

DAFTAR PUSTAKA

- AchmadAgungAlfatih, BahtiarEfendi, Eni Candra Nurhayati, H. P. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Wonosobo (Studi Kasus Pengguna E-Wallet Shopeepay) Achmad. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(3), 13.
- Agustina, R., Bayu Seno Pitoyo, & Kurniawan, D. (2022). Faktor-Faktor Daya Beli Dan Kepuasan Belanja Online Selama Pandemi Covid-19 di Kalangan Millenial. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 181–190.
<https://doi.org/10.31599/jki.v22i2.1155>
- Amartya, A., & Bestari, D. K. P. (2022). Pengaruh Electronic Service Quality dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Penggunaan Aplikasi dan Keputusan Pembelian Sociolla (Studi pada Pengguna Sociolla di Kota Bandung). *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3305–3312.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.854>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangt penting, karena ia merupakan sumber informasi. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Aridiyanto, M. J., & Penagsang, P. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Koperasi (Studi Kasus : Koperasi Di Surabaya Utara). *JEB17 : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(01), 27–40.
<https://doi.org/10.30996/jeb17.v7i01.6542>

- Ashri Lutfia, & Jamiati KN. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Gojek Versi Sebelum Gojek Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 142–152.
<https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.531>
- Baiti, N., Panjaitan, D. R., & Sari, A. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kompetensi Tenaga Penjual, Persepsi Kualitas Layanan E-Banking Terhadap Minat Penggunaan Jasa Layanan E-Banking Bank Bni (Studi Kasus Pada Bni Kantor Layanan Unila). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(1), 46–56.
- Berliando, W. A., Rachma, N., & Rahmawati, R. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Grab (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 2310–2318.
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/22935>
- Damayanti, E. D., & Wasino, W. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Pengguna Virtual Office di Tripleso Jakarta Pusat. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(6), 708–721. <https://doi.org/10.56799/jceki.v2i6.1861>
- Denpasar, W. K., Food, G., Denpasar, K., Food, G., Denpasar, K., Food, G., & Denpasar, K. (2019). DOI :
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i07.p23> ISSN : 2302-8912

*PENGARUH BRAND IMAGE , CONSUMER SATISFACTION ,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP NIAT Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia PENDAHULUAN
Bertambah. 8(7), 4647–4675.*

Desvronita. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan
Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model.
Jurnal Akmenika, 18(2), 1–8.

<https://journal.upy.ac.id/index.php/akmenika/article/view/2142/1298>

Dewi, L. P., & Taufiqurahman, E. (2022). Dampak Keberadaan Transportasi
Online Terhadap Pendapatan Transportasi Konvensional. *Jurnal Pendidikan
Tambusai*, 6(1), 3216–3222.
http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZ0tx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&q=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&pots=HjrHeuS_

Fauzi, A., Maryadi, F., Afrillia, P., Armanda, F., Sulistyowati, W., Az Zahra, M.,
& Soza, D. (2023). Pengaruh Permintaan Harga, Promosi, Dan Kualitas
Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Transportasi Online. *Jurnal
Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 63–72.
<https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.646>

Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam

Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>

Handayani, M. (2015). *ANALISA PERLAKUAN AKUNTANSI PAJAK PENGHASILAN PASAL 21 (Studi Kasus Pada PT . Indokarya Tri Utama)*. 11(2), 1–8

Hasibuan, A. T., Rosdiana Sianipar, M., Ramdhani, A. D., Putri, F. W., & Ritonga, N. Z. (2022). Konsep dan Karakteristik Penelitian Kualitatif serta Perbedaannya dengan Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(Penelitian Kualitatif), 8690. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3730>

Hasibuan, N., Yurmaini, Y., & Erliyanti, E. (2023). Pengaruh Perubahan Lingkungan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Syariah Indonesia. *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 136–148. <https://doi.org/10.24127/exclusive.v2i1.3697>

Husadha, C., Hasanudin, A., Hanifah, I., & Uzliawati, L. (2023). *Net Sales and Net Expenses Mediated with Prepaid Expenses for Net Profits in Food and Beverages Companies in Indonesia*. 4–5. <https://doi.org/10.4108/eai.4-11-2022.2329729>

Kadek, N., Pebriyanti, L., Studi, P., Fakultas, M., Bisnis, E., & Pariwisata, D. (2022). Pengaruh Promosi Online dan Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Putu Sri Hartati (2) Ni Nyoman Adityarini Abiyoga VS (3) (1)(2)(3). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(1),

73–81.

