank Syariah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 3(1), 35-42.
- Fadhillah, A. S., Rahmaniah, M., Putri, S. D., Febrian, M. D., Prakoso, M. C., & Nurlaela, R. S. (2024). Sistem pengambilan contoh dalam metode penelitian. *Karimah Tauhid*, 3(6), 7228-7237, doi: 10.30997/karimahtauhid.v3i6.14584
- Fahmi, A., & Fajar, R. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Aplikasi e-Commerce*. *Jurnal Sistem Informasi Indonesia*, 13(2), 85–99.

- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790-800. Doi: 10.31933/jimt.v2i6.568.
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1549-1562, doi: 10.36778/jesya.v5i2.776
- Firmansyah, D., & Dede (2022). Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: Literature review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114, doi: 10.55927/jiph.v1i2.937.
- Firmansyah, D., Hakim, M. M., & Nugroho, F. A. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pengguna pada Aplikasi Mobile Banking. *Jurnal Masyarakat Informatika*, 14(2), 119-130.
- Firmansyah, M. D., & Herman, H. (2023). Perancangan web e-commerce berbasis website pada Toko Ida Shoes. *Journal of Information System and Technology (JOINT)*, 4(1), 361-372, doi: 10.51601/joint.v4i1.263.
- Ghozali, I. (2021). *Structural Equation Modeling: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (2024). *Persentase penggunaan aplikasi belanja online (e-grocery) favorit di Indonesia*. Diakses dari <https://goodstats.id>. Diakses pada 12 Oktober 2025.
- Gunadi, G., & Sudaryana, I. K. (2021). Analisa tingkat penerimaan aplikasi Scratch menggunakan technology acceptance model (TAM). *Infotech: Journal of Technology Information*, 7(1), 7-18, doi: 10.31949/infotech.v7i1.1073.

- Habiba, I., & Wijaya, G. (2022). Pengukuran Kualitas Website Skill Academy Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Paradigma-Jurnal Komputer Dan Informatika*, 24(1), 29-36, doi: 10.31294/p.v24i1.10915.
- Habibi, C. (2023). Analisis Perilaku Penggunaan E-Wallet Aplikasi OVO Terhadap Perspektif Pelajar Tingkat Sekolah Menengah Atas di Lembang Menggunakan Technology Acceptance Model. *NUANSA INFORMATIKA*, 17(1), 42-56, doi: 10.25134/nuansa.v17i1.7085.
- Haposan, J. (2021). *Konsep Dasar Sistem Informasi*. Fatmasari Media.
- Haque, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). Strategi pemasaran: Konsep, teori dan implementasi.
- Harianto, P. (2023). Penerapan Metode Fuzzy Mamdani Untuk Penentuan Peminatan Program Studi Teknik Informatika di STMIK Pontianak. *Prosiding CORISINDO 2023*. Doi: 10.46229/jeb.v4i1.233.
- Harianto, E. F. E., & Ellyawati, J. (2023). The Influence Of Perceived Usefulness, Trust, And Risk On Loyalty In The Tiktok Shop: Test Of Consumer Satisfaction As A Mediation Variable. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 4(1), 13-23.
- Hartatik, E., & Budihartanti, C. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna terhadap Penerapan Aplikasi Go-Jek dengan Metode TAM. *Jurnal PROSISKO*, 7(1), 34-45.
- Hermawan, E. (2023). Literature Review Perilaku Konsumen: Loyalitas Pelanggan, Pembelian Ulang dan Minat Beli. *Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi*, 1(1), 1-13, doi: 10.47861/jgia.v1i1.270.

