

DAFTAR PUSTAKA

- Agrina, Widya;. (2019). Minat Konsumen pada Penggunaan M-TIX untuk Pembelian Tiket Bioskop Secara Online. 1.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Barbara, G., & Fidell Tabachnick, L. (2006). *Using Multivariate Statistics. 5th Edition*. London: Pearson.
- Boyd, Harper W; Orville C; Walker; Jean Claude Larrenche;. (2000). *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global* (Vol. 2). (I. Nurmawan, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- C, Indira; D, Dirnaeni. (2017). Pengaruh Pemanfaatan M-Tix Terhadap Minat. 12(11).
- Cannon, et al;. (2008). *Basic Marketing : A Global-Managerial Approach* (6 ed.). New York: McGraw Hill.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo;. (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Gitosudarmo, Indriyo;. (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip; Amstrong, Gary;. (2008). *Principles of Marketing 12e Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1 & 2*. (M. Bob Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Philip, K., & Gary, A. (2008). *Principles of Marketing 12e* (Vol. Edisi Bahasa Indonesia). (M. Bob Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Philip, Kotler; Gary, Amstrong. (2008). *Principles of Marketing 12e* (Vol. Edisi Bahasa Indonesia). (M. Bob Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Sharma, P; Sivakumaran, B; Marshal, R;. (2010a). Impulse Buying and Variety Seeking: a trait-correlates perspective. *Journal of Business Research*, 276-283.
- Sharma, P; Sivakumaran, B; Marshal, R;. (2010b). Exploring Impulse Buying and Variety Seeking by Retail Shoers: towards a common conceptual framework. *Journal of Marketing Management*, 473-494.
- Shukla, Suchita; Chirag, Mlahotra;. (2017). Digital Payments in India. 9(28-33).
- Swastha , Basu; Handoko, T. Hani;. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Prilaku Konsumen*. Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Vol. 2). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy;. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising.
- Tjiptono, Fandy;. (2008). *Strategi Pemasaran* (Vol. 2). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vänniä, Eeva;. (2013). Impulse Buying Behavior of Young Males in an Airport Environment.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Rosda Karya.

- Putra, N. I., Pangestuti, E., & Devita, L. R. (2018). Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah terhadap Pembelian Impulsif pada Fashion Retail. 6-7.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang.
- Putra, E. W., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, & Vidyasari, R. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet.