

DAFTAR PUSTAKA

- Acelian, R. M., & Basri, H. A. (2021). Analysis of Sales Promotion , Perceived Ease of Use and Security on Consumer Decisions to Use DANA Digital Wallet. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(1), 1436–1441. <https://ijisrt.com/assets/upload/files/IJISRT21JAN622.pdf>
- Aydin, G. (2016). Adoption of mobile payment systems: a study on mobile wallets. *Pressacademia*, 5(1), 73–73. <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2016116555>
- Bismo, A., Sarjono, H., & Ferian, A. (2018). *Vol. 26 (t) april 2018. 26(April)*.
- Buchari, A. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.*
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital marketing: strategy, implementation and practice.*
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence.*
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan,. *Jurnal Ecodemica*, 4, 200–210.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Method & Partial Least Square (PLS).*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, 9th Edition, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*
- Hardi, V. (2021). Pengaruh Kinerja Layanan dan Promosi Ovo Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Ovo (Survey Pada Masyarakat Surabaya). *Commercium*, 03(3), 180–191.
- Hidayat, T., & Sukardi. (2019). JURNAL FOKUS, Volume 9, Nomor 2 September 2019. *Jurnal Fokus*, 9(September), 241–254.
- Iliyini, A., & Widiartanto. (2020). Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo Pt Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Surakarta). *Jurnal FISIP*, Universitas Diponegoro.
- Istiqomah, Y. N. A. (2015). The Influence of Marketing Mix (Product, Price, Place, and Promotion) and Service on Customer’s Decision of Using BSM Saving Products. *Islamic Economics and Business*, 151(2), 10–17.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited. <https://www.pdfdrive.com/principles-of-marketing-18th-edition-philip-kotler-gary-armstrong-d200969595.html>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of marketing* (11 ed.). *New York: Pearson International*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management, 15th Edition*. London: *Pearson Education, Inc.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management, Global Edition*. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22).
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA J.CO DONUTS & COFFEE SEMARANG. *Analytical Biochemistry*, *11*(1), 1–5. http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1_0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7_0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024_0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103_0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/
- Kurniawan, S. (2021). *Panduan Digital Marketing Untuk Pemula*.
- Latief, F., & Dirwan, D. (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>
- Lusiah. (2018). *Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Hasil Penelitian pada Mahasiswa Universitas Swasta di Kota Medan* (Vol. 44, Issue 8).
- Mahmud, M. (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: *Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN*.
- Muhammad Arief. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Perdagangan Kec. Bandar Kab. Simalungun. *Skripsi*.
- Nguyen, C., Nguyen, T., & Tran, T. (2020). The Determinants of Consumer's Intention to Use E-wallet: The Case Study of MoMo in Vietnam. *International*

- Journal of Advanced Science and Technology*, 29(3), 14284–14293.
https://www.researchgate.net/profile/Cuong_Nguyen52/publication/346579921_The_Determinants_of_Consumer's_Intention_to_Use_E-wallet_The_Case_Study_of_MoMo_in_Vietnam/links/5fc885f6a6fdcc697bd7a562/The-Determinants-of-Consumers-Intention-to-Use-E-wallet-The
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Putri, D. B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rinaldi, T. I., Syarief, N., & Pusporini. (2020). Analisis Keputusan Penggunaan Transportasi Online Grabcar. *Prosiding Biema*, 1(1), 160–170.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (n.d.). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, Yogyakarta: Deepublish.
- Rodiah, S., & Melati, S. I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80.
- Salmah, R. (2021). Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari'ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 798–805.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2473>
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Selemba Empat.
- Sarkam, N. A., Mohamad Razi, N. F., Mohammad, N. H., Jamil, N. I., & Kurniawati, L. (2022). Attitudes, Security, and Perceived Ease of Use Influence The Consumers' Decision to Use An E-payment System. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(3). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i3/12884>
- Setiawan, S. (2020). Analisa parsial model persamaan struktural dengan software SMART-PLS Versi 3. *Tutorial*, 1–95.
- Stankevich, A. (2017). Explaining the Consumer Decision-Making Process:

- Critical Literature Review. *Journal of International Business Research and Marketing*, 2(6), 7–14. <https://doi.org/10.18775/jibrm.1849-8558.2015.26.3001>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Suliyantono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Wahyuni, R. C., & Waloejo, H. D. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PT POS INDONESIA PASAR JOHAR KOTA SEMARANG*. 1–8.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Services marketing Eight Edition*.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–7.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services marketing. In *Business Horizons* (Vol. 51, Issue 3). <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.01.008>