- Hidajat, K., & Setiawan, R. A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, terhadap Keputusan Belanja pada Aplikasi Digital Cumart dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13725-13733. Doi: 10.22437/jpe.v17i2.16653.
- Irwanto, M. R., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh kepuasan konsumen dan promosi terhadap niat pembelian ulang konsumen shopee saat pandemi: Indonesia. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 289-302.
- Istianah, E., & Yustanti, W. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Jenius dengan Menggunakan Metode EUCS (End-User Computing Satisfaction) berdasarkan Perspektif Pengguna. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(4), 36-44.
- Kartika, N. T., & Waluyo, M. (2024). *Influence analysis the Technology Acceptance Model approach on user satisfaction and repurchase on the KAI Access application using the SEM method*. *IJIEM (Indonesian Journal of Industrial Engineering & Management)*, 5(1), 30–40. <https://doi.org/10.22441/ijiem.v5i1.21746>
- Lattu, A., & Jatmika, W. (2022). Analisis kepuasan pengguna terhadap penggunaan e-learning dengan metode tam dan eucs. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 4(1), 39-50. Doi: 10.52005/jursistekni.v4i1.119.
- Lengkong, O., Kom, S., Ds, M., Tumewu, M. D., & Lumintang, N. T. T. (2021). Analisis Usability Pada Aplikasi M-Commerce Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan USE (Usefulness, Satisfaction, Ease of

- Use) Questionnaire. *Cogito Smart Journal*, 7(1), 182-192. Doi: 10.31154/cogito.v7i1.311.182-192.
- Lestari, A. Y., & Utamajaya, J. N. (2024). Analisis Kepuasan penggunaan Aplikasi Maxim Delivery di Kota Balikpapan menggunakan TAM. *Jurnal Teknik Informatika UNIKA Santo Thomas*, 232-236.
- Lestari, M., & Adi, W. (2023). Analisis Pengaruh Perceived Risk terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Belanja Online di Indonesia. *Jurnal Manajemen Digital Indonesia*, 7(1), 117–128.
- Maghfiroh, S., & Nuryana, I. K. D. (2022). Penerapan Metode TAM dan DeLone And McLean IS Succes untuk Mengevaluasi Keberhasilan Aplikasi Lazada. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(3).
- Maghfiroh, S., & Nuryana, I. K. D. (2022). Penerapan Metode TAM dan DeLone And McLean IS Succes untuk Mengevaluasi Keberhasilan Aplikasi Lazada. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(3).
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikotjco, F. (2022). Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang: Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3), 571-586. Doi: 10.38035/jim.v1i3.131.
- Meida, L. (2022). *Pengaruh perceived trust dan perceived risk terhadap behavioral intention dengan perceived ease of use sebagai variabel intervening* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).

- Minan, K. (2021). Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 181-187. Doi: 10.47065/ekuitas.v3i2.1119.
- Monarike, V. C., & Krisbiantoro, D. (2022). Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Aplikasi Zoom Cloud Meeting Menggunakan Model Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam): Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Amikom Purwokerto. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 4(1), 8-15. Doi: 10.24076/joism.2022v4i1.742.
- Mulyadi, E., Wibisono, A., & Herli, M. (2021). Penerapan Metode SEM (STRUCTURAL EQUATION MODEL) Dalam Aplikasi Bidang Pendidikan, Sosial, dan Kesehatan. *Jurnal Booth Dharma Medika*, 2(2), 35-39.
- Nabot, A., Omar, K., & Almousa, M. (2021). *Perceptions of Smartphone Users' Acceptance and Adoption of Mobile Commerce (MC): The Case of Jordan*. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 15(21), 80–95. Doi: 10.3991/ijim.v15i21.24173.
- Nisaa, V., & Susanto, P. (2021, November). The Impact of Perceived Risk, Satisfaction and Price Image on Repurchase Intention Using Mobile Commerce (M-Commerce): Case Study of Urban Communities in West Sumatera. In *Seventh Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2021)* (pp. 433-439). Atlantis Press. Doi: 10.2991/aebmr.k.211117.063.

- Novita, R., & Susanto, A. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Pengguna terhadap Niat Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital. Jurnal Teknologi dan Manajemen Bisnis*, 23(1), 98–110.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., ... & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit Nem.
- Nugroho, A. S., Retnandari, N. D., & Djunaedi, A. (2023). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Digitalisasi Layanan Cukai Di Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai. *Jurnal perspektif bea dan cukai*, 7(2), 213-236. Doi: 10.29040/jie.v8i4.14963..
- Nugroho, E. H. A., Welsa, H., & Fadillah, M. (2024). Pengaruh Inovasi Teknologi Terhadap Kepuasan Pengguna Dan Kinerja Pemasaran Lelang Online: Studi Literatur Pada Platform Lelang Djkn. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(4). Doi: 10.31092/jpbc.v7i2.2268.
- Nuralam, I. P., Yudiono, N., Fahmi, M. R. A., Yuliaji, E. S., & Hidayat, T. (2024). Perceived ease of use, perceived usefulness, and customer satisfaction as driving factors on repurchase intention: the perspective of the e-commerce market in Indonesia. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2413376. Doi: 10.1080/23311975.2024.2413376.
- Oktaviyana, A. (2023). Analisis Sistem Informasi Manajemen. *Circle Archive*, 1(1).
- Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dan minat pembelian ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62-79. Doi: 10.30587/jurnalmanajerial.v10i01.5404.

- Prasetyo, Y. D., & Suryani, T. (2023). Pengaruh kualitas layanan elektronik, kualitas makanan, persepsi manfaat dan kemudahan terhadap kepuasan konsumen dan niat pembelian ulang pada Pizza Hut Delivery di Surabaya. *Jurnal Manajerial*, 10(01), 158-178.
- Prayudha, D. R., & Kusdiyanto, K. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Pembelian Ulang di Marketplace Shopee*. *Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen*, 11(1), 238–249.
- Priyatma, R. (2022). *The Impact of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Repurchase Intention of Online Shopping App Users*. *ResearchGate Publication*.
- Putra, A. S. M., Ali, H., & Nursal, M. F. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui pembelian ulang UMKM Pecel Lele Yopi Bekasi. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(1), 1221-1232.
- Putra, A., & Rachman, M. (2023). *Analisis Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Transportasi Online*. *Jurnal Manajemen Digital Indonesia*, 7(1), 122–133.
- Putra, R., & Santika, D. (2024). *Perceived Risk sebagai Determinan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Pengguna Aplikasi Keuangan Digital*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 8(2), 89–101.
- Putri, F., & Hartono, B. (2021). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Trust terhadap Minat Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Shopee*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(4), 201–211.

- Putri, R. R. S., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap keputusan penggunaan aplikasi tokopedia melalui trust sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 708-722. Doi: 10.26740/jim.v9n2.p708-722.
- Putri, S. D. A. E., Suriyanto, M. A., & Aslamiyah, S. (2022). The Effect of Price, Information Quality, and Perceived Risk on Online Purchasing Decisions in E-Commerce. *Indonesian Vocational Research Journal*, 2(1), 87-94. Doi: 10.30587/ivrj.v2i1.3857.
- Qatrunada, P. M., & Dyahjatmayanti, D. (2022). Analisis Implementasi Digitalisasi Layanan Angkasa Pura Kargo (TERKA) Terhadap Mobilitas Pengiriman Kargo Udara Selama Pandemi Covid-19 Di Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta Tangerang. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 1416-1425.
- Qomarudin, R. W. & Fadhila, H. N. (2025). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Customer Satisfaction terhadap Repurchase Intention pada Pengguna Tokopedia* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Rachman, M. W. A. A., & Indriyanti, A. D. (2024). Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi Identitas Kependudukan Digital (Ikd) Berbasis Mobile Menggunakan Metode Tam (Technology Acceptance Model). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 5(1), 48-59.
- Rahayu, D., & Firmansyah, R. (2021). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Tokopedia*. *Jurnal Ilmu Manajemen Digital Indonesia*, 5(2), 134–144.

