

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A., Dewi, I. S., Luh, N., Indiani, P., Kunci, K., Citra, :, & Kesadaran, ; (2022). *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AMDK AQUA*. 11(01). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Anestia, C. (2021, Juli 13). *Laporan BOKU : OVO Pimpin Pangsa Pasar "Mobile Wallet" di Indonesia* .
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. Dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 4, Nomor 3). <https://jurnal.universitaspuptrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Budirahardjo, M., & Laksmidewi, D. (2022). Faktor yang Mendorong Intensi untuk Melanjutkan Penggunaan Dompot Digital: Studi Pada Pengguna di Pulau Jawa. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.444>
- Chandra Cindy, K. (2019). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, dan Brand Loyalty terhadap Customer Purchase Decision* . 3(1).
- Hadya Jayani, D. (2019, September 5). *Metode Pembayaran E-Commerce Melalui E-Wallet Semakin Digemari*. databooks.
- Hasya, R. (2022, Juli 7). *Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022*.
- Izzuddin, A., Fisip, B., Veteran, U. ", & Jawatimur, ". (2022). *PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, DAN EKUITAS MEREK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SMARTPHONE*.
- Keller, K. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13 ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kristianti, I., Tulenan, V., Ekonomika, F., Bisnis, D., Kristen, U., & Wacana, S. (2021). *Dampak financial technology terhadap kinerja keuangan perbankan*. 18(1), 57. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>

- Rachmawati, S. D., Andjarwati, A. L., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2020). *Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan) (The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions (Study of JNE Express Users in South Surabaya))*.
- Sari, S., Jurusan Administrasi Niaga, D., Negeri Ujung Pandang, P., & Jurusan Administrasi Niaga, M. (2021). ANALISIS BRAND AWARENESS DAN PENGARUHNYA TERHADAP BUYING DECISION MOBIL TOYOTA CALYA DI MAKASSAR. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1). www.wartakita.id
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wahyu Safitri, N. (2020). *Survei pada Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris Interactive English Language Center di Surakarta dan Sukoharjo Tahun 2020*.
- Yessica, Y., & Sutanto, E. M. (2020). Faktor yang mempengaruhi pemilihan aplikasi pembayaran seluler. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 53. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2139>
- Yusi, V., Putri, E., & Hidayat, A. M. (2021). *THE EFFECT OF BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE ON DECISIONS TO USE GOPAY SERVICES (Study on Telkom University Students)*.