

## DAFTAR PUSTAKA

- Anon. 2019. "Strategi Promosi, Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota (Studi Pada Konsumen Mobil Toyota Di Manado)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7(1).
- Agus Hermawan (2012), *Komunikasi Pemasaran Digital*.
- Ansori (2019) *Perkembangan dan Dampak Financial Technology terhadap Perilaku Manajemen Keuangan di Masyarakat*.
- Ardhya, Bella Nanda. 2019. "Pengaruh Promo Terhadap Minat Beli Konsumen (Study Pada Promosi, Cashback Dan Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Di Restaurant Mister Baso Di Mall CBD Cileduk)." *Indikator: Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 3(3):128–40.
- Arikunto, S., & Safruddin, C. (2021). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Aust, Franz A. 1911. "The Electrical Discharge between a Pointed Conductor and a Hemispherical Surface in Gases at Different Pressures." *Physical Review (Series I)* 32(2):254–55. doi: 10.1103/PhysRevSeriesI.32.254.
- Aziah, Ayu, and Popon Rabia ADAWIA. 2015. "Strategi Pemasaran." *Yogyakarta: Andi*. 18(2):149–56.
- Acceptence of Information Technology*. MIS Quarterly. Vol. 13 No. 5 pp: 319- 339.

Balqis, Tsamara. 2021. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology (FINTECH)*. (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh.

Bank Indonesia, Edukasi Produk Jasa Fintech, di akases 01 April 2023 dari <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-jasasp/fintech>.

Bank Pusat Statistik Palembang Kota (2020), di akses 06 April 2023 dari <https://Palembangkota.bps.go.id/indicator/12/167/1/Jumlah-pendudukpalembang>. Davis, Fred D. 1986. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User*.

Ferdinand (2014), Minat Beli Konsumen dalam membeli suatu produk berdasarkan pengalam memilih dan menginginkan suatu produk.

Heni Puji Lestari, Kusni Hidayatin Ali Rasyid (2016) Pengaruh Program Cash Back Dan Transfer Payment Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Pada Pt. Istana Deli Kencana Medan.

Islami, Dwi Rahmat, and Yuni Sulistyowati. 2016. "Aplikasi Penjualan Pulsa Online Menggunakan Payment Gateway." *Jurnal Informatika Dan Multimedia* 08(01):41–50.

Islami,M., Asdar, M.,& Baumassepe, A.N. (2021) *An of Perceived Usefulness and ease of use to the actual system usage through Attitude Using Online Guidance Application*. Vol.3 No 1.February.

Julianti (2014), Pengaruh Green Marketing Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Mediasi Minat Membeli Konsumen Sariayu Martha Tilaar Di Kota Jember

Kurniawati, Dewi, and Nugraha Arifin. 2015. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dan Minat Beli Mahasiswa.” *Jurnal Simbolika* I:193–98.

Kusumaningrum, Dewi Ayu, and Suci Sandi Wachyuni. 2020. “Promo Cashback Gopay Terhadap Minat Beli Bubble Drink (Studi Kasus : Yu Cha Indonesia, Pluit).” *Journal of Tourism and Economic* 3(1):23–30. doi: 10.36594/jtec.v3i1.51.

Kumala, Pranata dan Sienny Thio. 2020. *Pengaruh perceived Usefulness, Perceived ease of Use, Trust, Dan security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya*. Journal Manajemen Perhotelan. Vol. 6,No 1,Maret.

[Kompasiana.com/sela2345/6476dfd908a8b5019f3a00b2/pembayaran-digital-dalam-pandangan-islam-mengintegrasikan-teknologi-dan-prinsip-prinsip-keuangan-syariah-2021](https://www.kompasiana.com/sela2345/6476dfd908a8b5019f3a00b2/pembayaran-digital-dalam-pandangan-islam-mengintegrasikan-teknologi-dan-prinsip-prinsip-keuangan-syariah-2021)

Luckandi, Diardo. 2018. “Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech

Pada UMKM Di Indonesia : Pendekatan Adaptive Structuration Theory.”

Luthfiana, Nadya Andika. 2019. “23683-48236-1-Sm.” 1–7.

Mawardani, Fitri, and Renny Dwijayanti. 2021. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9(3):1455–63.

Moriarity (2011) Pengaruh Alat Promosi Penjualan Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian

Norfritri, Cici Santika. 2022. “Pengaruh Flash Sale, Cashback Dan Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Pada e-Commerce Tokopedia Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.”

Nugroho (2013), [Keputusan Pembelian \(kajianpustaka.com\)](http://kajianpustaka.com).

Nurrohyani, Risya, and Estro Dariatno Sihaloho. 2020. “Pengaruh Promosi Cashback Pada OVO Dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Padjadjaran The Effect of Cashback Promotion on OVO and Go-Pay Against Consumer Behavior of Padjadjaran University Faculty of Econom.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan* 20(1):12–25.

Oni Sahroni, Fikih Muamalah Jilid 3, membahas permasalahan sosial dan ekonomi kekinian (2020)

Operasionalisasi, Definisi dan, and Variabel. 2016. "No Title." 41–70.

Otoritas Jasa Keuangan, *Fintech Lending*, di akses 01 April 2023 dari

<https://www.ojk.go.id/FAQ-fintech-Lending/>

Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.

Paramita, Ratna Wijayanti Daniar. 2016. "Jurnal Ekonomika 2016.Pdf." 10(2):490–503.

Pengaruh, Analisis, Strategi Promosi, and D. A. N. Kepuasan Terhadap. 2015. "Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Manado Post." 3(2):1041–50.

Putu, Tyas Danarti Hascaryani. 2022. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *Financial Technology (Fintech)* Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Iqtishaduna*. Volume I, Nomor 4, Desember.

Riyanti, Kurniawati & Fawwaz 2022. Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat dalam mengadopsi layanan fintech . *Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol. 7, Special Issue No.2, Februari.

Subowo, Moh Hadi, M.T.I. 2020. Pengaruh Prinsip *Technology Accepted Model (TAM)* Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Ojek Online XYZ. *Journal of Information Technology*, Vol.2, No.2.

Suharti Dan Sofyan (2018), Cara Untuk Meningkatkan Transaksi Keuangan Dengan Finanacial Technology

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sutrisno, Niantoro, and Anisya Dwi Haryani. 2017. "Influence of Brand and Product Quality on Customer'S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency." *Jurnal Lentera Bisnis* 6(1):85. doi: 10.34127/jrlab.v6i1.169.

Wardani, Ayu Putu Yulia Kusuma, and Nyoman Ari Surya Darmawan. 2020. "Peran Financial Technology Pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika* 10(2):170. doi: 10.23887/jiah.v10i2.25947.

Zainuddin, and Nilam Cahya. 2019. "Pengaruh Promo Penjualan Dan Cashback Terhadap Minat Beli Kendaraan Pada Pt. Hadji Kalla Palopo." *Journal Of Institution And Sharia Finance* 2(2):1–19.