

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2013. *Strategic Marketing*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Creswell, John. W. 2014. *RESEARCH DESIGN Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Kelima*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- _____. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriaty, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Kurniawan, Asep. 2018. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Cirebon: Eduvision.
- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhamad. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pardede, R & Manurung, R. 2014. *Analisis Jalur*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Riduwan. 2010. *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sangadji, Etta Mamang, dkk. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

- Sarwono, Jonathan. (2012). *Path Analysis Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Teori Implementasi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____, Prof. Dr. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sunyoto, D. 2011. *Analisis Regresi untuk Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Caps.
- Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. 2010. *Strategi Pemasaran, Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

B. Jurnal

- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E., (2020). Pengaruh *E-service Quality* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi OVO. *Jurnal Mitra Manajemen (JJM Online)*, 4(5), 708-720.
- Almaidah, D., & Suhardi, Y. (2020). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Kelurahan Sukamandi Jaya, Kabupaten Subang. (*Doctoral dissertation, STEI*).
- Amanah, Dita. (2010). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Backry & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis*. 2 (1), 71-87.

- Bob Foster. (2020). Pengaruh Serqual terhadap Kepuasan yang Berdampak pada Loyalitas Pengguna E-Wallet (OVO). *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 14(1), 48-56.
- Darwin, S., & Kunto, Y. S., (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 2(1), 1-12.
- Dewi, E., Pambudi, J. E., & Priyatna, E. H. (2022). Minat Menggunakan Dompot Digital OVO: Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Pelanggan. *DIGIBIS: Digital Business Journal*, 1(1), 1-13.
- Fahmy, M., & Azhari, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Berperilaku Konsumen Dalam Menggunakan Fitur Ovo-cash Di Bandung. *eProceedings of Management*, 7(1).
- Faradiba, B. (2021). Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan serta Loyalitas Pengguna Belanja Online Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. 4(1), 21-28.
- Fauziah, D. N. (2018). Pengukuran kualitas layanan bukalapak.com terhadap kepuasan konsumen dengan metode webqual 4.0. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*. 3(2), 173-180.
- Firdayanti, R. (2012). Persepsi risiko melakukan e-Commerce dengan kepercayaan konsumen dalam membeli produk fashion online. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1(1).
- Hampton-Sosa, W. (2004). The Development of Trust In An Online Company by New Costomers. *Information and Management Journal*, Vol.41, 377-397.
- Ishak, A., dan Luthfi, Z., (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costss. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(3), 54-65.

- Nugroho, A. D., & Sudaryanto, B. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus di Hira Cargo Cabang Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 2(3) 1-9.
- Prastuti, E., & Sari, W., (2022). Persepsi Citra Merek dan Komunikasi Interpersonal Sebagai Prediktor Kepuasan Konsumen: Studi pada Mahasiswa Pengguna e-Wallet OVO. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*. 10(1), 1-8.
- Pratama, F. J., & Hidayatullah, D. S. (2016). Pengaruh Program Corporate Social Responbility Terhadap Citra Perusahaan PT. PP Melalui Penerapan “Green Construction” dalam Pembangunan Newpriok di Kalibaru, Cilincing, Jakarta Utara. *Journal of Modern African Studies*, 35(17), 2104.
- Purba, M., Samsir, S., & 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*, 12(1), 151-170.
- Putro, S. W., Semuel, Prof. Dr. H., & Karina, R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2(1), 1-9.
- Setiyaningsih, D. N. (2014). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dengan Switching Cost sebagai Variabel Mediasi. (*Doctoral dissertation, UAJY*).
- Syafitri. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) pada Aplikasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UPGRIS Angkatan 2016-2019). *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*.

Tschannen Moran, M. and Hoy, A.W. (2001). Teacher Efficacy: Capturing An Elusive Construct. *Journal Teaching and Teacher Education*. 17, 783-805.

Zuhro, N. C., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Penggunaan Ulang E-money (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Aplikasi OVO). *Jurnal JIAGABI*. 10(2), 284-293.

C. Skripsi

Farahdiba, E. S. (2019). “Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Pengguna E-wallet (Electronic wallet) sebagai Alat Transaksi terhadap Mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus: Mahasiswa Pengguna Layanan E-wallet OVO di Yogyakarta)”. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Hajijah, C. (2020). “Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Online Shop* di Shopee”. *Skripsi*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Hidayatulloh, S. (2013). “Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan IM3 di Kalangan Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”. *Skripsi*. Malang: Universitas Islam Negeri.

Maulidiyahwati, S. (2017). “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Resiko Menggunakan *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Survei pada Konsumen www.lazada.co.id)”. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Muhammad, E. R. (2017). “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan *E-commerce* HijUp.com). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Prakoso, A. A. (2017). “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta

Dampaknya pada Loyalitas (Studi pada Fourum Jual Beli Kaskus)”. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Santi. (2017). “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus Pada anggota BMT Bina Insan Sejahtera Lumbung Kabupaten Ciamis)”. *Skripsi*. Cirebon: IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

D. Website

DataIndonesia. (2022). APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>

Republika. (2020). OVO: Karyawan Manfaatkan Data Konsumen Pelanggaran Berat. <https://www.republika.co.id/berita/qcvrru484/ovo-karyawan-manfaatkan-data-konsumen-pelanggaran-berat>

Republika. (2022). 2C2P: Indonesia Jadi Pengguna E-Wallet dan Paylater Terbesar 2025. <https://www.republika.co.id/berita/r7rl20217000/2c2p-indonesia-jadi-pengguna-ewallet-dan-paylater-terbesar-2025>

