

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). *Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Di Bali*. Buletin Studi Ekonomi, Volume 25, Issue 1, hlm. 52–78.
- Bank Indonesia. (2016). *PBI No. 18 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran*. Indonesia.
- Bank Indonesia. (2017). *PBI No. 19 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial*. Indonesia.
- Bhakar, S. S., & Bhakar, S. (2020). *Impact of Price Promotion on Brand Equity Model: A Study of Online Retail Store Brands*. Journal of Content, Community and Communication, Volume 11. hlm. 124–142.
- Burhan, F. A. (2021). *Riset Awal 2021: Dompok Digital ShopeePay Kalahkan GoPay dan OVO*. Katadata.Co.Id. Diakses pada 5 Maret 2021, dari website: <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/603e0bea85b36/riset-awal-2021-dompok-digital-shopeepay-kalahkan-gopay-dan-ovo>
- Chae, M.-J. (2020). *Does Price Promotion Hurt Products' Perceived Quality? The Role of Attribute Alignability*. International Convergence Management Association, Volume 1, Issue 3, hlm. 9–21.
- Devita, V. D. (2020). *E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020*. iprice.co.id. Diakses pada 1 Maret 2021, dari website: <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>
- Djan, I. (2017). *The Analysis of Price , Promotion , and Place and Then To Effect on Consumer Decision Making*. Binaniaga, Volume 02, Issue 02, hlm. 65–72.
- Fajrin, A. (2020). *Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Volume 11, Issue 2, hlm. 201–223.
- Febriana, H., & Budhiarjo, I. S. (2020). *Pengaruh Promosi Go-Pay Terhadap Keputusan Pengguna Aplikasi Transportasi Online di Ruang Lingkup Universitas Pamulang (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen)*. Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi, Volume 4, Issue 2, hlm. 192–198.
- Galung, I. K. S., Mitriani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Kredit PT. BPR Sentral Ekonomi di Denpasar*. VALUES: E-Journal Unmas, Volume 1, Issue 1, hlm. 86–94.

- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares Regression and Structural Equation Models*. In Statistical Associates Blue Book Series 10 (Kindle). North Carolina: Statistical Associates Publishing.
- Hamdat, A., Arfah, Kusuma, A. M., Cahya, B. T., Sri, D., Sriwardiningsih, E., ... Dwita, V. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (1st ed.). Yogyakarta: Diandra Primamitra Media.
- Hoffmann, M., & Burananuth, N. (2019). *Promotion Mix Factor Relating With Seletion Decision Making*. International Academic Research Conference in Yunnan, page. 46–50.
- Keller, K. L., Parameswaran, A. M. G., & Jacob, I. (2015). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. (4th ed.) In Pearson. Uttar Pradesh: Pearson India Education Services Pvt. Ltd.
- Kinasih, A. H. S., & Prabawani, B. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Perawatan Kecantikan*. Jurnal Administrasi Bisnis, Volume IX, Issue III, hlm. 250–259.
- Kirana, E. K. (2018). *Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi*. Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 8, Issue 1, hlm. 37–46.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (7th ed.). Hoboken: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (15th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Lalwani, A. K., Wang, J. J., & Silvera, D. H. (2021). *Price Promotion (In)Frequency and Consumers' Brand Quality Evaluations*. Journal of the Association for Consumer Research, Volume 6, Issue 1, hlm. 91–101.
- Latief, F., & Dirwan. (2020). *Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital*. Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen, Volume 3, Issue 1, hlm. 16–30.
- Nababan, D. D., Riyanto, M., & Paniya. (2020). *The influence of Service Quality, Promotion, and Brand Image on Decision Making of Gojek Service Users to Students in Tembalang*. Jurnal JOBS: Business Administration Department, Polines, Volume 6, Issue 2, hlm. 111–122.
- Novri. (2020). *Survei Ipsos in Indonesia: ShopeePay Juarai Lansekap Dompert Digital di Indonesia*. overclockingid.com. Diakses pada 1 Maret 2021, dari website: <https://www.overclockingid.com/survei-ipsos-di-indonesia-shopeepay-juarai-lansekap-dompert-digital-di-indonesia/>
- Nurlina, Milasari, & Indah, D. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT . Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa*. Jurnal Samudra Ekonomika, Volume 3, Issue 1, hlm. 1–8.

- Perdana, F. I., & Hidayat, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT, Pos Indonesia Surabaya*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Volume 8, Issue 7, hlm. 1–18.
- Prihatini, D. N., & Hidayati, L. L. A. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi*. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing Of Modern Technology*, hlm. 505–517.
- Ramadhani, P. S., Ariningsih, E. P., & Wijayanti. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Helm Merek GM di Purworejo*. *SEGMENT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, hlm 1–17.
- Rambe, B. (2020). *Duren Sawit in Figures Dalam angka*. Jakarta Timur: BPS Kota Jakarta Timur: DKI Jakarta.
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research and Development*, 1st ed, Jambi: Pusat Studi Agama dan Masyarakat (PUSAKA).
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Malang: UB Press.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*, 1st ed, Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 25th ed, Bandung: Alfabeta.
- Wahyudah, S., & Rusnendar, E. (2015). *Pengaruh Inovasi Produk dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian LeaJeans Pada Store Bandung Indah*. *Prosiding Seminar Nasional 2015 Perkembangan Bisnis Ritel Dan Teknologi Informasi Di Indonesia*, hlm. 13–29.
- Wicaksono, M. B., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan M- Banking Mandiri di Jakarta Selatan*. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, Volume 2, hlm. 1090–1103.
- Yuvita, H., Wahab, Z., & Sulastri. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang)*. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume 9, Issue 3, hlm. 431–446.