

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Atihudin, Didin dan Anang Firmansyah. 2019. Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta: Deepublish.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginantra et. al. 2021. *Teknologi Finansial. Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* Edisi 15e. USA: Pearson Education.
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. P125
- Laksana, Muhammad Fajar. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifa Mediatama.
- Malau, Herman. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta.
- Purba, T. P. & Limakrisna, N. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rumondang, Sudirman dkk. 2019. *Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.

Rumondang, Astri.,dkk. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*.

Yayasan Kita Menulis.

Simarmata, Hengki M.P.,dkk. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan*

*Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.

Sudaryono, Sofianti dkk. 2020. *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*.

Yogyakarta: Penerbit Andi

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *METODE PENELITIAN MANAJEMEN*. Bandung: CV ALFABETA.

Sugiyono. 2018. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: CV ALFABETA.

Sukoco, Badri Munir 2017. *Increasing Management Relevance and Competitiveness*. London: CRC Pers.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2019. *Kepuasan Pelanggan : Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Yulianto, Nur Achmad Budi, Mohammad Maskan dan Alifiulahtin Utaminingsih. 2018. *Metode Penelitian Bisnis: Metode Penelitian Bisnis*. Malang: UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema.

#### **Jurnal :**

Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 3(3), 123-128.

- Astuti, P. D., Nursyamsi, J., & Utomo, J. (2022). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 68-77.
- Ginting, D. B., & Marlina, M. R. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas layanan, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan pengguna Fasilitas E-Filing. *Media Informatika*, 16(1), 20-31.
- Luthfianti, Dewi, (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna OVO 2019. *E-Proceeding of Management*. 7(1). 1393-1400.
- Murwanti, S., & Pratiwi, A. P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Bengkel Motor Ahass Cabang UMS). In *Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017* (pp. 207-227).
- Novianti, dkk (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. VIII No.1*
- Octavia, G. G., & Pratiwi, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pengguna Dalam Bertransaksi Menggunakan E-Money Yang Dimediasi Oleh Sikap Pengguna (Studi Empiris Pada Pengguna E-Money Berbasis OVO). *Jurnal STIE Multi Data Palembang*, hal, 1-15.

- Pambudi, R. (2021). Pengaruh Promotion, Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Terhadap Customer Satisfaction Pengguna Transaksi GoPay (Studi Pada Pengguna Transaksi GoPay Di Kabupaten Kebumen) (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-jurnal Akuntansi*, 27(2), 927-953.
- Raiyan, M dan Siregar, Ridha. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Variabel Kepercayaan pada Penggunaan Jasa Angkutan Gojek di Banda Aceh Pada Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. Vol 6, No. 1.
- Rahmayanti, P. L. D., & Ekawati, N. W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Online Food Delivery Service di Bali. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 146-161.
- Rivai P, Agung Kresnamurti, Suneni dan Ika Febrilia. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online GRAB. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol 10, No. 1.
- Safitri, N., Lasiyono, U., & Aripriabowo, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan
- Susanto, R. H., & Budiarti, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Evora Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(11).
- Fadlan, A. (2018). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan mobile banking (studi pada mahasiswa pengguna mobile banking Universitas Brawijaya) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh promosi penjualan dan e-service quality terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333-341.

Frenky Prathama., & Wilma ., L. Sahetapy. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kepercayaan Kosumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen *E-commerce* Lazada. Vol. 7, No. 1

Yudha, I. P., & Suprpti, N. W. S. (2018). Pengaruh Atmosfer Toko Dan Daya Tarik Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang (Di Matahari Mall Bali Galeria Kuta). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 1803-1834.

Yudha, S. A. P., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(09).

**Website:**

<https://ShopeePay.co.id> (Diakses Pada 31 April 2022)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/14/kebutuhan-pembayaran-digital-jadi-faktor-utama-masyarakat-ri-pakai-e-wallet> (Diakses Pada 25 Juni 2022)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/09/shopeepay-kalahkan-ovo-gopay-saat-pandemi-corona>

<https://www.wartaekonomi.co.id/read316195/gaya-hidup-praktis-di-era-dompert-digital-terintegrasi-review-dana> (Diakses Pada Tanggal 12 Mei)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompert-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat#>

<https://www.wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompet-digital>(Diakses Pada Tanggal 13 Mei)

<https://www.kompasiana.com/anandakhalishafarhani8575/5cecf05595760e5fce23e992/pengaruh-perkembangan-teknologi-terhadap-gaya-hidup-masyarakat-era-revolusi-4-0> (Diakses Pada Tanggal 13 Mei)

<https://www.kompasiana.com/chesarina13/5a0201daa4b06847fb7663e2/digital-money-peluang-dan-tantangan-bagi-bisnis-perbankan?page=all#section2> (Diakses Pada Tanggal 13 Mei)

