

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, W., & Zhang, Q. (2020). Green purchase intention: Effects of electronic service quality and customer green psychology. *Journal Of Cleaner Production*, 267, 1–17.
- Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006-1012.
- Amoako, G. K., Doe, J. K., & Neequaye, E. K. (2023). Online innovation and repurchase intentions in hotels: the mediating effect of customer experience. *International Hospitality Review*, 37(1), 28–47
- Ardana, F.N., Artanti, Y., 2022. Keputusan Pembelian Produk Fashion pada ECommerce: Pengaruh Fashion Consciousness, Shopping Enjoyment, Nilai Konsumen. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7 (1)
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19 (3), 134–158.
- Buluati, R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Boalemo. *Wahana*, 75(2), 33-47.
- Damayanti, R. S. (2019). Pengaruh online customer review and rating, e-service quality dan price terhadap minat beli pada online marketplace shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). In *UMMagelang Conference Series* (pp. 684-693).
- Davis, F. D. 2014. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center*, 319-340
- Demokratis, K., Sanksi, D. A. N., Andarista, S. A., Ahluwalia, L., & Handayani, M. A. SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology (Studi Kasus Pegawai Kantor Balai Taman Nasional Way Kambas Lampung). *vol, 1*, 1-11.
- Dewi, R. S. (2023). *PENGARUH FAKTOR KEMUDAHAN KEAMANAN DAN SOSIAL TERHADAP MINAT MENGGUNA UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) PADA APLIKASI OVO DENGAN VARIABEL MODERASI GENDER (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi UII)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Fitria, & Siswanto. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Masalah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada BMT Sidogiri Cabang Malang Kota). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(30), 1254–1268.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.

- Griffin, J. (2018). *Customer Loyalty: How to Learn It, How to Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh tampilan web dan harga terhadap minat beli dengan kepercayaan sebagai intervening variable pada e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.
- Kamil, L. I. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Gopay. *IAIN Surakarta*.
- Khoiriyah, S. U., Zulkarnaeni, A. S., & Halim, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Menggunakan Financial Technology pada Aplikasi Dana Studi Kasus pada Toko Online dan Toko Fisik di Kecamatan Ajung. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 70-79.
- Kotler, P. and G. A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edii13. Ji). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, G. (2020). Pengaruh Celebgram dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Media Sosial Instagram Produk Erha Klinik di Surabaya. *Jurnal MEBIS: Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5, No. 1
- Lubis, Melsi Diana Putri, David Humala Sitorus. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5 (2).
- Mahendri, Wisnu, Ifta Nur Azah. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Dana. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3 (1).
- Maryono, Stefanny Irene Putri, Lilik Indrawati. (2022). Pengaruh Keamanan, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Lazada. *K&K_Jurnal Manajemen*, 1 (2).
- Morasa, A. A., Wenas, R. S., & Pandowo, M. (2022). Pengaruh experiential marketing, citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Janji Jiwa Jilid Agustus Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1- 10.
- Mutiara., Wibowo, I. 2019. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisna*, 8 (2),
- Nirawati, Lia, Adistya Dwi Pratiwi, Adelia Mutiahana dan Elida Ahya Afida. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Pengalaman Pelanggan (*Customer Experience*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1 (9).
- Nurfauzan, Muhammad Pasha. (2021). Pengaruh Harga, Keamanan, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9 (2).
- Palandi, J. J., Mangantar, M., & Raintung, M. C. (2022). Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian di Manado. *Emba*, 10(4), 565–576.
- Parhusip, Austin Alexander, Nurul Izzah Lubis. 2020. “Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Tokopedia.com)” *EKOMBIS Sains, Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis* 5(2).

- Phillip, Kotler, & Keller, Kevin Lance. (2012). *Marketing Management* 14th edition Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Prabowo, A., Lubis, A. N., & Sembiring, B. K. F. (2021). The Effect of Promotion and Servicescape on Impulsive Buying Behavior with Shopping Emotion as Intervening Variables for Consumers Store of Fashion H&M in Sun Plaza Medan, North Sumatera, Indonesia. *International Journal of Research and Review*, 8 (2), 235-252.
- Pradida, Debbi Rangga dan Nanang Suryadi, 2022. Pengaruh Citra Merek, *Perceived Value*, Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Iphone. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1 (1)
- Prasetyani, I., Wahyuningsih, T.H., 2019. Pengaruh Sumber Informasi, Keamanan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *EFEKTIF Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 10 (2)
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., Tasnim, T., & Arif, N. F. (2020). Pemasaran digital dan perilaku pelanggan. *Yayasan Kita Menulis*.
- Samara, Aldi dan Metta Susanti, 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. *JURA: Jurnal Riset Akuntansi*, 1 (2)
- Sari, Anak A. R. Permata, dan N. N. K. Yasa. 2020. Kepercayaan Pelanggan DiAntara Hubungan Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com. *Penerbit Lakeisha*, Klaten.
- Sari, E. I. (2021). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust dan Sales Promotion terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada kosnumen Grabfood di Kota Lamongan).
- Scmitt, Be. H. (1999). "*Experiential marketing*", http://pioneer.netserv.chula.th/~ckieatvi/Fathom_Exp_Marketing.html.
- Steven, J., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Wallet Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 267-278.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Cetakan ke-1*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sutedjo, A. S. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Serta Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online Shopee. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi dan Manajemen Tri Bisnis*, 3(2), 165-178.
- Suyanto & Siswanto. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Korelasional*. Klaten : Bosscric

- Tannus, Jessica dan Fransisca Andreani. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Customer Satisfaction* Terhadap Customer Loyalty Toko Online Frenue.Id Di Shopee. *AGORA*, 10(2).
- Tarigan, M. I., & Parhusip, P. T. (2022). Pengalaman Merek Destinasi Sebagai Mediator Terhadap Loyalitas Merek Destinasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 377–398.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. In Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. 2019. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran strategik*. Penerbit Andi
- Wahyuningsih, Desi, Lia Nirawati. 2022. Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana. *JURKAMI Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7 (3).
- Waqhidah, F. (2019). Pengaruh Testimoni Pembeli dan Kualitas Barang Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Market Place Shopee Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo.
- Wardhana, E. 2019. Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Sonny Vaio. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 20 (2).
- Yunita Nahla Rahma, Hadi Sumarsono dan Umi Farida, 2019, Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo), *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, Vol. 3 No. 1
- Zuhro, N. C., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Aplikasi OVO). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 284-293.

