

DAFTAR PUSTAKA

- 3 Julukan Kota Bandung yang Terkenal, Tahu Artinya? (2019, 09 25). Retrieved from Infobdg.com: <https://www.infobdg.com/v2/3-julukan-kota-bandung-yang-terkenal-tahu-artinya/>
- Apa Itu Uang Elektronik. (2022, Januari 6). Retrieved from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Baskara, I. B. (2018). Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember).
- Belisa, N. (2018). Pengaruh Voucher Diskon Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Merchant Lokal Pekanbaru. *Ilmu Komunikasi*.
- Darwin, M., & dkk. (2020). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Devita, V. D. (2020). *E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020*. Retrieved from IPrice: <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>
- Effendy, F. (2020). Pengaruh Perceived Of Benefit Terhadap Niat Untuk Menggunakan Layanan DOMpet Digital di Kalangan Milenial. *Jurnal Interkom*.
- FinTech. (2022, Januari 5). Retrieved from FSB: <https://www.fsb.org/work-of-the-fsb/financial-innovation-and-structural-change/fintech/>
- Fintech Indonesia. (2022, Januari 3). Retrieved from ShopeePay: <https://fintech.id/id/member/detail/217>
- Fintech Indonesia. (Januari, 2022 7). Retrieved from <https://fintech.id/id/member/detail/80>
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BEBRASIS VARIAN: Konsep Dasar dan Aplikasi Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hardani, & dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Haryanto, A. T. (2022, Januari 7). *Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta*. Retrieved from Detikinet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta>
- Ismanto, J. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Pamulang: Unpam Press.
- Jayanti, N. A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Potongan Harga, Voucher Kupon dan Garansi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada pelanggan Toko Quds Textile Kota Malang). *JIAGABI*.
- Kotler, P., & Keller, H. (2016). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management 13e*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, J. (2021). Faktor Cashback Dalam Penggunaan Fitur Pembayaran Go-Pay Melalui Aplikasi Go-Jek Di Burger King Central Park. *Pariwisata*.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., & dkk. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*.
- Kusumaningrum, D. A., & Setiawan, P. D. (2021). Pengaruh Promo Cashback Berbagai Jenis e-Payment Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus : Chatime Indonesia) . *Jurnal Disrupsi Bisnis*.
- Lena, M. S., Netriwati, & Aini, N. R. (2019). *Metode Penelitian*. Malang: CV. IRDH.
- Nisa, C. (2021). Cash Back Return, Perceived Usefulness and Intention to Use M-Payment toward Customer Commitments in Dana Application in Surabaya City. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*.
- Nurrohyani, R., & Sihalo, E. D. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. *Ilmi Ekonomi dan Studi Pembangunan*.
- Pernanda, T., & dkk. (2021). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Diskon, dan Cashback, terhadap Konsumsi Mahasiswa Menggunakan E-wallet. *Journal of Business Administration (JBA)*.
- Pinem, R. J., & dkk. (2020). The Relationship of Cashback, Discount, and Voucher toward Decision to Use Digital Payment in Indonesia. *International Research Association for Talent Development and Excellence*.
- Prasasti, A., Aulisaina, F. I., & Hakim, M. R. (2021). Does Discount Matter in Indonesia e-Wallet Race: A Generation Z e-Wallet Preferences During Pandemics. *The Winners*.
- Prasetyo, E. B., & Zen, F. (2019). The Effect of Discount Price on Purchasing Intentions Through Consumer's Perceived. *Advances in Economics, Business and Management Research*.
- Priansa, D. J. (2014). *Perencanaan dan Pengembangan SDM*. Bandung: Alfabeta.
- Ramadhanty, D. A. (2022, Januari 9). *Ketahui 5 Dompot Digital Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2021*. Retrieved from Good News From Indonesia: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/11/24/ketahui-5-dompot-digital-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2021>
- Shopee Careers. (2022). Retrieved from <https://careers.shopee.co.id/about>
- Subaramaniam, K., & dkk. (2020). The Impact of E-Wallets for Current Generation. *Jour of Adv Research in Dynamical & Control Systems*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kulitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Surapati, U., & Syariful, M. (2020). Relation Between Consumer Behaviour, Discounts and Purchase Decision. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* .
- Uly, Y. A. (2022, Januari 5). *Melonjak 61,8 Persen, Transaksi Uang Elektronik Capai Rp 31,3 Triliun*. Retrieved from Kompas.com:
<https://money.kompas.com/read/2021/12/16/172015626/melonjak-618-persen-transaksi-uang-elektronik-capai-rp-313-triliun>
- Wangi, L. P., & Andarini, S. (2021). Pengaruh Flash Sale dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee. *Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* .
- Wijaya, S., & Yerikho, G. (2021). *Pajak Penghasilan : Perlakuan Cashback Oleh Perusahaan Dompot Digital*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wijaya, S., & Yerikho, G. (2021). *Pajak Penghasilan Perlakuan Cashback Olh Perusahaan Dompot Digital*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. S. (2020). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di BliBli.com). *Bisnis dan Pemasaran*.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal Of Management*.