

DAFTAR PUSTAKA

- Adityo, Benito. 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Kaskus. *Jurnal Manajemen EKonomi, Vol 1 (2)*.
- Aiken, L. R. (1980). Content Validity and Reliability of Single Items or Questionnaires. *Educational and Psychological Measurement*, 40(4), 955-959
- Akbar, M.M., & Noorjahan, P. N. 2009. Impact of service quality, trust, and customer satisfaction on customers loyalty. *ABAC Journal*, 29 (1): 24-38.
- Anastasya, D. E., & Rohman, A. (2021). Determinasi Kualitas Sistem Informasi, Perceived Usefulness, dan User Competency Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi (Studi Empiris terhadap Bank BTN di Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(4).
- Ardyanto, D., & Riyadi, H. S. (2015). Pengaruh kemudahan dan kepercayaan menggunakan E-commerce terhadap keputusan pembelian online. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(1).
- Ardianto, I. (2023). Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pendaftaran Online pada Aplikasi Mobile JKN di Wilayah Kota Depok. *Bachelor's thesis*, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ahistasari, A., Histiarini, A. R., & Sarfunin, N. Y. (2023). Analisis Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di RH SOQ. *Metode: Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 48-57.
- Bangkara, R. P., & Mimba, N. P. S. H. (2016). Determinasi perceived usefulness dan perceived ease of use pada minat penggunaan internet banking dengan attitude toward using sebagai variabel intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 2408–2434. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/21551/15419>
- Bimantara, B. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T Express Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(3), 258.
- Blau, D. M., & Mocan, H. N. (1999). *The Supply of Quality in Child Care Centers*. National Bureau of Economic Research Working Paper No. 7225
- Bustan, J., & Setiawan, H. (2019). Pengaruh kualitas lingkungan fisik dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung dan pesan berantai. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 16(2), 152-159.

- Chauhan, S. (2015). *Acceptance of mobile money by poor citizens of India: integrating trust into the technology acceptance model*. Info, 17(3), 58–68. <https://doi.org/10.1108/info-02-2015-0018>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874–900.
- Dantes, N. (2012). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Darling-Hammond, L. (2017). *The Flat World and Education: How America's Commitment to Equity Will Determine Our Future*. Teachers College Press.
- Daryanto, 2013. *Standar Kompetensi dan Penilaian Kinerja Guru Profesional*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Daryanto. 2011. *Kepala Sekolah Sebagai Pemimpin Pembelajaran*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.
- Davison, R. M., Ou, C. X., & Ng, E. (2020). Inadequate information systems and organizational citizenship behavior. *Information & Management*, 57(6), 103240.
- Delone, W.H., dan McLean, E.R. 2003. “The DeLone and McLean model of information system success: a ten update”. *Journal of MIS*, Vol . 19 No. 4.
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (2020). The measurement of end-user computing satisfaction. *MIS Quarterly*, 1213512(2), 259–274.
- Emma, S., et al. (2015). Perilaku Konsumen dalam Belanja Online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 112-123.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451–474.
- Fernandes, H. J. X. (1984). *Evaluation of educational program*. Jakarta: National Education Planning, Evaluating and Curriculum Development.
- Fullan, M. (2001). *The New Meaning of Educational Change (3rd ed.)*. Teachers College Press.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan

- kualitas informasi terhadap keputusan pembelian daring di aplikasi bukalapak pada mahasiswa politeknik negeri batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152-165.
- Hardin, S. (2002). ASIST 2001 Keynote: Brewster Kahle: Providing universal access to human knowledge. *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, 28(3), 10–11.
- Hidayati, N. A. (2014). Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku Persepsian, Pengalaman dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Internet Banking. *Universitas Brawijaya*.
- Hill, E. J. (2005). Work-Family Facilitation and Conflict, Working Fathers and Mothers, Work-Family Stressors and Support. *Journal of Family Issues*.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Determinasi ulasan produk, kemudahan, kepercayaan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42.
- Jasfar, F. (2009). *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu (Cet. 2)*. Jakarta
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan Qris. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kemendikbud. (2020). *Panduan Merdeka Belajar*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management (6/E)*. Baski, Essex: Pearson Education Limited.
- Kusumawati, D., & Saifudin, S (2023). Adopsi e-Government di Era Kebiasaan Baru. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 175-186.
- Lewicki, P. (1985). Nonconscious biasing effects of single instances on subsequent judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(3), 563–574. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.48.3.563>
- Mayer, et al. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, Vol.20, p.709-734.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: an integrative typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359.
- Mertasari, N. M. S. (2021). *Pengujian Instrumen Penelitian Kuantitatif*. Depok : Rajawali Pers.
- Mitchell, V. W. (1999). Consumer perceived risk: conceptualisations and models. *European Journal of marketing*, 33(1/2), 163-195.

