

DAFTAR PUSTAKA

- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1). www.wartakota.com
- Azhara, R., & Rozza, S. (2024). *Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Keamanan, dan User Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Aplikasi BSI Mobile*.
- Azhari, E., Saleh, L. M., & Marantika, M. (2023). ANALISIS FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG LABORATORIUM TERPADU DAN PERPUSTAKAAN MAN 1 MALUKU TENGAH. *JOURNAL AGREGATE*, 2(2).
- Berliana, C., & Sanaji. (2022). Effect Of E-Service Quality, E-Trust, And Commitment On E-Loyalty With E-Satisfaction As A Mediation Variable Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, Dan Commitment Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2397–2413. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Bourdeau, B. L., Joseph Cronin, J., & Voorhees, C. M. (2024). Customer loyalty: A refined conceptualization, measurement, and model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.104020>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Effiyandi, Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, Naibaho, Hati, S. K., & Aryati, V. (2022). PENERAPAN UJI MULTIKOLINERITAS DALAM PENELITIAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. *JUMANAGE Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan Universitas Dinamika Bangsa Jambi*. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage>
- Faizah, N., & Sanaji, S. (2022). PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESSTERHADAP LOYALITAS DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI WARUNG PINTAR. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10.
- Farisi, J., Subaidah, I., & Minullah. (2024). Pengaruh Kepercayaan (Trust), Belanja Online, Dan Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Kosumen yang Berdampak Pada Loyalitas Pengguna Platfrom E-commerce Shopee Pada Kalangan Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur JME*, 686–699.

- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Patial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi*. Yoga Pratama.
- Hair, J. F. ., Black, W. C. ., Babin, B. J. ., & Anderson, R. E. . (2014). *Multivariate data analysis*. Pearson Education Limited.
- Haomin, W., Supervisor, L., & Sallis, J. (2016). Factors Influencing Usage of Third Party Mobile Payment Services in China: An Empirical Study. *Department of Business Studies*.
- Harsono, B. (2021). MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN PROVIDER INTERNET MELALUI PENINGKATAN DIMENSI PELAYANAN. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(2), 2615–3009.
- Ilmi, M., Setyo Liyundira, F., Rachmawati, A., Juliasari, D., Habsari, P., & Jember, U. (2020). Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia. In *Jurnal Ekonomi* (Vol. 16, Issue 2).
- Inzaghi, A. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI MOBILE PAYMENT: MEMPERLUAS MODEL META-UTAUT DENGAN FAKTOR PERSONAL INNOVATIVENESS, ANXIETY, TRUST, GRIEVANCE REDRESSAL.
- Irawan, A. S., & Heikal, J. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived EASUse terhadap Kepercayaan Nasabah dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi Dan Kewirausahaan*.
- Istighfarnissa, N., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pembelian Tiket di Situs Traveloka). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Izzah, N. N., Budiatmo, A., Listyorini, S., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY, PERCEIVED EASE OF USE DAN BRAND TRUST TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PIZZA HUT DELIVERY PEKALONGAN). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 1). www.mediakonsumen.com,
- Kartika Irawati, N., & Wijaya, T. (n.d.). PENGARUH USERT INTERFACE DAN USER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM PRODUK BSI MOBILE BANKING. <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25619>
- Kasih, S. S., & Moelinoe, N. N. K. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN SORABEL DI BANDUNG). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(4), 780–791. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>

- Lika Trisela, & Hermanto. (2022). The Effect Of Service Quality And Student Satisfaction On Student Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 26(2), 179–199. <https://doi.org/10.24912/jm.v26i2.900>
- Listya, T. A., & Sunarta. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, User Experience, dan Value Proposition Terhadap Loyalitas Pelanggan Apple (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Serta Fakultas Vokasi. *JBMA : Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, XII(1), 2252–5483.
- Mahendra, Y. I. I. (2023). *PENGARUH TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENGGUNA BSI MOBILE BANKING PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU KENCONG SKRIPSI*.
- Marnilin, F., Mutmainah, I., Yulia, I. A., & Mahfudi, A. Z. (2022). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Implementasi Program MBKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.936>
- Monica, F., & Japarianto, E. (2022). ANALISA PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN MELALUI PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP BEHAVIOR INTENTION PADA DIGITAL PAYMENT. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9–15>
- Muliadi, M. L., & Japarianto, E. (2021). ANALISA PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP BEHAVIOR INTENTION MELALUI PERCEIVED USEFULNESS SEBAGAI MEDIA INTERVENING PADA DIGITAL PAYMENT OVO. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.20–27>
- Nugraha, D., Putra, G., & Raharjo, S. T. (2021). ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS LAYANAN, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA DENGAN KEPUASAN PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(6). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nuraeni, P., & Evangelista, L. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Price terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada Pengguna Aplikasi Ojek Online Grab di Kota Bandung. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1370. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.1972>
- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Pramita, R. (2020). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, CUSTOMER ENGAGEMENT, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA*

