

REFERENCES

- Akbar, A., & Wadud, M. (2024). The Effect Of Speed And Reliability Of Service On Customer Satisfaction Mediated By Employee Performance In Using Agency Services At PT Bukit Prima Bahari. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5138–5154. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Andini, N. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Kai Access Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Di Era Digital. *Jurnal Multi Disiplin*, 2(4), 424–435. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Andriani, A. D., Suhartini, E., Pangarso, A., Pradesa, H. A., Agustina, I., Amin, S., Utami, N. E., Abdillah, H. Z., Suarlin, Winarni, W., Koynja, J. J., Rahmisyari, Sofyanty, D., Abdurohim, & Kusnadi, I. H. (2022). Perilaku dalam Organisasi. In *Eureka Media Aksara*.
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291–303. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.478>
- Azizah, M., Aryani, B., & Hidayati, A. (2024). *Kualitas Program Dan Reliability Sebagai Kunci Kepuasan Dan Loyalitas*. 10(2), 221–242.
- Belinda, & Rahardjo, J. S. D. (2024). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Tamu. *Jurnal Ilmiah Niagara*, 16(01), 8–19. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2024.3546>
- Daffa Wibisono, A., Cahyadi, L., & Penulis, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER)*, 1(2), 12–28. <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v1i2.73>
- Febriyanti, R. (2025). PEengaruh Tangible, Reliability, Jaminan, Dan Emphaty Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Etika Bisnis Islam (Studi Pada PT. Sarana Lampung Ventura). *Perbankan Syariah*, 1–23.
- Hapsoro, B. B., & Sekaran, F. U. K. (2022). The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security on E-Wallet Continuance Intention of Shopeepay Through E-Satisfaction Article Information. *Management Analysis Journal*.
- Harinie, L. T., Triyono, A., Marheni Eka Saputri, Hafidz Hanafiah, Arissaputra, R., Ni Putu Nurwita Pratami Wijaya, A. S., Rahayu, T., Syahputra, Warnadi, Khasanah, J. S. N., Yuswono, I., Sakti, D. P. B., Ilham, B. ulum, & Mansur,

- D. M. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Heni Susilowati, & Siswanto Siswanto. (2021). Analisis Pengaruh Service Delivery Dan Digitalisasi Terhadap Customer Satisfaction Pada Pt. Iss Indonesia. *Manajemen*, 1(1), 87–98. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v1i1.186>
- Herudiansyah, G., Fitantina, F., & Suandini, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Reliability, Responsiveness Dan Assurance Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Muhammadiyah. *Motivasi*, 8(1), 9. <https://doi.org/10.32502/mti.v8i1.5663>
- Kinasih, B. S., & Albari, A. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss1.art3>
- Kuatin, E. N., & Imronudin. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 654–659. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1045>
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Larasati, F. R., Agung, A., & Diatmika, K. (2024). Pengaruh Customer Delight , Customer Satisfaction , Customer Trust , Terhadap Customer Loyalty Pada Aplikasi Penggemar K-POP. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 5302–5310.
- Mardiana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Hotel X di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(1), 411–425. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5867486>
- Melani, M., Sujana, S., & Gendalasari, G. G. (2021). Pengaruh Bukti Fisik, Reliabilitas, Assurance, Daya Tanggap Dan Empati Terhadap Loyalitas Pelanggan Emerald Golf. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(1), 31–40. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v2i1.584>
- Obafemi, O. O., Oyo, Onyebuchi, O., & Omoyebagbe, O. P. (2024). Impact Of Customer Loyalty On Organizational Performance. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Olivia, M., & Marchyta, N. K. (2022). The Influence of Perceived Ease of Use

- and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention. *Jurnal Teknik Industri*, 24(1), 13–22. <https://doi.org/10.9744/jti.24.1.13-22>
- Pringgadini, S. A., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Perceived Security, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 574–584. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1774>
- Priyatno, D. (2023). *SPSS : panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum* (p. 230). Andi Offset.
- Ramadhan, T. K., & Saputro, E. P. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Trust terhadap Behavioral Intention Pengguna Gopay. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 5501–5517. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2856>
- Ritonga, H. M., PANE, D. N., & RAHMA, C. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(4). <https://doi.org/10.32832/manager.v3i4.3923>
- Setiawan, Z., Erwin, Purwoko, Riswanto, A., Amara, M. A. L., & Widawati, E. (2023). Buku Ajar Manajemen Pemasaran (pertama). In *CV. Pustaka Abadi* (Issue March 2024).
- Subhan, M., & Indriyanti, A. D. (2021). Penggunaan Metode Heuristic Evaluation sebagai Analisis Evaluasi User Interface dan User Experience pada Aplikasi BCA Mobile. *Journal of Emerging Information ...*, 02(03), 30–37.
- Wahyudi, Maulana, A. J., Widyanto, R., Rahayu, A., & Effendy, I. R. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wilson, N., Alvita, M., & Wibisono, J. (2021). the Effect of Perceived Ease of Use and Perceived. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 145–159. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmieb/article/view/10489>
- Wulan, I., Safuan, S., & Erwin, E. (2024). Tinjauan Pustaka Dampak Keandalan E-Servqual Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam E-Commerce. *Jesya*, 7(2), 1911–1925. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1734>
- Zuniarti, S. O., & Ayu, C. (2025). *Customer Satisfation Based on Quality Product and Brand Image*. 13(1), 563–572. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i1.3076>