- Rahma, S. K., Rusmana, A., & Kusnandar (2023). Perspektif Pengguna Terhadap Pemanfaatan Aplikasi Candil Sebagai Pendukung Layanan Perpustakaan Dispusipda. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 9(1), 1-10. Doi: 10.20961/jpi.v9i1.68241.
- Rahmadani, A., & Yusuf, F. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Banking BNI. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Digital Indonesia*, 5(3), 189–199.
- Rahmat, Y., & Satria, A. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan Pengguna terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Digital. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi Digital*, 11(2), 102–116.
- Rahmawati, D., & Dewi, S. (2023). Perbandingan Kinerja AMOS dan SmartPLS dalam Analisis Model Struktural. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Data Digital*, 10(2), 112–124.
- Rahmawati, F., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kegunaan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Banking BRI. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital Indonesia*, 6(4), 215–226.
- Ramadan, C. S., & Efnita, Y. (2024). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO. *Jurnal Al-Qalam*, 11(2), 201–212.
- Rauf, A. (2021). Pengertian digital marketing. *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*, 1(2).
- Renggo, Y. R., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, 43.

- RIFKHAN, P. A. (2023). *Pedoman metodologi penelitian data panel dan kuesioner*. Penerbit Adab.
- Rismalia, R., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 561-588. Doi: 10.54443/sinomika.v1i3.309.
- Rukmana, A. Y., Rahman, R., Afriyadi, H., Moeis, D., Setiawan, Z., Subchan, N., ... & Kusuma, A. T. A. P. (2023). *PENGANTAR SISTEM INFORMASI: Panduan Praktis Pengenalan Sistem Informasi & Penerapannya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sairaga, A. L., & Maulana, A. (2023). The influence of perceived usefulness, perceived ease of use and trust on intention reuse of Go-pay. *Marketing Management Studies*, 3(1), 65-73. Doi: 10.24036/mms.v3i1.57.
- Sakti, B. E., & Mardiana, D. (2023). Niat Pembelian Ulang Konsumen: Tinjauan Kemudahan Transaksi Non-Tunai, Kepercayaan Konsumen, dan Kesesuaian Harga. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 4(01), 101-112. Doi: 10.37366/ekomabis.v4i01.503.
- Salsabila, D., & Rahayu, S. (2021). *Analisis Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Transportasi Online*. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Digital*, 10(4), 87–96.
- Salsabila, R., & Nugraha, A. (2022). *Perceived Usefulness dan Pengaruhnya terhadap Niat Pembelian Ulang pada Pengguna E-Commerce di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 4(2), 147–159.

- Santoso, S. (2020). *Menguasai Statistik dengan SPSS dan AMOS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, S., Sitanggang, I. A., & Melisa, G. (2022). Perancangan Perancangan Website E-Commerce Ineed. Id. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(1), 19-23.
- Saputra, R., & Ramadhani, A. (2022). *Manfaat Aplikasi dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna E-Commerce di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Digital*, 4(3), 188–199.
- Saputra, R., & Sari, M. (2022). *Pengaruh Kegunaan Aplikasi terhadap Niat Pembelian Ulang pada Pengguna Shopee*. *Jurnal Manajemen dan Teknologi Informasi*, 8(2), 121–132.
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh promosi dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan aplikasi shopee (studi pada mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Sari, N. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Minat Pembelian Online di Marketplace pada Mahasiswa di Kota Surakarta.
- Sari, N., & Nurdin, H. (2021). *Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Kepuasan dan Niat Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi E-Wallet OVO*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Digital Indonesia*, 6(3), 233–243.
- Satyadarma, M. F., & Syamsudin, S. (2023). Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna e-learning di Perguruan Tinggi. *Bulletin of Educational Management and Innovation*, 1(1), 37-50. Doi: 10.17977/um083v1i12023p37-50.

