

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, N., & Suharti, S. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Manajemen Dewantara*, 1(1), 21–34. <https://doi.org/10.26460/md.v1i1.45>
- Apsan, H., Djuardi, D. K., & Djausal, G. P. (2021). Membangun Loyalitas Konsumen Pada Platform Jual Beli Online kemudahan ( Studi Pada Konsumen yang Berbelanja Menggunakan Aplikasi Shopee ). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(6), 302–311. <https://doi.org/https://doi.org/10.0120/ss>
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(1), 120–131.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Bintari, W. P., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Usability, Information Quality, dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri). *Jurnal Perspektif*, 20(1), 68–75. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1.12286>
- Br Ginting, D., & Nugraha, A. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Sistem, Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Sakuku Bca. *Media Informatika*, 18(1), 42–61.
- Dirnaeni, D., Handrijaningsih, L., T.R, S. M., & Anisah. (2021). Persepsi Kemudahan, Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Melalui Kepuasan. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 287–303. <https://ejournals.umn.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2203>
- Dirwan, P. A. &. (2018). Pengaruh Kenyamanan Dan Kemudahan Penggunaan Fasilitas ATM BNI Taplus Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Utama Makassar. *Akmen Jurnal Ilmia*, 15(2), 10. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/view/297>
- Erica, D., & Rasyid, H. Al. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online di Jakarta. *Jurnal Ecodemica*, 19 No. 2(2), 168–176.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi

- Kemudahan,. *Jurnal Ecodemica*, 4, 200–210.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Ginting, D. B., & Marlina, M. R. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas layanan, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pengguna Fasilitas E-Filing. *Media Informatika*, 16(1), 20–31.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGGIO>
- Harahap, B. I., Nazer, M., & Andrianus, F. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dalam Belanja Online Di Kota Solok. *Technology Acceptance Model (TAM)*, 11(1), 1–9.
- Ilmi, M., Setyo Liyundira, F., Rachmawati, A., Juliasari, D., & Habsari, P. (2020). Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 16(2), 436–458. <https://doi.org/10.31967/relasi.v16i2.371>
- Ishaya, S. R., Wibowo, E. W., & Yoeliastuti, Y. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Transaksi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (Mrt) Jakarta. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(1), 107. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i1.350>
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.13550>
- Mahardika, A. samudra. (2019). Akuntan Di Era Digital: Pendekatan Tam (Technology Acceptance Model) Pada Software Berbasis Akuntansi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 08(2), 12–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.32639/jiak.v8i1.282>
- Meileny, F. dan T. I. W. (2020). Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal*, 4(2), 1–9.
- Natalia, J., & Br Ginting, D. (2018). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Penggunaan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu. *Media Informatika*, 17(3), 148–164. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v17i3.19>

- Nurvitasari, E., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab ( Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood ). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1472–1481. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41637>
- Parera, N. O., & Susanti, E. (2021). Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 2(1), 39–48. <https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>
- Pham, T. S. H., & Ahammad, M. F. (2017). Antecedents and Consequences of Online Customer Satisfaction: A Holistic Process Perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 124(March 2016), 332–342. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.04.003>
- Prasetya, I. A., & Suwitho. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4899%0Ahttp://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4899/4911>
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- 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>
- Purwitasari, R., & Budiarti, E. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Nilai Pelanggan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(2), 105–116. <https://doi.org/10.3770033-2909.126.1.78>
- Putra, D. N. G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt . Matahari Department Store Di Mantos 2 Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty At Pt . Matahari Department Store In Mantos 2. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1428–1438.
- Rahayu, P. F., & Riana, D. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online (Gojek) Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang. *Jurnal Akuntanika*, 6(1), 46–54.
- Rahmadhanisa, G., & Sari, K. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Financial Technology Ovo. *Manajemen Universitas Gunadarma*, 1(2), 1–16.
- Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 210–223. <https://doi.org/10.31311/jeco.v1i2.2026>
- Rissalah, T. A., & Sulistyawati, L. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Shopee di Mojokerto pada Masa Pandemi. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 1137–1151. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i5.1069>
- Ritonga, H. M., & Pane, D. N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Idk 2 Medan*. 12(2), 30–44.
- Rohana, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 28–32. <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>
- 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/jpens.v3i3.163>
- Rusyidi, M. Z. (2021). Studi Tentang Loyalitas Nasabah Dana Di PT Bank BNI Syariah Cabang Pekalongan. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(7), 3400. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i7.2484>
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card). *Management*, 1–20.
- Setyowati, E. O. T., & Respati, A. D. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Computer Self Efficacy, Dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 13(1), 63.

<https://doi.org/10.21460/jrak.2017.131.281>

- Solimun, S., & Fernandes, A. A. R. (2018). The Mediation Effect Of Customer Satisfaction On The Relationship Between Service Quality, Service Orientation, And Marketing Mix Strategy And Customer Loyalty. *Journal of Management Development*, 37(1), 1–11.
- Sonatasia, D., Onsardi, & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Srivastava, M., & Rai, A. K. (2018). Mechanics Of Engendering Customer Loyalty: A Conceptual Framework. *IIMB Management Review*, 30(3), 207–218. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2018.05.002>
- 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>
- Suwarsito, S., & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan Dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27–35. <https://doi.org/10.33557/jibm.v3i1.826>
- Thung, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(3), 327–334.
- 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>
- <https://teknologi.bisnis.com/read/20210908/101/1439467/hingga-agustus-2021-aplikasi-byu-telkomsel-diunduh-7-juta-kali>