

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D., and P. P. Stephany. 2015. "Pengaruh Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) Dan Belanja Hedonis (*Hedonic Shopping*) Terhadap *Impulsive Buying* Produk Matahari Plaza Medan Fair Kota Medan *View Project*." *Jurnal Quanomic* Vol. III N. <https://www.researchgate.net/publication/322137478>
- Amel, A. F. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201–223. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.2.01>
- Anggaeni, M., N. Farida, and S. Listyorini. 2015. "Pengaruh *Perceived Value* Dan *Brand Image* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Word of Mouth* Sebagai Variabel Intervening Smartphone Samsung Galaxy Series." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 4(4): 191–98. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/viewFile/9289/9019>.
- beritasatu.com. 2021. Transaksi Uang Elektronik Gunakan Dompot Digital Meningkat. Diakses pada tanggal 14 Juli 2021, dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/752563/transaksi-uang-elektronik-gunakan-dompot-digital-menaingkat>
- bi.go.id. 2021. Jumlah Uang Elektronik Beredar. Diakses pada tanggal 14 Juli 2021, dari <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/layouts/download.aspx?SourceUrl=https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/Lists/Uang%20Elektronik%20Jumlah%20Beredar/Attachments/13/Jumlah%20Uang%20Elektronik%20Beredar%202021.pdf>
- Chesanti, P. C., and R. Setyorini. 2018. "Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi Pln Mobile." *Jurnal Penelitian Pendidikan* 18(1): 10–17. <https://ejournal.upi.edu/index.php/JER/article/download/11064/6751>.
- Cronin, J. J., and S. A. Taylor. 1992. "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension." *Journal of Marketing* 56(3): 55. [https://www.researchgate.net/profile/J-Cronin-Jr/publication/225083621\\_Measuring\\_Service\\_Quality\\_A\\_Reexamination\\_And\\_Extension/links/54fbd7a70cf20700c5e7dc4c/Measuring-Service-Quality-A-Reexamination-And-Extension.pdf](https://www.researchgate.net/profile/J-Cronin-Jr/publication/225083621_Measuring_Service_Quality_A_Reexamination_And_Extension/links/54fbd7a70cf20700c5e7dc4c/Measuring-Service-Quality-A-Reexamination-And-Extension.pdf).
- Fimela.com. 2019. Mengapa Perempuan Suka Kalap Saat Lihat Diskon? Ini Penjelasan Ilmiahnya. Diakses pada tanggal 3 Oktober 2021, dari <https://www.fimela.com/lifestyle/read/3994774/mengapa-perempuan-suka-kalap-saat-lihat-diskon-ini-penjelasan-ilmiahnya>
- Hutami, L. T., and E. Setyarini. 2018. "Intensi Penggunaan *Electronic Wallet* Generasi Millennial Pada Tiga *Startup 'Unicorn'* Indonesia Berdasarkan Modifikasi TAM." *Jurnal Manajemen* 8(2).

<https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/manajemen/article/download/702/339/>.

- infokomputer.grid.id. 2021. ShopeePay Gelar Kampanye 7.7 Juli Cashback Meriah, Ini Daftar Promonya. Diakses pada tanggal 19 Juli 2021, dari <https://infokomputer.grid.id/read/122764421/shopeepay-gelar-kampanye-77-juli-cashback-meriah-ini-daftar-promonya?page=all>
- iprice.co.id. 2019. Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia. Diakses pada tanggal 14 Juli 2021, dari <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- Irkham, A. 2020. "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna *Electronic Wallet (E-Wallet)* Di Kota Semarang." [http://lib.unnes.ac.id/35982/1/1511415085\\_Optimized.pdf](http://lib.unnes.ac.id/35982/1/1511415085_Optimized.pdf).
- Jannah. M. Z. 2019. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna *Website Banyuwangi Mall* Dengan Menggunakan Metode *End User Computing Satisfaction*. [https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/98122/Mei\\_Zahrotul\\_Jannah\\_-\\_152410101078.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/98122/Mei_Zahrotul_Jannah_-_152410101078.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- keuangan.kontan.co.id. 2020. Transaksi tumbuh signifikan, ShopeePay perkuat layanan. Diakses pada tanggal 19 Juli 2021, <https://keuangan.kontan.co.id/news/transaksi-tumbuh-signifikan-shopeepay-perkuat-layanan>
- Kotler, P., and G. Amstrong. 2008. 7 Manajemen Pemasaran *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*.
- Kotler, P, and K. L Keller. 2016. Marketing Management *Marketing Management*.
- Liputan6.com. 2020. Inilah Dompot Digital dengan Pertumbuhan Paling Pesat di 2020. Diakses pada tanggal 18 Juli 2021, dari <https://www.liputan6.com/on-off/read/4338554/inilah-dompot-digital-dengan-pertumbuhan-paling-pesat-di-2020>
- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37–42. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.23767>
- medcom.id. 2021. Naik Lagi, Transaksi Uang Elektronik di Mei 2021 Capai Rp23,7 Triliun. Diakses pada tanggal 2 Agustus 2021, dari <https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/8KyjO1ON-naik-lagi-transaksi-uang-elektronik-di-mei-2021-capai-rp23-7-triliun>
- mediaindonesia.com. 2021. Lima Dompot Digital Paling Banyak Digunakan selama Kuartal I. Diakses pada tanggal 14 Juli 2021, dari <https://mediaindonesia.com/ekonomi/394085/lima-dompot-digital-paling-banyak-digunakan-selama-kuartal-i>