- Murniasih, Ni Luh Gede. 2024. *Determinasi Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Risiko, Lingkungan, Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Aplikasi Balipay Dengan Kepuasan Sebagai Pemoderasi (Tesis Magister)*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Musyaffa, N., & Ngatno, N. (2019). Determinasi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Sindoro Pt. Kai Daop Iv Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 37-46.
- Nasution, M. Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor, PT. Ghalia Indonesia.
- Naomi, P. E., Baraba, R., & Saputra, M. H. (2016). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih berbelanja secara online. *SEGMEN Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12, 1-12.
- Nizar, H. (2017). Keamanan Data dalam Era Digital. *Jurnal Teknologi Informasi*, 12(1), 45-56.
- Papert, S. (1980). *Mindstorms: Children, Computers, and Powerful Ideas*. Basic Books.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Permata, L. (2016). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kepuasan Pengguna Terhadap Niat Untuk Menggunakan Kembali Teknologi Online Travel Agent (Studi Pada Pengguna Tripadvisor Di Kota Malang) (*Doctoral dissertation*, Universitas Brawijaya).
- Pratama, P. A., & Wijaya, A. (2019). Pengukuran Kualitas Layanan Informasi Pada Media Social Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Menggunakan Metode ES-Qual. *JuSiTik: Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 2(2), 23-30.
- Purba, M., Samsir, S., & Arifin, K. (2020). Determinasi Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1), 151-170.
- Rabiana, R., & Akib, B. (2020). Determinasi Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee). *El-Iqtishod*, 4(1), 16-33.

- Rahayu, F. S., Pritalia, G. L., & Kurniawan, F. (2024). Analisis Faktor Yang Memdeterminasii Kepuasan Pengguna Media Sosial X Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *Teknika*, 13(3), 471-480.
- Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2021). Determinasi Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 4(3), 403-416.
- Retnawati, H. (2017). *Validitas dan Reliabilitas Karakteristik Butir (2nd ed.)*. Parama Publishing.
- Riduwan. (2015). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rini, D. S., & As' ari, H. (2023). Determinasi faktor sosial, ekspektasi kinerja, persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat memakai aplikasi akuntansi (Studi empiris pelaku UMKM di Dusun Berenan, Kabupaten Kulon Progo). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(5), 471-479.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.)*. Free Press.
- Rosita, A. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam E-marketplace. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(11), 20-28.
- Rousseau, D. M. (1998). Why workers still identify with organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 19(3), 217–233.
- Rousseau, R., & Morin (2007). Assessing temporal support for dynamic decision making in C2. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 51(18), 1242–1246
- Salirawati. 2009. Kiat-kiat menjadi guru Profesional. Makalah: disampaikan dalam Workshop Peningkatan Profesionalisme Guru SMA Negeri 1 Purbalingga, tanggal 20-21 Desember 2009 di SMA N 1 Purbalingga.
- Suhir, Suyadi, dan Riyadi, 2014. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian secara Online (Studi Kasus Situs Website www. Kaskus.id). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8, No.1. Hal 1-10*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., Puspitawati, H., Hariadi, A., Mukti Ali, M., Gazali, M., Hartono, S., & Farina, T. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB University.
- Susilo, H. Et al.. 2011. *Lesson Study Berbasis Sekolah, Guru Konservatif Menuju Guru Inovatif*. Malang: Mayumedia Publishing.

- Tias, Y. A. (2018). Determinasi Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna BPJS Kesehatan Pada RSUD Siti Hajar Medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 5(2), 33-41.
- Tarigan, M., Alvindi, A., Wiranda, A., Hamdany, S., & Pardamean, P. (2022). Filsafat pendidikan Ki Hajar Dewantara dan perkembangan pendidikan di Indonesia. *Mahaguru: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 3(1), 149-159.
- UNESCO. (2015). *Education 2030: Incheon Declaration and Framework for Action*. UNESCO Publishing.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Wijaya, C., & Kempa, S. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada* (Vol. 6). Petra Christian University.
- Wulandari, O.A.D., Fauzan A.P., Galang A.A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kegunaan Terhadap Kepuasan dalam Membangun Loyalitas Pengguna OVO. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2).
- Wulandari, A. K., Arifianto, D., & Saifudin, I. (2021). *Sistem Informasi Kepegawaian Pada Pt. Teras Sejahtera Propertindo Berbasis Web Terintegrasi Android*. Repository, Universitas Muhammadiyah, Jember, 1-49.
- Zeinabadi, H., & Salehi, K. (2011). Role of procedural justice, trust, job satisfaction, and organizational commitment in organizational citizenship behavior (OCB) of teachers: Proposing a modified social exchange model. *Procedia—Social and Behavioral Sciences*, 29, 1472-1481