

DAFTAR PUSTAKA

- Agrebi, S., & Jallais, J. (2015). Explain the Intention to Use Smartphones for Mobile Shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 16–23.
- Alenda, K. B., & Praptiningsih, Y. G. (2022). Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan kualitas sistem informasi akuntansi terhadap penggunaan sistem akuntansi terkomputerisasi disektor UMKM. *Syntax*, 4(3).
- Andyka, Rakhmad, S., Astuti E. S., and Susilo, H. 2012. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Penggunaan Youtube Dengan Pendekatan TAM.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 3(1):1–11.
- Anna, Sentot, Ma’ruf, Agusdiwana .2017.Sistem Informasi Akuntansi :teori dan pratikal. Penerbit UM Surabaya Publishing.
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan EService Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291–303.
- Azizah, S. N. (2018, July). Analysis of Factors Affecting Application of Computer-Based Accounting Information System on Banking Sector. In *2018 3rd International Conference on Education, Sports, Arts and Management Engineering (ICESAME 2018)* (pp. 382-385). Atlantis Press.
- Davis, F.D. (1989). “Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology”. *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3. Page 319-340.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information System Success: The Quest For The Dependent Variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60–95.
- DeLone, W.H. dan McLean, Ephraim R. 2003. The DeLone and McLean Model of Information Systems Success : A Ten Year Update. *Journal of Management Information Systems*. Vol. 19 (4): 9-30.
- Digation.id, 2022. Tokopedia Sukses Karena Generasi Milenial (<https://www.digation.id/read/01664/ternyata-tokopedia-sukses-karena-generasi-milenial>)
- Elsa, S., & Bulan, P. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo. *Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–9.
- Erwin, E., & Wijaya, A. (2019). Penggunaan Model DELONE Dan MCLEAN Dalam Mengukur Kesuksesan Aplikasi GO-JEK Di Palembang. *JuSiTik : Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 3(1), 9.

- Fatuh, M., & Widyastuti. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Online (Studi pada Pengguna Uber di Surabaya Pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(4), 1–9.
- Febriyanto, N. 2019. “Persepsi Masyarakat Kota Semarang Dalam Menggunakan E-Money”. Skripsi. Fakultas Ekonomi
- Fitriati, Azmi, Naelati Tubastuvi, and Subuh Anggoro. 2020. “The Role of AIS Success on Accounting Information Quality.” *The International Journal of Business Management and Technology* 4(2):43–51
- Furi, R., Hidayati, N., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli Online pada Situs Jual Beli Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(02).
- Ghozali, I. (2014a). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014b). *Structural Equation Modeling Metode Analisis dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Grande, E. U., Estebanez, R. P., & Colomina, C. M. (2011). The Impact of Accounting Information Systems (AIS) on Performance Measures: Empirical Evidence in Spanish SMEs. *The International Journal of Digital Accounting Research*, Vol. 11.
- Hair, et al. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hansen, J. M., Saridakis, G., & Benson, V. (2018). Risk, trust, and the interaction of perceived ease of use and behavioral control in predicting consumers’ use of social media for transactions. *Computers in human behavior*, 80, 197-206.
- Haryosongko, F. (2015). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pembelian Online Pada Website Lazada.co.id di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah FEB Universitas Brawijaya*. 3 (2): 1-18
- Hervilia, H., Singasatia, D., & Sunandar, 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.
- Isnaeningsih, H. N., Fitriati, A., Pujiharto, P., & Astuti, H. J. (2021). The influence Quality of information, Sistem Quality and Service Quality on Satisfaction and User Performace. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 266-281.
- Jogiyanto, H. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Jundrio, H., & Keni, K. (2020). Pengaruh website quality, website reputation dan perceived risk terhadap purchase intention pada perusahaan e-Commerce. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 229-239.
- Kademaunga, C., & Phiri, J.. (2019). *Factors Affecting Successful Implementation of Electronic Procurement in Government Institutions Based on the Technology Acceptance Model*. *Open Journal Bussines and Management*7, 1705-1714
- Katadata.co.id (2022). Perusahaan E-Commerce dengan Pengaduan Konsumen Terbanyak. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/grabtoko-perusahaan-e-commerce-dengan-pengaduan-konsumen-terbanyak>)
- 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.
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19-26.
- Lazuardi, Y. (2019). Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 5(2).
- Lui, H. K., & Jamieson, R. (2003). TriTAM: a model for integrating trust and risk perceptions in business-to-consumer electronic commerce. *16th Bled Electronic Commerce Conference, Slovenia*, 349–364.
- Mahkota, A. P., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride.Inc). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 8 (2): 1-7
- Mayer, R.C., Davis, J.H., Schoorman, F.D. (1995). “An Integrative Model of Organizational Trust”. *Academy of Management Review*.
- Millennia, F.H. 2019. “E-Commerce Memiliki Sistem Informasi Akuntansi Yang Sangat Mudah”. <https://www.kompasiana.com/millenniafitri/5d6e780b97f36319d46cf43/ecommerce-memiliki=sistem-informasi-akuntansi-yang-sangat-mudah>.
- Noviyanti. (2016). Mengukur Kesuksesan Sistem Informasi Instansi Basis Akrual (SAIBA) Menggunakan Model DeLone dan McLean. *Direktorat Jendral Pajak*. Vol. 2, No, 151-173.
- Nurrahmanto, A. P. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Nuridin, S. E., & Imanda, N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop Yellow Facy

