

REFERENCES

- Dianingsih, Fera Rian and , Agus Susilo, S.Pd, M. P. (2020). (2020). No Title. *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Di IAIN Surakarta. Skripsi Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- Nidhi, S., Shalini, S., & Neena, S. (2017). Consumer preference and satisfaction of M-wallets: a study on North Indian consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 944–965. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2016-0086>
- Ratulangi, S. (n.d.). *V. P. Tompodung, J. E. Tulung, M. Pandowo A QULITATIVE STUDY OF E-WALLET AND THE RELATION WITH CONSUMER BEHAVIOUR STUDI KULITATIF MENGENAI E-WALLET DAN HUBUNGANNYA DENGAN PERILAKU Faculty of Economics and Business, Management Program, Jurnal EMBA*. 9(1), 1204–1212.
- S., K. H., & A., R. Z. (2020). Toward understanding FinTech and its industry. *Managerial Finance*, 46(8), 1043–1060.
- Hermawan, V. K., & Paramita, E. L. (2020). Trust dan Perceived Usefulness dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan E-wallet. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 223–236.
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Universitas, E., & Pgri, I. (2020). *sebesar 3,085 dan t. 7(2)*, 209–224.
- Akuntansi, P., Pt, P., & Sari, I. (2020). *Widya Akuntansi dan Keuangan Universitas Hindu Indonesia Edisi Februari 2020*. 2016, 16–31.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13, 1–15.
- Khan, G. S., . B. A. S., & . A. I. H. (2012). Effective Advertising and its Influence on Consumer Buying Behavior. *Information Management and Business Review*, 4(3), 114–119.
- Surya Pratiwi, D. (2011). *Hubungan konsep diri remaja putri dengan perilaku membeli produk kosmetik pemutih wajah.*

Psikologi, F., Negeri, U. I., & Hidayatullah, S. (2008). *PERILAKU MEMBELI PAKAI*, A . N PADA.

Ying, Z., Jianqiu, Z., Akram, U., & Rasool, H. (2021). TAM model evidence for online social commerce purchase intention. *Information Resources Management Journal*, 34(1), 86–108.

Katrin, K., & Vanel, Z. (2020). Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (Cashbac) Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 14.

Syastra, M. T., & Adam, S. (2017). Penggunaan Media Sosial dengan Pendekatan Model AIDA bagi Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 7(2), 114.

Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July).

William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). *PERSEPSI KEGUNAAN DAN PROMOSI UNTUK MEMPREDIKSI NIAT PENGGUNAAN E-WALLET : SIKAP SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR*. 5(1), 74–88.

Jamil, N. A., Kurnia, A. D., & Jalaludin, J. (2020). Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 4(1), 82–94.

Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.

Lanani, K. (2013). Belajar Berkomunikasi Dan Komunikasi Untuk Belajar Dalam Pembelajaran Matematika. *Infinity Journal*, 2(1), 13.

Afdi, M., & Afdi, M. (2020). *Munich Personal RePEc Archive Financial Technology (Fintech) : It' s Concept and Implementation in Indonesia Financial Technology (Fintech) : It' s Concept and Implementation in Indonesia ¶. 98486*.

Permana, R. I. (2021). Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(1), 312–322.

Fiona, D. R. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Go-Pay di Jabodetabek). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37.

Akbar, P.S., & Usman. (2018). *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.

Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States: Pearson.

Hasan, A. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.

Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (buku dua, edisi empat)*. Jakarta. Salemba Empat

Simamora, Bilson. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.

Widayat. (2014). *Metode Penelitian Pemasaran Edisi Pertama: Cetakan Pertama*. Malang: UMM Press.

Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi promosi dalam meningkatkan penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 1–10. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/108>

Katrin, I. L., & Setyorini, H. D. (2018). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 3(1), 246-254.

Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145-160.

Permana, I. D. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 117-123.

Andini, P., & Rahardjo, S. T. (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mobil Hyundai i20 (Studi Kasus pada Konsumen Mobil Hyundai i20 di Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Internet:

- <https://finansial.bisnis.com/read/20200612/90/1251862/alat-pembayaran-e-wallet-geser-posisi-kartu-debit-ovo-di-peringkat-pertama>
- [top-e-wallet-di-indonesia-2020](#)
- <https://suryamalang.tribunnews.com/2019/01/31/promo-go-pay-payday-bisa-dapat-cashback-hingga-50-di-vendor-vendor-ini-ada-jco-dan-burger-king>
- <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190711/12/1123235/generasi-milenial-paling-banyak-pakai-go-pay>

