

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- Assauri, Sofjan. 2013 Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bugin, Burhan. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Juliandi, A, Irfan dan Saprinal Manurung. 2014. Metode Penelitian Bisnis. Medan: UMSU Press.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2016. Marketing Management, 16th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sunyoto, D. (2012). Model Analisis Jalur Untuk Riset Ekonomi. Bandung: Penerbit Yrama Widya.
- Peter, J Paul & Olson, Jerry C. 2013. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.
- Donni Juni Priansa, Perilaku Konsumen (Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer), (Bandung : Alfabeta, 2017), h. 2.
- Rangkuti, Freddy. 2017. Riset Pemasaran. Jakarta: PT. Centro Inti Media.
- Sarwono, J. & Budiono, Herlina. 2012. Statistik Terapan: Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi (Menggunakan SPSS, AMOS, dan Excel). Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2010. Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2016. Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Suparyanto & Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: In Media.

Timotius, Kris H. 2014. Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Andi

Utami, Cristina W. 2010. Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern), Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat

Utami, Cristina W. 2017. Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern), Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat

Widi, Restu Kartiko. 2018. Menggelorakan Penelitian: Pengenalan dan Penuntun Pelaksanaan Penelitian. Yogyakarta: Deepublish.

#### **JURNAL:**

Luh Gede Kusuma Dewi, dkk (2017). PENGGUNAAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA YANG DIMEDIASI KONTROL DIRI. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 5(1):2.

CYNTHIA SYERIN PERDANA PUTRI, dkk (2021). PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI SEMARANG. JURNAL KEUNIS (Keuangan dan Bisnis), 9(2): 180.

Ni Made Dwi Aksami (2019). ANALISIS MINAT PENGGUNAAN LAYANAN E-MONEY PADA MASYARAKAT KOTA DENPASAR, 8(10): E-Jurnal EP Unud, 8[10]: 2439-2470

Septi Wulan Sari, (2016). Perkembangan dan Pemikiran Uang dari Masa ke Masa. IAIN Tulungagung Research Collections, 201, 3(1): 39-58

Elok Irianing Tyas dan Emile Satia Darma, (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi

dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Sekitarnya. 1(1):27.

Marceline Livia Hedynata, Wirawan E.D.Radianto, (2016). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN LUSCIOUS CHOCOLATE POTATO SNACK. PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. 1(1):87-96.

Elok Irianing Tyas; Emile Satia Darma(2017) Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Sekitarnya. Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia 1(1): 25-35

Sunarto, (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. Jurnal Moneter, 5(1): 35-43

Adnan Fauzi Suwardana, Shofwan(2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN LAYANAN GO-PAY (MOBILE PAYMENT) PADA PELANGGAN GO-JEK.

I Made Satria Putra Wibawa, I Gde Ketut Warmika, (2019). PENGARUH GREEN MARKETING TOOL'S TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK LAMPU PHILIPS LED. E-Jurnal Manajemen Unud, 8(3): 1515 – 1542

Etty Caroline, Imam Santoso, Panji Deoranto (2021), PENGARUH MARKETING MIX (7P) DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HEALTHY FOOD BAR DI MALANG. Jurnal Manajemen Pemasaran, 15(1): 10–19

Dwi Rorin Mauludin Insana dan Ria Susanti Johan (2020), ANALISIS PENGARUH PENGGUNAN UANG ELEKTRONIK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS INDRAPRASTA PGRI. Jurnal Manajemen bisnis dan ekonomi, 7(2): 213

AFRI MURTINI, dkk (2019), ANALISA BAURAN PEMASARAN (7P) UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada HomeIndustry CV Melati Kota Pangkalpinang). Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (JPMB), 6(4):290.

Abigail Anastasia Soewanto dan Fransisca Andreani (2019) PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WARUNG GUDEG BU YUL SURABAYA. Jurnal Manajemen, 7(1):1.

Skripsi:

SRI RAHAYU (2020), ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN TAHU KUNING (STUDI KASUS: PASAR TRADISIONAL SIMPANG LIMUN JALAN SISINGAMANGARAJA). FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA MEDAN.

SALWA (2019), PENGARUH PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK TERHADAP TINGKAT KONSUMSI MAHASISWA. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SUMATERA UTARA MEDAN.

MUHAMMAD RIAN PRASETYA (2020), PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE (STUDI KASUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PANCASAKTI. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL.

PEPEN SUSANTO (2019), PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VCD ALBUM LAGU DANGDUT. FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA.

MUHAMMAD KHOIRUL MUSTOFA (2019), PENGARUH IKLAN, PROMOSI PENJUALAN, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KESADARAN MEREK

LEMARI ES POLYTRON PADA PT. HARTONO ISTANA TEKNOLOGI,  
PRODUKSI SAYUNG. FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEMARANG.

MEILISA (2021), PENGARUH PERSONAL SELLING, SALES PROMOTION DAN  
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SUPERINDO  
KARYA GEMILANG BATAM. FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN  
HUMANIORA UNIVERSITAS PUTERA BATAM

Muhammad Syahrul Prayitno (2020), “PENGARUH DIRECT MARKETING,  
KEPERCAYAAN DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT  
NASABAH BERINVESTASI PADA PRODUK CICIL EMAS” STUDI KASUS  
PADA BANK MANDIRI SYARIAH KC DEPOK. PROGRAM STUDI D4  
KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NOVIANTI ARINTYAS (2021), FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
INDOMARET PADA MAHASISWA STIE NOBEL INDONESIA MAKASSAR.  
Program Studi Manajemen SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI NOBEL  
INDONESIA KONSENTRASI BISNIS DAN PERDAGANGAN  
INTERNASIONAL.

Intan Nur Aini (2020), ANALISIS PROMOTION MIX DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN BISNIS ONLINE MAHASISWA EKONOMI SYARIAH IAIN  
PONOROGO. JURUSAN EKONOMI SYARI’AH FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO.

**WEBSITE:**

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6006a1278cc0e/saingi-ovo-dan-shopeepay-GO-PAY-fokus-tumbuh-di-dalam-dan-luar-gojek>

<https://sulsel.suara.com/read/2022/02/28/163035/uang-kertas-makin-ditinggalkan-warga-makin-nyaman-dengan-uang-elektronik>

<https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-jumlah.aspx>

<https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-transaksi.aspx>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/22/kadence-ovo-jadi-platform-pembayaran-digital-terpopuler-di-indonesia>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/09/efisien-dan-diskon-jadi-alasan-konsumen-belanja-daring>

<https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>

<https://www.gojek.com/vision-mission/>

