

DAFTAR LITERATUR

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 22, 103-150.
- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra. Wacana Media, Jakarta
- Adhiputra, M. W. (2015). Aplikasi Technology Acceptance Model terhadap pengguna layanan internet banking. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 2(1), 52-63.
- Adinata, K. J., & Yasa, N. N. K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali Di Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8), 4153-4180
- Armstrong, Kotler P. and Gary. 2017. *Principles of marketing the 17th Edition*. Pearson Education. United States America
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896-906. Engel et al., 1994. A Study on factors influencing consumer buying behavior in cosmetic Products. *International Journal of Scientific and Research Publications*. Volume 4, Issue 9.
- Basu Swastha Dan Hani Handoko (2018), *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku. Konsumen*, Yogyakarta : Liberty Edisi Pertama
- Bidari, W. L., Kepramareni, P., & Novitasari, N. L. G. (2018). Pengaruh Laba Akuntansi, Earning Per Share (EPS) Dan Laba Tunai Terhadap Dividen Kas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Juara: Jurnal Riset Akuntansi*, 8(1).
- Danang Sunyoto. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi Dan Kasus*. Yogyakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service).
- Dahlberg, T., Guo, J., & Ondrus, J. (2015). A critical review of mobile payment research. *Electronic commerce research and applications*, 14(5), 265-284.
- Dian Agustiningrum, dkk (2021) dengan judul penelitian yaitu "Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan keamanan terhadap keputusan pembelian di marketplace".
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan pada aplikasi ovo. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(02), 27-37.
- Fadhli, R. (2016). Muhammad. Fachruddin, "Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking,". *J. Ilm. Mhs. Ekon. Akunt*, 1(2), 269.
- Faishol, A. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Distro Truelofty Di Lumajang.
- Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku konsumen di era digital: Beserta studi kasus*. Universitas Brawijaya Press.
- Genady, D. I. (2018). *Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan promosi uang elektronik terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di masyarakat (studi kasus di Provinsi DKI Jakarta)* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis).Pavlou.

- (2002). Cunsomer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in Technology Acceptance Model. *Journal of Logistics Information Management*
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. Hani. 2013. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta :BPFE
- Hengky Wongsoa, Ramadania. "Pengaruh self-efficacy, perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived risk terhadap intention to use mobile banking Bank Kalbar."
- Hukum, K., & Manusia, H. A. (1992). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian. *Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia*. Jakarta.
- Humaidi, H. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). Ramadhani, Risna. (2008). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan nasabah terhadap layanan Internet Banking di Semarang: Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)". *Jurnal Akuntansi Indonesia*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- I gusti Agung Ayu Permata Saraswati, dkk (2021) dengan judul penelitian "Pengaruh *percieved ease of use*, *percieved usefulness* dan *trust* terhadap *repurchase intention*
- Jejaring Sosial Berbasis Lokasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang), 44–52
- Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Layanan Koperasi Simpan Pinjam Nusantara. 2020. <https://kopnuspos.co.m>
- Leng, S. Y., Talib, A., & Gunardi, A. (2018). Financial technologies: A note on mobile payment. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(1), 51-62.
- Nursiah. (2017). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceivedusefulness Terhadap Behavior Intention To Use. *Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 3(2477–5290).
- Peter Dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi. Kesembilan
- Pertiwi, A. Japlani dan Nani septiani. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas E-Commerce Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Situs Online Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (Feb) Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Metro).
- Putri, D. K., Handayani, M., & Akbar, Z. (2020). Pengaruh media pembelajaran dan motivasi diri terhadap keterlibatan orang tua dalam pendidikan anak. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(2), 649-657.
- 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).
- Risky Ramadhani Sito Putri, dkk (2021) dengan judul penelitian "Pengaruh *Percieved Ease Of Use*, *Percieved Of Usefulness* terhadap keputusan penggunaan aplikasi tokopedia dengan *Trust* sebagai variabel intervening"

- Sakina Nusafira Tantri, dkk (2022) yang berjudul " Persepsi kemudahan dan kebermanfaatan dalam penggunaan aplikasi simpan pinjam online di koperasi karunika: studi pendahuluan
- Saraswati, I. G. A. A. P., and I. Ketut Rahyuda. "Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Repurchase Intention." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 10.2 (2021): 61.
- Saraswati, Pradhita. (2013). Penerimaan *E-Commerce*: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bsnis. *Skripsi*. Universitas Brawijaya Malang.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2018. Perilaku Konsumen, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks
- Septiana, A. (2017). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif* (Vol. 29). Duta Media Publishing.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Suwarto, S., Japlani, A., & Amelia, A. (2021). Implementasi System Quality, Information Quality, Service Quality Terhadap Pembelajaran Berbasis Online Di Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Um Metro). *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 15(1), 102-111.
- Tantri, S. N., & Patiro, S. P. S. (2022). Persepsi Kemudahan dan Kebermanfaatan dalam Penggunaan Aplikasi Simpan Pinjam Online di Koperasi Karunika: Studi Pendahuluan. *Business Management Journal*, 18(2), 143-160. Dewan, S., G., & Chen, L. 2005. Mobile Payment Adoption in the USA: A CrossIndustry, Crossplatform Solution. *Journal of Information*
- Wiyono, J. (2021). Pengaruh perceived risk, perceived benefit dan brand image terhadap brand loyalty melalui strategic brand communication sebagai variabel moderasi. *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2).
- Wanda, F., & Chandler, A. (2021). Factors Determining the Behavioral Intention to Use a Web-based Appointment System: An Application of the Theory of Planned Behavior (TPB). *Dissertation Manuscript*. California: Faculty of the College of Business of Trident University International.
- Wibowo, M. A., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Pay di Kota Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 16-25.
- Wiyono, G. (2011). Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0. *Yogyakarta: UPP STIM YKPN*, 8.
- Zulfikar, A., Damarsiwi, E. P. M., & Indriasari, N. (2022). Influence Quality Of Service And Facility To Satisfaction Of Patient Take Care Of To Stay With Pain Of Assyifa Paradise Fruit Of Bengkulu South. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 3(4), 1325-1332.

