

REFERENCES

- Adizka, F. (2020). *Pengaruh Sales Promotion Terhadap Customer Loyalty Pengguna Aplikasi Mobile Payment, DANA*.
<https://library.universitaspertamina.ac.id/xmlui/handle/123456789/1113>
- Adults, M. Y. (2020). Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 1–11. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21/>
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com. *Journal of Management*, 5(2), 1–15.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13857>
- Anwar, R. N., & Afifah, A. (2018). Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen*, 9(1), 46. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v9i1.1316>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit: Rineke Cipta.
- Beli, M., Pada, K., Hadji, P. T., & Palopo, K. (n.d.). *Zainuddin dan Nilam Cahya : Pengaruh Promo Penjual 1. 2*, 1–19.
- Br. Ginting, S. S. (2019). Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online (Studi pada Pengguna Aplikasi Lazada di Kecamatan Pancur Batu). *Universitas Sumatera Utara Repositori Institusi USU*.
- Cahya, D. (2017). *Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying di Giant Ekstra (Survey pada Konsumen Giant Ekstra di Hyperpoint Pasteur Bandung)*. 16–45.

- Fakultas Psikologi UGM. (2015). *Bab ii uji hipotesis komparatif. 1.*
- Hidayat, A. . P. L. (2007). *Penmbelian, promosi penjualan terhadap perilaku.*
- Irkham, A. (2020). *Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Electronic Wallet (e-Wallet) di Kota Semarang.* 1–63.
- Isnain Putra Baskara, Guruh Taufan Hariyadi, SE, M. K. (2014). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 15(2)*, 79499. <http://eprints.dinus.ac.id/id/eprint/8814>
- Jaya, R. C. (2015). Pengaruh Diskon Harga Dan Online Store Imagerterhadap Niat Beli Produk Pada Online Storehiffu Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun, 448*, 36–58.
- Jumpakita, R, Afrizal, T & Saputra, J (2020) The Relationship of Cashback, Discount, and Voucher toward Decision to Use Digital Payment in Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing.*
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012. *Principles Of Marketing*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philips. (2000). *Marketing Management. The Millinium Edition.* USA: Prentice Hall International Inc
- Lee; Wan. (2010). Customer Perceptions of E-Service Quality in Online Shopping. *International Journal of Retail and Distribution Management, 33(2)*, 2010.

- Lichtenstein, D. R., Ridgway, N. M., & Netemeyer, R. G. (1993). Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior: A Field Study. In *Source: Journal of Marketing Research* (Vol. 30, Issue 2).
- Lie, L. (2009). Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIV(2), 90–97.
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95/90>
- Oliver, J. (2019). Bab Ii Tinjauan Pustaka Aplikasi. *Hilos Tensados*, 1, 1–476.
[http://repository.potensi-utama.ac.id/jspui/bitstream/123456789/2990/6/BAB II.pdf](http://repository.potensi-utama.ac.id/jspui/bitstream/123456789/2990/6/BAB%20II.pdf)
- Pinem, R. J., Afrizal, T., & Saputra, J. (2020). The Relationship of Cashback, Discount, and Voucher toward Decision to Use Digital Payment in Indonesia. *Talent Development & Excellence*, 12(3), 2766-2774
- Pinem, R. J., Afrizal, T., Saputra, J.
- Ratih, Berlian, & Cindy (2017, April 1) Influence of Discount to Buying Interest (Studies at Discount on Bukalapak.com Television Advertising Version Online Shopping Day 2015 to Teenagers Buying Interest in Bandung).
- Saputri, A. F. B. A. (2015). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Resiko Kinerja terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia. In *Skripsi*.
- Sudrajat, R. H., Putri, B. P., & Putri, C. N. (2017). PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP MINAT BELI (Studi Pada Potongan Harga di Iklan Televisi Bukalapak. com Versi Hari Belanja Online Nasional 2015 terhadap Minat Beli Remaja di Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*, 4(1), 972–984.
<https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog.html>
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta..
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Tanzeh, A., & Arikunto, S. (2004). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 22–34.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.

Upaya, S., Permasalahan, S., & Ilegal, M. (2010). *Permasalahan arus...*, Muhammad Zein Latuconsina, *FISIP UI, 2010*. 59–93.