

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad W R, Poluakan V, M, Dikayuana D, Wibowo H, & Raharjo T. (2019). *"Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0"*. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 187-197.
- Andrew Fernando Pakpahan, A. P. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. (A. Karim, & J. Simarmata, Penyunt.) Yayasan Kita Menulis.
- Bayu, D. (2022, Juni). *APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022*. Retrieved September 2022, from dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>
- CV. Media Sains Indonesia. (2020). *Brand Marketing: The Art Of BRANDING*. (S. M. Acai Sudirman, Ed.) Bandung: Media Sains Indonesia.
- Departemen Komunikasi. (2020, Desember). *Apa Itu Uang Elektronik*. Retrieved September 2022, from bi.go.id: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Dunia elektronik. (2021). *Apa Itu OVO ? Ini Penjelasan Lengkap dan Cara Menggunakannya*. Retrieved September 2022, from www.duniaelektronik.net: <https://www.duniaelektronik.net/apa-itu-ovo/>
- E., S., & P. B. (2019). *Pengaruh Presepsi Kemudahan Menggunakan E-wallet dan Presepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet OVO*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 155-163.
- Fauziah, N., & Mubarak D.A. A. (2019). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli: Studi Pada Produk Kecantikan*. *Image: Jurnal Riset Manajemen*(8), 37-44.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- IDCLOUDHOST. (2020, Oktober). *E-Money GO-PAY : Sejarah, Pengertian, Fitur, dan Pembayaran*. Retrieved September 2022, from idcloudhost.com: <https://idcloudhost.com/e-money-ovo-sejarah-pengertian-fitur-dan-pembayarannya/>
- Hardani, S. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif / Hardani, S.Pd.,M.Si*. Yogyakarta : Cv Pustaka Ilmu Grup, 2020.
- Jasmani. (2019, Januari). 24. *Pengaruh Product Development Dan Promotion Mix Terhadap Peningkatan Penjualan Yang Berdampak Pada*

Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Industri Baja Lapis Seng Di Indonesia). *Jurnal Ekonomi Efektif*(1), 69-84.

Jermawinsyah, Z. A. (2018). ***Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota .*** *Jurnal Manajemen Pemasaran*(12), 61-68.

Jovanna, D. M., & Hakimah, E. N. (2022). ***Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Fintech Gopay (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Nusantara Pgri Kediri).*** *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 852-856.

Komariah, K., Anastasya, M., & Mulia, F. (2022). ***Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Followers Instagram Paradise Cosmetic Pengguna Make Over di Sukabumi).*** *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*(6), 167-175.

Merek/Brand (Pengertian,Bagian,Fungsi, Jenis dan tahapan Perkembangan. (2022). Retrieved Oktober 2022, from www.kajianpustaka.com:https://www.kajianpustaka.com/2020/05/merek-brand.html

Miharni Tjokrosaputro, I. A. (2020). ***Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Trust dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Kompas Digital.*** *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*(4).

N, F., & Mubarak D. A. A. (2019). ***Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli: Studi Pada Produk Kecantikan.*** *Image : Jurnal Riset Manajemen*(8), 37-44.

Nurfitriyani, S. J. (2019, Oktober). ***Kelemahan dan Kelebihan e-wallet.*** Retrieved Oktober 22, 2022, from sis.binus.ac.id:https://sis.binus.ac.id/2019/10/19/kelemahan-dan-kelebihan-e-wallet/

Ni'mah, A., Robustin, T. P., & Hidayat, Z. (2019, July). ***Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Wardah Kosmetik Studi Kasus Pada Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang.*** In *Proceedings Progress Conference* (Vol. 2, No. 1, pp. 549-556).

Pahlevi, R. (2022, Januari). ***Survei DailySocial: OVO Jadi Dompot Digital Paling Banyak Dipakai Masyarakat.*** Retrieved September 2022, from databoks.katadata.co.id:https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompot-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat

Pahlevi, R. (2022, Juli). ***Survei KIC: Kalahkan ATM, Dompot Digital Jadi Produk Keuangan yang Paling Banyak Digunakan.*** Retrieved September 2022, from databoks.katadata.co.id:https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/17/survei-kic-kalahkan-atm-dompot-digital-jadi-produk-keuangan-yang-paling-banyak-digunakan

- Pangestika, T. K., & Khasanah, I. (2021). *Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Experience, Brand Trust, dan Brand Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Financial Technology: E-Wallet (Studi Pada Pengguna DANA di Kota Semarang)*. *Diponegoro Journal of Management*(10), 2.
- Perdana, R. E. (2020). *Analisis Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PD. Ikram Nusa Persada Kota Sukabumi*. *Journal of Management and Bussiness (JOMB)*.
- Prawira, A. N., & Setiawan, P. Y. (2021). *Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Sepatu Merek Nike*. *E-Jurnal Manajemen*(10), 1305-1324.
- Purnami, Ni Made, & Mujiati, N. (2019). *Customer Brand Engagement and Brand Loyalty Insurance in Bali Province*. *Journal of Business Management and Economic Research*(18).
- Rizki, M. (2020, september). *Riset e-Wallet Markplus, Inc.: Semakin Banyak Orang yang 'Hijrah' ke Pembayaran Digital di Masa Pandemi*. Retrieved September 2022, from [mobitekno.com: https://mobitekno.com/read/2020/02/09/riset-e-wallet-markplus-inc-semakin-banyak-orang-yang-hijrah-ke-pembayaran-digital-di-masa-pandemi/](https://mobitekno.com/read/2020/02/09/riset-e-wallet-markplus-inc-semakin-banyak-orang-yang-hijrah-ke-pembayaran-digital-di-masa-pandemi/)
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatifm Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- W, S., & Silintowe Y. B. (2020). *Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek*. *MODUS*(32), 25-41.
- Wulandari, E. N., & Sulistyawati, L. (2022, Februari). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Le Minerale (Studi Pada Mahasiswa Upn Veteran Jawa Timur)*. *Jurnal Ilmiah Indonesia*(7), 2011-2026.
- Vernadila, R. Y., & Realize. (2020, Agustus). *Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*(5), 633-646.