

DAFTAR PUSTAKA

I. Buku dan Jurnal

- Achmad, E. K., & Riduwan. (2014). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Akdon, & Riduwan. (2013). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Alfabeta.
- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 708–720. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.385>
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amira, A. A., & Syahputra. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Aplikasi Shopee Effect. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 1–13.
- Ardi, K. D., & Utami, B. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gopay (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Gunadarma)*.
- Armahadyani. (2017). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makan Pak Mur Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 3(2). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v3i2.253>
- Arthur, E., & Pudjihardjo, M. (2016). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Non Tunai (Apmk Dan Uang Elektronik) Terhadap Jumlah Uang Beredar (M1) Di Indonesia*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, 1–9.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Chesanti, P. C., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(1), 10–17. <https://doi.org/10.17509/jpp.v18i1.11064>
- Danang, S. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Dewi, K. I. L., Yulianthini, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bpjs Kesehatan Di Kota Singaraja. *Manajemen*, 5(2), 82–92.

- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding SENDI_U 2018, 2016*, 711.
- Eva, G., Soepono, D., & Kawet, R. C. (2021). *Pengaruh Motif Perilaku Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada Pt . Sinar Galesong Prima Cabang Boulevard Manado*. 9(3), 32–40.
- Fajri, I. (2018). Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Budaya Perahu Baganduang. *Journal of Marketing Communications*, 5(1), 1–15. jom.unri.ac.id
- Fiona, D. R. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37.
- Firmansyah, A. (2018). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Griffin, E. (2012). *In A First Look At Communication Theory (eight edition)*. McGraw Hill.
- Hasibuan, M. (2012). *Manajemen SDM (Edisi Revi)*. Bumi Aksara.
- Humairoh, Negara, A. K., & Immawati, S. A. (2020). Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 64–81. <https://doi.org/10.35138/organum.v3i2.104>
- Jumiarti, Saroh, S., & Hardati, R. N. (2021). Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren. *Jurnal JIAGABI*, 10(1), 148–154.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing (12th Edition)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran (Jilid I Edition)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Latief, F., & Dirwan. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>

- Lenzun, J. J., Massie, J. D. D., & Adare, D. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1237–1245. www.telkomsel.com
- Lintangsari, N. N., Hidayati, N., Purnamasari, Y., Carolina, H., & Febranto, W. (2016). *Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia*.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Salemba Empat.
- Mullins, J. W., & Walker Jr, O. C. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach* (8th Editio). McGraw-Hill International Edition.
- Muntazia, E., & Prihandini, D. (2020). Analisis Perilaku Konsumen pada Mini Market 212 Martujung Harapan Bekasi. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(2), 128–130.
- Novianti, L., & Sulivyo, L. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE MADE IN CHINA DI KECAMATAN CIKUPA KABUPATEN TANGERANG*. 2(2), 15–27.
- Priansa, donni juni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. CV Alfabeta.
- Rahmalia, P., & Chan, S. (2019). Pengaruh Service Quality dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada Pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 10(1), 66–76.
- Rahmatika, S., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening PLN Mobile. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1289–1303.
- Rinjani, D. (2019). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengguna PT . Kereta Api Indonesia (Persero) Medan-Tanjung Balai)*.
- Safitri, N., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Batu Bara. *Jurnal Ekonomi*, 26(1), 116. <https://doi.org/10.24912/je.v26i1.731>
- Salmah, N. N. A., Suhada, & Damayanti, R. (2021). Peran E-satisfaction dalam Memediasi Pengaruh E-service Quality Terhadap E-loyalty Pelanggan pada Toko Online Cilufio. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 132. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.191>
- Savitri, C., & Tuhagana, A. (2019). *Pengaruh E-Service Quality Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Jasa Pengiriman Paket Di Karawang*. 4(2), 159–175.

- Sedarmayanti, & Hidayat, S. (2011). *Metodelogi Penelitian*. Mandar Maju.
- Septiani, R. (2020). *Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*.
- Sopiah, S., & Hanafia, F. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 1, 1–13.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV.Afabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhendra, G., & Krisnadi, I. (2020). *Kekuatan Shopee Sebagai E-Commerce Terpopuler Di Indonesia Saat Ini*.
- Sukarna. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*. CV. Mandar Maju.
- Taufik, M. (2019). *Statistika Berbasis Software SPSS*. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/pendidikan/article/view/3170>
- Tazkiyyaturrohman, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v3i1.1240>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Pemasaran E-sesi dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Trisnawati, O. M., & Fahmi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2). <https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i2.116>
- Vicramaditya, P. B. (2021). *Informasi Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Ojek Online Kepuasan*. 10(2), 325–341. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2379>
- Winanto, G. R., Widiyana, M. E., & Novianidari, I. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen yang Menggunakan Aplikasi Ovo di Mall City of Tomorrow (Cito) Surabaya*. 1(November), 309–315412.
- Yulianto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–172.
- Zeithaml, V. . M. ., & Bitner, D. D. G. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (6th editio). Mc.Graw-Hill.

II. Peraturan, Kebijakan, dan Buku Pedoman

1. Undang-undang Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik dalam pasal 1 ayat 3

III. Website (situs web)

Husaini, A. (2020). *Snapcart Indonesia riset pertumbuhan e-wallet dalam tiga bulan, ini hasilnya.* KONTAN.CO.ID.
<https://keuangan.kontan.co.id/news/snapcart-indonesia-riset-pertumbuhan-e-wallet-dalam-tiga-bulan-ini-hasilnya>

Indonesia, B. (2020). *APA ITU UANG ELEKTRONIK.* Bank Indonesia.
<https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>

Lidwina, A. (2021). *Nilai Transaksi Uang Elektronik Naik 30% pada Awal 2021.* Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/04/nilai-transaksi-uang-elektronik-naik-30-pada-awal-2021>

Media Konsumen. (2021). MediaKonsumen.
<https://mediakonsumen.com/?s=shopeepay#gsc.tab=0>

Noviyanti, S. (2020). *Di Puncak 11.11, ShopeePay Sukses Jual Voucher Rp 1 hingga 12 Kali Lebih Banyak.* Kompas.Com.
<https://money.kompas.com/read/2020/11/20/160200126/di-puncak-11.11-shopeepay-sukses-jual-voucher-rp-1-hingga-12-kali-lebih-banyak>

Octavian, A. (2021). *Logo Alfamart Vektor AI.*
<https://www.masvian.com/2021/01/download-logo-alfamart-vektor-ai.html>

Shopeepay. (2021). *Belanja Murmer di Alfamart dengan Bayar Pakai ShopeePay!*
<https://shopee.co.id/m/shopeepay-alfamart-promo>