

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, Ridho dan Wasis Gunadi. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Moda Transportasi Ojek Online*.
- Anderson, J. A. (2003). *Critical Thinking Across The Disciplines*. Makalah Faculty Development Seminar in New York City College of Technology, New York. (Online), (<http://file.upi.edu/Direktori.pdf>), diakses 13 Juli 2021.
- Baloglu, Seymus, (2008). *Dimensions of Customer Royalty: Separating Friends from Well Wishers*. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Cornell University, Pp. 47-59.
- Daramola, GC, Okafor, LI and Bello, MA. (2014). *Sales promotion on consumer purchasing behavior*. International journal of business and marketing management Vol.2 (1): 8-13.
- Darmadi et al. 2021. *Pengaruh Social Media Customer Enggagement Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Terhadap Perguruan Tinggi*.
- Delgado, E., Munuera, J.L 2005. *Does Brand Trust Matter To Brand Equity*, *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 14 No. 3, pp. 187-196.
- Furi Indriyani dan Lydia Salvina Helling. 2018. *Analisis Pengaruh WEBSITE, Kepercayaan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia*.
- Gazor, H. N. (2012). *Analyzing Effects of Service Counter Quality on Customer Satisfaction in Banking Industry*. Management Science Letters.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Henslin, M, James. 2002. *Sosiologi dengan Pendekatan Membumi*. Jakarta: Erlangga.
- Herington, C., & Weaven, S. 2009. *E-retailing by banks: E-service quality and its importance to customer satisfaction*. *European Journal of Marketing* , 43(9), 1220-1231. doi:10.1108/03090560910976456.

- Ismayanti, Ni Made Arie; Santika, I wayan. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar*. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 2 Nomor 2.
- Karmawan, I.G.M dkk. 2010. *Analisis Dan Perancangan E-Commerce Pd. Garuda Jaya*. Makalah disampaikan pada Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2010 (SNATI 2010)
- Komara, Anton Tirta. 2013. *Pengaruh E Service Quality dan E-Recovery Service Quality Terhadap E Satisfaction Serta Implikasinya Pada E-Loyalty Pelanggan Maskapai Penerbangan Air Asia*.
- Ghozali, I. (2017). Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lau, G. T. and Lee, S. H. 1999. "Consumers" Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty," Journal of Market Focused Management, 4:341-370.
- Miswan Ansori, *Perkembangan dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah*, Wahana Islamika : Jurnal Studi Keislaman Universitas Islam Nahdatul Ulama Jepara Volume.5. No.1 April 2019.
- Octabriyantiningtyas, Dhyna dan Suryani. 2019. *The Effect Of Service Quality ON T-Cash Customer Satisfaction Usng System Dynamics Framework*.
- Oliver, Richard L. 2014. *Satisfaction:A Behavioral Perspective on the Consumer*, Second Edition, Routledge, New York.
- Pratama, Ichsan Wahyu dan Tandiyo Pradeksa. 2020. *Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan, Citra Merek, dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Aplikasi OVO di Semarang*.
- Purwanda, Eka dan Trisna Wati. 2018. *Pengaruh Elektronik Word of Mouth, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey pada pelanggan lazada di Wilayah Bandung Timur)*
- Putra, Thomas Wilson dan Keni. 2020. *Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty: Brand Love Sebagai Variabel Mediasi*.
- Rahmati. 2009. *Pemanfaatan E-commerce Dalam Bisnis Di Indonesia* <http://citozcome.blogspot.com/2009/05/pemanfaatan-ecommerce-dalam-bisnis-di.html>. Diakses tanggal 06 Agustus 2021.

- Ridaryanto, Firmansyah, R. K., Kartono, R., & Sundjaja, A. M. 2020. *Factors Affecting the Use of E-Wallet in Jabodetabek Area. International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 9(2), 1005–1012.
- Rita, Paulo et al. 2019. *The Impact of Service Cuality And Customer Satisfaction On Customer Behavior On Online Shopping*.
- Santika, I Wayan dan Pramudana. 2018. *Peran Mediasi Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel di Bali*.
- Santos, J. dan Boote, J. 2003. *A Theoretical Exploration and Model of Consumer Expectation, Post-Purchase Affective Stages and Affective Behaviour*, Journal of Cumsumer Behaviour, Vol. 3, No. 2, pp. 142-156.
- Santosa dan Mashyuni. 2021. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar*.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2016. *Research Method For Business: A Skill Building Aproach 17 th Edition*. Chichester: Wiley.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 6, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Septiani dan Wulandari. 2021. *Peran Kualitas Pelayanan Dan Promosi Atas Kepuasan Pelanggan di PT. PetroTekno, Ciloto-Bogor*
- Setyowati, D. 2019. *Riset: Grab Pimpin Pasar Transportasi Online di Indonesia dan Vietnam*. Retrieved From Katadata.co.id: katadata.co.id.
- Setyoparwati, Indisari Cyntia. 2019. *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (TRUST) Konsumen Terhadap Kepuasan PELanggan Pada E-Commerce Di Indonesia*.
- Shaw, Norman. 2014. *The Mediating Influence of Trust In The Adoption of The Mobile Walet*.
- Sibarani, Desica Isabeth. 2020. *Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dompot Digital (E-Wallet) Dengan Pendapatan Sebagai Pemoderasi. (Study Kasus: Pada Masyarakat Di Kota Yogyakarta)*.
- Sulistiyowati et al. 2020. *Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital*.

- Sukmajati, Anina. 2009. *Penerapan E-ommerce untuk Meningkatkan Nilai Tambah (Added Value) bagi Perusahaan*, <http://aninasukmajati.wordpress.com>. Diakses : 22 July 2011.
- Windusara dan Kusuma. 2015. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian OPPO Smartphone*, E-Jurnal Manajemen Unud Vol. 4, No. 12, 2015. ISSN : 23028912.
- Yurindra. Hildamizanthi 2011. *Transisi dan Siklus Pengembangan E-Commerce di Perusahaan*. <http://yurindra.wordpress.com/e-commerce/transisi-dan-siklus-pengembangan-e-commerce-di-perusahaan/>.
- Zeithaml. Valarie, Bitner & Gremler. 2006. *Service Marketing* 2nd edition. Singapore: McGraw Hill.