

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini Tria (2017). Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran *Online* Dan *Offline* Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam.
- Davis, F. (1986). *A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End User Information System; Theory And result.*
- Dwipayani, Made Ni; Rahyuda, Ketut; (2016). Pengaruh Sikap Dan *Fashion Leadership* Terhadap Niat Beli *Online* Remaja Dikota Denpasar.
- Febrianto, Bagus, Aminudin, Mukhammad; (2016). Hubungan Antara Pengetahuan Dan Sikap Dengan Perilaku Konsumsi Jajanan Sehat Di MI Sulaimaniyah Mojoagung Jombang.
- Handayani, Putri, Prabawati, Wahyu; Harsono, Mugi; (2016). Aplikasi *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Komputerisasi Kegiatan Pertanian
- Harahap, Anshari, Dedy; Amanah, Dita; (2018). Perilaku Belanja *Online* Di Indonesia
- Hunaifi Nanang (2018). Penerapan Metode TAM Terhadap Penerimaan Sistem Informasi Produk Garment
- Istiarni Dwi Rizki Panggih (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Interventing.
- Kusuma, Dwi,Irma; Untarini, Nindria; (2014) Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai Variabel Interventing.
- Marpaung Sari Kurnia Maulida (2018). Analaisi Perilaku Konsumen Dan Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Olahan Merek Emak TI Dan Dede Satoe Di Surabaya
- Mazia, Lia; Pujiastuti, Endang; Sondari, Rini; Marita, Sari, Lita; (2019). Analisis Pengaruh Efektivitas UNBK dengan Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada YPI Al-Azhar.
- Monisa Martina (2013). Persepsi Kemudahan Dan Kegunaan APOC Perpustakaan UNAIR (Study Deskriptif Menilai Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan APOC Oleh Pengguna Di Perpustakaan Universitas airlangga).

- Murdianingsi Tri (2015). Persepsi Dan Perilaku Santri Kota Salatiga Terhadap Perbankan Syariah Dengan Sikap Sebagai Variabel Interventing.
- Nangi, Yosafat, Imam; Sukaatmadja, Gde, Putu I; (2015). Pengaruh Aplikasi TAM Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Membeli Ulang Menggunakan *E-Commerce* Dalam Pembelian Produk Pakaian Dan Aksesoris.
- Paramita, Dara, Nyoman; Yasa, kerti, Nyoman Ni; (2015). Sikap Dalam Memediasi Hubungan Kesadaran Lingkungan Dengan Niat Beli Produk Kosmetik Ramah Lingkungan.
- Peter Paul .J, Olson. C Jerry. (2018). Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat.
- Priyanto, Duwi. 2018. SPSS, Panduan Mudah Oleh Data Bagi Mahasiswa dan Umum. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Purwanto, Suharyadi.(2016). Panduan Mudah Oleh Data Bagi Mahasiswa dan Umum. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Putra, Justitia,Sandi; Budiarto, Jian; Qudsi, Jihadil; (2018). Analisis ragam dialog diagnosis penyakit Berbasis SPK dan TAM dengan SEMPLS
- Rafiz, Mochammad, Fadhil; Arifin, Zainul; Hidayat, kadarisma; (2016). Analisis Pengaruh konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu PT. Jolo Abadi Autthorize Daihatsu Dealer Malang)
- Rahmat, fahrurrozi; Hariri; (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Dan Pemasaran Via *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Boster Tea.
- Rizal.A (2014). Analisis Penerapan Project Management Information System (PMIS) Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus PT. Indosat,Tbk).
- Saputri Eka Marhen (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian *Online* Terhadap Produk *Fashion* Pada Zalora Indonesia.
- Sari Andira Chacha (2015). Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga.
- Sugiyono (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sumber: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/2019>

Sumber: Nusantaranews.co,

Suyanto; Kurniawan, Adi, Taufan; (2019). Faktor Yang mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan *Fintech* Pada UMKM Dengan *Technology Acceptance Model* (TAM).

Syafrizal, Agusdi; Ernawati, Dwiandiyanta, Yudi, B; (2015). Penerapan Model *Technology Acceptance Model* (TAM) Untuk Pemahaman Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Interaktif

Syahbuddin Ahmad (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor.

Utomo, Yitno; Walujo, Adi, Djoko; (2018). Penerapan konstruk *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Pelayanan Mobile Application Di PDAM Surya Sembada Kota Surabaya.

Wibasuri, Anggalia; Bangsawan, Satria; MS, Mahrinasari; Ribhan (2018). Model Sikap Wisatawan Terhadap Aplikasi Belanja Wisata Berbasis *Online*.