- GRAB (Studi Pada Pengguna Grab di Kabupaten Kebumen). *Program Studi Manajemen STIE Putra Bangsa Kebumen*. <https://kumparan.com/>
- Prayogi, D., Prakosa, A., & Imam Basri, A. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction, Experiential Marketing dan Customer Trust terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 3(1), 6–10. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v3i1.418>
- Putranto, B. D. C. (2023). *Pengaruh User Interface (UI), User Experience (UX) dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian Online pada Website Tako Bag Yogyakarta*.
- Santosa, S., Syahada, A. P., & Yanto, R. T. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING STUDI KASUS PADA POSPAY LOKET KANTOR POS CABANG MAJALENGKA 45400. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*.
- Saputra, A. A. (n.d.). *PENGARUH PENGALAMAN PENGGUNA, KEMUDAHAN TRANSAKSI, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI DANA (Studi Pengguna Aplikasi DANA di Jakarta Pusat)*.
- Sari, A. F. R., & Steven. (2022). Pengaruh Perceived Ease of Use, Brand Image, Word of Mouth, Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa serta Dampaknya terhadap Loyalitas (Survey Pada Pelanggan Transportasi Online Maxim di Kota Pontianak). *Widya Manajemen*, 4(1), 12–20. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1>
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION USING DELIVERY SERVICES AT TIKI GARUDA AGENT MANADO BRANCH. *Jurnal EMBA*, 11(3), 1–11. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Sintia, I., Danil Pasarella, M., & Andi Nohe, D. (2022). PERBANDINGAN TINGKAT KONSISTENSI UJI DISTRIBUSI NORMALITAS PADA KASUS TINGKAT PENGANGGURAN DI JAWA. *Prosiding Seminar Nasional Matematika, Statistika, Dan Aplikasinya Terbitan II*.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Sutopo, Ed.). ALFABETA. www.cvalfabeta.com
- Suharto, Y., & Hariadi, E. (2021). Analisis Kualitas Website Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Menggunakan Metode Webqual 4.0 Website Quality Analysis of Human Resources Development Agency Using Webqual 4.0 Method. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 12(2), 109–121. <https://www.bpsdm.jakarta.go.id>
- Suharyani, L. A., Nugroho, A. S., & Dewi, E. R. S. (2023). Profil keterampilan berpikir kritis siswa SMA pada materi perubahan lingkungan berbasis strategi

- metakognitif. *Practice of The Science of Teaching Journal: Jurnal Praktisi Pendidikan*, 2(1), 37–44. <https://doi.org/10.58362/hafecspost.v2i1.30>
- Sukma, E. A., Hadi, M., & Nikmah, F. (2019). *PENGARUH TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN TRUST TERHADAP INTENSI PENGGUNA INSTAGRAM*.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN: PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER. *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies*, 110–116.
- Suryani, N. K., & Lestari, D. N. P. N. E. (2020). Pengaruh Website Quality, Trust, Dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Pada E-Commerce Pengguna Situs shopee.co.id. *TIERs Information Technology Journal*, 1(2), 34–43. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/tiers>
- Susanto, E. F., & Pandjaitan, D. R. H. (2024). The Effect of Trust on Customer Loyalty through Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), 203–210. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2404>
- Sutrisno, Fahlevi, D., & Sarbullah. (2020). PENERIMAAN FINANCIAL TECHNOLOGY BERBASIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal STIE SEMARAN*.
- Syahira, T., Perdana Indra, A., & Anggraini, T. (n.d.). *PENGARUH PENGALAMAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN MBANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Masyarakat Sei Mencirim)*. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- W, C. D., Bangun, A. A., Susilowati, R., & A, M. M. I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(2), 193–203. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i2.1333>
- Wakhida, U. I., & Sanaji. (2020). PERAN PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED RISK SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI PADA PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN EWOM NEGATIF TERHADAP NIAT PEMBELIAN PARA PENGGUNA APLIKASI LAYANAN KESEHATAN HALODOC. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Widjieanto, G. F. (2020). Analisa Pengaruh User Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Digital Payment Dana. *Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra*.
- Zulfa, M. M. (2022). *Pengaruh Pengalaman dan Keterikatan Emosional terhadap Loyalitas Merek pada Pengguna Aplikasi Islami di Smartphone*.

