

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrew, M. (2019). E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 3(1), 23-38.
- Ariani, M., dan Zulhawati. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan LINE Pay. *Conference on Management and Behavioral Studies*, 12 Oktober 2017, hal. 457–461.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Arshad, A., Zafar, M., Fatima, I., & Khan, S. K. (2015). The impact of perceived risk on online buying behavior. *International Journal of new technology and research*, 1(8).
- Azizah, L. N. (2016). *Hubungan Persepsi Risiko Online Shopping dengan Kepercayaan Konsumen dalam Pembelian Produk Fashion di Toko Baju Malang*. Skripsi. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Bungin, M. B. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Darmawan, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Davis, F. D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, Vol. XIII, No. 5.
- Durianto, D. dan Liana, C. (2004). Analisis Efektivitas Iklan Televisi *Softener Soft and Fresh* di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan *Consumen Decision Model*", *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol. XI, No. 1, hal. 35-55
- Fadlan, A., dan Dewantara, R.Y. 2018. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. LVII, No. 1, 82–89.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, Adnan Abd. *et al.* (2015). *The Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention to Use E-Government*. 7<sup>th</sup> International Economics and Business Management Conference, 5<sup>th</sup> and 6<sup>th</sup> October 2015, 644-649.

- Hanafi, M. M. (2009). *Manajemen Risiko*. Yogyakarta: Rumah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Hanafizadeh, Payam *et al.* (2014). *Mobile Banking Adoption by Iranian Bank Clients. Journal Telematics and Informatics Vol. XXXI, 62-78*
- Hasan, M. I. (2008). *Pokok-pokok Materi Statistik: Statistik Inferensif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Harisno, H., & Herby, D. (2018). *The Analysis of Factors Affecting the Buying Interest of E-Commerce Customers. CommIT (Communication and Information Technology) Journal, 12(1), 13-18.*
- Hisyam, F., & Suryani, T. (2020). *The Effect of Social Media Marketing Activities, Brand Image, Customer Satisfaction on Shopee Customer Loyalty in Surabaya City* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Ismail, Harries Arizona. (2016). *Intention to Use Smartphone Through Perceived Compatibility, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use. Jurnal Dinamika Manajemen, Vol. VII, No. 1, hal. 1-10*
- Jabril, M. Al. dan Shoail, M. (2012). *Mobile Banking Adoption: Application of Diffusion of Innovation Theory. Journal of Electronic Commerce Research, Vol. XIII, No. 4, 379-391*
- Jayantari, Ida Ayu A. U., dan Seminari, Nyi Ketut. (2018). *Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking di Kota Denpasar” E-Journal Manajemen Unud, Vol. VII, No. 5, 2621–2651*
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kanchanatane, Kanokwan. (2014). *Effects of Attitude toward Using, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Compatibility on Intention to Use E-Marketing”, Journal of Management Research, Vol. VI, No. 3, hal. 1-13*
- Koenig-Lewis, N. *et al.* (2010). *Predicting Young Consumers’ Take Up of Mobile Banking Services”, International Journal of Bank Marketing, Vol. XXVIII, No. 5, hal. 410-432*
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kurniabudi, S. A. (2018). Persepsi Kesesuaian dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial pada Perkuliahan: Pengujian Model. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 5(6).
- Laksana, Giga Bawa *et al.* (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. XXVI, No. 2, hal. 1-8
- Laudon, K. C., dan Traver, C. G. (2017). *E-commerce 2014: Business, Technology, Society* New Jersey: Prentice Hall.
- Lestari, E. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, Computer Self Efficacy, Facilitating Conditions, dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat Menggunakan Software Zahir (Studi pada Usaha Dagang di Kabupaten Sukoharjo)*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Marimba, A. (1990). *Pengantar Filsafat Pendidikan Islam*. Bandung: Ma'arif.
- Mazhar, F. et al. (2014). "An Investigation of Factors Affecting Usage and Adoption of Internet and Mobile Banking in Pakistan", *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, Vol. IV, No. 2, hal. 478-501
- Meythi, dan Martusa, Riki. (2012). *Electronic Data Interchange (EDI): Strategi Teknologi Informasi dalam Menghadapi Electronic Commerce*. Publikasi. Bandung: Universitas Kristen Maranatha.
- Muhammad *et al.* (2002) *Visi Al-Quran Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Nawawi, H. (2012). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University
- Noor, Any. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Pratiwi, Noor Komari. (2015). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tua, dan Minat Belajar Siswa terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan di Kota Tangerang. *Jurnal Pujangga*, Vol. I, No. 2
- Sambas Ali Muhidin, (2011), *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia: <http://sambas.upi.edu/2013/01/16/methode-succesive-interval-msi/>

