

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W & Hartono. (2015). *Partial Least Square : Alternatif Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Abdullah, Thamrin & Francis, Tantri (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Abdurrahman & Herdiana, Nana (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : Pustaka Setia.
- Agyapong, Kingsley. (2017). *The Effect of Marketing Strategy on Consumer Satisfaction Distance Education Perspective*. International Journal of Innovative Research and Development. 6(7)
- Alma, Buchari (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV.Afabeta.
- Arianto, R.A.P. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Persewaan Buku Kotaro Kota Madiun*. Journal Equilibrium. 5(106)
- Arokiasamy, A.R.A. (2013). *The Impact Of Customer Satisfaction On Customer Loyalty And Intentions To Switch In The Banking Sector In Malaysia*. The Journal F Commerce. (5)1
- Artika, Tia & Nelwan, O.S. (2018). *Pengaruh Strategi Pemasaran Kualitas Pelayanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Capital Indonesia Tbk Cabang Wisma Kodel*. Jurnal STEI Ekonomi. (27) 84-183
- Assauri, Sofjan (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Raj Grafindo Persada.
- Blanchard, Oliver (2015). *Sosial Media ROI : Mengelola dan Mengukur Penggunaan Media Sosial pada Organisasi Anda*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Chrismastianto, I. A. W (2017). *Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Bisnis (20)1 1979-6471
- Damayanti, Cintya. & Wahyono (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Management Analysis Journal 4(3) 240
- Darmawan (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ebitu, E.T (2014). *Marketing Strategies And Consumers' Satisfaction Of Cement Products In Calabar Nigeria*. British Journal Of Marketing Studies.(2)6 52-67
- Ghozali, Imam (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill (2002). *Customer Loyalty Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hadianti, Mutia (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Trengginas Jaya (Studi Kasus Outsourcing PT. Trengginas Jaya pada Asrama Putra Universitas Telkom Bandung 2019*. Universitas Telkom Bandung.
- Hermawan, Agus (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, Ratih. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha.
- Husodho, W. R (2015). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Obyek Wisata Dumilah Water Park Madiun*. Journal Equilibrium. 3(2)
- Indrawati (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung : Aditama.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary (2014). *Principles of Marketing* (12th ed.). Jilid 1 (Bob Sabran, Penerjemah.). Jakarta : Erlangga.

- Kotler, Philip & Amstrong, Gary (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13<sup>th</sup> ed.). Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K. L (2016). *Marketing Management* (15th ed). USA: Pearson Education, Inc.
- Manullang, Ida., M (2014). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan SIM Card Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara)*. Jurnal Manajemen Bisnis. (17)1
- Mardiana, Andi & Kasim, N. A. (2016). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Butik Busana Muslim Anisa Kota Gorontalo*. Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam. (1)2
- Masrohatin, Siti. (2015). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Loyalitas Konsumen*. Journal Al-Iqtishadi. (2)1 99-110
- Mubarok, Khusnul (2016). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Donatur Dompot Dhuafa Yogyakarta*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Nanle, Magji., Dele, A.O., & Sydney, A. (2015). *Effect of Marketing Strategy on Customer Loyalty in the Nigerian Oil and Gas Industry: The Mediating Role of Consumer Perceived Value*. International Journal of Investment Management and Financial Innovations. 1(4) 94-104
- Nanisih, Nur & Hardiyono (2019). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) 310 di Makassar*. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Kewirausahaan Massaro. (1)1
- Nugraha, Bayu., K (2015). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Kedai Alania*. Institut Pertanian Bogor.

- Oberiri, D. A. (2016). *Impact of Marketing Strategies on Customers' Satisfaction in Nigeria Bottling Company (NBC) Yola Depot 2008-2016*. Journal of Marketing and Consumer Research. 27
- Priansa, D. J. (2016). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, Duwi (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Pureklolong, Florensus (2017). *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen*. Universitas Sanata Dharma.
- Rahmiati, Mia (2012). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Universitas Indonesia.
- Rangkuti, Freddy (2017). *Customer Care Excellence*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Santosa, Paulus Insap. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan Smart PLS*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, A. C (2018). *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Basuki Rachmad Phone Cellular Tulungagung*. Institut Islam Negeri Tulungagung.
- Sarwono, Jonathan & Narimawati (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sarwono, Jonathan (2013). *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Setiadi, N. J (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Siregar, Syofian (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Sujarweni, Wiratna V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_ (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumanto (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta : CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Sunyoto, Danang (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- \_\_\_\_\_ (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Thamri, A., & Francis,R (2012) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Raj Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_ & Gregorius, Chandra (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, L.A., & Priansa, D. J (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Wijayanti, I. K., & Wahyono (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. Management Analysis Journal (4)1
- Yani, Andai (2015). *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pauw's Kopitiam Sungailiat Kabupaten Bangka*. Universitas Bangka Belitung.