- Zusrony, E., Anzie, L. P., Asti, P., Manalu, G., Permana, I., & Imaliya, T. (2023). Analisis Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Risk Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Pada Pelaku UMKM. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 200–2006. <https://doi.org/https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1>
- KAMILAH , A. (2024). PENGARUH KEMUDAHAN, PROMOSI, E-SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA E-WALLET DANA DI PEKALONGAN . *Skripsi*.
- Sari, A. J., & Diana, A. B. (2024). Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*.
- APJII *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. (2024, February 7). Retrieved from APJII: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-ora>
- Bank Indonesia. (2020). Kajian Sistem Pembayaran 2020. Diambil dari <https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian/Pages/Kajian-Sistem-Pembayaran-2020.aspx>
- Ardi, H. A., & Ardila, Y. (2024). Pengaruh Promosi Cashback Terhadap Loyalitas Pengguna Shopeepay Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau. *Economics, Accounting and Business Journal*, 26-31.
- Departemen Komunikasi. (2018, Mei 7). *Peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik*. Retrieved from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI-200618.aspx>
- Dewi, M. R., Setyaningrum, I., Ariani, M., Bujangga Bagus Adi Pramana, B. B., & Theterissa, L. (2023). TRANSFORMASI PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL: STUDI DAN IMPLIKASI UMKM SAMBAL DEDE SATOE. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI*, 1789 - 1795.
- Diana, B. A., & Sari, J. A. (2024). Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku . *JURNAL PEMERINTAHAN DAN POLITIK VOLUME 9 No. 2 MEI 2024* , 88 - 96 .
- Dirnaeni, D., Handrijaningsih, L., T.R, S. M., & Anisah. (2021). PERSEPSI KEMUDAHAN, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN E-WALLET MELALUI KEPUASAN . *ULTIMA Management*, 287- 303.
- Ginting, D. B., Sutrisno, F., Yudhistira, E., Astuti, R., & Hartanto. (2023). Media Informatika Vol.22 No.3 (2023) 147 ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGGUNA SERTA DAMPAKNYA

TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI MY BCA. *Media Informatika*, 147 -159.

- Kristardi, F. S. (2024, November 23). *3 Dompét Digital Terbesar di Indonesia: Ulasan, Fitur, Biaya, Kelebihan dan Kekurangan*. Retrieved from rankia.id: <https://rankia.id/dompét-elektronik-terbaik-indonesia/#:~:text=%E2%9C%85%20Dukungan%20pelanggan-,DANA,Indonesia%20dengan%20jumlah%20pengguna%20terbanyak.>
- Kurniawan, S., & Tankoma, A. (2023). The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment on Customer Trust and Loyalty in Online Food Delivery Service. *Binus Business Review*, 163–170.
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompét Digital Gopay . *YUME : Journal of Management* , 138 - 149.
- Marso. (2023). The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Trust, Loyalty of E-Commerce Customers. 796-804.
- Monica, F., & Japarianto, E. (2022). ANALISA PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN MELALUI PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP BEHAVIOR INTENTION PADADIGITAL PAYMENT. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9—15.
- Muharam, H., Setiawan, R., Ramdani, M. A., & Pramudita, T. R. (2023). Consumer Behavior in the Covid-19 Pandemic Era on the Purchase Decision Process at the Shopee Marketplace in Garut Regency. *Knowledge E*, 645–655.
- Reynaldy, B. (2024, Juli 24). *96% Masyarakat Indonesia Sudah Menggunakan E-Wallet*. Retrieved from GoodStats Data: <https://data.goodstats.id/statistic/96-masyarakat-indonesia-sudah-menggunakan-e-wallet-itxIc>
- Samara, A., & Susanti, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompét Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma . *JURA : JURNAL RISET AKUNTANSI* , 249-260 .