

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. N., & Widiyanto, I. (2013). *Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre Order secara Online (Studi Kasus pada Online Shop Chopper Jersey)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Djaelani, M., & Darmawan, D. (2021). Analisis Persepsi Kualitas Layanan Kapal Feri Penyeberangan Ujung-Kamal. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(1), 22-25.
- Fatah, K., & Arifianto, M. (2022). Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap E-Wallet (Studi Kasus: Layanan ShopeePay Di Pekalongan). *Neraca*, 18(2), 52-59.
- Handayani, R. (2007). “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Permanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi”. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 9. 76-78. Diakses dari <https://jurnalakuntansi.petra.ac.id/index.php/aku/issue/view/2881>
- Hartanto. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen Transaksi Jual Beli Dengan Garansi*. Pasuruan: Qiara Media
- Jebran, K., & Dipanker, A. (2012). Consumer’s perception on general banking activities of commercial Banks: A Study in the Banking Context of Bangladesh. *European Journal of Business and Management*, 4(7), 54-70.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lovelock, C., & Wright, L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks. Indonesia
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Narida, M. G. (2021). Persepsi Pengguna E-Commerce Terhadap Kualitas Informasi Pembelian Barang Dengan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Berdampak Pada Terjadinya Pengancaman Kepada Kurir Jasa Expedisi. *Kinesik*, 8(2), 176-188.
- Nurjanah, A. (2020). Persepsi Penggunaan OVO Terhadap Minat dan Kepuasan Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Jawa Barat). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 122-131.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2022. *Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 1/POJK.03/2022 Tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif*. Jakarta
- Paath, D. K., & Manurung, R. (2019). Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap Financial Technology (Fintech) Dengan Model E-Money (Studi kasus: layanan Go-Pay “Gojek” di Purwokerto). *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, 2(2), 38-45.

- Raman, A., & Viswanathan, A. (2011). Web services and e-shopping decisions: A study on malaysian e-consumer. *Wireless Information Networks & Business Information System*, 2(5), 54-60.
- Santoso, Budi. (2015). Keagenan (Agency) Prinsip – Prinsip Dasar, Teori dan Problematika Hukum Keagenan. Bogor: Ghalia Indonesia
- Suherlan, H., & Budhiono, Y. (2013). *Psikologi Pelayanan*. Bandung: Penerbit Media Perubahan.
- Sukma, A. A. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui social networking websites.
- Suresh, A. M., & Shashikala, R. (2011). Identifying factors of consumer perceived risk towards online shopping in India. *IPEDR*, 12, 336-341.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204.
- Wibowo, A. (2008). Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan technology acceptance model (TAM). *Konferensi Nasional Sistem Informasi*, 9.
- Wijayanti, A., & Damanik, J. (2019). Analysis of the tourist experience of management of a heritage tourism product: case study of the Sultan Palace of Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Heritage Tourism*, 14(2), 166-177.