

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, M. M. & Parvez, N. (2019). Impact of service, quality, trust, and customer satisfaction on customer loyalty. *ABAC* Vol. 29, No. 1, (January-April), pp.24-38.
- Albari. (2022). Peran Dimensi Komitmen sebagai Faktor Pengaruh dalam Membangun Loyalitas. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 10, No. 2, 329-343.
- Alma, Buchari. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Almaidah, D., & Suhardi, Y. (2020). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Kelurahan Sukamandi Jaya, Kabupaten Subang. (Doctoral dissertation, STEI)
- Arikunto. 2015. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Atiyah, Latif. (2016). Product's Quality and its Impact on Customer Satisfaction a Field Study in Diwanayah Dairy Factory.
- Bob Foster. (2020). Pengaruh Serqual terhadap Kepuasan yang Berdampak pada Loyalitas Pengguna E-Wallet (OVO). *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 14(1), 48-56.
- Braun, D. (2017). Trends in Political Trust in New DAFTAR PUSTAKA
- Chmeis, S. T. J. E., & Zaiter, R. (2024). The Impact of E-Service Quality on E-Loyalty Through the Mediating Effects of E-Satisfaction and E-Trust in Lebanon. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(2), e2770-e2770.
- Çerri, S. (2012). Exploring the relationships among service quality, satisfaction, trust and store loyalty among retail customers. *Journal of competitiveness*, 4(4).
- Chadwick, C., & Piartrini, P. S. (2019, March). Product quality, convenience and brand loyalty: A case study of Silverqueen's adolescent consumers. In 12th International Conference on *Business and Management Research (ICBMR 2018)* (pp. 111-115). Atlantis Press.
- Dewi, C. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Ovo 2019. *Proceedings of Management*, 7(1).
- Dharma, Robby. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*. Vol. 6, No. 2.

- Eid, M. I. (2011). Determinants of e-commerce customer satisfaction, trust, and loyalty in Saudi Arabia. *Journal of electronic commerce research*, 12(1), 78.
- Erna, Ferrinna Dewi. (2018). *Merek & Psikologi Konsumen*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- European Democracies: Decline or Increase? Implications For Established Democracies. University of Munich (LMU).
- Faisal, C. N., Gonzalez-Rodriguez, M., Fernandez-Lanvin, D., & de Andres-Suarez, J. (2016). Web design attributes in building user trust, satisfaction, and loyalty for a high uncertainty avoidance culture. *IEEE Transactions on Human-Machine Systems*, 47(6), 847-859.
- Farahdiba, Erfi Syahnia. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat-Minat Pengguna E-wallet Sebagai Alat Transaksi Terhadap Mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna Layanan EWallet OVO di Yogyakarta). Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Fernández, J., Gálvez-Ruíz, P., Fernández-Gavira, J., Vélez-Colón, L., Pitts, B., & Bernal-García, A. (2019). The effects of service convenience and perceived quality on perceived value, satisfaction and loyalty in low-cost fitness centers.
- Flavián, C., Guinalú, M., & Gurrea, R. (2006). The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty. *Information & management*, 43(1), 1-14.
- García-Fernández, J., Gálvez-Ruíz, P., Fernández-Gavira, J., Vélez-Colón, L., Pitts, B., & Bernal-García, A. (2018). The effects of service convenience and perceived quality on perceived value, satisfaction and loyalty in low-cost fitness centers. *Sport Management Review*, 21(3), 250-262.
- Gerson, Richard F. (2020). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gul, R. (2014). The relationship between reputation, customer satisfaction, trust, and loyalty. *Journal of Public Administration and Governance*, 4(3), 368-387.
- Hair, J. F. JR., et al. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Uper Sadle River. New Jersey: PrenticeHall.
- Hairi. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *eProceedings of Management*, 8 (3): 1–15.

