

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. (1985). From intentions to actions: *A Theory Of Planned Behavior*. In J.Kuhl and J.Beckman, action control. From Cognition to Behavior, (no : 11–39). Springer.
- Amalia, Z. N., & Suyono, N. A. (2015). Faktor Minat Perilaku Bertransaksi Menggunakan E Commerce. Fakultas Ekonomi sains al Quran Wonosobo : Universitas Sains Al Qur'an.
- Azkariandhi, M. F. (2017). Determinan Minat Menggunakan E-Commerce Model C2C. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(1).
- Bodnar, G. H., & Hopwood, W. S. (2003). *Sistem Informasi Akuntansi, Edisi Indonesia*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Budiastuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9, 1–10.
- Cheung, R., & Vogel, D. (2013). Predicting user acceptance of collaborative technologies: An extension of the technology acceptance model for e-learning. *Computers & Education*, 63, 160–175.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Dolatabadi, H. R., & Ebrahimi, H. (2010). Factors influencing iranian consumer's trust in internet shopping. *European Journal of Social Sciences*, 16(2), 307–318.
- Efraim Turban, E. T., & King Jae Kyu Lee, D. K. J. K. (2015). *Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective 8th edition*. Springer.
- Ghozali, imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). In *Universitas Diponegoro*. <https://doi.org/https://doi.org/10.3929/ethz-b-000238666>^t
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 21. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pogram iIBM SPSS 21*. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Husein, U. (2011). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2016). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen. In *Yogyakarta : Penerbit BPF E*.
- Jackson, C. M., Chow, S., & Leitch, R. A. (1997). Toward an understanding of the behavioral intention to use an information system. *Decision Sciences*, 28(2), 357–389.
- Jayani, D. H. (2019). Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh. Retrieved October 10, 2019, from 2019 website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>.
- Jogiyanto, H. M. (n.d.). Analisis & Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis, 2005. *Andi Offset, Yogyakarta*.
- Krismiaji, D., & Sc, M. (n.d.). Akt. 2010. *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Unit. Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu YKPN.
- Kuswanto, T. Y. L. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Transaksi Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Mataram, K. (n.d.). Analisis Peningkatan Kinerja Dengan Perspektif *Balanced Determinan Busniess To Consumer (B2c) E-Commerce*. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 16(2).
- Monica, N., & Tama, A. I. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 8(1), 29–44.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Ilmu perilaku kesehatan*. Jakarta : PT Rinneka Cipta.
- Paul, P. J., & Olson, J. C. (2013). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Raman, A., & Annamalai, V. (2011). Web services and e-shopping decisions: A study on malaysian e-consumer. *Wireless Information Networks & Business Information System*, 2(5), 54–60.
- Romney, M., Steinbart, P., Mula, J., McNamara, R., & Tonkin, T. (2012). *Accounting Information Systems Australasian Edition*. Pearson Higher Education AU.

- Saraswati, P., & Baridwan, Z. (2013). Abstract : *Acceptance E-Commerce System : Effect Trust , Perceived Risk And Perceived Benefit* . This study. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Brawijaya*, 1(2), 1–19.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2012). Research methods for business students (6. utg.). *Harlow: Pearson*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian. *Jakarta Selatan. Penerbit Salemba Empat*.
- Shabrina, N. R., Indriasari, R., & Mapparessa, N. (n.d.). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan Sistem *E-Commerce* (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako). *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif*, 2(2), 232–241.
- Slameto, (2003), Belajar & faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Sugiyono, S. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D. Alfabeta Bandung.
- Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada Online Shop “Numira” Semarang. *Journal of Management*, 2(2), 1–18. Retrieved from <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/558/543>
- Tumpal Manik. (2018). Analisis Peranan Sistem Informasi Akuntansi Dalam E-Commerces Terhadap Pengendalian Bisnis Online. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 1(2), 51–64. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v1i2.1244>
- UMG Team. (2019). Universitas Muhammadiyah Gresik. Retrieved from : <http://umg.ac.id/>. Diakses Maret 2021.
- Wardhana, O. H. P. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Yutadi, K. (2014). Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan *E-commerce*. Universitas Brawijaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1), 1-25.