

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F., & Herwin. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4, 1–8.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif* (I. N. Suardhika, ed.). Badung: CV Noah Aletheia.
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna i-Saku Di Indomaret. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 473–478.
- Arianto, N., & Giovanni. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3, 12–22.
- Bahasoan, Shandra., Faisal, R. (2020). Idiosinkrasi Konsumen Pengguna Elektronik Money (E-MONEY) Di PT Matahari Departement Store TBK Panakkukang. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 51–59. Retrieved from <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Bank Indonesia. *Peraturan Bank Indonesia tentang Uang Elektronik.*, (2018).
- Burhanuddin, C. I., & Abdi, M. N. (2019). Tingkat Pemahaman dan Minat Masyarakat dalam Penggunaan Fintech. *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 3(1), 21–27.
- Choiriah, E. N., & Liana, L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Honda di Kota Semarang. *Proceeding Seminar Nasional Dan Call Dor Papers 2019*, (September), 236–244.
- Enterprise, J. (2018). *Lancar Menggunakan SPSS untuk Pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Firmansyah, & Dacholfany, M. I. (2018). *Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam*. Lampung: CV. IQRO.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*. Badan Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy'ari). *Journal of Business and Innovation Management*, 2, 80–95.
- Katarika, D. M., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 162–171.
- Khairi, M. R., & Gunawan, E. (2019). Analisis Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) dan E-Money Terhadap Konsumsi Masyarakat di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1, 19–36.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Global Edition)*

15th Edition. In *Pearson Education Limited*.

- Kristiawan, A., Gunawan, I., & Vinsensius, V. (2018). Pengaruh Potongan Harga, Bonus Kemasan, Tampilan dalam Toko terhadap Keputusan Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 30–44. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v6i1.181>
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2, 59–72.
- Muslimawati, C., Sunarto, & Wardani, D. K. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan Dengan Merek Aqua pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. 7, 8.
- Nasib, Syaifullah, Mulyapradana, A., Fadila, Z., & Wasiman. (2021). Do Purchase or Do no Purchase? Customer Purchasing Decisions By Using OVO Application. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020) Do*, 560(Acbleti 2020), 386–389.
- Oktaviani, N., Astuti, W., & Firdiansjah, A. (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pembentukan Komitmen Pelanggan dan E-WOM Pada Pengguna Aplikasi E-Money “OVO.” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 93–112. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3757>
- Pramudana, K. A. S., & Santika, I. W. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 2247. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i10.p02>
- 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, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Purba, R. S., & Syaifullah. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Carvil Di Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara*, 5 no. 3, 228–239.
- Purwidyaningrum, I., Iswandi, I., & Utari, M. K. (2020). Pembinaan Teknik Bercocok Tanam Hidroponik Tanaman Obat di Perumahan Josroyo. *Journal of Dedicators Community*, 4(2), 94–106. <https://doi.org/10.34001/jdc.v4i2.1056>
- Ramadhanti, S. H. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Excelso Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 1–7.
- Rezky, F., Hasnita, N., & Ismuadi. (2021). Syariah Mandiri Kantor Cabang Banda Aceh Dalam Menggunakan E-Money. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic*

- Banking and Finance*, 3, No (1)(1).
- Rizkia, D., & Madiawati, P. N. (2021). *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa* Vol. 18, No. 1 Maret 2021. 18(1), 71–86.
- Rohmah, Y. M., Tristiarini, N., Ekonomi, F., Nuswantoro, U. D., Ekonomi, F., & Nuswantoro, U. D. (2019). *Jurnal Akuntansi dan Pajak Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid- 19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang*. 22(5), 1–11.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Situngkir, R. (2018). Penggunaan E-Money Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2011 Tentang Mata Uang. *Jurnal Ilmu Hukum Fakultas Hukum Umsu*, 3(1), 52–59.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Syahbani, M. F., & Widodo, A. (2017). Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media. *Jurnal Ecodemica*, 1, No. 1, 49.
- Syaputra, A., & Komarasakti, D. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen MONSTER.INC Cianjur). *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 2, 11–18.
- Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134–166.
- Wibowo, M. A., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Pay Di Kota Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(5), 16–25.
- Widyastuti, K., Handayani, P. W., & Wilarso, I. (2017). Tantangan dan Hambatan Implementasi Produk Uang Elektronik di Indonesia: Studi Kasus PT XYZ. *Jurnal Sistem Informasi*, 13, 38–48.