

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnes, Hikmat Maulana, L., & Tjahja Andari, T. (2022). Pengaruh Diferensiasi Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dompot Digital Dana Pada Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Bogor. *Jurnal Visionida*, 8, 84–99.  
<https://ojs.unida.ac.id/Jvs>,
- Agustino, L., Ujianto, & Yousida, I. (2021). *Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin*. 17, 401–422.
- Ardana, F. N., & Artanti, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada E-Commerce: Pengaruh Fashion Consciousness, Shopping Enjoyment, Nilai Konsumen. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 123–137.  
<https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1549>
- Atintyasputri, A. A. W., & Hapsari, A. N. S. (2019). Analisis Implementasi Pengelolaan Dana Desa Menggunakan Aplikasi Siskeudes Desa Banyuwangi. *Perspektif Akuntansi*, 2, 169–193.
- Azindhani, Z. (2022). *Penggunaan Aplikasi Dana Sebagai Media Dompot Digital dan Transaksi di Indonesia*.
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2017). Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran dan Penjualan Berbasis Web. *Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika (TRANSISTOR EI)*, 2(2), 81–88.
- Budiyanto, A. (2023). Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Akademik Institut Bisnis Nusantara. In *Jurnal Esensi Infokom* (Vol. 7, Issue 2).
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. 13.
- Dirnaeni, D., Handrijaningsih, L., Mariani T.R, S., & Anisah. (2021). Persepsi Kemudahan, Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Melalui Kepuasan. *ULTIMA Management*, 13, 287–303.
- Fahlevi, P., Octaviani, A., & Dewi, P. (2019). Analisis Aplikasi Ijateng Dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8, 103–111.

- Fahriani, N. S., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. *OPTIMAL : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3).
- Flavián, C., & Guinalíu, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy: three basic elements of loyalty to a web site. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601–620.
- Hikmah, A., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompot Digital DANA. *Journal of Management and Creative Business*, 1(4), 181–202. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i4.1433>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- Indrawati, S. A., & Syafrida, I. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Aplikasi Bibit Investasi Reksa Dana Syariah). *Account; Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 11(1).
- Jahanshahi, A. A. , R. H. , & A. S. (2011). The impact of customer satisfaction on customer loyalty in the banking industry. *International Journal of Business and Management*, 6(8), 253–263.
- Kotler, P. , & K. K. L. (2011). *Marketing Management* (14th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusuma, D. W., & Fahlefi, A. R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Loyalitas Pengguna E-Banking Dengan Kepercayaan (Trust) Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah E-Banking Bank BNI). *JPDSH Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(8). <https://bajangjournal.com/index.php/JPDSH>
- Latifah, H. A., Kadi, D. C. A., & Sari, S. L. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan, Promosi, Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Di Kota Madiun (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun). *CITACONOMIA : Economic and Business Studies*, 01. <https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/indexdex>
- Lestari, N. P., Lenny, A., & Mandagie, Y. (2024). Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengankepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Padamahasiswa Pengguna Aplikasi Dana Di Jurusanmanajemen UNSRAT Angkatan 2023. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3, 1136–1150.

- Lubis, M. D., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 209–218. <https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3021>
- Munfaqiroh, S., & Dea, D. W. A. D. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15, 122–132.
- Mustofan, F. J., & Kurniawati, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana. *YUME : Journal of Management*, 7(1), 856–868.
- Oktaviani, L., Amriani Asmin, E., Tjahja Andari, T., & Studi Manajemen, P. (2024). Keputusan Pengguna Dompot Digital Gopay Dan Ovo Memediasi Persepsi Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Inovasi Dan Manajemen Bisnis*, 06, 2. <https://journalpedia.com/1/index.php/jimb>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Pujasari, A., Henry Setyawan, D., & Ari Udiyono, dr. (2015). *Faktor-Faktor Internal Ketidapatuhan Pengobatan Hipertensi Di Puskesmas Kedungmundu Kota Semarang* (Vol. 3, Issue 3). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jkm>
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pada Mahasiswa STIE Bank BPD JATENG. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2, 157–168. <https://www.liputan6.com>
- Raman, A., & Annamalai, V. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *WINBIS*.
- Samara, A., & Susanti, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i2.700>
- Saputri, F. S., & Sukresna, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Website, Kemudahan Penggunaan Website, Keamanan Website, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada E-commerce Shopee). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*.

- Septiani, A. P., & Alam, I. A. (2024). Pengaruh Keamanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Studi Kasus Bank Bri Unit Baradatu, Waykanan. *Jurnal Multilingual*, 4, 3.
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). | 157 | Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jkdp>
- Subowo, M. H. (2020). Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Ojek Online Xyz. *Walisongo Journal of Information Technology*, 2(2), 79. <https://doi.org/10.21580/wjit.2020.2.2.6939>
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-MONEY. *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 5, 113–119.
- Wahyuningsih, D., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3), 435–445. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i3.2123>
- Wijayanto, K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 17.
- Wilson, N., Keni, K., Henriette, P., & Tan, 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. <http://journal.ugm.ac.id/gamaijb>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.