

DAFTAR PUSTAKA

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). **Advertising and Promotion**. In Director (11th ed., Issue October). New York: McGraw-Hill Education.
- DERVAL, D. (2007). **Wait Marketing**. DervalResearch.
- Devita, V. D. (2020). E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020. Iprice.Co.Id. <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>
- Heryana, R. D. T., & Novianti, R. (2020). **Fenomena Cashless Society Di Era Ekonomi Digital**. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Houston, D. D. (2020). Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. **Medium**, 7(2), 55–67. [https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7\(2\).4094](https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7(2).4094)
- Junaidi, A. (2018). Pengaruh Pesan Iklan Televisi “ Dana App -Dompot Digital Indonesia 60s (2018)” terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi. **Prologia**, 512–518.
- Kornelius, S., & Moncrieff, C. (2014). **The Chancellor and Her World**. London: Alma Books.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). **Analisis Regresi (1st ed.)**. Jakarta: Kencana.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. **Jurnal Sains Manajemen**, 5(2), 137–160.
- Paul Baines, Chris Fill, K. P. (2013). **Essentials of Marketing**. OUP Oxford.
- Plummer, J. T. (1974). The concept and application of Intelligence Medicine. **Jurnal of Marketing**, 38, 33–37.
- Ramadhan, B. (2020). Pengguna Dompot Digital di Indonesia Mulai Tidak Terpengaruh Promo. Teknoia.Com. <https://teknoia.com/pengguna-dompot-digital-di-indonesia-mulai-tidak-terpengaruh-promo-cd5821edf144>
- Raza, A., Koondhar, M. Y., Khan, M. S., Shaikh, H., & Shah, A. (2019). An integrated model for Acceptance of QR code Mobile Payment System in Pakistan. **ICETAS 2019 - 2019 6th IEEE International Conference on Engineering, Technologies and Applied Sciences**. <https://doi.org/10.1109/ICETAS48360.2019.9117543>
- Silaen, S. (2018). **Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis (Revisi)**. Bogor: In Media.
- Silalahi, U. (2017). **Metode Penelitian Sosial Kuantitatif (N. F. Atif (ed.); 5th**

- ed.). Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2019a). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed.)**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (1st ed.)**. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyowati, R., Paais, L., & Rina, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital. **ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi**, 4(1), 17. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.323>
- Suryabrata, S. (2018). **Metodologi Penelitian**. Depok: Rajawali Pers.
- Tatik, S. (2008). **Perilaku Konsumen**. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2015). **Strategi Pemasaran (4th ed.)**. Yogyakarta: Andi Offset.
- Werang, B. R. (2015). **Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial**. Yogyakarta: Calpulis.
- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. **Sustainability (Switzerland)**, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>