- Setiawan, R. *Konsep Penjualan dan Pembelian*. Surabaya: STIKOM Surabaya.
- Siregar, Syofian. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sudarsono. (1980). *A Study of Elasticity of Demand and Supply of Indonesian Fisheries 1960-1977*”, *Journal Tropical Ecology and Development*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, Erlangga Andi. (2018). *Technology Acceptance Model (TAM) dan Sikap Penggunaan Media Sosial (Studi pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Polinema)*. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. XII, No. 1*, hal. 16-25
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susilo, Adityo *et al.* (2020). *Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini*”, *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia, Vol. VII, No. 1*.
- Thoifah, I. (2015). *Statistika pendidikan dan metode penelitian kuantitatif*. Malang: Madani.
- Turban, Efraim *et al.* (2020). *Electronic Commerce a Managerial and Social Networks Perspective 8<sup>th</sup> Edition*
- Venkatesh, Moris dan Davis, G. B.\_. *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.*, *MIS Quarterly, Vol. XXVII, No. 3*
- Yunus, Nur Rohim., dan Rezki, Annissa. (2020). *Kebijakan Pemberlakuan Lockdown sebagai Antisipasi Penyebaran Corona Virus Covid-19*. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-I, Vol. VII, No. 3*.
- Yohanda, A. R., Masdupi, E., & Engriani, Y. (2019). *The Influence of Promotion, Perceived Ease of Use, and Price Toward Repurchase Intention Transportation Services Go-jek on Students in Universitas Negeri Padang*. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha, 1(1)*.

#### **Internet:**

- Bareksa.com. (2019). *Pengguna Internet dan Digital Banking Melonjak Karena Faktor Ini Diakses dari*  
<https://www.bareksa.com/id/text/2019/02/26/pengguna-internet-dan-digital-banking-melonjak-karena-faktor-ini/21705/news> pada Tanggal 5 Juli 2020.

- Dzulfaroh, Ahmad Naufal. (2020). *Kematian akibat Covid-19 di Indonesia Tertinggi di Asia Tenggara, Sebagian Besar karena Komorbid*. Diakses dari <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/13/100500565/kematian-akibat-Covid-19-di-indonesia-tertinggi-di-asia-tenggara-sebagian?page=all>, pada 27 Juni 2020.
- Haryanto, Agus Tri. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>, diakses pada 1 Juli 2020
- Indotelko.co.id. (2020). *Transaksi Shopee Naik di Tengah Pandemi Covid-19*. Diakses dari <https://www.indotelko.com/read/1588893953/transaksi-shopee-covid-19>, pada Tanggal 7 Juli 2020.
- Maarif, Nurcholis. (2020). *Shopee Jadi e-Commerce Terpopuler di Indonesia*. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4943363/shopee-jadi-e-commerce-terpopuler-di-indonesia>, diakses pada 4 Juli 2020.
- Masganti. (2012). *Perkembangan Peserta Didik*. Medan: Perdana Publishing.
- Merdeka.com. (2020). *Data Terkini Jumlah Korban Virus Corona di Indonesia*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/data-terkini-jumlah-korban-virus-corona-di-indonesia.html>, pada 6 Juli 2020.
- Pratomo, Yudha. (2019). *APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>, pada 5 Juli 2020.
- Vicky, Zabrina. (2018). *Sudah Tahu Kelebihan Shopee dibanding E-Commerce Lainnya?*. Diakses dari <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/sudah-tahu-kelebihan-shopee-dibanding-e-commerce-lainnya/>, pada 5 Juli 2020