- Jeans Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3).
- Orariri, C. A. (2020). Analisis Minat Beli Online Pada Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Kota Bandar Lampung). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(2), 10-10
- Pramesti, D. A. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Penggunaan Pada Sistem Informasi Akuntansi (Studi Pada Penggunaan Go-Pay Di Kabupaten Banyumas) (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Pramudana, Komang Agus Satria, and I. Wayan Santika. (2018). "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga Dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel Di Bali." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 10:2247.
- Prasetianingrum, S., & Sejati, F. R. (2017). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penerapan E-Commerce Di Ukm Kota Jayapura. *Future: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 52-67.
- Pratama, A. B., & 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), 927-953.
- 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 (JIM)*, 9(2).
- Putro, H. B., & Haryanto, B. (2015). Factors affecting purchase intention of online shopping in Zalora Indonesia. *British journal of economics, management & trade*.
- Romindo, dkk. 2019. *E-Commerce : Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis. Available at: www.kitamenulis.id.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. 2014. *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi 13. Jakarta: Salemba Empat
- Santika, I. W., & Yadnya, I. P. (2017). Analisis Technology Acceptance Model terhadap penggunaan e-commerce pada UKM kerajinan Di Gianyar. In *Prosiding Seminar Nasional AIMI, Jambi* (pp. 255-264).
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Shomad, Andrie Cesario. 2012. "Kemudahan , Dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan *E-commerce* Disusun Oleh : Andrie Cesario Shomad Dosen Pembimbing :"
Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya 1(2):1–20.
- Sofian Efendi dan Tukiran. (2014). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES

- Sugiyono, S. (2015). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D. *Alfabeta Bandung*.
- Susanty, M. (2013). Pengujian Model De Lone Dan Mc Lean. *Pengujian Model De Lone Dan MC Lean*, 15(2), 142–150.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money (Studi pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(02).
- Wibowo, Edwin Agung. 2016. “Pemanfaatan Teknologi *E-commerce* Dalam Proses Bisnis.” *Equilibria* 1(1):95–108.
- Widhiani, A., & Idris, I. (2018). Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Situs Bukalapak (Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 63-68.
- Yolanda, Arabella. 2014. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (*E-commerce*).” *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi* 2(2):1–20.
- Zaied, A. N. H. (2012). An Integrated Success Model for Evaluating Information System in Public Sectors of Emerging Trends in Computing and Information 3(6)