

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M. P. (n.d.). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anjarwati, J. (2020). *Startup (Perusahaan Rintisan): Pengertian, Jenis, dan Unicorn*. <https://tekno.foresteract.com/startup/>.
- Anonim. (n.d.). “Arti Cashback Jenisnya Kelebihan Kekurangan”, <https://casbac.com/blog/articashback-jenisnya-kelebihan-kekurangannya/>, diakses pada tanggal 11 Januari 2020 pukul 11.28 WIB.
- Anonim. (n.d.). “Cashback Lebih Menguntungkan”, <https://guide.pomona.co.id/apa-cashback-lebihmenguntungkan/>, diakses pada tanggal 11 Januari 2020 pukul 11.35 WIB.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Asrori, M. (2009). *Psikologi Pembelajaran*. Bandung: CV Wacana Prima.
- Baihaqi, M. (2016). *Pengantar Psikologi Kognitif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Gideon, A. (2018). *Hal yang Perlu Diketahui Soal DANA, Dompot Digital Besutan Anak Negeri*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3802191/hal-yang-perlu-diketahui-soal-dana-dompot-digital-besutan-anak-negeri>.

Heni Puji Lestari, K. H. (2016). Analisis Peranan Cashback Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Pengendalian Umur Piutang Pada CV. Master Mat Surabaya. 400.

<https://www.cermati.com/e-money/gopay>, diakses pada tanggal 15 Januari 2020 pukul 20.22 WIB. (n.d.).

Kambey, E. S. (n.d.). *Pengambilan Keputusan Sebuah Pengantar*. Yayasan Tri Ganesha Nusantara.

Komaruddin. (n.d.). *Ensiklopedia Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Manullang, M. (2013). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Indeks Jakarta.

N, D. (2007). Perilaku Konsumen Konsep Dasar dan Pemahaman. 29 .

Pangesti, H. N. (2019). *Praktik Jual Beli Rekayasa untuk Mendapat Cashback di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Praningrum, A. D. (2018). *Analisis Promosi Penjualan Pada Adorable Projects Di Cimahi*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

Priansa, D. J. (n.d.). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.

Rachman, H. T. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Perdana Publishing.

- Ramadhani, Y. (2019). *Mengenal Unicorn, Decacorn, dan Hectocorn dalam Startup*. <https://tirto.id/mengenal-unicorn-decacorn-dan-hectocorn-dalam-startup-dhk9>.
- Salim, B. (2005). *Hubungan Antar Persepsi Potongan Harga (discount) dengan Keputusan Membeli Konsumen pada Matahari Departemen Store cabang Mal Ciputra*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Simorangkir, R. B. (2013). *Perlindungan Hukum Nasabah Penyimpan Dana Cashback: Studi Kasus Likuidasi PT.Bank IFI (BDL)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Siregar, S. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sudjono, A. (n.d.). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Uma, H. (2013). *Persepsi: Definisi, Dan Faktor yang Mempengaruhi*.
- Unaradjan, D. D. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Unaradjan, D. D. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Winarsunu, T. (2009). *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*.

Malang: UMM Press.

Winarsunu, T. (2009). *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*.

Malang: UMM Press.

Wirawan, S. S. (n.d.). *Pengantar Umum Psikologi*. Jakarta: PT. Bulan Bintang.

