

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Prof. M. (2015). Living in the world that is fit for habitation : CCI's ecumenical and religious relationships. In *Aswaja Pressindo*.
- Aguss, R. M., & Fahrizqi, E. B. (2020). Analisis Tingkat Kepercayaan Diri Saat Bertanding Atlet Pencak Silat Perguruan Satria Sejati. *Multilateral Jurnal Pendidikan Jasmani Dan Olahraga*, 19(2), 164. <https://doi.org/10.20527/multilateral.v19i2.9117>
- Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 88–98. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.194>
- Ananda Sabil Husein, Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0, (Universitas Brawijaya: Modul Ajar, 2015), hal. 21
- Aminsyah, I., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh Website Quality, E-Trust, E-Satisfaction dan Switching Barriers Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Pengguna Itemku.com). *Vol. 2 Nomor 2*, 11(1), 1–14.
- 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), 40. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.459>
- Asnaniyah, S. (2022). *Pengaruh E-Service Quality , E-Trust dan E- Satisfaction terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim. I*, 275–302.
- Basoeki, D. Z. W. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce Tokopedia Mahasiswa S1 Feb Unej. In *Repository.Unej.Ac.Id*. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/90200>
- 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.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Boonlertvanich, K. (2019). Service quality, satisfaction, trust, and loyalty: the moderating role of main-bank and wealth status. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 278-302. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0021>
- Ciptarianto, A. (2022). E-Wallet Application Penetration for Financial Inclusion in Indonesia. *International Journal of Current Science Research and Review*, 05(02), 319–332. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v5-i2-03>
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (Vol. 5).

- Elizar, C., Indrawati, R., & Syah, T. Y. R. (2020). Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust, and Customer Loyalty in Service of Paediatric Polyclinic Over Private H Hospital of East Jakarta, Indonesia. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(2), 105–111.
- Fakhri, R. (2022). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Buku Fadira Pekanbaru*. 13(3).
- Firmansyah, D. (2020). Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Digital Payment Ovo. *Pengaruh Nilai Konsumen, Kepercayaan Merk Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Digital Payment OVO*, 2(2), 148–157.
- Fitri, N. A., & Hisbullah, B. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Journal Ekombis Review*, 9(2), 183–192. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1329>
- Foster, B. (2020). Pengaruh Servqual Terhadap Kepuasan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pengguna E-Wallet (Ovo). *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 48. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.10990>
- Fudin, K. (2020). *Dampak Kualitas Pelayanan, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Toko Langgeng Elektronik)*.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Gotama, F., & Indarwati, T. A. (2019). The Effects of E-Trust and E-Service Quality to ELoyalty with E-Satisfaction as the Mediation Variable (The Study of Bebas Bayar Application User's in Indonesian). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 6(2), 145. <https://doi.org/10.24252/minds.v6i2.9503>
- GoodStats. (2022, August 7). *Ini 10 E-wallet Yang paling sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022*. <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-palingsering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Gusfei, A. D., & Pradana, M. (2022). The Effect of E-Service Quality and E-Trust on Mobile Payment Application E-Customer Loyalty Through E-Customer Satisfaction as Intervening Variable. *Res Militaris*, 12(2), 166–180.
- Hair, J. F. J., et al. (2018). *Multivariate Data Analysis*.
- Hair J.F., et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hanifati, U. M., & Samiono, B. E. (2018). ANALISIS PENGARUH WEBSITE QUALITY DAN EWOM TERHADAP PURCHASE DECISION MELALUI ONLINE TRUST PADA SITUS TIKET TRAVEL DAN RESERVASI HOTEL ONLINE DI INDONESIA (STUDI KASUS PADA TRAVELOKA.COM, TIKET.COM DAN PEGIPEGI.COM). *Jurnal TRANSformasi*, II(1), 37–50.
- Hidayat, R. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Sarung Tenun Ikat Lamongan. *MATRIK (Jurnal Manajemen Dan Teknik)*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.30587/matrik.v7i1.361>

- Jayaputra, R., Sesilya, D., Program, K., Management, B., Manajemen, S., Bisnis, F., & Ekonomi, D. (2022). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Jayaputra, R., Sesilya, D., Program, K., Management, B., Manajemen, S., Bisnis, F., & Ekonomi, D. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui ECustomer Satisfaction Pada Peng. 10(1).*
- Jurnadi, & Sari, M. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Pelanggan Jd.Id Di Pontianak. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 44–53.
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2018). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). *Polban IRWNS*, 1(1), 1204–1213.
- Kompas Cyber Media. (2022, June 10). *Pengguna internet Di Indonesia Tembus 210 Juta pada tahun 2022*. KOMPAS.com. <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/penggunainternet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all>
- Kurniawan, C. (2019). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim Pada Marketplace Tokopedia Dan Bukalapak. Repo.Iain-Tulungagung.
- Lepojević, V., & Đukić, S. (2018). Factors Affecting Customer Loyalty in the Business Market - an Empirical Study in the Republic of Serbia. *Facta Universitatis, Series: Economics and Organization*, 15, 245. <https://doi.org/10.22190/fueo18032451>
- Lestari, M. M., Lie, D., Halim, F., Putri, J. A., & Putra, L. A. (2021). *Strategic : Journal of Management Sciences Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Bengkel Anugrah Perumnas Batu Enam Di era globalisasi saat ini , perkembangan otomotif semakin*. 1(April), 22–31.
- Lestari, S., & Rahayu, D. L. (2019). Implementasi Model Delone Dan Mclean Terhadap Kesuksesan Penerapan Database Replikasi Pada Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai. *Cki on Spot*. <http://jurnal.stikomcki.ac.id/index.php/cos/article/view/58%0Ahttp://jurnal.stikomcki.ac.id/index.php/cos/article/download/58/56>
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *YUME : Journal of Management*, 4(1), 138–149. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.445>
- Maita, I., & Majid, S. (2022). Analisis Penerimaan terhadap Penggunaan E-Learning Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). In *Jurnal Sistim Informasi dan Teknologi*. <https://doi.org/10.37034/jsisfotek.v4i1.120>
- Mang'unyi, E. E., Khabala, O. T., & Govender, K. K. (2018). Bank customer loyalty and satisfaction: the influence of virtual e-CRM. *African Journal of Economic and Management Studies*, 9(2), 250–265. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-08-2017-0183>
- Media Andalas Sejahtera. (2021, October 19). *OVO pastikan keamanan data pribadi pengguna aman | IndoTelko mobile*. Indotelko.com - Indepth Review of Indonesia's Telco Industry. <https://www.indotelko.com/amp/read/1634551209/ovo-aman>

