

DAFTAR PUSTAKA

- A.H Dkk. (2020). Penambahan Fitur Voucher Digital Pada Aplikasi Mobile Media Promosi Elektronik Pelaku Usaha Di Kota Palembang, 18 (19)
- Abdul dkk, (2021). Implementasi Aplikasi Voucher Digital Sebagai Media Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Palembang, 3(3), 89-93
- Agency Beranda.2014. Perdagangan online: Cara BIsnis di Internet. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Aripin,Zaenal., Negara Padma Rizqi M (2021) Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku konsumen :Deepublish
- Budiastuti, Dyah, & Bandur, Agustinus. 2018. Validitas & Reliabilitas Penelitian Di Lengkapi Analisis Dengan NVIVO, SPSS, Dan AMOS. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media
- Damayanti Dkk. (2020). Rancang Bangun Sistem Pengukuran Keselarasan Teknologi Dan Bisnis Untuk Proses Auditing, 14(2), 92-97
- Dewi Dkk. 2021. Digital Marketing. Sidoarjo: Umsida Press
- Djohan, Agustinus Johannes. 2016. Manajemen Dan Strategi Pembelian. Malang: Media Nusa Creative
- Fitri Dkk (2021) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee, 9(3), 273-3901
- Florensia dkk. (2019). Pengaruh Pemberian Voucher And Gift Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Produk Food And Beverage di Alila Hotel Solo, 14(2)
- Hamdan dkk. 2021. Ilmu teknologi dan komunikasi. Bandung: Media sains Indonesia
- Haque-Fawzi, Marissa Grace, & Iskandar, Ahmad Syarief. 2022. Strategi Pemasaran Konsep Teori Dan Implementasi. Tangerang Selatan: Pascal Books

- Irwansyah Rudy, & Listya Khanti. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Yayasan Kita Menulis
- Kadir. 2010. *Statistika Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Rosemata Sampurna
- Kurnianingsih, Heny & Maharani, Trisna. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah, 12 (1).
- Leoni Dkk (2019) Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital GO-PAY, 8(2)
- Lubis Iman & Safii Mohamad. 2018. *Smart Economy*. Tangerang Selatan: PT Karya Abadi Mitra Indo
- Lumban Toruan, Enjelya Peronika. (2022). Literature Review Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi E-Commerce: Bisnis, Internet Dan Teknologi (Literature Review Perilaku Konsumen), 3(6).
- Mawardani, Fitri. & Dwijayanti, Renny. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee, 9(3)
- Mulyani, Sri & Haryanti, Intisari. (2020). Pengaruh Experiential Marketing dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Laki Lucky Babershop, 4(1)
- Program Studi Manajemen FEB Unmas Denpasar. 2020. *Manajemen Pemasaran Konsep Pengembangan Dan Aplikasi*. Bali: CV. Noah Aletheia
- Rian Dkk. (2022). Analisis Promosi, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Beat Oleh Mahasiswa Undhari, 6(3), 281-291
- Riana. Dkk (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di PT Sido Muncul Kebon Jeruk)
- Risha Dkk. (2022). Pengaruh Potongan Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital Shopeepay, 9 (2), 480 – 485

- Robaniyah, Latifah & Kurnianingsih, Heny. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo, 10 (1), 53-62
- Rodiah, Siti. & Melati, Inaya Sari. (2020) *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang*, 1 (2), 66-80.
- Romindo, Muttaqin dkk. 2019. E-commerce Implementasi Strategi Dan Inovasinya. Yayasan Kita Menulis
- Sahir, Syafrida Hafni. 2021. Metodologi Penelitian. Jogjakarta: KBM Indonesia
- Said, Miah & Saleh, Muhammad Yusuf. 2019. Konsep dan Strategi Pemasaran. Makassar: CV Sah Media
- Samirudin, (2023) *Manajemen Pemasaran Dan Nilai Pelanggan, Nas Media*
Pustaka
- Shim, A Terence. 2003. Periklanan Promosi Aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu, Jakarta: Erlangga
- Taan, Hapsawati. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen, 8 (1), 89-96
- Tajuddin dkk. 2026. Kesuksesan sistem informasi perguruan tinggi dan Good University Governance Sebuah kajian empiris di perguruan tinggi swasta, Malang: Universitas Brawijaya Press
- Tarjo. 2019. Metode penelitian sistem 3x Baca. Yogyakarta: Deepublish
- Wahyu Dkk. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Online Dan Marketplace Terhadap Tingkat Penjualan Produk Umkm Cn Collection Di Sidoarjo, 19 (3), 517-522
- Wong, Jony. 2010. Internet Marketing for Beginner. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Yuliarmi, Ni Nyoman, & Marhaeni, A Ain. 2019. Metode Riset Jilid 2. Bali: cv. sastra utama
- Yusra dkk. (2021). Penerapan Teknologi Augmented Reality Katalog Perumahan Sebagai Media Pemasaran Pada PT. San Esha Arthamas, 5(1), 62-71
- Zusrony, Edwin. Perilaku Konsumen Di Era Modern. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik