

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., & Endayani, F. (2022). Pengaruh E-Trust dan E-Satisfaction Terhadap Meningkatnya E-Loyalty pada Pengguna Aplikasi E-Commerce di Kalangan Generasi Millennial. *Journal of Management Studies*, 16(1), 35-50.
- Albandjar, C. (2022, Juni 15). *E-Wallet - Merangkul Transformasi Tanpa Uang Tunai*. Retrieved Februari 13, 2023, from Fintech Indonesia: <https://fintech.id/event-detail-past/9749afdc-e72c-4171-9b9b-2bd2ee033dd5>
- Anggraeni, R. (2022, November 29). *InsightAsia: Layanan Favorit Orang Indonesia di e-Wallet, Belanja via e-Commerce*. Retrieved Februari 13, 2023, from finansial.bisnis.com: <https://finansial.bisnis.com/read/20221129/563/1603072/insightasia-layanan-favorit-orang-indonesia-di-e-wallet-belanja-via-e-commerce>
- Arifin, M. B., & Nurdyansyah. (2018). *Buku Ajar Metode Penelitian Pendidikan*. (E. F. Fahyuni, Ed.) Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Astono, A. D. (2021). The Effect of Reputation and Competence on Customer Loyalty Through Customer Trust. *International Journal of Global Accounting, Management, Education, and Entrepreneurship (IJGAME2)*, 1(2), 90-99.
- Astuti, S. R., & Sativa, A. (2016). Analisis Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1-10.
- Bank Indonesia. (2018, Desember 1). *Mengenal Financial Teknologi*. Retrieved Februari 13, 2023, from bi.go.id: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- Berraries, S., Chtioui, R., & Yahia, B. K. (2015). Functional Characteristics Of Banking Websites And Customer Loyalty:The Mediating Role Of Online Trust. *The Journal of Applied Business Research*, 31(3), 911-923.
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online. *Jurnal Profit*, 4(1), 1-11.

- Chen, J., Yen, D., Pornpriphet, W., & Widjaja, A. (2015). E-commerce web site loyalty: A cross cultural comparison. *Information Systems Frontiers*, 17(6), 1283-1299.
- Clinten, B. (2022, Juli 7). *Daftar E-Wallet Terpopuler di Indonesia*. Retrieved Januari 7, 2023, from [kompas.com: https://tekno.kompas.com/read/2022/07/07/10150027/daftar-e-wallet-terpopuler-di-indonesia-gopay-teratas](https://tekno.kompas.com/read/2022/07/07/10150027/daftar-e-wallet-terpopuler-di-indonesia-gopay-teratas)
- Dwiantari, S., Permanasari, R., & Puspitasari, W. (2022). Penggunaan Aplikasi E-Wallet Sebagai Sarana Pembayaran Transaksi Bisnis Kuliner Pada Masa PPKM Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 14(1), 44-56.
- Firmansyah, M., Masrun, & Yudha S., I. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156-159.
- Garaika, & Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung: CV Hira Tech.
- Griffin, J. (2010). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. (D. K. Yahya, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Gunarso, L., Andriano, J., & Sihombing, S. (2020). Keterhubungan Antara Kemampuan, Kebajikan (Benevolence), dan Integritas Perusahaan Terhadap Kepercayaan dan Partisipasi Pelanggan: Studi Empiris Pada Tokopedia. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 330-342.
- Gunawan, Y. I., & Khoiruman, M. (2021). Analisa Consumer Trust Terhadap Partisipasi Konsumen Apotik Rakyat (Studi Kasus Maraknya Peredaran Obat Ilegal di Surakarta). *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 8(1), 116-124.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. (C. S. Rahayu, Ed.) Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Jakpat. (2022, Juni). *DataIndonesia.id*. Retrieved Maret 19, 2023, from [DataIndonesia.id: https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-digital-konsumen-pilih-ewallet-atau-mobile-banking](https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-digital-konsumen-pilih-ewallet-atau-mobile-banking)

