

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. 2011. *Strategic Market Management*. 4 ed. *Ansoff HI New York*. John Wiley & Sons, Inc.
- Abbas, A. 2017. Earning fraud and financial stability Sciences. *Asia pasific fraud journal*. *ACFE*.
- Amoroso & Prawoto 2011. *Pasar Modal di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Anderson, R.. & Srinivasan, S.S. 2003. E-satisfaction and e-loyalty: a contingency framework, *Psychology & Marketing*.
- Ayu, R.R. & Valentina, N. 2020. Sebagai Variable Intervening Pada Aplikasi Fintech Ovo. *Journal strategi marketingketing*.
- Bastian, D.A. 2014. Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1): 1–9.
- Businessnovice 2018. *Definition Of Cashless Society*. Retrieved from *businessnovice*.
- Candraditya, H. & Idris 2013. Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3): 2337–3792.
- Delgado, E. & Manuera 2015. Does Brand Trust Matter to Brand Equity? *The Journal of Product and Brand Management*.
- Ferrinadewi, E. 2011. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Firmansyah, M.A. 2018. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. edisi ke 8.
- Gumiwang, R. 2019. *Geliat DANA di Bawah Dominasi Gopay dan OVO*. Tirto.Id. Tersedia di <https://tirto.id/geliat-dana-di-bawah-dominasi-gopay-dan-ovo-egmo>.
- Hismendi 2016. E-Commerce: Model Interaksi Jual Beli (Studi Pada Pelaku Interaksi Jual Beli Melalui Internet). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1).
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2015. *Manajemen Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. *Marketing Management*. 15th Editi ed. New Jersey:

Pearson Prentice Hall, Inc.

- Nabila, F.A. 2019. Pengaruh Komunikasi Merek, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Melalui Media Online Terhadap Loyalitas Merek Pada E-Commerce. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 53(9): 1689–1699.
- Nalendra, A.R.A. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Im3 Madiun). *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer*, 3(2): 181–188.
- Qurbani, D. & Pasaribu, V.L.D. 2019. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Nasabah Prudential Syariah Pada PT. Futuristik Artha Gemilang (Studi kasus di kantor cabang agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3): 121.
- Ranjbarian, B., Fathi, S. & Rezaei, Z. 2012. Factors Influencing on Customers' E-Satisfaction: A caseStudy from Iran,. *Journal of contemporary research business, vol. 3 (9)*.
- Rif'ah, S. 2019. Fenomena Cahsless Society Di Era Milenial Dalam Persepektif Islam. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 2(1): 1.
- Riki Wijayajaya, H. & Tri Astuti, S.R. 2018. The Effect of Trust and Brand Image to Repurchase Intention in Online Shopping. *KnE Social Sciences*, 3(10): 915.
- Safarudin, A., Kusdibyoy, L. & Senalasar, W. 2020. Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology E-wallet. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 26–27.
- Schiffman, L. & Kanuk, L. 2015. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke 8 ed. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sitompul, E.F.D. 2018. *Pengaruh Brand Experience, Brand Trust, Dan Brand Value Terhadap Brand Loyalty Pada Kategori Marketplace (Studi Kasus Pada Generasi Youth, Netizen Dan Women) di Medan Selayang*. Universitas Sumatra Utara.
- Situmorang, S.H. 2017. *Riset Pemasaran*. Medan: USU Press.
- Soerfianto, Iswi, H. & Sefriani, C.Y. 2012. *Untung dengan Krtu Kredit, Kartu ATM dan Uang Elektronik*.
- Sugiyono 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A.. 2009. Reputation Driven Corporate Social Responsibility Pendekatan Startegic Management Dalam CSR. 13.
- Tazkiyyaturrohmah, R. 2018. Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1): 23.
- Wong, J. 2010. Internet Marketing for Beginners. *Belanja Elektronik*, 33.
- Wongso, D.A. 2020. Analisa user experience terhadap customer loyalty dengan trust sebagai variabel intervening pada aplikasi ovo digital payment. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1): 11.