

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F., dan Haryoko, U. B., 2020. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Cabang Cikoko Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol 2, No. 2 : 280–286.
- Anastasia, T. I., dan Suwarno, A. E., 2022. Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Manfaat, Persepsi Harga, Risiko Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online. *Jurnal Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)*, No. 4 : 377-384.
- Annur, C. M. 2021. *ShopeePay Jadi E-Wallet Paling Favorit Konsumen untuk Kejar Promo*. [ShopeePay Jadi E-Wallet Paling Favorit Konsumen untuk Kejar Promo | Databoks \(katadata.co.id\)](#) . Diakses tanggal 3 Mei 2022.
- Aripin, Zaenal. 2021. *Marketing Management*. Deepublish, Yogyakarta.
- Asmarina, N.L., Yasa, N.K. dan Ekawati N.W. 2021. *Preceived Of Use dan Preceived Usefulness*. PT Mediatama Digital Cendekia, Tangerang.
- Astuti, M., dan Matondang, N., 2020. *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish, Yogyakarta.
- Astuti, I. S., dan Nugroho, E. S., 2021. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Go-pay. *Jurnal Manajemen*, Vol. 13, No. 1 : 26-36.
- Astuti, P. D et. al. 2022. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan pelanggan, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1 : 68-77.
- Bunyamin. 2021. *Manajemen Pemasaran*. CV Literasi Nusantara Abadi, Malang.
- Burhan, F. A. 2022. *Riset: OVO Paling Banyak Digunakan di 2021, Kalahkan Gopay-ShopeePay*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/61de64e13a3cd/riset-ovo-paling-banyak-digunakan-di-2021-kalahkan-gopay-shopeepay>. Diakses tanggal 5 Mei 2022.
- Candrianto. 2021. *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Literasi Nusantara, Malang.
- Fatihudin, D., dan Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish, Yogyakarta.
- Fatonah, F., dan Hendratmoko, C. 2020. Menguji Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan E-Money, *Jurnal Manajemen*, Vol. 12, No. 2 : 209–217.

- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Febriani, N. S., dan Dewi, W. W. A. 2018. *Teori dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press, Malang.
- Fiona, D.R., dan Hidayat, W. 2020. Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Penggunaan Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan gopay di Jabodetabek), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 1 : 333-341.
- Fontire, Group. 2022. *Komparasi Merek Index Kategori Minimarket*. Di <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>. Diakses tanggal 4 Juli 2022.
- Gunawan, Didik. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional, Padang Sidempuan.
- Ghozali, Imam. 2017. *Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali dan Fuad. 2014. *Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program LISREL 9.10*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handayani, T., dan Fathoni, M. A., 2019. *Manajemen Pemasaran Islam*. Deepublish, Yogyakarta.
- Haqiqi, Nurul, et al. 2020. Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Taman Sidoarjo, *Journal of Sustainability Business Research*, Vol. 1, No. 1 : 317–328.
- Haqqi, H., dan Wijayati, H., 2019. *Revolusi Industri 4.0 di Tengah Society 5.0*. Anak Hebat Indonesia, Yogyakarta.
- Hery. 2021. *Manajemen Perbankan*. PT Grasindo, Jakarta.
- Indrawati, L., dan Pattinama, M. M., 2021. Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana, *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 8, No. 1 : 16–21.
- Javier, F. 2022. *E-wallet Jadi Alat Pembayaran Digital Terpopuler di 2021*. Di <https://data.tempo.co/data/1316/e-wallet-jadi-alat-pembayaran-digital-terpopuler-di-2021>. Diakses tanggal 29 April 2022.
- Joo, Y. J, et al. 2018. Examination of Relationships among Students' Self-Determination, Technology Acceptance, Satisfaction, and Continuance Intention to Use K-MOOCs, *Journal Computers & Education*. vol. 122 : 1–24.

