

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Abid, M. F., & Purbawati, D. (2020). Pengaruh E-Security dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Fisip Undip. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 1-8.
- Adisty, N. (2022, Mei 7). *Pengguna Dompot Digital di Indonesia Kian Tinggi, Mana yang Paling Banyak Digemari*. Dipetik Februari 8, 2023, dari Goodstats: <https://goodstats.id/article/penggunaan-dompot-digital-di-indonesia-kian-tinggi-dompot-digital-apa-paling-banyak-digunakan-0C7Nx>
- Aisah, N., & Sudaryanto, B. (2022). Analisis Pengaruh Customer Relationship Management dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Diponegoro Journal of Management*, 11(5), 1-12.
- Akhmadi, M. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Aplikasi Ovo. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 708-720.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anugrah, F. T. (2020). Effect of Promotion and Ease of Use on Customer Satisfaction and Loyalty on OVO Application Users. *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(1), 44-50.
- Author's, G. (2021). *Pedoman Penulisan Skripsi*. Kudus: Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- Boonlertvanich, K. (2019). Service quality, satisfaction, trust, and loyalty: the moderating role of main-bank and wealth status. *The international journal of bank marketing*, 37(1), 278-302.
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219-231.
- Cara, C. C. (2023, Juli 14). *Makin Melek Digital, Pengguna QRIS di Jawa Tengah Naik 300 Persen*. Dipetik Maret 10, 2023, dari Tren Asia: <https://www.trenasia.com/makin-melek-digital-pengguna-qr-is-di-jawa-tengah-naik-300-persen>
- Clow, K., & Baack, D. (2016). *Integrated Advertising Promotion and Marketing Communications*. USA: Pearson.

- Cuhanazriansyah, M. R., Giatman, M., & Ernawati, E. (2021). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen DANA pada masa Physical Distancing. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(2), 311-319.
- Damayanti, R. A. (2018). Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Loyalty Pengguna E-Wallet Dana. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 50-60.
- David, D. (2018). Pengaruh E-service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan. *Agora*, 6(2), 120-130.
- Fauzi, A. A. (2018). Electronic service quality on mobile application of online transportation services. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 18(1), 13-27.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fintek Karya Nusantara*. (2019). Dipetik Februari 10, 2023, dari LinkAja: <https://www.linkaja.id/>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Dasar dan Konsep*. Yogyakarta: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Google Play Store LinkAja*. (t.thn.). Dipetik Februari 9, 2023, dari Google Play Store: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.telkom.mwallet>
- Harahap, B. I., Nazer, M., & Andrianus, F. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen dalam Belanja Online di Kota Solok. *Technology Acceptance Model*, 11(1), 45-50.
- Haria, T. T., & Mulyandi, M. R. (2019). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Pengguna Aplikasi Mobile. *Seminar dan Lokakarya Kualitatif Indonesia*, 6(1), 135-140.
- Hariyanto, A. T., & Watson, W. (2021). The influence of e-service quality towards consumer Satisfaction And Consumer Loyalty On Gopay Electronic Wallet Users. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(6), 33-44.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran Loyalitas Konsumen*. Bandung: Cv Alfabeta.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Surabaya: Unitomo Press.
- Instagram LinkAja*. (t.thn.). Dipetik Februari 9, 2023, dari LinkAja Indonesia: <https://instagram.com/linkaja?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==>

- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2018). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas. *Universitas Islam Indonesia*, 15(1), 55-56.
- Khumairo, N. (2022, November 30). *Dompot Digital: Antara Kemudahan Bertransaksi dan Perilaku Konsumif Generasi Z*. Dipetik Februari 7, 2023, dari Kompas Mania: <https://shorturl.at/feIS4>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Luthfianti, R., & Dewi, C. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas. *Proceedings of Management*, 7(1), 393-400.
- Mahendri, W., & Azah, I. N. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Aplikasi Dana. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 81-93.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Oliver, R. (2014). *Satisfaction a Behavioural Perspective on The Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2017). The impact of e-service quality on customer satisfaction and loyalty in mobile banking usage: Case study of Thailand. *Polish Journal of Management Studies*, 15(2), 183-193.
- Rahardyan, A. (2022, Juni 1). *LinkAja Umumkan Miliki 84 Juta Pengguna*. Dipetik Maret 10, 2023, dari Bisnis.com: <https://shorturl.at/rtAT2>
- Rahmalia, P., & Chan, S. (2019). Pengaruh Service Quality dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Dimediasi Oleh Perceived Value. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 10(1), 66-76.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Saragih, M. H., & Prayitta, A. D. (2023). Pengaruh Promosi Kualitas Layanan dan Branding Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Dompot Digital ShopeePay sebagai Metode dan Teknik Pembayaran. *Simki Economic*, 6(1), 19-30.

- Sinaga, A. R., Pradekso, T., & Setyabudi, D. (2022). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk dan Terpaan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen Dompot Digital Gopay. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik*, 10(3), 56-67.
- Singh, S. (2019). Measuring E-Service Quality and Customer Satisfaction with Internet Banking in India. *Theoretical Economics Letters*, 9(2), 308-326.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian dan Bisnis*. Yogyakarta: Paper Plane.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto. (2016). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Service Marketing People Technology and Strategy*. USA: Pearson Prentice Hall .
- Yuliansyah, R. A., Mukhtar, S., & Sebayang, K. D. (2022). The Effect Of Perceived Benefits Consumer Trust and Promotions on Interest in Use and Its Impact on Loyalty Of OVO Applications Users. *Review Of Multidisciplinary Education Culture and Pedagogy (Romeo)*, 1(4), 23-34.