- Kasman, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Inconnet (Studi Kasus Perumahan Sidomulyo Pekanbaru). *Jotika Journal In Management and Entrepreneurship*, 2(2), 91–99. <https://doi.org/10.56445/jme.v2i2.71>
- Lenida Rosinta Sianipar, L., & Ria Rananta Saragi, D. (2024). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Pengguna Jasa Transformasi Online Gojek di Medan. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(2), 1264–1273.
- Maidarti, T., Azizah, M., Wibowo, E., & Nuswandari, I. (2022). Pengaruh pelatihan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. SARAKA MANDIRI SEMESTA BOGOR. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, 16(1), 127–145.
- Navanti, D., Panday, R., Bintang Narpati, B., & Indra, L. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Mengenai Penggunaan Aplikasi, Dan Kualitas Layanan dalam Operasi Makanan Cepat Saji. *Manajemen*, 83
- Nurdiana, D. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS DAN KEBIJAKAN DEVIDEN TERHADAP RETURN SAHAM Diah Nurdiana. *Jurnal Rekaman*, 4(1), 84.
- Oktavia, R., & Ekowati, S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Brand Trust Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2), 666–680.

<https://doi.org/10.36085/jems.v4i2.5559>

- Pandjaitan, D. R. H. (2013). pengaruh Daya Tarik Iklan, Kompetensi tenaga Penjual, dan Persepsi Kualitas layanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Layanan E-Banking (Studi Kasus *Prosiding PESAT*, 5, 8–9.
<http://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/pesat/article/download/1226/1085>
- Poernamawati, D. E. (2019). Analisis Dimensi Electronic Word of Mouth (Ewom) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Kunjungan Pada Obyek Wisata Di Malang Raya. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 12(2), 127.
<https://doi.org/10.33795/j-adbis.v12i2.50>
- Price, J., Bisnis, I. A., Ilmu, F., Politik, I., & Utara, U. S. (2023). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA FITUR TIKTOK SHOP DI APLIKASI TIKTOK (Studi pada Mahasiswa di Kota Medan)*. 01(02), 79–88.
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Putri, A. K., & Junia, A. A. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Skintific Melalui Tiktokshop). *Annisa Aghniarahma Junia INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8238–8248.
- Putri, B. H. H., & Nasution, O. B. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser, Dan Social Media Marketing Terhadap Brand Image Pada Produk Di Instagram. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan*

Akuntansi (JEBMA), 1(3), 240–246.

<https://doi.org/10.47709/jebma.v1i3.1156>

Ryzan, K. D., Priowidodo, G., & Tjahjo, J. D. W. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Kedai Kopi Kenangan Pada Warga Kota Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2), 1–12.

Safitri, D. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompot Elektronik (Ovo) Dalam Transaksi Keuangan. *E-Journal Ilmiah Riset Akuntansi*, 09(05), 92–107.

Schedule, I., Travel, O. F., Expenses, O., Hancock, A. D., Formation, A. F., Armstrong, N., Le, F., Faso, B., Le, F., On, F., Le, L. L. L. P. L., Kone, I., Ou, I., Laquelle, I., Quelle, T., Scheme, N. G., Pizer, W. A., Weintraub, S., Formation, A. F., ... Gh, E. (2022). *Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4. [http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm%0Ahttp://files/171/Cardon - 2008 - Coaching d'équipe.pdf%0Ahttp://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/%0Ahttps://doi.org/10.1080/23322039.2017](http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm%0Ahttp://files/171/Cardon-2008-Coaching-d%27equipe.pdf%0Ahttp://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/%0Ahttps://doi.org/10.1080/23322039.2017)

Simbolon, Z. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional*, 1(18), 14-1 14-15.

Sri Maharsi. (2000). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Bidang Akuntansi Manajemen. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 127–

137. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/15673>
- Suratno, S., Denmar, D., & Hepy, H. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi, Literasi Ekonomi, Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Guru Sma Negeri Kabupaten Musi Banyuasin). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 501–515.
<https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.454>
- Utomo, K. P., Supriyanto, & N, M. A. W. (2020). Hubungan Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Motivasi Pada Jasa Keuangan Pt Asuransi Bangun Askrida Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 10(1), 118–128
- Wahyudi, R. (2022). Pengaruh Iklan Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Padagames Online Mobile Legends. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 563–578. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.64>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Yohana Walangitan, B., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 511–521.

Yuniartika, M. D. (2022). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GOJEK.2(8.5.2017), 2003–2005.

Zahra Andita Putri, Y., Sapta Putra, S., Digdowiseiso, K., Ekonomi dan Bisnis, F., & Nasional, U. (2023). Pengaruh Sosial Media Influencer, Trustworthiness dan Elektronik Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk yang Diendorse @Awkarin di Instagram. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8935–8945.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Zufaldi, M. et al. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(01), 2019.
<http://103.216.87.80/students/index.php/mnj/article/view/5531>