

DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga dan Kepercayaan Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-commerce Berrybenka.com). *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 10-29.
- Ajzen, I., Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Ali Qalati, S., Wen, Y. L., Iqbal, S., Yassir, H. R., & Ali, S. (2019). Impact of Price on Customer Satisfaction; Mediating Role of Consumer Buying Behaviour in Telecom Sector. *International Journal Of Research*.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660-669.
- Ardan, I. C., & Lukman, H. (2016). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Audun, J. (2017). Trust and Reputation System. *Foundations of Security Analysis and Design IV*. doi: 10.1007/978-3-540-74810-6_8
- Bauer, H. H., Falk, T., & Hammerschmidt, M. (2006). eTransQual: A Transaction Process-based Approach for Capturing Service Quality in Online Shopping. *Journal of Business Research*, 59(7), 866-875. doi: 10.1016/j.jbusres.2006.01.021
- Belanger, F. (2002). Trustworthiness in Electronic Commerce: The Role of Privacy, Security, and Site Attributes. *Journal of Strategic Information Systems*, 11, 245-270.
- Buana, I. B. G. M., & Wirawati, N. G. P. (2018). Influence Quality of Information System, Quality of Information, and Perceived Usefulness on User Accounting Information System Satisfaction. *E-Jurnal Akuntansi*, 683. doi: 10.24843/Eja.2018.V22.I01.P26
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction dan E- Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Jurnal Profit*, 14(1), 1-11. doi: 10.21776/ub.profit.2020.014.01.1
- Cheung, C. M. K., Chan, G. W. W., & Limayem, M. (2005). A Critical Review of Online Consumer Behavior. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 3(4), 1-9. doi: 10.4018/jeco.2005100101

- Clinton, B. (2020). *Data 15 Juta Pengguna Tokopedia Diduga Bocor*. Diakses pada 28 September 2022, dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/05/02/21442127/data-15-juta-pengguna-tokopedia-diduga-bocor?page=all>
- CNBC Indonesia. (2020). *Masalah e-Commerce: Data Bocor Hingga Jual-Beli Rekening Bank*. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200706103112-37-170414/masalah-e-commerce-data-bocor-hingga-jual-beli-rekening-bank>
- CNN Indonesia. (2019). *Kominfo Sebut 7 Masalah E-commerce Indonesia*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190521011413-185-396680/kominfo-sebut-7-masalah-e-commerce-indonesia>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. doi: 10.2307/249008
- Dekeng, S., & Rahmawati, D. A. (2015). Pengaruh Kualitas Informasi dan Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan serta Kinerja Pengguna Sistem Informasi. *EFEKTIF Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 6(1), 47-59.
- Dewi, I. G. A. A. O. (2018). Culture of Tri Hita Karana on Ease of Use Perception and Use of Accounting Information System. *International Journal of Social Sciences and Humanities (IJSSH)*, 2(2), 77-86. doi: 10.29332/ijssh.v2n2.131
- Dihni, V. A. (2021). *Penjualan E-Commerce Indonesia Diproyeksi Paling Besar di Asia Tenggara pada 2021*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/21/penjualan-e-commerce-indonesia-diproyeksi-paling-besar-di-asia-tenggara-pada-2021>
- Dihni, V. A. (2022). *Situs E-Commerce dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2022)*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>
- Electric, S. (2022). *Penguatan Infrastrukturr Digital Dukung E-commerce Lebih Sustain*. Diakses pada 22 September 2022, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220203101343-97-754442/penguatan-infrastruktur-digital-dukung-e-commerce-lebih-sustaindst>
- Fang, Y. H., Chiu, C. M., & Wang, E. T. G. (2011). Understanding Customers' Satisfaction and Repurchase Intentions. *Internet Research*, 21(4), 479-503.

- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 13-22.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Ke-8. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Ke-8. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Edisi Ke-2. United States: SAGE Publication.
- Hermina, T., & Pauzi, I. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Sony Pada PT. Maju Jaya Cicaheum Bandung. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 16(2), 1-8.
- Hutahaean, J. (2014). *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ilmi, M., Liyundira, F. S., Rachmawati, A., Juliasari, D., & Habsari, P. (2020). Perkembangan dan Penerapan Theory of Acceptance Model (TAM) di Indonesia. *RELASI Jurnal Ekonomi*, 16(2), 436-458. doi: 10.31967/relasi.v16i2.371
- Jamaludin, F. (2020). *Pengguna Internet Indonesia Capai 196 Juta di Tahun 2019 sampai Q2 2020*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/teknologi/pengguna-internet-indonesia-capai-196-juta-di-tahun-2019-sampai-q2-2020.html>
- Kandulapati, S., & Bellamkonda, R. S. (2014). E-service Quality: A Study of Online Shoppers in India. *American Journal of Business*, 29(2), 178-188.
- Kotler, P. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2013). *Strategi Brand Management*. Edisi Ke-14. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-12. Jakarta: PT Indeks.
- Krismiaji. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi Ke-4. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Latifah *et al.* (2021). *Ancaman Keamanan dan Privasi Konsumen dalam Kebocoran Big Data E-commerce*. Diakses pada 30 September 2022, dari <https://www.balairungpress.com/2021/05/ancaman-keamanan-dan-privasi-konsumen-dalam-kebocoran-big-data-e-commerce/>
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2005). *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital*. Yogyakarta: Andi.
- Lewis, R. C., & Boom, B. H. (2011). *Service, Quality, dan Satisfaction*. (Tjiptono & Chandra, Editor). Yogyakarta: Andi.
- Lonardi, S., Lan, W. P., Hutabarat, F. A. M., Nugroho, N., & Supriyanto, S. (2021). Peranan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-Commerce Shopee Di Politeknik Cendana. *Journal Of Business and Economics Research (JBE)*, 2(3), 80-85. doi: 10.47065/Jbe.V2i3.955
- Malhotra, N. K. (2017). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Edisi Ke-7. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Maman dkk. (2011). *Dasar-dasar Metode Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Marlien. R.A. (2011). Pengaruh Reputasi, Privasi, dan Keamanan Terhadap Kepercayaan (Trust) Pengguna Internet di Semarang dalam Sistem E-Commerce. *Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang*.
- Mulyadi. (2013) *Sistem Akuntansi*. Edisi Ketiga, Cetakan Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, A., & Magnadi, R. H. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Lazada Express Saat Harbolnas di E-Commerce. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(4), 1-11.
- Nuryama, R. (2022). *Jumlah Pengguna YouTube di Indonesia pada 2022*. Diakses dari <https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617916/jumlah-pengguna-youtube-di-indonesia-pada-2022>
- Nuryati, N., & Aini, A. N. (2019). Increase in Purchasing Swcisions For Nexian Phone through Price, Product Quality and Ease of Use Online at The Lazada Site (Case Study Of STIE AUB Surakarta Students). *Kelola*, 6(1), 44-53.
- Pawirosumarto (2016). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Sistem E-Learning. *Jurnal Ilmiah Management*, 6(3).

- Peighambari, K., Sattari, S., Kordestani, A., & Oghazi, P. (2016). Consumer Behavior Research. *SAGE Open*, 6(2), 21582440166. doi: 10.1177/2158244016645638
- Peterson, R. A., & Merino, M. C. (2003). Consumer Information Search Behavior and the Internet. *Psychology & Marketing*, 20(2), 99-121. doi: 10.1002/mar.10062
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(4).
- Prastika, N. E., & Purnomo, D. E. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Perusahaan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM di Kota Pekalongan. *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 7(2014). doi: 10.54911/litbang.v7i0.86
- Pratiwi, I., & Andalia, W. (2018). Perancangan Model Keputusan Multikriteria Pemilihan Layanan E-Commerce untuk Kepuasan Pelanggan. *Prosiding Semnastek 2018*, 17.
- Rahadi, D. R. (2007). Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Pelayanan di Sektor Publik. *Seminar Nasional Teknologi 2007 (SNT 2007)*, ISN: 1978-9777.
- Rahardjo, B. (2005). *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta: PT INDOCISC.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia Psdku Baturaja). *Journal Management*, 20(1).
- Ramdhani, N. (2009). Model Perilaku Penggunaan TIK "NR2007" Pengembangan dari Technology Acceptance Model (TAM). *Bulletin Psikologi*, 17(1), 17-27. doi: 10.22146/bps.11478
- Riadi, M. (2021). Usability (Pengertian, Dimensi, Prinsip dan Pengukuran). Diakses pada 30 September 2022, dari <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/usability-pengertian-dimensi-prinsip.html>
- Rinaldi, A., & Santoso, S. B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Traveloka di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1-14.

- Rivera, L. (2015). *Structural Equation Modeling (SEM): Concepts, Applications and Misconceptions*. New York: Nova Science Pub Inc.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2016). *Sistem Informasi Akuntansi*. (Kikin & Novita, Penerjemah). Jakarta: Salemba Empat.
- Sabda, O. C., & Mediti, P. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8.
- Santoso, K. (2015). Metode Keamanan E-Commerce. *Jurnal Transformasi*, 11(2).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. New York: Wiley.
- Siregar, D., Purnomo, A., Mastuti, R., & Napitulu, D. (2020). *Technopreneurship: Statregi dan Inovasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhari, Y. (2008). Keputusan Membeli secara Online dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 13(2), 140-146.
- Szymanski, D. M., & Hise, R. T. (2000). E-Satisfaction: An Initial Examination. *Journal of Retailing*, 76, 309-322.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke-3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran (Promosi, Iklan, Media Sosial, Kompetitif, Market, Distribusi, Pelanggan, Pasar, Branding, Produk, Harga)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategi*. Edisi Ke-2. Yogyakarta: Andi.
- Vankatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Wajong, A. M. R., & Putri, C. R. (2010). Keamanan Dalam Electronic Commerce. *Comtech*, 1(2), 867-874.

- Wantoyo, M. (2018). Pengaruh Daya Saing Produk, Harga, Tempat, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Toko Emas Sumber Djaja. *Jurnal AGORA*, 6(2), 1-6.
- Wardhani, R. S., & Agustina, Y. (2015). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Daya Saing pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 10(2), 64. doi: 10.19184/jauj.v10i2.1252.
- Wicaksono. (2020). *13 Juta Data Bocor Bukalapak Dijual di Forum Hacker*. Diakses pada 30 September 2022, dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200506065657-185-500477/13-juta-data-bocor-bukalapak-dijual-di-forum-hacker>
- Wiludjeng, S. 2013. *Pengaruh E-Commerce dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen pada Forum Jual Beli Kaskus di Bandung*. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.