

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Tim Qiara Media (ed.)). CV Penerbit Qiara Media.
- Adhiim, D. M., & Mahir, P. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap e-customer loyalty pada aplikasi Ovo melalui e-customer satisfaction sebagai variabel intervening. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 16.
- Arifin, R., & Rachmadi, K. R. (2021). Analisis e-service quality, harga dan e-promotion terhadap e-customer satisfaction pada konsumen grabfood selama pandemi covid-19 di kota Malang. *INKUBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3, 19. <https://doi.org/https://doi.org/10.59261/inkubis.v3i2.32>
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Astuti, P. D., Nursyamsi, J., Haryono, & Utomo, J. (2022). Analisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i1.199>
- Avianti, I., & Triyono. (2021). *Ekosistem Fintech Di Indonesia*. PT Kaptain Komunikasi Indonesia.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.
- Chandra, T., Stefani, C., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. CV IRDH.
- Daga, R. (2019). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Dewi, N. P. K., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Trust dan E-Customer Satisfaction Pada E-Customer Loyalty dari Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2000>
- Djuniardi, D., Sani, I., Tulusan, M. T., Baali, Y., Saerang, A. A., Sucandrawati, N. L. K. A. S., Widiawati, W., Nurchayati, Sasewa, D. R., Sudirjo, F., & Rukmana, A. Y. (2023). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik Menciptakan Loyalitas Pelanggan*. Get Press Indonesia.
- Ellitan, L., & Anatan, L. (2021). *Strategic Operation Manajemen*. Pascal Books. https://www.google.co.id/books/edition/STRATEGIC_OPERATION_MANAGEMENT/_uJ-EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&bshv=rime/1
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. CV BUDI UTAMA. [https://repositori.sttkd.ac.id/Documents/Arif Fakhrudin%20 S.E.%20 M.M./1. Buku Bauran Pemasaran.pdf](https://repositori.sttkd.ac.id/Documents/Arif%20Fakhrudin%20S.E.%20M.M./1.Buku%20Bauran%20Pemasaran.pdf)
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816f6ce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf

- Garaika, & Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. CV. HIRA TECH. <https://stietrisnanegara.ac.id/wp-content/uploads/2020/09/Metodologi-Penelitian.pdf>
- Hakim, L., & Hapsari, R. A. (2022). *Financial Technology Law*. CV Adanu Abimata.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Deepublish.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*. Penerbit Insania.
- Haryadi, I., & Syharuddin, S. (2023). The Impact Of Brand Image and Promotion on Customer Loyalty. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 51–67. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v5i1.148.51-67>
- Heriyati, P. (2022). *Strategi Pemasaran : Segmenting, Targeting dan Positioning* (P. Heriyati (ed.)). Scopindo Media Pustaka.
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*.
- Hidayati, A., Sifat, W. O., Maddinsyah, A., Sunarsi, D., & Jasmani. (2021). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*. Cipta Media Nusantara. https://www.google.co.id/books/edition/Loyalitas_dan_Kepuasan_Konsumen_Tinjauan/KCgWEAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&bshv=rime/1
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Dr.Purwoko, Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., Zahara, A. E., Ardyan, E., Nurchayati, D., Efdison, Z., Trilakshmi, N., Damayanti, F., & Lova, A. N. (2023). *Manajemen Pemasaran (Strategi dan Praktek yang efektif)*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kusumawardhani, Aulia, S., Nugraha, & Agung, A. P. (2022). Analisis pengaruh kualitas layanan, citra merek dan promosi terhadap loyalitas konsumen pengguna mobile banking (BCA MOBILE). *Journal of Cahaya Mandalika*, 2(1), 275–282. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jtm/article/view/734>
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-trust terhadap e-loyalty dimediasi oleh e-satisfaction pada pengguna dompet digital Gopay. *YUME: Journal of Management*, 4(1), 138–149. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.445>
- Ariyanto. (2023). *Loyalitas pelanggan berdasarkan hasil penelitian pada mahasiswa universitas swasta di kota Medan* (Vol. 44, Issue 8).
- Maghfiroh, W. I., Himawan, A. F. I., Sukaris, & Krisnawati, W. (2022). Pengaruh e-service quality, e-trust dan e-satisfaction terhadap e-customer loyalty pada pengguna BRI mobile (BRImo). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.251>

- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Deepublish.
- Muniarty, P., Wulandari, W., & Saputri, D. (2022). Pengaruh e-service quality terhadap e-customer satisfaction pada marketplace Shopee. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11, 2.
- N. Uluwiyah, A. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat*. CV Multi Pustaka Utama.
- Nafiah, N., & Nugraha Pratama, A. A. (2021). Pengaruh customer intimacy, promosi, dan citra merek islam terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP godean 3 dengan kepuasan sebagai variabel intervening. 5(2).
- Nurjaya. (2022). *Manajemen pemasaran* (1st ed.). EF Press Digimedia.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books. <https://lemlit.unpas.ac.id/wp-content/uploads/2022/02/Metode-Penelitian-Kuantitatif.pdf>
- Pudjarti, S., Nurchayati, N., & Dwi Putranti, H. R. (2019). Hubungan e-service quality dan e-loyalty dengan e-satisfaction pada konsumen Go-jek dan Grab di kota Semarang. 21(3), 3. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.21491>
- Rania, D. (2024, April 5). Survei Dompot Digital Paling Favorit di Indonesia [2024]. Jubelio. <https://jubelio.com/hasil-survei-dompot-digital-paling-favorit-di-indonesia/>
- Ridhahani. (2020). Metodologi Penelitian Dasar. (Vol. 136, Issue 1). Pascasarjana. h
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan* (H. B. Suharto & N. Hidayat. Hikam Pustaka.
- Rintasari, D., & Farida, N. (2020). Pengaruh e-trust dan e-service quality terhadap e-loyalty melalui e-satisfaction (Studi pada pengguna situs e-commerce C2C Shopee di Kabupaten Sleman). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 539–547. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28803>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.
- Saputro, A. W., & Oetomo, H. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-loyalty dengan Brand Image dan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1750>
- Septiani, S. (2023). Pengaruh e-service quality dan sales promotion terhadap e-customer loyalty Tokopedia dengan e-customer satisfaction sebagai variabel intervening (Issue 11190810000101).
- Setyawan, D. A. (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. TAHTA MEDIA.

- Sholikah, Mundzir, A., Y, N., Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., Purwaningsih, N., Angmalisang, S. I., Riorini, S. V., Wiliana, E., Depari, G. S., Ekopriyono, A., Mahmud, Pujiastuti, N. S., & Rahajeng, E. (2021). *Manajemen pemasaran : saat ini dan masa depan* (1st ed.). Insania.
- Sihombing, P. R., & Arsani, A. M. (2022). *Aplikasi SmartPLS Untuk Statistisi Pemula*. PT Dewangga Energi Internasional.
- Sihombing, P. R., & Arsani, A. M. (2022). *Buku Aplikasi Minitab Untuk Statistisi Pemula* (1st ed.). PT Dewangga Energi Internasional.
- Sinaga, A. R., Pradekso, T., & Setyabudi, D. (2022). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan terpaan promosi penjualan terhadap loyalitas konsumen dompet digital gopay. *Interaksi Online*, 10(3).
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, D. (Cand) A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Uldah, M. (2022). *Brand Marketing : The Art Of Branding*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA. <https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/2937/1/3>.
- Suhirman, & Yusuf. (2019). *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Panduan Praktis*. Fakultas Tarbiyah dan keguruan UIN Mataram.
- Sulistiyowati, W. (2019). *Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya*. UMSIDA Press. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/download/978-602-591-436-2/836/>
- Suprapti, S., & Suparmi. (2020). Membangun e-loyalty dan e-satisfaction melalui e-service quality pengguna Goride kota Semarang (development of e-loyalty and e-Satisfaction through quality of e-service for GoRide user). <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3795>
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan* (A. T. Putranto (ed.)). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompet Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(1). <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i1.1593>
- Veryani, F., & Andarani, S. (2022). Pengaruh e-service quality terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal STEI Ekonomi*, 12. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i01.544>
- Wahyuni, M. (2020). *Statistik Deskriptif*. Bintang Pustaka Madani. [https://repository.universitaspahlawan.ac.id/1176/1/statistik deskriptif.pdf](https://repository.universitaspahlawan.ac.id/1176/1/statistik%20deskriptif.pdf)
- Waluyo, B. P., Mareta, Z., Rukmana, A. Y., Harto, B., Widayati, T., Haryadi, R. M., Safa'atillah, N., Sopotra, J. H., Siang, R. D., Aji, A. A., Kristanti, D., & Rahwana, K. A. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Winarso, W., & Mulyadi. (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV. Pena Persada. [http://repository.ubharajaya.ac.id/16137/1/Buku Manajemen Pemasaran.pdf](http://repository.ubharajaya.ac.id/16137/1/Buku%20Manajemen%20Pemasaran.pdf)

Yahya, S. D. (2023). *Financial Technology For Entrepreneur*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Yamin, S. (2021). *SMARTPLS 3, AMOS & STATA OLAH DATA STATISTIK (MUDAH & PRAKTIS)*. PT Dewangga Energi Internasional.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL