

## DAFTAR PUSTAKA

- Alldila, N. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Sebagai Media Pembelajaran Daring*.  
Kumparan.com. <https://kumparan.com/novita-alldila/pemanfaatan-teknologi-sebagai-media-pembelajaran-daring-1wBob46dq65>
- Anwar, R. N., & Afifah, A., (2018), “Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di Situs Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur)”, *Jurnal Manajemen*, vol.9 no.1, pp.46-57.
- Arvianti, R., (2021), “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”, Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Aulia, A., (2018), “Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Konsumen Terhadap Minat Beli di Situs Lazada (Survey pada pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur)”, (Doctoral dissertation, Universitas Darma Persada).
- BUTTULANGI. (2020). *Pemanfaatan Aplikasi Zoom*.  
<https://ayoguruberbagi.kemdikbud.go.id/artikel/pemanfaatan-aplikasi-zoom-1/>
- Chandra Wijaya dan Sesilya Kempa. (2018). Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada. *AGORA Vol. 6, No. 2 (2018)*, 6(2), 1–6.
- Emmywati, E., (2016), “Pengaruh Kualitas Layanan yang terdiri dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur”, *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, vol.1 no.3.
- Erna,N., (2021), “Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah”, Skripsi thesis, Institut Agama Islam

Ponorogo.

Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan,.,  
*Jurnal Ecodemica*, 4, 200–210.

Fata, Khairul, Mukhlis Yunus, M. S. M. (2017). Pengaruh Harga Citra Merek dan Fitur terhadap Kepuasan serta dampaknya pada Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen*, 4, 131–140.

Hamid, N., (2021), “Pengaruh Persepsi Privasi Data Pengguna, Persepsi Keamanan Akun Pengguna, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan toko online Tokopedia”, Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Handarini, O. I., & Wulandari, S. S. (2020). Pembelajaran Daring Sebagai Upaya Study From Home (SFH). *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 465–503. [file:///C:/Users/win10/Downloads/8503-Article Text-27609-1-10-20200629 \(1\).pdf](file:///C:/Users/win10/Downloads/8503-Article%20Text-27609-1-10-20200629(1).pdf)

Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. (2016). *Prodi manajemen*. 82–94.

Lestari, S., & Indriana, K. T. (2021). ( *Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi DANA* ). 2(1), 66–80.

Lutfi, M., Arifin, R., & Asiyah, S., (2021), “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Jemblung Coffee Ii Malang)”, *Riset Manajemen*, vol.10 no.12.

Matantu, R. N., Tampi, D. L., & Joane. V, M. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. *Productivity*, 1(4), 355–360.

Mentayani, I., & Rusmanto, R., (2016), “Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia di Kota Banjarmasin)”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol.9 no.2, pp. 50-68.

Natalia, J., & Br Ginting, D. (2018). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi

- Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Penggunaan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi. *Viu. Media Informatika*, 17(3), 148–164. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v17i3.19>
- Nisa, M., (2020), “Evektivitas Hasil Pembelajaran di Era Pandemi Covid-19 Siswa Kelas VII SMP Muhammadiyah Ahmad Dahlan Sukoharjo Semester Genap Tahun Pelajaran 2019/2020”, Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pribadi, A., & Gunawan, R. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Bri Syariah Pusat). *Jurnal Visionida*, 6(2), 64. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3508>
- Purba, J. A., (2017), “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Fasilitas Fitur Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area”, Skripsi thesis, Universitas Medan Area.
- Saptawati, Y., (2019), “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba”, (Doctoral dissertation).
- Saputro, Wahyu Jali., (2020), “Pengaruh Faktor Kemudahan dan Faktor Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking”, Skripsi thesis, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Sari, N. E., & Oswari, T., (2020), “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian pada Toko Online Tokopedia”, *Creative Research Management Journal*, vol.3 no.2, pp. 34-46.
- Wahrudy, A., (2021), “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Zoom Meeting dimasa Pandemi Covid-19, Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Utama, R. O. P., (2020), “Pengaruh Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Biaya

Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah Aplikasi Online Trading pada PT FAC Sekuritas Indonesia”, (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Wijaya, C., (2018), “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada”, AGORA, vol.6 no.2.

Yudha, S.A.P., Arifin, R., & Hufron, M., (2016), “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood”, Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, vol.8 no.9.

Yusuf Mahesa. (2020). *Pengertian Konsep Pemasaran (Marketing Concept)*.  
[https://belajarekonomi.com/pengertian-konsep-pemasaran-marketing-concept/#:~:text=Konsep pemasaran adalah seperangkat strategi,juga mengalahkan persaingan yang ada,](https://belajarekonomi.com/pengertian-konsep-pemasaran-marketing-concept/#:~:text=Konsep%20pemasaran%20adalah%20seperangkat%20strategi,juga%20mengalahkan%20persaingan%20yang%20ada,)

