

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyaningtyas, I., Adam, M., & Herianingrum, S. (2022). PENERIMAAN E-WALLET SYARIAH LINKAJA DALAM RANGKA PENGEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 5(4).
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.4772>
- Firdayulia, A. (2021). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI TOKO KOPI TUKU*.
- Haria, T. T., & Mulyandi, M. R. (2019). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Pengguna Aplikasi Mobile. *Prosiding Seminar dan Lokakarya Kualitatif Indonesia: Pengembangan Budaya Penelitian Menuju Indonesia 4.0*, 135–140.
<https://doi.org/10.33510/slki.2019.135-140>
- Hendri, H., & Budiono, H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Turst, Ewom Terhadap Purchase Intention Pada Produk H&M Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 371. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11881>
- Immanuel, D. M. (2020). Engaging Purchase Decision of Customers in Marketplace Channel: A Study of Fashion Online Retail. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(2).
<https://doi.org/10.26905/jbm.v7i2.4451>
- Maulida, S., Uula, M. M., & Syamlan, Y. T. (2022). *BIBLIOMETRIC METHOD: ANALYSIS OF TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL ON FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)*. 1(1).

- Munthe, R. D., Brata, K. C., & Fanani, L. (2012). *Analisis User Experience Aplikasi Mobile Facebook (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Brawijaya)*.
- Permana, H., & Djatmiko, T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Bandung. *SOSIOHUMANITAS*, 20(2), 64–78. <https://doi.org/10.36555/sosiohumanitas.v20i2.112>
- Pratama, R. A. (2022). *Pengaruh Media Sosial, Modernitas, Dan Kualitas Layanan Online Terhadap Minat Beli (Survei Terhadap Pengguna Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2018-2021 Universitas Perjuangan Tasikmalaya)*. 1(4).
- Rahmalia, P., & Chan, S. (2019). *PENGARUH SERVICE QUALITY DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION YANG DIMEDIASI OLEH PERCEIVED VALUE PADA PELANGGAN PT TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) DI KOTA BANDA ACEH*. 10(1).
- Rizky, V., Lathif Mardi Suryanto, T., & Maya Safitri, E. (2021). Analisis User Experience Pengguna Aplikasi KAI Access Berdasarkan Alat Ukur Heart Metrics. *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, 2(2), 244–254. <https://doi.org/10.33005/jifosi.v2i2.263>
- Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). BRAND IMAGE, CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY JARINGAN SUPERMARKET SUPERINDO DI SURABAYA. *Jurnal*

Manajemen Pemasaran, 13(1), 27–34.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.27-34>

Suhardi, S., & Carolin, F. A. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY SEMEN HOLCIM PADA PT. KINCO PRIMA KOTA BATAM. *Jurnal Benefita*, 1(1), 39. <https://doi.org/10.22216/jbe.v1i1.3404>

Sujarweni, V. W. (2021). *PENGEMBANGAN MODEL PELATIHAN AKUNTANSI DALAM UPAYA PENINGKATAN KOMPETENSI KEUANGAN PADA PELAKU UMKM DI SLEMAN YOGYAKARTA*. 10.

Wicaksono, C. A. (2019). *PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION, SWITCHING COST, DAN TRUST IN BRAND TERHADAP CUSTOMER LOYALTY*.

Wijiutami, S. S., & Octavia, D. (2018). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION SERTA DAMPAKNYA PADA E-LOYALTY PELANGGAN E-COMMERCE C2C DI KOTA JAKARTA DAN BANDUNG*.

Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). *The effect of E-Service Quality, E-Trust, Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka's Customer*. 4(3).

Wulandari, C. K., & Prabowo, B. (2023). Analisis Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pembentukan Brand Loyalty pada E-Wallet OVO. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 281. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.984>