

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., & Sutanto, T. E. (2015). *Statistika tanpa stres*. TransMedia.
- Adizka, F. (2020). *Pengaruh Sales Promotion terhadap Customer Loyalty Pengguna Aplikasi Mobile Payment, DANA*.
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan I-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna I-Saku Di Indomaret (Studi Pada Pengguna I-Saku Indomaret Kecamatan Watulimo Trenggalek). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Anifa, F., Anisa, A., Fadhila, N., & Prawira, I. F. A. (2020). Tingkat Kemudahan dan Manfaat pada Penggunaan Layanan Go-Pay bagi Minat Pengguna di Indonesia. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 37–49. <https://doi.org/10.35138/organum.v3i1.75>
- Ardilla, D. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Promosi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Via GOPAY. *STIE YKPN*.
- Arikunto. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Bank Indonesia. (n.d.). Elektronifikasi. Diambil 27 Juli 2023, dari <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>
- Belch, G. E., Belch, M. A., Guolla, M. A., Webb-Hughes, A.-M., & Skolnick, H. (2004). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (Vol. 6). McGraw-Hill/Irwin New York.
- DANA. (2020). DANA - Ini Lho 5 Manfaat Menjadi Bagian dari Cashless Society. Diambil 27 Juli 2023, dari <https://www.dana.id/blog/ini-lho-5-manfaat-menjadi-bagian-dari-cashless-society>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319–340.
- Fakta News. (2018). Tren Cashless Mulai Menjamur di Indonesia - Fakta News.

- Diambil 27 Juli 2023, dari <https://fakta.news/berita/tren-cashless-mulai-menjamur-di-indonesia>
- Ferdinand, A. (2002). SEM dalam Penelitian Manajemen: Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Semarang.
- Fiona, D. R. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26434>
- Haidari, M. B., Tileng, K. G., & others. (2018). Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, 4(1), 10–15.
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati, S. (2019). Analisis strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk batik pada PT. Dinar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01).
- Hermawan, A. (2020). *Penelitian Bisnis - Paragidma Kuantitati*. Jakarta: Grasindo.
- Imam, G. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam, G. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. ISBN, 979(015.1).
- Islamiah, M. H., Purwanto, I., Gunawardana, K. T., & Arrosyad, E. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2), 303–315.
- Iwan, H. (2020). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*.
- Jogiyanto Hartono, M. (Ed.). (2019). *Strategi Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Kurniawan, R. (2019). E-toll bakal lenyap dari sistem pembayaran tol, gantinya sistem cardless. Diambil dari Industri Kontan website: <https://industri.kontan.co.id/news/e-toll-bakal-lenyap-dari-sistem-pembarantan-tol-gantinya-sistem-cardless>
- 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: Jurnal Manajemen Unsera*, 5(2).
- Latief, F., Firman, A., & Dirwan. (2023). Keputusan Pengguna Gopay dari Aspek E-Service Quality , Promosi dan Harga. *Jurnal Ekombis Review*, 11(1), 391–400.
- Lestari, A. (2016). Pengaruh kepemimpinan partisipatif dan komitmen organisasi terhadap efektifitas implementasi rencana stratejik pada madrasah aliyah di kabupaten sukabumi jawa barat. *Jurnal Administrasi Pendidikan UPI*, 23(1), 114–129.
- Mahardita, H. R. (2017). Efektivitas dan Efisiensi Kerja Aparatur Sipil Negara di Sekretariat DPRD Provinsi Kalimantan Timur. *EJournal Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 133–144.
- Mufarrikoh, Z. (2019). *Statistika pendidikan (Konsep sampling dan uji hipotesis)*. Jakad Media Publishing.
- Prasetio, R., Laturette, K., & others. (2017). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada bisnis chepito tour \& travel. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(3), 332–341.
- 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>
- Purnama, N. I., & Putri, L. P. (2021). Analisis penggunaan E-commerce di masa pandemi. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora*, 1(1), 556–561.
- Putra, M. R. B. (2021). *Cashless Society : Antara Problematika Dan Efisiensi Penggunaan Uang Digital Di Kalangan Mahasiswa Universitas Pendidikan*. (December).
- Putri, A. E. N., & Handayani, T. (2021). Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Pada Generasi Milenial Di Kecamatan Johar Baru. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 35–43.
- Rahmawaty, S., Kartawinata, B. R., Akbar, A., & Wijaksana, T. I. (2021). The

- effect of e-service quality and E-trust on E-customer loyalty through E-customer satisfaction as an intervening variable (Study on gopay users in bandung). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 5495–5506.
- Rakhmat, C. A. (2012). *Pengaruh promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada starbucks coffee)*. Universitas Indonesia.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rasyadi, I., & Sutrisna, E. (2017). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Mobil Mitsubishi Tipe Pajero (Kasus Dealer Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru)*. Riau University.
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Saraswati, P. D. S. (2020). *Determinan minat penggunaan e-wallet OVO pada transportasi online Grab*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, D. (2016). Fintechfest, mempopulerkan teknologi finansial di Indonesia. Diambil 10 Maret 2023, dari arenalte website: <https://arenalte.com>
- Supriyanto, S., & Bodroastuti, T. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas (Studi Pada Karyawan Bagian Produksi PT Nusantara Building Industries). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, 1(1), 102884.
- Sutrayani, S., & Anggraini, D. (2021). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis*, 1(4), 565–573.
- Tjiptono, F. (2017). *Pelanggan puas? Tak cukup!* Yogyakarta: Andi.
- Umrati, & Wijaya, H. (2020). *Analisis Data Kualitatis Teori dan Konsep dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wibowo, A. P. (2021). *Pengaruh Promosi Cashback Terhadap Tren Gaya Hidup Cashless (Survei terhadap followers instagram DANA)*. Universitas

Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Wijaya, H., & others. (2020). *Analisis data kualitatif teori konsep dalam penelitian pendidikan*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.