- money.kompas.com. 2021. Dalam 3 Bulan Terakhir, ShopeePay Jadi Dompot Digital Paling Banyak Digunakan. Diakses pada tanggal 14 Juli 2021, dari <https://money.kompas.com/read/2021/03/02/123302226/dalam-3-bulan-terakhir-shopeepay-jadi-dompot-digital-paling-banyak-digunakan?page=all>
- Nunnally, J. C., and I. H. Bernstein. 1976. *PSYCHOMETRIC THEORY THIRD EDITION* McGRAW-HILL, INC.
- Panjaitan, J. E., and A. L. Yuliati. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung." *DeReMa Jurnal Manajemen* 11(2). <https://ojs.uph.edu/index.php/DJM/article/download/197/130>.
- pddikti.kemendikbud.go.id. Profil Perguruan Tinggi. Diakses pada tanggal 1 Agustus 2021, dari [https://pddikti.kemendikbud.go.id/data\\_pt/RTVFNzg2RkItQjhBNy00OUU2LUJBRDgtM0Q4RThFMEE0RUJG](https://pddikti.kemendikbud.go.id/data_pt/RTVFNzg2RkItQjhBNy00OUU2LUJBRDgtM0Q4RThFMEE0RUJG)
- Prasetyo, B., and Yunita, R. 2018. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 2(2): 57–65. <https://media.neliti.com/media/publications/258410-pengaruh-promosi-penjualan-terhadap-kepu-b6b2b59f.pdf>.
- Rahayu, E. 2018. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Customer Satisfaction* dan *E-Customer Loyalty* Pada Toko Online Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Toko Online Shopee). <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/40200/2/EVITA RAHAYU-FEB.pdf>.
- Raswendo. 2011. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Puti Minang Raja Basa Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* 44(8): 1–8. [http://repository.radenintan.ac.id/3318/1/SKRIPSI\\_RASWENDO.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/3318/1/SKRIPSI_RASWENDO.pdf).
- Santoso, A., and A. Aprianingsih. 2017. 6 JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT *The Influence of Perceived Service and E-Service Quality to Repurchase Intention the Mediating Role of Customer Satisfaction Case Study : Go-Ride in Java*. <https://journal.sbm.itb.ac.id/index.php/jbm/article/download/2138/1112>.
- Sartika, D. 2017. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen." *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* 2(1): 10–21. <https://media.neliti.com/media/publications/292285-analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-f39fa77c.pdf>.

- sevima.com. 2020. 5 Keuntungan Bayar Pakai Shopeepay, Mudah & Dapat Cashback. Diakses pada tanggal 19 Juli 2021, dari <https://sevima.com/5-keuntungan-bayar-pakai-shopeepay-mudah-dapat-cashback/>
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tegowati. 2016. “Minat Beli Ulang *Handphone* Evercoss Di Pusat Perbelanjaan *Handphone* WTC Surabaya.” *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* 2(2). <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/download/51/51>.
- Ye, L. R., and H. Zhang. 2014. “Sales Promotion and Purchasing Intention: Applying the Technology Acceptance Model in Consumer-to-Consumer Marketplaces.” *International Journal of Business* 4(3). [http://ijbhtnet.com/journals/Vol\\_4\\_No\\_3\\_May\\_2014/1.pdf](http://ijbhtnet.com/journals/Vol_4_No_3_May_2014/1.pdf).
- Zeithaml, V. A., A. Parasuraman, and A. Malhotra. 2002. “Service Quality Delivery through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge.” *Journal of the Academy of Marketing Science* 30(4): 362–75. [https://www.researchgate.net/profile/Arvind-Malhotra-2/publication/225427196\\_Service\\_Quality\\_Delivery\\_Through\\_Web\\_Sites\\_A\\_Critical\\_Review\\_of\\_Extant\\_Knowledge/links/0912f50b648ab945e8000000/Service-Quality-Delivery-Through-Web-Sites-A-Critical-Review-of-Extant-Knowledge.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Arvind-Malhotra-2/publication/225427196_Service_Quality_Delivery_Through_Web_Sites_A_Critical_Review_of_Extant_Knowledge/links/0912f50b648ab945e8000000/Service-Quality-Delivery-Through-Web-Sites-A-Critical-Review-of-Extant-Knowledge.pdf).