

DAFTAR PUSTAKA

- Amoroso, D., & Ackaradejruangsri, P. (2017). How Consumer Attitudes Improve Repurchase Intention. *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, 9(3), 38–61.
- Ardela, F. (2019). Definisi Cashback Adalah. Retrieved October 23, 2019, from Finansialku website: <https://www.finansialku.com/cashback/>
- Ariyanto, D. (2018). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Repurchase Intention E-Money. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(4), 538–589.
- Armstrong, G., Kotler, P., Trifts, V., & Buchwitz, L. A. (2017). *Marketing An Introduction* (6th ed.). Toronto: Pearson.
- Bagla, R. K., & Sancheti, V. (2018). Gaps in customer satisfaction with digital wallets : challenge for sustainability. *Journal of Management Development*, 37(6), 442–451.
- Chen, L. Y., & Wu, W. (2017). An Exploration of The Factors Affecting User's Satisfaction with Mobile Payments. *International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT)*, 9(3), 97–105.
- Christino, J. M. M., Silva, T. S., Cardozo, E. A. A., de Pádua Carrieri, A., & de Paiva Nunes, P. (2019). Understanding affiliation to cashback programs: An emerging technique in an emerging country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 78–86.
- DailySocial.id. (2018). *Fintech Report 2018*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Devita, V. D. (2019). Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia? Retrieved September 9, 2019, from iPrice website: <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- Dutta, B. (2016). Exploring the Factors of Consumer Repurchase Intention in Online Shopping. *International Journal of Computer Science and Information Security (IJCSIS)*, 14(12), 520–543.
- Ebert, R. J., Griffin, R. W., Starke, F. A., & Dracopoulos, G. (2017). *Business Essentials* (8th ed.). Toronto: Pearson.
- Ferdiana, A. M. K., & Darma, G. S. (2019). Understanding Fintech Through Go – Pay. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(2), 257–260.

- Ferdinand, A. (2014a). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014b). *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Doktor* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341.
- Firmansyah, & Dacholfany, M. I. (2018). *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam*. Metro: CV. Iqro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM* (7th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Fuad. (2014). *SEM Teori, Konsep dan Aplikasi dengan menggunakan Program LISREL 9.10* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, D. B., & Nugraha, A. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Sistem, dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Sakuku BCA. *Media Informatika*, 18(1), 42–61.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Bekasi: Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Firmansyah, A., Faldy, A., & Darmawan, I. Y. (2006). *Kajian Operasional E-Money*.
- Humbani, M., & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2).
- Jakpat. (2019). *Indonesia Digital Wallet Trend 2019*.
- Kasanah, A. (2015). *Penggunaan Metode Structural Equation Modeling untuk Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Perpustakaan dengan Program LISREL 8.80*. Universitas Negeri Semarang.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (15th ed.). Boston: Pearson.
- Kumar, A., Adlakaha, A., & Mukherjee, K. (2017). The effect of perceived security and grievance redressal on continuance intention to use M-wallets in a developing country. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7).

- Lestari, D. P. (2019). Pengertian Cashback, Jenis-Jenis Cashback, dan Bedanya Dibandingkan Diskon. Retrieved November 13, 2019, from BukaReview website: <https://review.bukalapak.com/finance/3-jenis-cashback-yang-perlu-kamu-tahu-agar-pengeluaran-membawa-keuntungan-66069>
- Li, Y. (2016). Empirical Study of Influential Factors of Online Customers' Repurchase Intention. *IBusiness*, 8, 48–60.
- Liao, C., Lin, H., Luo, M. M., & Chea, S. (2017). Factors influencing Online Shoppers' Repurchase Intentions: The Roles of Satisfaction and Regret. *Information & Management*, 54(5), 651–668.
- Lim, S. H., Kim, D. J., Hur, Y., & Park, K. (2018). An Empirical Study of the Impacts of Perceived Security and Knowledge on Continuous Intention to Use Mobile Fintech Payment Services. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1–13.
- Oghuma, A. P., Libaque-Saenz, C. F., Wong, S. F., & Chang, Y. (2016). An expectation-confirmation model of continuance intention to use mobile instant messaging. *Telematics and Informatics*, 33(1), 34–47.
- Pangestu, S. (2020). Riset: dompet digital mendorong Generasi Z lebih konsumtif. Retrieved May 5, 2020, from The Conversation website: <https://theconversation.com/riset-dompet-digital-mendorong-generasi-z-lebih-konsumtif-129243>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Putri, W. A. P. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa pada Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Kasus pada Pengguna Telepon Seluler di Surakarta)*. Universitas Sebelas Maret.
- Ramadhan, A. F., & Simanjuntak, M. (2018). Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, dan Konsep Diri. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 11(3), 243–254.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). New York: Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Setyowati, D. (2019). Persaingan Bisnis Dompet Digital Makin Ketat dan Mengerucut. Retrieved June 11, 2020, from Katadata website: <https://katadata.co.id/berita/2019/10/07/persaingan-bisnis-dompet-digital-makin-ketat-dan-mengerucut>
- ShopBack Indonesia. (2018). Hari Cashback Nasional 2018: Cashback Mulai jadi

Primadona Penarik Minat Masyarakat Berbelanja. Retrieved September 10, 2019, from ShopBack website: <https://www.shopback.co.id/blog/hari-cashback-nasional-2018-cashback-mulai-jadi-primadona-penarik-minat-masyarakat-berbelanja>

Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet Dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 155–163.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134–166.

Vana, P., Lambrecht, A., & Bertini, M. (2018). Cashback Is Cash Forward : Delaying a Discount to Entice Future Spending. *Journal of Marketing Research*, 55(6), 852–868.

Waluyo, M. (2016). *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM)*. Surabaya: UPN “Veteran” Jawa Timur.

Zaenuddin, A. (2019). GoPay di Google Play: Strategi si Raksasa Agar Tetap Berjaya. Retrieved June 11, 2020, from Tirto.id website: <https://tirto.id/gopay-di-google-play-strategi-si-raksasa-agar-tetap-berjaya-efoQ>

Zhao, H., Anong, S. T., & Zhang, L. (2019). Understanding the impact of financial incentives on NFC mobile payment adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 37(5).

www.bi.go.id

www.gojek.com