- Jayusman, I., & Shavah, O. A. (2020). Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1), 13-20.
- Juwaini, A., Chidir, G., Novitasari, D., Iskandar, J., Hutagalung, D., Pramono, T., et al. (2022). The role of customer e-trust, customer e-service quality and customer e-satisfaction on customer e-loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 477-486.
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty. 1204-1213.
- Khasanah, A. U. (2022). E-Loyalty: Pengaruh Brand Imagedan Online Trust. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 41-45.
- Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. (2021). Penyebaran Pengguna Digital Wallet di Indonesia Berdasarkan Google Analytics. *JEBM Journal of Economics and Business*, 17(2), 377-385.
- Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. (2021). Penyebaran Pengguna Digital Wallet di Indonesia Berdasarkan Google Trends. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 17(2), 377-385.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan. *Jurusan Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 33-39.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linear Berganda. *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54-64.
- Muzakir, Bachri, S., Adam, R., & Wahyuningsih. (2019). Building Customer E-Loyalty in Online Marketing. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 135, 200-204.
- Nelwan, F., Mananeke, L., & Tawas, H. (2019). Analisis Faktor Determinan Keputusan Pembelian di Gerai Starbucks Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5147-5156.
- Noer, L. R., Handiwibowo, G. A., & Syairudin, B. (2020). Analisis Loyalitas Pengguna Electronic Wallet Terhadap Keamanan Transaksi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 88-94.

- Novita, D., & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi (Participation) Pelanggan Wulan Rent Car. *Journal of Applied Business and Economics*, 6(3), 259-273.
- Ozdemir, E., & Sonmezay, M. (2020). The Effect of The E-Commerce Companies Benevolence, Integrity and Competence Characteristics on Consumers Perceived Trust, Purchase Intention and Attitudinal Loyalty. *Business and Economics Research Journal*, 11(3), 807-821.
- Populix. (2022, Agustus 7). *goodstats.id*. Retrieved Maret 19, 2023, from Good Stats: <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, Priskila, R., & Putra, P. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains dan Informatika*, 5(2), 128-137.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446-452.
- Purba, I. B., & Tirtayani, I. A. (2021). Pengaruh E-Price dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pada Era Pandemi. *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*, 10(2), 99-108.
- Putri, W. A., Rachmawati, D., & Silalahi, W. S. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan E-Wallet Menggunakan Metode Analytic Hierarchy Process-TOPSIS. *Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 2(1), 18-27.
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. (A. Prabawati, Ed.) Yogyakarta: Andi Offset.
- Sadya, S. (2022, September 27). *Transaksi Digital, Konsumen Pilih E-Wallet atau Mobile Banking?* Retrieved Februari 13, 2023, from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-digital-konsumen-pilih-ewallet-atau-mobile-banking>
- Sarwoko, E., & Churiyah, M. (2017). Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan dengan Penerapan Program CSR (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3(2), 147-163.

- Sativa, A., & Astuti, R. S. (2016). Analisis Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 5(3), 1-10.
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Ability, Benevolence, dan Integrity terhadap Partisipasi E-Commerce (Studi Kasus Konsumen E-Commerce di Indonesia). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(2), 166-176.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet OVO. *E-Jurnal UNDIP*, 1-9.
- Siregar, M. (2021). Hubungan Antara Kepercayaan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Terhadap Online Shop. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan*, 2(1), 83-88.
- Suprapti, S., & Suparmi. (2020). Membangun e-Loyalty dan e-Satisfaction melalui e-Service Quality Pengguna Goride Kota Semarang. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 240-255.
- Suwandi, E. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert Pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome. *Jurnal Untan*, 1-11.
- Tjahyadi, R. A. (2016). Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 65-78.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Keislaman*, 342-351.
- Valentina, A. N. (2020). Pengaruh E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Dengan Trust Sebagai Variable Intervening Pada Aplikasi Fintech OVO. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1-8.
- Vijay, T., Prashar, S., & Sahay, V. (2019). The Influence of Online Shopping Values and Web Atmospheric Cues on E-Loyalty: Mediating Role of E-Satisfaction. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 14(1), 1-15.
- Widowati, H. Y. (2016). ANALISIS FAKTOR PEMBENTUK E-LOYALTY. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(2), 115-130.

- Widyartono, A. (2020). Pengaruh Faktor-Faktor di dalam Trust dan Perceived Value Terhadap E-WOM Pada Situs Belanja Online di Kota Palembang. *MODUS*, 32(1), 1-14.
- Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce : Studi Kasus Pada Pelanggan Ecommerce di UBM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* , 2(2), 155-168.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17-23.
- Zusrony, E. (2018). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.