- Juniantara, I. M. A., dan Sukawati, T. G. R., 2018. Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 11 : 5955–5982.
- Kambolong, M., Nurjannah, dan Ambarwati, L., 2021. *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi*. Penerbit Qiara Media, Pasuruan.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. PT. Indeks, Jakarta.
- Larasati, Nur R., et al. 2021. Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Minat Penggunaan Ulang Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Magister Manajemen Angkatan 48 Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia, *Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, Vol. 8, No. 1 : 144–169.
- Laela dan Asdar, M. 2022. *Manajemen Pemasaran Digital*. PT Nasya expdaning Management, Pekalongan.
- Latief, F., et al. 2021. Determinan Minat Pengguna E-Wallet ShopeePay, *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, Vol. 5, No. 3 : 157–166.
- Lim, X. J., et al. 2021. The Effects Of Anthropomorphism Presence And The Marketing Mix Have On Retail App Continuance Use Intention, *Technological Forecasting & Social Change*. Vol. 168, No. 3 : 1–17.
- Mahemba, U.S., dan Rahayu, C.W., 2019. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta), *Seminar Nasional UNRIYO*. Vol. 3, No. 3 : 428-439.
- Marthalia, D., dan Kemas W. A. P., 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (Alfamart Talang Kelapa 2), *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol. 2, No. 2 : 16–29.
- Mawardani, F. dan Dwijayanti, R., 2021. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol. 9, No. 3 : 1455–1463.
- Morissan. 2018. *Manajemen Media Penyiaran*. Penerbit Kencana, Jakarta.
- Mulyani, A. T., 2020. Pengaruh Lingkungan Toko, Promosi penjualan, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di UD. Sumber Rejeki, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 5, No. 4 : 320-329.

- Munawaroh, Sulaksono, H. & Hidayah, T., 2021. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Harga, Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Online Travel Agency (Ota) Traveloka.com, *Jurnal Manajemen Bisnis dan Manajemen Keuangan*, Vol. 2, No. 1 : 2774-2229.
- Murwanti, S. & Pratiwi, A.P., 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Bengkel Motor Ahass Cabang UMS), *Jurnal Perkembangan Konsep dan Riset E-business di Indonesia*, Vol. 9, No. 4 : 207-227.
- Nidhom, Ahmad M. 2019. *Interaksi Manusia & Komputer*. Ahlimedia Book, Malang.
- Ningsih, M.W, Handoko, B., dan Putra, R. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Pada Mahasiswa UnHar Pelanggan Marketplace Online). *JAMEK (Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi dan Kewirausahaan)*, Vol. 02, No. 03 : 143-160.
- Nugroho. 2013. *Perilaku Konsumen* (Edisi Revisi). PT Kharisma Putra Utama, Jakarta.
- Nurmawati. 2018. *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*. MNC Publishing, Malang.
- Parhusip, A. A., et al. 2021. Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Dengan Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Belanja Online Lazada Di Kota Medan), *Accumulated Journal*, Vol. 3, No. 1 : 1-14.
- Prasetyo, B. D. et al. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press, Malang.
- Priskilia, dan Sitinjak, T. 2019. Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Ulang Layanan Go-pay di Wilayah Jakarta, *Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 1 : 13-33.
- Pujiati, N., 2020. Pengaruh Fluktuatif Harga Barang Pokok Dan Non Pokok Terhadap Permintaan Dan Penawaran, *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, Vol. 17, No. 2 : 16-27.
- Puspaningrum, Astrid. 2017. *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Media Nusa Creative, Malang.
- Rangkuty, Freddy. 2013. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rizal, Achmad. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish, Yogyakarta.
- Romli, Khomsahrial. 2017. *Komunikasi Massa*. PT Grasindo, Jakarta.

- Saputri, F. S., dan Rahardjo, S. T. 2020. Analisis Pengaruh Lingkungan Toko, Variasi Produk, Promosi Penjualan, dan Layanan Tenaga Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Alfamart H825 Semarang, Jawa Tengah), *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 9, No. 1 : 1-12.
- Sari, A.P., et al. 2020. *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Sari, M. A., et al. 2019. Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol. 18, No. 2 : 126–134.
- Setiadi, Nugroho. 2019. *Perilaku Konsumen*. Prenada Media, Jakarta.
- Sholihin, Riadhus. 2019. *Digital Marketing di Era 4.0*. Anak Hebat Indonesia : Yogyakarta.
- Sidanti, H. et al. 2022. The Effect Of Easy Perception And Security Perception On The Intention Of Using Shopeepay Through Attitude As Intervening Variables In Madiun, *International Journal Of Science, Tecnology & Management*, Vol. 3, No. 1 : 215–228.
- Sondak, C., Tumbel, A., dan Lintong, D. 2021. Analisis Pengaruh Promosi Penjualan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Indogrosir Manado, *Jurnal EMBA*, Vol. 9, No. 2 : 754-764.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, U. et al. 2013. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Penerbit IPB Press, Bogor.
- Supriadi. 2018. *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Guepedia, Bogor.
- Suryani, Tatik. 2017. *Manajemen Pemasaran Strategik Di Era Global*. Prenadamedia Group, Jakarta.
- Susilowati, N. & Wangi, N. B. S., 2017. *Kewirausahaan*. Ahlimedia Book, Malang.
- Tasnim, et al. 2021. *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Tecoalu, M. et al. 2021. The Effect of Ease of Transaction and Service Quality on Purchasing Decisions Mediated by Consumer Satisfaction (Studies on Okeped Jabodetabek Users), *PRIMANOMICS : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, Vol. 19, No. 2 : 1–13.
- Tingga, P. C. et al. 2022. *Seni Pemasaran Kontemporer*. CV Media Sains Indonesia, Bandung.

- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa*. CV Dani Offset, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Strategi Pemasaran*. CV Dani Offset, Yogyakarta.
- Tolle, H. dkk. 2017. *Pengembangan Aplikasi Perangkat Bergerak*. UB Press, Malang.
- Tonce, Y., dan Rangga, Y. D. P. 2020. *Minat dan Keputusan Pembelian*. CV Adanu Abimata, Indramayu.
- Ulum, M. dan Rahmawati, D. 2020. *Kewirausahaan Berbasis teknologi 4.0*. MNC Publishing, Malang.
- Waithaka, T. W., dan Wamala, M. L., 2020. Marketing Mix Strategy And Customer Satisfaction : A Case Of Mini Supermarkets In Nairobi County, *International Journal of Scientific and Research Publications*, Vol. 10, No. 3 : 58–70.
- Wahjono, S. I., et al. 2018. *Pengantar Bisnis*. Kencana, Jakarta.
- Walfajri, M. 2020. *Shopeepay Catat Transaksi di Alfamart Meningkatkan Hingga 27 Kali Lipat*. Di <https://keuangan.kontan.co.id/news/shopeepay-catat-transaksi-di-alfamart-meningkat-hingga-27-kali-lipat>. Diakses tanggal 3 Juli 2022.
- Wardhana, A., et al. 2021. *Consumer Behavior*. CV Media Sains Indonesia, Bandung.
- Wijaya, A., et al. 2021. *Ilmu Manajemen pemasaran : Analisis dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Wijayanti, Titik. 2014. *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Winata, V. P., et al. 2018. Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 2 : 203–210.
- Wiwoho, Gunarso. 2018. Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention Pengguna Aplikasi OVO, *Jurnal Fokus Bisnis*, Vol. 17, No. 01 : 53-61.
- Wulandari, A. et al. 2021. Pentingnya Kepuasan dan Kepercayaan Memediasi Keamanan Bertransaksi Terhadap Minat Beli Konsumen, *Jurnal Pengembangan Wisata*, Vol. 23, No. 2 : 1-14.
- Yudha, I. P., dan Suprati N., 2018. Pengaruh Atmosfer Toko dan Daya Tarik Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Ulang (di Matahari Mall Bali Galeria Kuta), *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 7, No. 7 : 1803-1834.

- Zahra, N. dan Sanaji. 2021. Peran Moderasi Motivasi Hedonis Pada Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Penggunaan Ulang Layanan Dompot Elektronik OVO (studi kasus kalangan milenial di Surabaya), *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9, No. 1 : 57-67.
- \_\_\_\_\_. 2021. *Buku Pedoman Penyusunan Skripsi*. Di <https://manajemen.feb.umk.ac.id/akademik/skripsi/panduan-skripsi>. Diakses tanggal 8 Maret 2022.
- \_\_\_\_\_. 2020. *Bank Indonesia (Bank Sentral Republik Indonesia)*. Di <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>. Diakses tanggal 25 April 2022.
- \_\_\_\_\_. 2021. *Pilih Mana : Alfamart atau Indomaret?*. Di <https://www.selera.id/pilih-mana-alfamart-atau-indomaret/>. Diakses tanggal 5 Juli 2022.
- \_\_\_\_\_. 2021. *Selamat Datang Di ShopeePay*. Di <https://shopeepay.co.id/> . Diakses tanggal 25 April 2022.
- \_\_\_\_\_.2023. *Alfamart*. Di <https://instagram.com/alfamart?igshid=MzRIODBiNWFIZA==> . Diakses tanggal 18 Juli 2023.