

DAFTAR PUSTAKA

- Anggono, Buyung Nove Tri, Istiatin, & Solichul Hadi A B. (2018). “ Persepsi Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan GOPAY (Studi kasus pada Mahasiswa UNIBA Surakarta)” (diakses 3 Desember 2020)
- Amalia, Rieska S. (2019). “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Sikap Penggunaan Teknologi terhadap Minat Nasabah menggunakan *Internet Banking* dengan Persepsi Manfaat (*Usefulness*) sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus: BRI Syariah KC Semarang)” . (diakses 11 Desember 2020)
- Alwafi, Fachrizi & Rizal Hari Magnadi. (2016). “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli Secara Online pada Situs Jual Beli Tokopedia.com” (diakses 17 Desember 2020 dari: Diponegoro Journal of Management, Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016, Halaman 1-15)
- Arief, Muhammad Syahrizal Imansyah & Umi Khabibah. (2019). “Analisis Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Penggunaan *e-commerce* Shopee terhadap Loyalitas Konsumen” (diakses 3 Desember 2020)
- Budiantara, M., Gunawan, H., & Utami, E.S. (2019). “*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust in Online Store, Perceived Risk sebagai Pemicu Niat Beli Online Pada Produk UMKM “Made In Indonesia” Melalui Penggunaan E-Commerce Marketplace*” (diakses 27 Oktober 2020)
- Darmawan, Tanose Putra. (2017).” Analisis Kualitas *Website* Forum Jual Beli *Online* Shopee di Indonesia” (diakses 27 Oktober 2020 dari <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>)
- Galih, A., Djumali, D., & Kustiyah, E. (2020). “Keputusan Pembelian Secara *Online* Melalui Situs Jual Beli Shopee Ditinjau dari Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Pada Mahasiswa UNIBA Surakarta” (diakses 27 Oktober 2020)
- 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.*” (diakses 27 Oktober 2020)

Indarsin, T., & Ali, H. (2017). “*Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta – Indonesia.*” (diakses 27 Oktober 2020)

Indrawati, Rosita, Syaiful Anwar & Rano Kartono. (2019).” Faktor - faktor yang Mempengaruhi Adopsi *Mobile Payment* OVO di Samarinda) (diakses 17 Desember 2020)

Lestari, Indah Tri dan Widyastuti. (2019). “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi Pada Pengguna Tokopedia)” (diakses 5 November 2020 dari: Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 7 Nomor 2, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.)

Lestari, Niken Ayu. (2018). “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* pada *Situs Mataharimall. com.* Jurnal Ilmu Manajemen (*JIM*), 6(1).” (diakses 27 Oktober 2020)

Masruri, Bay, Abdurrosyid, & R. Fatia Aisyah Nanda T. (2018).” *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and E-WOM to Intention To The Use Of Shopee Mobile Application*” (diakses 27 Oktober 2020)

M. Jared, Hansen, George Saridakis, dan Vladlena. (2015).” *Risk, Trust and Interaction of Perceived Ease of Use and Behavioral Control in Predicting Consumers’ Use of Social Media for Transaction*) (diakses 27 Oktober 2020)

Putri, F.A., & Iriani, S. (2020). “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman *Online* Shopee *PayLater*”. (diakses 27 Oktober 2020)

Rachmawati Ike Kusdyah, dkk. (2019). “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian *Online*) (diakses 8 Desember 2020 dari Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF) Fakultas Teknologi Informasi Universitas Merdeka Malang Vol 3 No 1 (2019))

Rahayu, Puspita Dewi. (2017). “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* di Tokopedia” (diakses 11 Desember 2020 dari: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM) Vol 6 No 10 (2017))

Rahmawati Laila & Farika Nikmah. (2019).” Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara *online* di Shopee) (diakses 11 Desember 2020 dari Jurnal Aplikasi Bisnis (Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang))

Rahman, Hifdzur & Hanny Nurlatifah. (2020). “Analisis Pengaruh *Perceived Ease of Use, Trust, Online Convenience terhadap Purchase Intention* melalui *Online Shopping Habits* (Studi Kasus Pembelian Tiket Bioskop pada Aplikasi Gotix). (diakses 15 Desember 2020 dari: Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial, Vol 1, No 1 (2020))

Safitri, M. G., & Zakky, F. A. (2020). “Pengaruh *Trust, Perceived Benefits and Ease of Use* Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus Pengguna *LinkAja* Pada Masyarakat Solo Raya) (*Doctoral dissertation, IAIN SURAKARTA*)”. (diakses 27 Oktober 2020)

Schnall, Rebecca, dkk. (2015).” *Trust, Perceived Risk, Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness as Factors Related to mHealth Technology Use*” (diakses 4 Desember 2020)

Sharma, Jitendra K. (2018).” *Perceived Risk in E-Commerce: A Demographic Perspective*” (diakses 4 Desember 2020)

Shella, Gusti Karima. (2020). “Pengaruh Kepercayaan, Resiko Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian *Online* Shopee Oleh Mahasiswa Di Pekanbaru” (diakses 27 Oktober 2020)

Tangerang, M. (2018). “*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and E-WOM to Intention to the Use of Shopee Mobile Application*” (diakses 27 Oktober 2020)

Usvita, M. (2017). “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Akan Resiko Menggunakan *E-commerce* terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Survey pada Konsumen Lazada.co.id).” (diakses 27 Oktober 2020)

Wahyudi, Adinda Galih Nur, Djumali, & Eny Kustiyah. (2020). “ Keputusan Pembelian secara Online melalui Situs Jual Beli Shopee Ditinjau dari Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko pada Mahasiswa UNIBA Surakarta” (diakses 3 Desember 2020)

Wahyuni, Sari, et al. (2017). “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Situs *Online Fashion Zalora.co.id*.” (diakses 5 November 2020 dari: E-proceeding of Management, Volume 4, Nomor 2, Agustus 2017)

Wijaya, Evelyn, & Warnadi. (2019). “*Factors Affecting Online Purchase Decisions At Shopee: Effect of E-Commerce*” (diakses 5 November 2020)

Wijaya, Florianus Sebtianne. (2019). “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi Tingkat Penerimaan dan Penggunaan *Mobile Payment GO-PAY*” (diakses 17 Desember 2020)

Wulansari, Dewi. (2020).” Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) pada Mahasiswa di Surakarta” (diakses 17 Desember 2020)