

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek dan Fishbein, Martin, 1975. Theory Based Behavior Change Interventions: Comments on Hobbitts and Sutton, *Journal of Health Psychology*, Vol.10, No.1, 27-31.
- Andrina, Anak Agung Ayu Puty, dkk, 2022. The Role of Technology Acceptance Model Factors on Purchase Intention in Ecommerce, *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, Vol. 14, Issue 2: 160-176.
- Anggelina J.P, Jesvita dan Edwin Japariato, 2019. Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya, *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 2, No. 1: 1-7.
- Arini, D. R. dan A. Yulianto, 2021. Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Purchase Intention Pada Shopee dengan Customer Attitude sebagai Variabel Mediasi, *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, Vol. 8, No. 1, 1-10.
- Azwar, Saifuddin. 2019. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budiman, Johny dan Novianti Andriani, 2021. Analisis Pengaruh Subjective Norms, Perceived Behavioral Control Melalui Attitude Sebagai Intervening Terhadap Purchase Intention Pada Coffee Shop di Batam, *Proceeding Seminar Nasional & Call for Papers*.
- Chandra, Sheera Jane dan Thomas Santoso, 2022. Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Purchase Intention Masyarakat Dalam Membeli Produk Kecantikan Melalui Attitude Intention to Use Pada Aplikasi Socobysociolla, *AGORA*, Vol. 10, No. 2.
- Damayanti, Violita, 2019. Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa UST Yogyakarta Pengguna Shopee, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 16, No. 2: 99-109.
- Davis, Gordon B. 2015. *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Dharmmesta, Basu Swastha. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 2014. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty. 2020. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.

- Fishbein, M., dan Ajzen, I. 2015. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Garcia, Nathalie Pena, dkk, 2020. Purchase Intention and Purchase Behavior Online: A Cross-Cultural Approach, *Journal Heliyon*, Vol. 6.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Semarang: BP UNDIP.
- Hardani, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hartini, Sri, Masmira Kurniawati dan Muhammad Ihwanudin, 2022. Customer Review: Impact on Choice Confidence, Product Attitude, and Purchase Intention, *Journal of Positive School Psychology*, Vol. 6, No. 8: 5977-5992.
- Hasan, Hana Novita dan Sentot Suciarto, 2020. The Influence of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control Towards Purchase Intention, *Journal of Management and Business Environment*, Vol. 1 (2): 132-153.
- Irvania, Viorendra Anggi, Ida Bagus Nyoman Udayana dan Muinah Fadhilah, 2022. Pengaruh Perceived Usefulness, Trust Dan Perceived Risk Terhadap Purchase Intention Pengguna Shopee, *Jurnal Akmenika*, Vol. 19, No. 1: 622-630.
- Japariato, Edwin dan Yahya Dwi Anggono, 2020. Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Intention to Buy Dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi E-Commerce Tokopedia, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3, No. 4.
- Jogiyanto. 2017. *Analisis dan Desain Sistem Informasi, Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kasanah, Isnatul, 2021. Pengaruh Subjective Norm, Perceived Usefulness, dan Perceived Ease of Use terhadap Minat Beli Shopee, *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi (Saintek)*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Le, Long Hoang dan Quang-An Ha, 2021. Effects of Negative Reviews and Managerial Responses on Consumer Attitude and Subsequent Purchase Behavior: An Experimental Design, *Journal Computers in Human*.

- Lestari, D. A. dan A. Yulianto, 2023. Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Subjective Norm terhadap Keputusan Pembelian Melalui ShopeePaylater, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 25, No. 1: 11-20.
- Pradita, Luthfiana Ayu dan Munari, 2021. Pengaruh Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Subsidy Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Pada E-Commerce, *Equilibrium*, Vol. 10, No. 1: 9-23.
- Priyatno, Duwi. 2015. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Yogyakarta: Gava Media.
- Putra, E. Y. dan Yockie, 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Konsumen Produk Makanan Dan Minuman “Halal” Di Kota Batam, *Journal of Global Business*, Vol. 2, No. 20: 1-10.
- Putri, Rizky Ramadhany Sito dan Sri Setyo Iriani, 2021. Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Tokopedia Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9, No. 2: 708-722.
- Putri, W. A. dan A. Yulianto, 2023. Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Purchase Intention Pengguna ShopeePaylater, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 25, No. 1: 1-10.
- Rachmawati, I. K., dkk., 2020. Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Intention to Buy dengan Perceived Usefulness sebagai Variabel Intervening pada Aplikasi Shopee, *Jurnal Manajemen dan Bisnis (PERFORMA)*, Vol. 20, No. 01: 97-109.
- Romadhoni, Azizah Budhi Nur dan Ahmad Guspul, 2020. Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Minat Beli Jasa Transportasi Online, *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, Vol. 2, No. 1: 76-81.
- Sa’adah, Lailatus. 2021. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jombang: LPPM.
- Sari, R. A. dan A. Yulianto, 2022. Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Kota Palembang), *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 24, No. 2: 227-236.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2019. *Consumer Behaviour*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Simamora, Henry. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: SIE YKPN.

Suandewi, I. N., 2021. Pengaruh Online Review, Subjective Norm, Perceived Ease of Use dan Customer Online Experience Terhadap Online Buying Intention pada E-commerce di Indonesia dengan Consumer Attitude dan Trust sebagai Mediasi, *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 8, No. 1.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Susanto, Ricky Kurniawan dan Wilma Laura Sahetapy, 2021. Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Levi's Pada Generasi Milenial, *AGORA*, Vol. 9, No. 2.

Sutisna. 2018. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rusdakarya.

Swastha, Basu dan Irawan. 2017. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Udayana dan Danang Ramadhan, 2019. Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Subjective Norm Terhadap Purchase Intention Melalui Attitude Sebagai Mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Gudang Digital Online Yogyakarta), *Jurnal EBBANK*, Vol. 10, No. 2: 42-48.

Wiguna, 2022. Pengaruh Subjective Norm, Perceived Usefulness, dan Video Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Rumah Tangga di Marketplace Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening, *JUBIS*, Vol. 3, No. 1: 41-46.

Yusuf, Dery Muhammad dan Zulkifri, 2021. Effect of Attitude Mediating Subjective Norm, Perceived Behaviour Control, and Perceived Ease of Use on Online Purchase Intention Fashion Product Category, *European Journal of Business and Management Research*, Vol. 6, Issue 6: 266-270.

www.cnnindonesia.com, diakses tanggal 11 Maret 2023.

www.databoks.katadata.co.id, diakses tanggal 15 Februari 2023.