- Hardhika, R. E., & Huda, M. A. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa di Surabaya. *Commercium*, 4, 19–32.
- Hardiawan, A.C. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Heny, Agustina. (2017). Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri), *Jurnal Manajemen Kinerja*, Vol. 3 Nom, 57–63.
- Hinati, H. (2019). Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah di Masyarakat DKI Jakarta. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Hung, S. W., Cheng, M. J., & Chiu, P. C. (2019). Do antecedents of trust and satisfaction promote consumer loyalty in physical and virtual stores? A multi-channel view. *Service Business*, 13, 1-23.
- Husein, Umar. (2014). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Irawan, H. (2018). Prinsip Kepuasan Pelanggan, Cetakan Kelima. Elex Media Komputindo.
- Irawan, H. (2021). Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA. Jakarta : PT Alex Media Komputindo
- Isnawati, N. (2020). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Aplikasi Instagram Di Jakarta Timur (Studi Pada Pengguna Instagram Di Jakarta Timur). *Jurnal Stei Ekonomi*, Xx(Xx), 1–19
- Izogo, E. E., & Ogba, I. E. (2015). Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32(3), 250-269.
- Jeremia Kolonio & Djurwati Soepeno. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada Cv. Saraha Marine Fiberglass. *Jurnal Emba* Vol.7 No.1 Januari 2019, Hal. 831 – 840.
- Jonathan Sarwono & Tutty Martadiredja. (2018). Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan. Andi Offset, Yogyakarta.

- Kadhim, K. G., Harun, A., Hamawandy, N. M., Rahman, S. K., Abulmajeed Jamil, D., & Bewani, H. A. W. A. (2021). Factors influencing (Reputation, Perceived Value, Location, Convenience, Internal Environment, and Staff) on Customer Loyalty through Satisfaction: Perspective from Malaysia Hypermarket Industry. *The journal of contemporary issues in business and government*, 27(2), 5243-5263.
- Kim, J. L., Lee, Y. C., Han, S. H., & Lim, S. J. (2013). The impact of service quality on customer satisfaction, service value, and store loyalty in a university-based convenience store. *Journal of Distribution Science*, 11(5), 5-15.
- Kotler, Philip, (2018). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. (2022). *Manajemen pemasaran, edisi melenium*, Jakarta: prehallindo.
- Kriyantono, R. (2019). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek. Edisi Pertama*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Maharani, A.D. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. *Fakultas Ekonomi. Undip. Semarang. Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1 (2). 44-49.
- Matriadi, F., Edyansyah, T & Saiffuddin. (2021). Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pupuk urea nonsubsidi pada PT. Pupuk Iskandar Muda provinsi Aceh. *Journal of Economic Management & Business*, 14(1), 83 – 97.
- Mbete, G. S., dan R. Tanamal. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information and Brand Image of Consumer Purchase Decision On Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulung* 5(2): 100.
- Mishler, W & Rose, R. (2015). *What Are The Political Consequences Of Trust?A Test of Cultural and Institutional Theories in Russia*. Sage Publication, *Journal of Comparative Political Studies*.
- Moriuchi, E., & Takahashi, I. (2016). Satisfaction trust and lo
- Musfiroh, F. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Pada Masyarakat Kota Surakarta. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

