

BIBLIOGRAPHY

- Alda, N. L., & Wulandari, S. (2020). LinkAja Business Models Strategy Development Using BMC Approaches. *International Journal of Innovation in Enterprise System*, 4(02), 46–59. <https://doi.org/10.25124/ijies.v4i02.86>
- Alfiatun, S. (2017). *PERSEPSI PUBLIK TERHADAP IKLAN TELEVISI PRODUK SMARTPHONE OPPO FIS SELFIE EXPERT (Studi Kasus di Lorong Rawa Jaya 1 Rt 05 Kelurahan Pahlawan Kecamatan Kemuning)*.
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Journal of Agricultural Sciences*, 8(2), 57. <https://doi.org/10.4038/JAS.V8I2.5732>
- David L. Mothersbaugh, D. I. H. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/157903/slug/consumer-behavior-building-marketing-strategy-13-e-.html>
- Fikri, M., & Lisdayanti, A. (2020). Influence of Promotion Mix and Perceived Usefulness in Improving the Repurchase Intention of Linkaja Applications. *International Journal of Finance & Banking Studies (2147-4486)*, 9(1), 76–84. <https://doi.org/10.20525/ijfbs.v9i1.665>
- Firmansyah. (2020). *In komunikasi pemasaran*.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*.
- I Wayan Lanang Nala, S.ST.Par.,M.Par Muhammad Fauzan Noor, SE.Par.,M.Par.,MMHTRL. Said Keliwar, S.ST.Par.,M.Sc Sabalius Uhai., S.ST.Par., M.Par Eman Sukmana,S.H.I., M. Par. (2021). *PEMETAAN PASAR PARIWISATA KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA*.
- Kayode, O. (2014). *Marketing Communication*.
- Kotler. (2016). *Marketing Management. Pearson Education Limited*.
- Kotler and Keller. (2016). *Marketing Management. Pearson Education Limited*.

- LinkAja. (2019). *App Uang Elektronik (e-mony) dan Dompot Digital*.
<https://www.linkaja.id/>
- M. Yudha Prawira, Marisi Butarbutar, Sherly Sherly, L. E. N. (2019). *PENGARUH IKLAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN PERSEPSI KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CAFÉ COFFEE TIME AND SEAFOOD* PEMATANGSIANTAR.
<https://www.maker.ac.id/index.php/maker/article/view/118>
- Meiryani. (2021). *MEMAHAMI UJI NORMALITAS DALAM MODEL REGRESI*. ACCOUNTING.BINUS.AC.ID.
<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-normalitas-dalam-model-regresi/>
- Morrissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (1st ed.). PRENADAMEDIA GROUP.
- Nasution, F. S. P., & Suyanto, A. (2016). *Efektivitas Iklan Media Sosial Menggunakan EPIC AC Nielsen Pada Operator Seluler Di Indonesia*. Paper presented at the *e-Proceeding of Management*.
- Purnaningwulan, R. D. (2015). *Hubungan Terpaan Iklan Televisi Produk Revlon dengan Motivasi Konsumen Wanita dalam Melakukan Pembelian Produk di Mall Surabaya*.
- Pusat Sumber Daya Adobe. (2022). *15 Statistik Menakjubkan Tentang Masa Depan Periklanan*. <https://business.adobe.com/uk/resources/articles/15-mind-blowing-stats-about-the-future-of-advertising.html>
- Rangkuty, D. M. (2021). *Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkat di Indonesia?* 01(01), 251–260.
- Sangadji,E.M., dan S. (2013). *Perilaku konsumen*.
- Shopback. (2021). *ShopBack Insight: Survei Perilaku Pengguna E-Commerce Q1 2021*. <https://www.shopback.co.id/katashopback/shopback-insight-survei-perilaku-pengguna-e-commerce-q1-2021>
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017b). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*.
- Sujarweni, V. Wiratna & Utami, L. R. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press x.
- Ulber Silalahi. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*.
- West, R., & Turner, L. (2021). Introducing Communication Theory. In *Nuevos sistemas de comunicación e información*.