- Yuniarti, V. S (2015). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ananta, Yanurisa (2019, Maret). “Ada 150 Juta Pengguna Internet OJK Dorong Peran Fintech”. (Diakses pada tanggal 7 September 2019 dari: [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com))
- Adminweb (2017, November). “Mahasiswa milenial dan karakter yang harus diketahui pihak perguruan tinggi”. (Diakses 20 November 2019 dari [www.sevima.com](http://www.sevima.com))
- Alamsyah, I. E (2019, Oktober). “Revolusi Industri 4.0”. (Diakses pada 15 November 2019 dari [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id))
- Anggraeni, Rina (2017, Juli). “Alasan Wanita Lebih Banyak Belanja Dibanding Pria”. (Diakses 20 November 2019 dari [www.lifestyle.sindonews.com](http://www.lifestyle.sindonews.com))
- Ariyanti, Fiki (2019, Januari). “Peran Penting Fintech ‘Primadona’ di Era Digital”. (Diakses pada tanggal 15 September 2019 dari: [www.cermati.com](http://www.cermati.com))
- AAPJI (2019). “Pengguna Internet di Indonesia”. (diakses pada tanggal 6 September dari: <https://apjii.or.id>)
- Bank Indonesia.go.id (2019). “Edukasi Perlindungan Konsumen Produk dan Jasa Fintech” (diakses pada tanggal 7 September 2019 dari: [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id))
- CNNIndonesia (2018, April). “Alasan Generasi Milenial Lebih Konsumtif”. (Diakses 20 November 2019 dari [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com))
- Dwinanda, Reiny (2019, Juli). “Dompot Digital Paling Sering Dipakai Untuk Transaksi Retail”.(Diakses 20 November 2019 dari [www.msn.com](http://www.msn.com))
- Emerald (2019). “Journal Marketing” (diakses pada tanggal 15 September 2019 dari [www.emerald.com](http://www.emerald.com))
- Hendra, Dimaz (2018, September). “QR Code Ovo Diperluas Hingga ke UKM Bandung”. (Diakses pada 12 November 2019 dari [www.swa.co.id](http://www.swa.co.id))
- Isna, D. T (2018). “Strategi 3 Pilar OVO Telurkan Pertumbuhan Signifikan”. (diakses pada tanggal 5 November 2019 dari [www.wartaekonomi.co.id](http://www.wartaekonomi.co.id))

- Jayani , D. H (2019, Agustus). “Daftar Dompot Digital Terbesar di Indonesia”. (Diakses pada 15 November 2019 dari [www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id))
- Katarina, Hendita (2018, Juni). “Perkembangan Media di Era Digital yang Maju” (diakses pada tanggal 6 September 2019 dari [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com))
- Movanita, A. N. K. (2019, Maret). “Perilaku Pembayaran Konsumen Pilih Tunai atau Nontunai?”. (Diakses pada tanggal 2 Desember 2019 dari [www.money.kompas.com](http://www.money.kompas.com))
- Oktagon, Daily (2019). “About US” (diakses pada tanggal 2 Oktober 2019 dari [www.daily.oktagon.co.id](http://www.daily.oktagon.co.id))
- OVO (2019). “About OVO” (diakses pada tanggal 4 September 2019 dari [www.ovo.id](http://www.ovo.id))
- Puspita, Putri (2019, Oktober). “UMKM bantu pertumbuhan ekonomi di Bandung”.(Diakses pada 12 November 2019 dari [www.tribunjabar.id](http://www.tribunjabar.id))
- Rahadian, Lalu (2019, Februari). “Industri Pembayaran Digital Bank dan Fintech Berebut Pasar”. (Diakses pada tanggal 17 September 2019 dari: [www.finansial.bisnis.com](http://www.finansial.bisnis.com))
- Rahayu , E. M (2019, Juli). “Survei Snapcart:Ovo Paling Banyak Digunakan Sebagai Dompot Digital”. (Diakses pada tanggal 15 September 2019 dari [www.swa.co.id](http://www.swa.co.id))
- Setyowati, Desy (2019, Agustus). “Persaingan Bisnis Dompot Digital Makin Ketat dan Mengerucut”. (Diakses pada tanggal 15 Oktober 2019 dari [www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id))
- Yudha, K. B. K. (2019, Maret). “Perbedaan E-Money Dan E-Wallet Dalam Mempermudah Transaksi”. (diakses pada tanggal 6 September 2019 dari: [www.finansialku.com](http://www.finansialku.com))