

## DAFTAR PUSTAKA

- Abid, Muhammad Mim Farisal. & Purbawati, D. (2020). Pengaruh E-Security dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Fisip Undip. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Volume 9(Nomor 1), 93-100.
- Ali Hasan. 2018. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Cetakan Pertama. Media Pressdindo.
- Alwie, F. Pengaruh Sales Promotion dan e-Service Quality Terhadap e-Customer Satisfaction dan Dampaknya Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus e-Wallet ShopeePay).
- Amalia, A. D. (2017). Analisis Biaya Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Adel Aksesoris Palembang (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Anastasia, A., Istiadi, M., & Hidayat. (2010). QR Code Sebagai Inovasi Identifikasi Tanaman Bagi Pengunjung di Kebun Raya Bogor.
- Ardiyansyah, Robby. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli konsumen di Puspa Agro. *Jurnal Strategi Pemasaran*. Volume 3(Nomor 2).
- Arlisa, C. S., & Irda, I. (2021). PEPENGARUH HARGA, PROMOSI DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE (Studi Kasus Pada Online Shop Lazada Di Kota Padang). *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*. Volume 19(Nomor 2), 1-3.
- Bakhri, Vida Nafisa. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap Loyalty Intentions yang dimediasi oleh Variabel Perceived Value pada Situs Belanja Online Zalora (Studi pada Konsumen di Kota Malang). Volume 6(Nomor 2).
- Bank Indonesia (2019). Sistem Pembayaran Uang Elektronik. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/transaksi.aspx> pada 28 Desember 2020.
- Bank Indonesia. (2018). *Mengenal Financial Teknologi*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>, diakses pada 20 februari 2022.
- Baskoro Pratomo, Adin. (2016). One Time Password Berbasis Waktu dan Algoritma RSA sebagai Metode Autentikasi.

- Basyar, Khoirul. & Sanaji. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. Volume 8(Nomor 2), 204-217.
- D. K. Argitama, and S. Suryoko. (2020) Pengaruh *E-Service Quality* Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Gopay (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Volume 9 (Nomor 1). 80-84,
- Dailysocial, 2021 “Laporan DSInnovate: Fintech Report 2021”, <https://dailysocial.id/post/laporan-dsinnovate-fintech-report-2021>, diakses pada 8 Februari pukul 12.00
- Dailysocial. 2018. “Laporan DailySocial: Fintech Report 2018”, <https://dailysocial.id/post/fintech-report-2018>, diakses pada 15 Februari 2022 pukul 09.00
- Dailysocial. 2019. “Laporan DSResearch: Fintech Report 2019”, <https://dailysocial.id/post/fintech-report-2019>, diakses pada 8 februari 2022 pukul 10.27.
- Dailysocial. 2020. “Laporan DSResearch: Fintech Report 2020”, <https://dailysocial.id/post/fintech-report-2020>, diakses pada 8 februari 2022 pukul 08.45.
- Djaslim Saladin. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Agung Ilmu
- Doly Andika Ciputra, Rival. (2017). Implementasi One Time Password Mobile Token Dengan Algoritma Secure Hash Algorithm 1 (Sha1) Pada Login Website Pusdaskrimti Kejaksaan Agung Republik Indonesia.
- Engkus, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Governansi*. Volume 5(Nomor 2), 99-109.
- Ernestivita, Gesty. (2016). Analisis Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucoriners Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*. Volume 1(Nomor 2), 10-20.
- Fajrin, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Volume 11(Nomor 2), 201–223.

- Falah, Muhammad Nuril. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopeepay di Kota Malang Saat Pandemi Covid19. Volume 9(Nomor 2).
- Febrianto, Andi. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Untuk Belajar di Sma Darul Ulum 2 Jombang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Jombang), Volume 4(Nomor 1).
- 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*. Volume 9(Nomor 1), 1-9.
- Ghozali. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. *Jurnal Ilmiah Universitas Pandanaran*.
- Gultom, Melky. & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Smartphone Samsung Di Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Volume 9(Nomor 1), 169-178.
- Hutami, Lusya Tria Hatmanti & Septyarini, Epsilandri.(2018). Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Millennial Pada Tiga Startup “Unicorn” Indonesia Berdasarkan Modifikasi Tam. *Jurnal Manajemen*. Volume 8 (Nomor 2), 136-145.
- Ipsos. 2020 “Evolusi Dompot Digital Menuju Keberlanjutan Bisnis”, [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos\\_-\\_press\\_release\\_-\\_indonesian.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_-_press_release_-_indonesian.pdf) , diakses pada 19 Februari 2022.
- Jiwandono, Agung dkk. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Warung Bakso Tiara Kediri (Studi pada Konsumen Bakso Tiara Kediri di Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Volume 8(Nomor 9).
- Juniwati. 2015. Pengaruh Perceived Ease Of Use, Enjoyment Dan Trust Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening Pada Belanja Online. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*. Volume 4 (Nomor 1), 140-156.
- Kegiatan layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi (Financial Technology Peer to Peer Lending) di Indonesia pada saat ini masih diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan POJK No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, dan belum diatur secara rinci dalam Undang – undang khusus.