- Mindari, E. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Roti Isi Krim Durian (Jordan Bakery) Di Desa Rantau Sialang Kecamatan Sungai Keruh. *Jurnal Ekonomika*, 11(2), 46–61.
- Mubarok, A., & Kurriwati, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Satisfaction Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank Tabungan Negara Bangkalan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(1), 91–97. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i1.11336>
- Muhson, A. (2022). *Analisis Statistik Dengan SmartPLS*.
- Nisak, D. A. K., & Astutiningsih, S. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Harga, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Produk Simpati Telkomsel. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 41–48.
- Pakpahan, A. F., Prasetyo, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, T., ... & Rantung, G. A. J. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis
- Pradnyaswari, N. P. I., & Aksari, N. M. A. (2020). E-Satisfaction Dan E-Trust Berperan Dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pada Situs ECommerce Blibli.Com. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2683. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p11>
- Prakosa, D., & Pradhanawati, A. (2020). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 457–464. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28742>
- Purba, M., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi ovo pada mahasiswa pascasarjana universitas riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(1), 151–170. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>
- Purnama, H. K., & Trisnarningsih, S. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan LQ 45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Proceeding of National Conference On Accounting & Finance*, 3(18), 107–117. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol3.art10>
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.
- Putri, S. A., & Hadi, C. (2022). *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental Pengaruh E-service Quality dan E-trust terhadap E-satisfaction pada Pengguna Grab-Food Dari Generasi Z*. 2(1), 742–749.
- Rachmawati, D., & Syafarudin, A. (2022). Analysis of e-Service Quality and e-Trust on e-Loyalty with e-Satisfaction as an Intervening Variable in The Government eCatalogue. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 323–329. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1377>

- Ramadhany, A., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada AP Garage (Bengkel Cat & Custom). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 199.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.511>
- Rintasari, D., & Farida, N. (2018). *PENGARUH E-TRUST DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY MELALUI E-SATISFACTION* Pendahuluan. *IX(Iv)*, 539–547.
- Rizan, M., Warokka, A., Wibowo, A., & Febrilia, I. (2020). Leadership styles and customer loyalty: A lesson from emerging southeast asia's airlines industry. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 477-488.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.477>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Santika, I. W., & Pramudana, K. A. S. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel Di Bali. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 278–289.
<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.35>
- Shinta, S., Syah, T. Y. R. and, & Negoro, D. A. (2020). Determinants of Customer Satisfaction and Customer Loyalty Over City Market Citra Raya. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(2), 94–98.
<https://www.kemalapublisher.com/index.php/JoMA/article/view/438/440>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, H., Farizal Rasyid, A., Rachma Kurniaputri, M., Agama Islam, F., Studi Ekonomi Syariah, P., Siliwangi, U., Studi Kajian Wilayah Timur, P., & Sitasi, S. (2021). Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1845–1857.
<http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3615>
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61.
<https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Suprapti, S., & Kunci, K. (2020). Membangun e-Loyalty dan e-Satisfaction melalui eService Quality Pengguna Goride Kota Semarang Development of e-Loyalty and

- eSatisfaction through quality of e-Service for GoRide User. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 240–255. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3795>
- Supriadi, B., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Website Quality dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Pada Website pssi.org. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 4(2), 635–644. <https://doi.org/10.31539/costing.v4i2.1720>
- Susanty, S. (2020). Loyalitas Wisatawan Terhadap Citra Pulau Lombok Sebagai Daerah Tujuan Wisata Halal. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(2), 61–68. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i2.46>
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
- Tran, V. D., & Vu, Q. H. (2019). Inspecting the relationship among e-service quality, etrust, e-customer satisfaction and behavioral intentions of online shopping customers. *Global Business and Finance Review*, 24(3), 29–42. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2019.24.3.29>
- Valentina, R. A. N. (2020). Pengaruh E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Dengan Trust Sebagai Variable Intervening Pada Aplikasi Fintech OVO. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 8.
- Widiastuti, R. dkk. 2012. Ilmu Perilaku Konsumen. Malang: UB Press.
- Wuisan, D. S. S., Candra, D., Tanaya, M. A., Natalia, V., & Bernarto, I. (2020). Pengaruh Website Design Quality dan E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Sociolla E-Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Computatio : Journal of Computer Science and Information Systems*, 4(1), 55. <https://doi.org/10.24912/computatio.v4i1.7748>
- Yunita, D., & Rakhman, A. (2022). *HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANTOR KONSULTAN PAJAK LYS* (Vol. 11). <https://pajak.go.id/id/tahunanpage>