- Schorr, A. (2023). The technology acceptance model (TAM) and its importance for digitalization research: a review. *Proceedings TecPsy, 2023*, 55. Doi: 10.5281/zenodo.8336514.
- Selay, A., Andigha, G. D., Alfarizi, A., Wahyudi, M. I. B., Falah, M. N., Encep, M., & Khaira, M. (2023). Sistem Informasi Penjualan. *Karimah Tauhid, 2*(1), 232-237. Doi: 10.30997/karimahtauhid.v2i1.7812.
- Setiawan, A., Maria, B., Endriyati, F. E., Wijanarko, M. F., & Marliya, S. (2022). Model Kepuasan Pengguna Aplikasi E-Wallet Dana. *Jurnal Kewarganegaraan, 6*(4), 6865-6874.
- Setiawan, Z., Zebua, R. S. Y., Suprayitno, D., Hamid, R. S., Islami, V., & Marsyaf, A. (2024). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Setiono, B. A., & Melinda, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Sistem Inapornet Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan, 13*(1), 42-53. Doi: 10.30649/japk.v13i1.91.
- Sholihah, R., & Indriyanti, A. D. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Camscanner Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) dan End-User Computing Satisfaction (EUCS). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI), 3*(3), 102-109.
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran digital*. Penerbit Widina.
- Simamora, B. (2022). Skala likert, bias penggunaan dan jalan keluarnya. *Jurnal Manajemen, 12*(1), 84-93.

Siti, M. (2023). *BUKU STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DI ERA DIGITALISASI*.

Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721-2731. Doi: 10.29303/jipp.v9i4.3154.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukmawati, N., & Pratama, A. (2024). *Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Belanja Daring di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital Indonesia*, 8(1), 45–57.

Suryani, D., Ermansyah, & Al Sukri, S. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1(2021), 11–19. Doi: 10.37479/ijbem.v1i1.6906.

Tarigan, J. E. S. (2021). Pengaruh sistem quality, information quality, service quality, dan security control terhadap *user* satisfaction sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce: studi kasus pengguna aplikasi Marketplace Shopee pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan.

Taufiqurrohman, M. F., Widarko, A., & ABS, M. K. (2022). Pengaruh Promosi, Rating Produk dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan Gofood (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(21).

- Udayana, I. B. N., Indriani, N., & Adeliyani, W. (2024). Pengaruh Perceived Risk, Perceived Usefulness, E-Store Performance Confirmation Terhadap Satisfaction Online Impulsive Buying. *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 6(1), 61-72.
- Umaroh, S., & Mahfuzh, R. (2025). ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA PADA SISTEM PEMBAYARAN SHOPEEPAY DENGAN METODE TAM (TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL). *Kocenin Serial Konferensi*, (1), TI002-1.
- Wahyuni, L., & Priyanto, A. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Indonesia*, 5(2), 143–155.
- Wardani, I. Y. (2022). Pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada 200 café and food di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 89-100.
- Wardani, N. L. M. S. (2022). Pemanfaatan Website E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Bisnis Berbasis Teknologi Pada Aplikasi Happy Fresh di Indonesia. Doi: 10.32815/jubis.v3i2.1087.
- Widiyanto, D. (2022). Perancangan sistem informasi manajemen inventori berbasis web (Studi kasus: SMK YPT Purworejo). *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 10(1), 24-31. Doi: 10.30812/jeti.v10i1.2187.
- Widodo, S., & Pratama, H. (2023). Perceived Usefulness sebagai Determinan Loyalitas dan Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi E-Commerce. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 8(2), 65–77.

- Wulandari, T., & Fitriani, D. (2023). *Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Digital*. *Jurnal Ekonomi Digital dan Manajemen Teknologi*, 5(1), 91–102.
- Yuliana, F., & Hartono, A. (2023). *Pengaruh Risiko Privasi terhadap Kepercayaan dan Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Mobile Banking*. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Indonesia*, 9(1), 51–62.
- Yulyanah, Y., & Yusuf, Y. (2025). Applying the Technology Acceptance Model to Measure Actual Usage Decisions of Accurate Accounting Software. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia (JIM-ID)*, 4(7), 662-680. Doi: 10.62383/jimid.v4i7.1180.
- Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1299-1307. Doi: 10.35794/emba.v10i4.43658