- Park, E., Kim, K. J., & Kwon, S. J. (2017). Corporate social as a determinant of consumer loyalty: An examination of ethical standard, satisfaction, and trust. *Journal of business research*, 76, 8-13.
- Prastuti, E., & Sari, W. (2022). Persepsi citra merek dan komunikasi interpersonal sebagai prediktor kepuasan konsumen: Studi pada mahasiswa pengguna e-Wallet OVO. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 10(1), 222–229. <https://doi.org/10.22219/jipt.v10i1.13572>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Pupuni, N. W., & Sulistyawati, E. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen dan Perilaku Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Produk Pasta Gigi Merek Pepsodent di Kota Denpasar). *E-Jurnal Management*.
- Ramadhani, M., & Nurhadi, N. (2022, March). Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. In *FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN* (Vol. 11, No. 2, pp. 200-214).
- Rashwan, H. H. M., Mansi, A. L. M., & Hassan, H. E. (2019). The impact of the E-CRM (expected security and convenience of website design) on E-loyalty field study on commercial banks. *Journal of Business and Retail Management Research*, 14(1).
- Republika.co.id. (2022). 2C2P: Indonesia Jadi Pengguna E-Wallet dan Paylater Terbesar 2025. *Republika Online*; *Republika Online*. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/r7rl20217000/2c2p-indonesia-jadi-pengguna-e-wallet-dan-paylater-terbesar-2025?>
- Rizki Zulfikar. (2020). Pengaruh Kulaitas Pelayan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dektsuhu D Cihampales Cililin.
- Rofiq, A., & Mula, J. (2020). The Effect of Customers' Trust on E-Commerce: A Survey of Indonesian Customer B to C Transactions. *International Conference on Arts, Social Sciences & Technology*, 1–9.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Romla, S. (2018). Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan. hal. 59–70.

- Rusmiati P.I & Rizki Zulfikar. (2018). Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Café Dekatsu Di Cihampelas Cililin. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia.
- Sari, R.P., and Yasa, N.N. (2020). Kepercayaan Pelanggan di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran. - Anak Agung Ratih Permata Sari, Ni Nyoman Kerti Yasa - Google Buku ed Andriyanto (Klaten: Lakeisha).
- Singh. J., & Sirdeshmukh, D. (2020). Agency and trust mechanisms in consumer satisfaction and Loyalty Judgements. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28 (1), 150-167.
- Sport Management Review, 21(3), 250-262.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2021 . Perilaku Konsumen, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks.
- Sriana. (2020). Pengaruh kemudahan loyalitas pelanggan serta pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan produk susu formula SGM pada TOP Swalayan Kecamatan Pare kabupaten Kediri. Undergraduate (S1) thesis, IAIN Kediri.
- Stathopoulou, A., & Balabanis, G. (2016). The effects of loyalty programs on customer satisfaction, trust, and loyalty toward high-and low-end fashion retailers. *Journal of Business Research*, 69(12), 5801-5808.
- Suchanek, P., Richter, J., & Kralova, M. (2020). Customer Satisfaction, ProductQuality and Performance Companies. Vol. 14, Hal. 4, 329-344. Review of Economic Perspective.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sundari, M. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Basko Grand Mall (Studi Pada Masyarakat Kota Padang). 1–15.
- Suparpto. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce (Studi Kasus : Berrybenka). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(11), 5682–5690.
- Supertini. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelangga. *Jurnal manajemen dan bisnis*, 61-72.

- Suprpto, R dan Azizi, M (2020). *Manajemen Pemasaran*, Edisi. Pertama. Ponorogo: Myria Publisher.
- Tjiptono, F. (2018). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Tranter, B & Skrbis, Z. (2021). Trust and Confidence: A Study of Young Queenslanders. *Australian Journal of Political Science*, 659-678.
- Wardani, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek Studi kasus Mahasiswa FEB UIN Sumatera Utara.
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *Agora*, 5(1).
- Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. (2021). The role of perceived usefulness and perceived ease-of-use toward satisfaction and trust which influence computer consumers' loyalty in China. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(3), 262-294.
- yalty of repeat online consumer within the Japanese online supermarket trade. *Australasian Marketing Journal*, 24(2), 146-156.
- Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., & Puspita, A. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*, 5(1), 34-42. <https://doi.org/10.31311/ji.v5i1.2717>
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 116-122. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17947>
- Zeithaml, V.A. dan Bitner, M.J. (2021). *Integrating Customer Focus Service Marketing*. Edisi Ke-3. McGraw-Hill. New York.
- Zuhro, N. C., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang EMoney (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Aplikasi OVO). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 284-293.