

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2019). *Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*.
- Aprianto, R. (2016). Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Bnj Elektronik Kota Lubuklinggau. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 02(01), 41–63.
- Azmy, A., Subakrie, P., & Azhari, M. Z. (2020). Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen The Factors That Influence Consumer Satisfaction On Gopay. *Bisma: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 10–18.
- Basuki, K., & Devi, N. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Pt. Allianz Life Indonesia Di Jakarta Kustiadi. *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 3(2), 74–88.
- Budiyanto, A. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di PT. Yerry Primatama Hosindo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(3), 71–80.
- Dewi, M. N. (2015). Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–13.
- Farida, N. (2014). Analisis Model Kepuasan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 5(2), 200–208.
- Firmansyah, D. M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (1st ed.). Penerbit Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(2015), 64–74.
- Hassan, S. H., Ramayah, T., Mohamed, O., & Maghsoudi, A. (2015). E-lifestyle, customer satisfaction, and loyalty among the generation Y mobile users. *Asian Social Science*, 11(4), 157–168.
- Irawan, Y. C., & Junaedi, M. S. (2016). *Pengaruh E-Lifestyle Pada Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Internet Generasi Y. 2015*, 1–13.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (13th ed.). Erlangga.
- Kurniawan, D. E. A., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). Pengaruh International Brand Image dan Persepsi Harga Minat Penggunaan Ulang (Survei pada Konsumen Layanan GrabCar di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 65(1), 9–16.
- Kusumodewi, G., & Sudarwanto, T. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk & Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Mirota Surabaya. *Program Studi Tata Niaga Universitas Surabaya*, 1–9.
- Mahardika, R. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Sepeda Motor Kawasaki di Kabupaten Kudus)*.
- Muchsin. (2017). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen Blackberry di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. *Visioner & Strategis*, 6(1), 85–89.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). *Online Shopping Di Kota Makassar*. 5(1), 113–132.
- Pratidina, N. G. A., & Soesanto, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tisu Tessa Melalui Citra Merek (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management*, 7(3), 1–11.
- Pratiwi, M. Y., Soekotjo, H., & Triyonowati. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Idjen Premier Sports Club Di Malang. *Jumbo*, 3 No.2.
- Rangkuti, F. (2004). *Flexible Marketing*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rohmah, M. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia. *Jom Fisip*, 5, 1–13.
- Rosalina, F., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang (Survei pada Konsumen Jasa GrabCar di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(1), 139–148.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* (Revisi). PT Kharisma Putra Utama.

Suastini, I. A. K. S., & Mandala, K. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(1), 84.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Ke-3)*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. ANDI.

Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *EMBA, Vol.3 No.2(Juni)*, 1073–1085.

Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0 (Pertama)*. UPP STIM YKPN.

Yudha, I. P. G. M. K., & Suprpti, N. W. S. (2018). Pengaruh Atmosfer Toko Dan Daya Tarik Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang (Di Matahari Mall Bali Galeria Kuta). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 1803.

<https://tirto.id/gopay-vs-ovo-mana-yang-kini-berhasil-merebut-hati-pengguna-ecHz>. Diakses pada tanggal 22 November 2019.

<https://www.bi.go.id/>. Diakses pada tanggal 22 November 2019.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/05/penetrasi-smartphone-terhadap-jumlah-penduduk-indonesia/> Diakses pada tanggal 22 November 2019.

<https://katadata.co.id/berita/2019/09/25/ovo-jadi-dompert-digital-terbesar-di-indonesia-berkat-ekosistem-grab>. Diakses pada tanggal 22 November 2019.

<https://www.ovo.id/>. Diakses pada tanggal 22 November 2019

[https://id.wikipedia.org/wiki/OVO_\(pembayaran\)](https://id.wikipedia.org/wiki/OVO_(pembayaran)). Diakses pada tanggal 22 November 2019

<https://analisa.id/sejarah-panjang-ovo-startup-unicorn-kelima-indonesia/09/10/2019/>. Diakses pada tanggal 22 November 2019

<https://www.idntimes.com/business/finance/isidorus-rio/ceo-ovo-di-ims-2019-bank-dan-fintech-tidak-perlu-dianggap-kompetitor/full>. Diakses pada tanggal 20 Februari 2020.