

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi 1998. *Dasar-dasar Metodologi Penelitian* , PT Gramedia, Jakarta.

Bodnar, G. H. dan Hopwood S.S. 2000. *Sistem Informasi Akuntansi*. Terjemahan Amir Abadi Jusuf dan Rudi M Tambunan. Jakarta: Samba Empat.

Dwitasari, Marisca dan Baridwan, Zaki. 2013. Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan *M-Commerce : Tecnology Acceptance Model* yang Di Modifikasi. *Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya Malang*.

Ghozali, Imam 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, UNDIP, Semarang

Guay, D, dan Ettwein J. 1998. Internet Commerce Basics. *Electronic Markets*. Volume 8 (1), 12-15.

Hall, J. A. 2007. *Sistem Informasi Akuntansi* Edisi Ketiga. Terjemahan Amir Abadi Yusuf. Jakarta: Salemba Empat.

Handayani, Rini, 2007. Sistem Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta) *Simposium Nasional Akuntansi X. Makassar.*

Hardanti, Novi dan Kurniasari dan Saraswati, Erwin. 2013. Faktor Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerse. Simposium Nasional Akuntansi XVI Manado 25-28 September 2013.*

Hartono, Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan.* Yogyakarta:Andi.

Kim, D. J., Ferrin D. L. dan Roa H.R. 2007. A Trust Based Consumer Decision Making Model in Electronic Commerce : The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support Systems.* Volume 44 (2), 544-564.

Klopping, I.M dan McKinney E. 2004. Extending The Acceptance Model and The Task-Tecnology, *Learning and Performance Journal.* Volume 22 (1), 35-48.

Pavlou, P.A. 2003. Consumer Acceptance of Electronic Commerce : Integrating Turst and Riskk With The Tecnology Acceptance Model. *Internal Journal of Electronic Commerce.* Volume 7(3), pp. 69-103.

Ramayah, T. dan Ignatius J, 2005. Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment on Intention to Shop Online. *ICFAI Journal of Management*. Vol. 3, 36-51.

Rendragraha, aditya. 2011. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna E-Commerce Dengan Menggunakan Tecnology Acceptance Model (TAM) Skripsi. Surabaya: sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.

Sari, Wulan, Meita dan Baridwan, Zaki. 2013. Sikap Penggunaan Mobile Commerce : Modifikasi Teori Tecnology Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya Malang*.

Shomad, Caesario, Andrie dan Purnomosidhi, Bambang. 2013. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya Malang*.

T.M. Van Der Geest dan P.W. de Vries, 2005. A cross-culture study of E-Commerce Exploring Factors that Influence Individuals to buy. *University of Twente The Netherlands*.

Ventkatesth, Moris M. G dan Davis F.D. 2003. User Acceptance of Information Tecnology: Toward a Unifield a Unifield View. *Mis Querterly Volume* 27(3), 425-478.