

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. (2011). *Manajemen ekuitas merek (Aris Ananda, ed.)*. Jakarta: Mitra Utama.
- AFTECH. (2021). Asosiasi Fintech Indonesia.
- Ariprabowo, T. (2007). Analisis brand image handphone merek nokia terhadap loyalitas pelanggan di kecamatan kebomas kabupaten gresik. *Jurnal Logos*, 5(1).
- Astuti, N. (2016). Hubungan citra merek dengan loyalitas merek pada konsumen, 4(3), 432–438.
- Asy'ari, A. H., & Jayen, F. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas merek handphone merek samsung di kalimantan selatan. *JURNAL PUNDI*, 3(3), 235. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.198>
- Azwar, Saiffudin. (2016). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, Saiffudin. (2018). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, Saifuddin. (2019). *Metode penelitian psikologi (II)* (2 ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Davis, S. (2001). *Brand asset management: driving profitable growth through your brands. journal of services marketing* (Vol. 15). Jossey-Bass. <https://doi.org/10.1108/jsm.2001.15.2.160.1>
- Dewi, E. T. K., Agoestanto, A., & Sunarmi. (2016). Metode least trimmed square (lts) dan mm-estimation untuk mengestimasi parameter regresi ketika terdapat outlier. *Journal of Mathematics*, 5(1), 47–54.
- Dewi, V. I. (2006). Perkembangan sistem pembayaran di indonesia. *Bina Ekonomi*, 10(2). <https://doi.org/10.26593/be.v10i2.667.%p>
- Doostar, M., Asil, S. M. noe pasand, & Behrang, N. (2013). Factors and elements influencing brand loyalty: A case study in customers of Khazar gaz in Mazandaran. *International Journal of Agriculture and Crop Sciences*, 6(11), 712–715.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & psikologi konsumen : implikasi pada strategi pemasaran*. Jakarta: Graha Ilmu.

- Field, A. P. (2005). *Discovering statistic using spss (and sex, drugs & rock'n'roll)* (3rd ed.). Los Angeles: Sage Publications.
- Goenawan, S. I., Natalia, C., Sejahtera, F. P., & Angela. (2021). Analisa timbangan data dampak positif dan negatif dompet digital. In *Menuju Society 5.0: Teknologi Cerdas yang Berpusat pada Manusia* (hal. 1–8). Diambil dari <https://journal.unpar.ac.id/index.php/ritektra/article/view/4851>
- Haryati, D. (2021). Fenomena cashless society pada generasi milenial dalam menghadapi covid-19. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 32–37. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.202>
- Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, & Irianto Djatikusumo. (2020). Minat penggunaan cashless payment system – dompet digital pada mahasiswa di fe unj. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.011.1.01>
- Ipsos. (2021). *The evolution of the digital wallet: driving the next wave of growth*.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity*. <https://doi.org/10.1108/jcm.2000.17.3.263.3>
- LinkAja. (2021). About.
- Loudon, David L; Bitta, A. J. Della. (1993). *Consumer behavior: concepts and applications*. New York: McGraw-Hill.
- Lusiah. (2018). *Loyalitas pelanggan*. Yogyakarta: deepublish.
- Marconi, J. (1993). *Beyond branding : how savvy marketers build brand equity to create products and open new markets*. Chicago: Probus Publishing Company.
- Mowen, John C.; Minor, M. (1997). *Consumer behavior (Fifth Edition)* (Fifth Edit). New Jersey: Prentice Hall.
- Rahayu Ginantra, N. luh wiwik sri, Simarmata, J., A.purba, R., Yusuf Tojiri, M., Duwila, A. A., Noor, H. S., ... Siswanti, I. (2020). *Teknologi finansial: sistem finansial berbasis teknologi di era digital*. Diambil dari [https://www.google.co.id/books/edition/Teknologi\\_Finansial\\_Sistem\\_Finansial\\_Ber/3gn1DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Teknologi_Finansial_Sistem_Finansial_Ber/3gn1DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)
- Rangkuti, F. (2004). *The power of brand: teknik mengelola brand equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Rehman, A., Ahmad, H. M., & Mir, I. A. (2012). Factors affecting brand loyalty: a perspective of fast food restaurants. *Actual Problems of Economics*, (130), 13-20.
- Rizal, A., Fanani, D., & Pangestu, E. (2019). Analisis pengaruh brand image dan persepsi harga terhadap konsumen. *Malang: Universitas Brawijaya*.
- Salah Uddin, M., & Yesmin Akhi, A. (2014). E-wallet system for bangladesh an electronic payment system. *International Journal of Modeling and Optimization*, 4(3), 216–219. <https://doi.org/10.7763/ijmo.2014.v4.376>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen: pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). *Consumen behaviour*. Pearson Education.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku konsumen: konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian*. Jakarta: Prenada Media Jakarta.
- Setyawan, D., Hapsari, A., & Prianto, R. (2015). Pengaruh manfaat merek, kekuatan asosiasi merek, dan keunikan merek terhadap loyalitas konsumen dalam membeli air minum kemasan merek aqua di kecamatan semarang barat. *Bisnis Manajemen*, 5, 65–72.
- Sheth, J. N., Mittal, B., & Newman, B. I. (1999). *Customer behavior: consumer behavior & beyond*. Ohio: Dryden Press. Diambil dari [https://books.google.co.id/books?id=%5C\\_53ZQwAACAAJ](https://books.google.co.id/books?id=%5C_53ZQwAACAAJ)
- Snapcart. (2021). Cashless, but not clueless.
- Subari, S. M. T., & Ascarya. (2017). *Kebijakan sistem pembayaran di indonesia - Google Books*. Diambil dari [https://www.google.co.id/books/edition/Kebijakan\\_Sistem\\_Pembayaran\\_di\\_Indonesia/rZrWDgAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&bsq=konsep+pembayaran](https://www.google.co.id/books/edition/Kebijakan_Sistem_Pembayaran_di_Indonesia/rZrWDgAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&bsq=konsep+pembayaran)
- Sugiyono, D. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r & d / Sugiyono*. Bandung: Alfabeta. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2001). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing strategy top brand indonesia*. Yogyakarta. Yogyakarta: ANDI.

- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
- Tri Inda Fadhila Rahma. (2018). Persepsi masyarakat kota medan terhadap penggunaan financial technology. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 184. <https://doi.org/10.30821/ajei.v3i1.1704>
- Ujang, S. (2011). *Perilaku konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- USMAN, R. (2017). Karakteristik uang elektronik dalam sistem pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134. <https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>
- Uyun, I. N., & Puspitadewi, N. W. S. (2021). Hubungan antara citra merek dengan loyalitas merek pada mahasiswa psikologi unesa pengguna kosmetik x. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(1), 3–64.
- Widhiarso, W. (2010). Membuat kategori skor hasil pengukuran dari skala. *Fakultas Psikologi. Universitas Gajah Mada*, 1, 1–3.
- Yani Restiani Widjaja. (2016). Loyalitas merek sebagai dampak dari kepuasan konsumen. *Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), 1–13.
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh brand image (citra merek) terhadap loyalitas konsumen produk oli pelumas evalube di kota langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>
- Zhang, Y. (2015). The impact of brand image on consumer behavior: a literature review. *Open Journal of Business and Management*, 58–62.