

DAFTAR PUSTAKA

- Ramadhani, Ayu Rizki. 2020. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen pada Go-Pay di Kota Medan*. Universitas Sumatera Utara
- Aditya, W., & Aghnia G, H. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Preferensi Konsumen GO-JEK di Kota Jakarta*. E-proceeding of Management. Vol.3, No.2
- Akbar, Subarka. 2020. *Analisis Faktor - Faktor Yang Di Pertimbangkan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi J&T Express (Studi Kasus Pada Konsumen J&T Express Dp Driyorejo Gresik)*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
- Risya, N. dan Estro, D.S. *Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran* (Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Vol. 20, No 1. 2020, ISSN : 2598-0157)
- Alma Buchari, 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Asra, Asra Abuzar. 2017. *Analisis multivariabel; suatu pengantar*. Bogor: In media
- Frank, Robert H. (2011). *Microeconomics and Behavior*. Eight edition, Mc.Graw. Hill International Edition
- Hermawan, Agus. 2013. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Dadang, I., & Novienti, E. 2014. *Analisis Preferensi Konsumen dalam penggunaan Social Masangger di Kota Bandung*. *Jurnal Manajemen Indonesia*. Vol 14. No. 2
- Indrawati. 2017. *Perilaku konsumen Individu*. Bandung: PT Refika Aditama
- Isnaini Arif. 2009. *Model dan Strategi Pemasaran*. Makassar
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2 edisi 13*. Alih bahasa Benyamin molan. Jakarta : Prehalindo
- Kotler, Philip dan Amstrong, gary. 2012 *prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, L (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, jilid 1 dan 2. Jakarta: Person Education
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media

- Manullag dan Esterlina. Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka
- Daud, A., Farida, N., Andriyansah, & Razak, M. (2018). **Impact of customer trust toward loyalty: The mediating role of perceived usefulness and satisfaction**. *Journal of Business and Retail Management Research*, 13(2). <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v13is02/art-21>
- Karnouskos, S., & Fokus, F. (2004). **Mobile Payment: A Journey through Existing Procedures and Standardization Initiatives**. *IEEE Communications Surveys & Tutorials, Fourth Qua.*
- Legris, P., Ingham, J., & Colletette, P. (2003). **Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model**. *Information and Management*, 40(3). [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00143-4](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00143-4)
- Permana, G. P. L., & Dewi, N. L. P. P. (2020). **ANALISIS FAKTOR PENGGUNAAN LAYANAN GO-PAY OLEH GENERASI MILLENNIAL DI KOTA DENPASAR**. *Widya Akuntansi Dan Keuangan*. <https://doi.org/10.32795/widyaakuntansi.v2i1.539>
- Priyono, A. (2017). **Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay**. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1). <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Manullag dan Esterlina. Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka
- Setiaji, Nugroho J. 2013 *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Sokwadji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra wacana media
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Suharno dan Sutarso, Yudi. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suharsini Arikunto. 2013. *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Semarang: Erlangga
- Surmawan Ujang, 2015. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Graha Indonesia

Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Titasari, Anugraheni Dyah. 2018. *Preferensi Konsumen Terhadap Media Sosial dalam Mencari dan Membeli Produk Secara Online*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol 21 No 02

Non-Buku :

<https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>

<https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>

<https://dailysocial.id/post/laporan-e-wallet-indonesia-iprice>

<https://selular.id/2019/08/iprice-top-10-e-wallet-di-indonesia-q2-2019/>

<https://www.merdeka.com/teknologi/dampak-pandemi-transaksi-Go-Pay-naik-27-kali-lipat.html>

<https://katadata.co.id/yuliawati/digital/5fad26a3c2db7/transaksi-gojek-tumbuh-10-Go-Pay-naik-2-kali-lipat-di-masa-pandemi>

<https://keuangan.kontan.co.id/news/pembayaran-digital-jadi-opsi-utama-saat-pandemi-transaksi-Go-Pay-naik>

<https://www.viva.co.id/digital/startup/1321575-transaksi-Go-Pay-meningkat-saat-pandemi>