- KIC, Kredivo. 2021. “Metode Pembayaran Digital di E-Commerce dalam Setahun Terakhir”, <https://katadata.co.id/perilaku-ecommerce> ,diakses pada 19 Februari 2022.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.*Jakarta: PT. Indeks.
- Labibah, Zakiah. (2019). Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Daring Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Pembelian Ulang Pada Pemesanan Hotel Di Situs Traveloka (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Lintang, Rinal . (2016). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pacto Tour dan Travel Medan.
- Luthfiana, Nadya Andika & Hadi, Sudharto P (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan *E-service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Jurnal Ilmu dan Administrasi Bisnis.* Volume 8(Nomor 2).
- Mamonto, Felisa Windy dkk. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. Volume 9(Nomor 2), ISSN : 2303-1174.
- Manap, Abdul., 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran.* 1 penyunt. Jakarta: Mitra Wacana Media..
- Muharam, Rahmawati dkk (2018). Pengaruh Experiental Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada PT Karsa Utama Lestari. JAMBURA: *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.* Volume 1(Nomor 1), 55-72.
- P, I. B Panca Putra & Kusumadewi, Ni Made Wulandari. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen.* Volume 8(Nomor 8), ISSN : 2302-8912
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of service research*, 7(3), 213-233.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial. Indonesia.

- Pergiwati, Galuh. Endang. (2016). Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Dengan Status Sosial Ekonomi ke Bawah. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(3).
- Prathama, Frenky. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Agora*. Volume 7(Nomor 1).
- Puspitasari, Dessy. (2016). Kebijakan Pemasaran Sparepart Mobil pada PT. Duta Umindo Aditya di Pontianak, Volume 1(Nomor 3).
- Putra, Harianto Edi . (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bank Perkreditas Rakyat Eka Prasetya Medan.
- Ramadhan, Afif Ghaffar. & Santosa, S. B. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap minat beli ulang pada sepatu nike running di semarang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Management*. Volume6(Nomor 1), 59-70.
- Renedi, Wiki. (2020). Analisis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut) Terhadap Use Behaviour Digital Wallet (Application Based) Dengan Moderasi Gender dan Klasifikasi Usia.
- Rinjani, Dewi. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengguna PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan-Tanjung Balai).
- Risya Nurrohyani1\*, E. D. S. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*. Volume 20(Nomor 1).
- Safitri, Arini Nur. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*. Volume 1(Nomor 1), 1-9.
- Santi, Ellysa Rahma. & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'licious). *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*. Volume 4(Nomor 1), 47-56.
- Saragih, Michael Eliezer. & Hasbi, I. (2021). Pengaruh E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Linkaja. *eProceedings of Management*. Volume 8(Nomor 1).

- Satria, Arief Adi. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Volume 2(Nomor 1), 45-53.
- Sendi, Maria, & Vuspitasari, B. K. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Maria Snack. *Business, Economics and Entrepreneurship*. Volume 3(Nomor 2), 102-106.
- Setyarini, Maria Niken. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Pengetahuan Produk, Lingkungan Sekitar, Potongan Harga dan Kupon Pada Niat Beli Ulang Produk Revlon*.
- Silaen, Elsa. & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet Dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Volume 8(Nomor 4), 155-163.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung , Alfabeta
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. & Diana, A.(2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, fandy . (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, Ph.D. (2017). *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tondang, Berty Windi . (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata Mtc Giant Panam Pekanbaru. *JOM FISIP*. Volume 6: Edisi II.
- Umami, Elicha. (2018). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Repurchase Intention Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Online Shop Instagram di Kota Malang)
- Wulan dkk, (2019). Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 6(Nomor 1), 54-71.
- Yolanda & Wijanarko,Darmanitya Harseno.(2018). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. Volume 6 (Nomor 1A).