

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R. (2018). *PROFESI PENDIDIKAN DAN KEPENDIDIKAN* (Amiruddin, Ed.). Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI).
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Rineka Cipta.
- Cholifah, R. N. (2020). *PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE DAN TRUST TERHADAP INTENTION TO USE (Studi Kasus Pengguna Dana Pada TIX ID di Tangerang Selatan dan Jakarta Selatan)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Dessler, G. (2017). *Human Resource Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Karim, A., Bangun, B., & Kusmanto. (2020). *Pengantar Teknologi Informasi* (1st ed., Vol. 1). Yayasan Labuhanbatu Berbagi Gemilang. https://play.google.com/store/books/details?id=Z7YSEAAAQBAJ&rdid=book-Z7YSEAAAQBAJ&rdot=1&source=gbs_vpt_read&pcampaignid=books_booksearch_viewport
- Kusuma Wijayanti, P., Studi Manajemen, P., Ekonomi, F., & Pariwisata, dan. (2023). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Usefulness Dan E-Wom terhadap Purchase Intention Food Delivery di Kota Denpasar (Studi Pada Pengguna ShopeeFood) Putu Yudy Wijaya (2) Ida Ayu Mashyuni (3) (1)(2)(3)* (Vol. 3, Issue 8).
- Laela, & Asdar, M. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital Kunci Sukses Masa Depan* (A. H. P. K. Putra, Ed.). PT. Nasya Expanding Management. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Digital_Kunci_Sukses/ElpcEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Manajemen+Pemasaran+Digital+Kunci+Sukses+Masa+Depan&pg=PA159&printsec=frontcover
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Moorman. (1992). Relationships Between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trust Within and Between Organizations. *Journal of Marketing Research*, 29(3).
- Muflihadi, I., & Rubiyanti, R. N. (2016). *PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, DAN TRUST TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA GOJEK BANDUNG) THE IMPACT OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, AND TRUST IN CUSTOMERS' SATISFACTION (CASE STUDY IN GOJEK BANDUNG)*.

- Pavlou. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Ramadhany Sito Putri, R., & Setyo Iriani, S. (2021). PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI TOKOPEDIA MELALUI TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Riduwan. (2013). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian* (10th ed.). Alfabeta.
- Savila, D., & Tjahjaningsih i, E. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kepercayaan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Niat Beli Ulang. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 573–587. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3734>
- Setyoadi, M. A., & Rusyda, S. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Fitur Shopee Food dalam Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Fitur Shopee Food di Kota Bekasi)* (Vol. 4, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Setyoparwati, I. (2019). Pengaruh Ability, Benevolence, dan Integrity terhadap Partisipasi E-Commerce (Studi Kasus Konsumen E-Commerce di Indonesia). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 166–176.
- Simatupang, D. (2021). *PENGARUH PERSEPSI JAMINAN PRODUK DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN KEPADA PERUSAHAAN TOKO ONLINE (STUDI PENGGUNA SHOPEE DI KOTA MEDAN)* (Vol. 1, Issue 1). https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/business_management
- Sudijono, A. (2018). *Pengantar Statistik Pendidikan* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Revisi). Alfabeta.
- Suryani, D., Al, S., Fakultas, S., Dan Ilmu, E., Uin, S., & Riau, S. (2021). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS DAN TRUST TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK*. 1(2021), 11–19. <https://journal.irpi.or.id/index.php/ijbem>
- Ulrich, D. (1997). *Human Resource Champions: The Next Agenda for Adding Value and Delivering Results*. Harvard Business School Press.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional. (n.d.).

- Wallas, R., & Mills, D. (2022). Differentiation in Education: A Configurative Review. *Journal of Educational Research*, 58(3), 123–145.
- 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*. 01, 323–329.
<https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/viewFile/5525/2851>
- Zellatifanny, C. M. M. B. (2018). Tipe Penelitian Deskriptif dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Diakom*, 1(2), 83–90.



Intelligentia - Dignitas