

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Burhanuddin. 2006. Paper Seminar Internasional Toward a Less Cash Society in Indonesia. Jakarta: Direktorat Akunting dan Sistem Pembayaran Bank Indonesia.
- Akraman, R. Candiwan. Priyadi, Y. 2018. Pengukuran Kesadaran Keamanan Informasi dan Privasi Pada Pengguna Smartphone Android di Indonesia. Jurnal sistem informasi bisnis
- Amanah, Dita. 2015 Pengaruh Promosi Penjualan (sale promotion) dan belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. Jurnal Quonomic Vol. All No. 02
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Citra, A. A. 2017. Aplikasi Theory of Planned Behavior dengan Locus of Control sebagai Variabel Moderasi pada Niat Menggunakan Uang Elektronik. Universitas Gadjah Mada
- Ahmad, dan Pambudi, B., S., 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI). Jurnal Studi Manajemen, Vol 8, No 1 (2014), Hal. 1-11. P-ISSN : 1907-4824, E-ISSN : 2541-2655.
- Adityo, B. 2011 Analisis pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara Online di situs kaskus. Skripsi Universitas Diponegoro

Bank Indonesia. (2009). Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu

Bondan, S. K. dan Albari (2012). Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Privasi Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 16 No. 1

Dirja, Y.A. 2018. Eksistensi Sistem Pembayaran Online OVO Terhadap Gaya Hidup Pengunjung Plaza Medan Fair. *Skripsi Ilmu Komunikasi*

Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*, Ed III, Yogyakarta: ANDI

Freddy Rangkuti, 2009 *strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated*

Handayani. 2007. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pemanfaatan sistem informasi dan penggunaan sistem informasi. Tesis magister sains akuntansi Universitas Diponegoro

Hardiyanti, Maulina. 2012. Kepercayaan Pada Penjual dan Persepsi Akan Risiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (Online). *Skripsi (tidak dipublikasikan)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Harlan, Dwimasta. 2014. Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan dan risiko persepsian terhadap minat bertransaksi menggunakan e-banking. *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta*

Harminingtayas, Rudika. 2012. Analisis faktor pelayanan, fasilitas, promosi dan lokasi terhadap kepuasan penghuni perumahan permata puri ngalian Semarang. *Jurnal STIE Semarang* Vol. 4 No. 3

Hermawan, Agus. 2013. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Hermawan, Hary. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Media Wisata*, Volume 15, Nomor 1

Hidayat, Aceng. pengertian transaksi dan biaya transaksi. *Jurnal ekonomi kelembagaan*

Ilham T. Andi, T H. dan Maria, M M. 2016. Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Studi Kasus Pada Onlineshop “NUMIRA” Semarang. *Journal Of Management*, Volume 2 No.2

Ishak, Asmai dan Luthfi, Zhafiri. 2011. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi *Switching Coast*. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 15 No. 1

Jogiyanto. 2007. sistem informasi keperilakuan. Yogyakarta: Andi

Kusumawati, Andriani. 2011. Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square (MATOS). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern* Vol. 3 No.1

Mullins, Jhon W., Orville C. Walker Jr., Jean Claude Larreche, dan Harper W. Boyd. 2005. *Marketing Manajemen : A Strategic Decision Maker Approach*. New York : The Megraw-Hill Companies

Mursidi. 2010. *Akuntansi dasar*. Bogor: halia Indonesia

Oktaviani, N. Astuti, W. Firdiansjah, A. 2019. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pembentukan Komitmen Pelanggan Dan E-Wom Pada Pengguna Aplikasi *E-wallet* Ovo. *jurnal manajemen dan pemasaran jasa*

- Quthbi, Z.H. 2016. Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Privasi Kecukupan Informasi dan Kesenangan Bertransaksi terhadap Keputusan menggunakan *E-wallet* pada Bus Trans Jogja. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Raman, Arasu., dan Viswanathan, A. 2011. Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. IJCA Special Issue on:Wireless Information Networks & Business Information System
- Rio, E.D. 2019. Pengaruh Brand Association dan Brand Awareness Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Brand Trust* Pada *Start Up Fintech OVO*. Jurnal Ilmu Manajemen
- Safrika, Lubis R., dan Idris S. 2018. Pengaruh kualitas informasi dan kemudahan transaksi terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya pada loyalitas konsumen dalam berbelanja *fashion online* di banda Aceh. Jurnal Sains Riset Vol. VIII No. 2
- Sebayang, A.A. 2017. pengaruh risiko kemudahan penggunaan, Kepercayaan, dan *Electronic Word of mouth* terhadap layanan Mobile Banking. Skripsi Universitas Lampung
- Sembiring, I. J., Suharyono dan Kusumawati A. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 15 No. 1
- Soegoto, A. S. 2013. Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. Jurnal EMBA Vol.1 No.3
- Sondakh, Conny. 2014. Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3 ,No.1



Sudra, R. I. 2003. Evaluasi fitur data keamanan data pada sistem informasi rawat jalan berbasis komputer. Tesis konsentrasi sistem informasi manajemen kesehatan

Sugiono. 2011, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Cet. XIII Bandung: Alfabeta.

Susanto, Azhar. 2013. Sistem informasi. Bandung: lingga jaya

Sustina. 2003. Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Tjahjaningsih, Endang. 2013. Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Studi pada pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang. Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen Vol. 28 No.2

Tulandi, R. A. Lotje, K. dan Imelda, O. 2015. Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Manado Post. Jurnal EMBA 1041 Vol.3 No.2

Wira, P. A. dan Seminari, N. A. Pengaruh fitur layanan pelengkap dan garansi terhadap keputusan pembelian handphone

Websites

<https://www.ovo.id/about>, 07 Oktober 2019

Wikipedia, di akses 11 Oktober 2019

<https://bi.go.id>

<https://www.rumahfiqih.com/y.php?id=473>,