

## REFERENCES

- Achiriani, M. P. A., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna Dompot Digital Dana Di Indonesia. *eProceedings of Management*, 8(1).
- Adhitama, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia (Studi pada Pengguna Tokopedia). *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 71-79.
- Afiah, L. N., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee di Masa Pandemi. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(2), 709-725.
- Amaral, M. A. L., & Watu, E. G. C. (2021). PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE DAN TRUST TERHADAP NIAT BERKELANJUTAN MENGGUNAKAN FDAS PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Sebatik*, 25(2), 562-570.
- Andita, M. P., & Abi Anwar, U. A. (2023). PENGARUH CITRA MEREK DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF ONLINE DI INSTAGRAM. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1177-1188.
- Aneli Tuju, S., Moniharapon, S., & Tampenawas, J. L. (2023). ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA ALFAMART LANGOWAN DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 466-474.
- Ariani, S., & Oetama, S. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERCETAKAN M2 DI SAMPIT. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 156-164.
- Arnetta (2022). <https://dailysocial.id/post/strategi-penetapan-harga>
- Ayesha, I., Redjeki, F., Sudirman, A., Leonardo, A., & Aslam, D. F. (2021). Behavior of Female Entrepreneurs in Tempe Small Micro Enterprises in Tasikmalaya Regency , West Java as Proof of Gender Equality Against AEC. Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020), 560(Acbleti 2020), 124–130.

- Butarbutar, Novia et al (202). Analysis of the Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Lifestyle Compatibility on Behavioral Intention QRIS in Indonesia. (2022). *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 10(11), 4203-4211. <https://doi.org/10.18535/ijsrm/v10i11.em07>
- Christiana, A. (2023). PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ANGKRINGAN BANGBUL DI SAMPI. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 94-103.
- Faizal, A. (2021, September). The Influential Factors in the Modified Unified Theory of the Acceptance and Use of Technology on Customer Satisfaction for Adopting BJB Digi. In *5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)* (pp. 429-433). Atlantis Press.
- Ghozali. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah, Amir; Susanti, Lidia. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif: Kajian Teoritik dan Praktik (Cetakan ke- 1). Malang: Literasi Nusantara
- Hamzat, S. A., & Mabawonku, I. (2018). Influence of performance expectancy and facilitating conditions on use of digital library by engineering lecturers in universities in south-west, Nigeria. *Library philosophy and practice*, 1-16.
- Hidayah, N., & Indah, D. (2023). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN SHOPEE. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 116-123.
- Hikmah & Muslimah (2021, December). *Validitas dan Reliabilitas Tes*. Palangka <https://ejournalpolnam.ac.id/index.php/JurnalSimetrik/article/view/615/453>
- Kalinić, Z., Marinković, V., Djordjevic, A., & Liebana-Cabanillas, F. (2019). What drives customer satisfaction and word of mouth in mobile commerce services? A UTAUT2-based analytical approach. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(1), 71-94.
- Khoerunisa, F., & Vikaliana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengguna Tokopedia Melalui Kepuasan Pelanggan. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 1-10.
- Kumar. (2020). Statistics: Mean / Median /Mode/ Variance /Standard Deviation | by Anjani Kumar | Analytics Vidhya | Medium. <https://medium.com/analytics-vidhya/statistics>

- Kurniawan (2023). <https://www.hashmicro.com/id/blog/7-faktor-yang-mempengaruhi-loyalitas-konsumen-pada-bisnis-retail/#2>
- Kusmarini, R. A., Sumarwan, U., & Simanjuntak, M. (2020). The effect of atmosphere perception, perceived value, and hedonic value on consumer loyalty through the service quality of warunk upnormal. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 6(1), 53-53.
- Lesmana, R. A., & Ashfath, F. (2022). Analisis Pengaruh Performance Expectancy Dan Effort Expectancy Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Jago Milik Pt. Bank Jago Tbk. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ* (Vol. 3).
- Mustika, W., Kurniawati, M., & Sari, M. P. (2023). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Kategori Produk Fashion Online Pada Marketplace. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(1), 141-151.
- Onaolapo, S., & Oyewole, O. (2018). Performance expectancy, effort expectancy, and facilitating conditions as factors influencing smart phones use for mobile learning by postgraduate students of the University of Ibadan, Nigeria. *Interdisciplinary Journal of e-Skills and Lifelong Learning*, 14(1), 95-115.
- Rahellea, S. L., & Rianto, M. R. (2023). Literatur Review: Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Loyalitas terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Nako. *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi*, 4(1), 63-73.
- Rahmadilah, F., & Sari, D. (2021). Pengaruh Hedonic Dan Utilitarian Motivation Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Continuance Intention Netflix. *eProceedings of Management*, 8(6).
- Raidah, R. A., & Wibowo, S. F. (2019). Analisis pengaruh e-service quality dan perceived service value terhadap kepuasan pelanggan tokopedia. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 148-166.
- Rosyihuddin, M. (2020). Kualitas Produk, Harga Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pengguna Tokopedia Di Kabupaten Gresik. *Jurnal Manajerial*, 7(01), 19-36.
- Santi, S., & Mulyanti, D. (2023). Pengaruh Motif Belanja Hedonik Dan Motif Belanja Utilitarian Terhadap Loyalitas Konsumen. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital dan Kewirausahaan*, 2(1), 21-27.
- Sodexo (2019). <https://www.sodexo.co.id/faktor-kepuasan-pelanggan/>

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka baru press.
- Utomo, P., Kurniasari, F., & Purnamaningsih, P. (2021). The effects of performance expectancy, effort expectancy, facilitating condition, and habit on behavior intention in using mobile healthcare application. *International Journal of Community Service & Engagement*, 2(4), 183-197.
- Wibowo, A. H., Mursityo, Y. T., & Herlambang, A. D. (2019). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy dan Social Influence terhadap Behavioral Intention dalam Implementasi Aplikasi SIMPG PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(9), 9047-9053.
- Wulansari, R., Astria, K., & Wibowo, W. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Berkah Syahrie Sejahtera Tangerang. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(2), 300-307.
- Yusnara, R. I., & Soepatini, S. (2023). Utilitarian, hedonic, and social values on e-commerce customer loyalty: mediating role of customer satisfaction. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(2), 296-316.