

**PENGARUH *E-SATISFACTION* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY*
PENGUNA *E-WALLET* DANA
(Suatu Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Galuh Angkatan 2018)**

DRAFT SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

RISDA AYU DAMAYANTI
3402180398



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

ABSTRAK

Risda Ayu Damayanti, NIM. 3402180398. “Pengaruh *E-Satisfaction* dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* Pengguna *E-Wallet* DANA (Suatu Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2018)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Mukhtar Abdul Kader, S.E., M.M. (Pembimbing II)

Penelitian ini difokuskan pada *E-Satisfaction* dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* Pengguna *E-Wallet* DANA (Suatu Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2018). Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini meliputi: a) Bagaimana pengaruh pengaruh *E-Satisfaction* terhadap *E-Loyalty* pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan Tahun 2018. b) Bagaimana pengaruh *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan Tahun 2018. c) Bagaimana pengaruh *E-Satisfaction* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan Tahun 2018. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis product moment, koefisien determinasi, regresi linear sederhana, koefisien korelasi berganda, regresi linear berganda dan pengujian hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Satisfaction* dan *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty*.

Keywords: *E-Satisfaction, E-Trust, E-Loyalty*

2.1.1.4.	Tipe-Tipe Manajemen	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.1.5.	Tujuan Manajemen	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.1.6.	Level Manajemen	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.1.7.	Karakteristik Dan Nilai-Nilai Manajemen.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.1.8.	Manajemen Modern.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.2.	Manajemen Pemasaran.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.2.1.	Pengertian Pemasaran	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.2.2.	Pengertian Manajemen Pemasaran	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.2.3.	Konsep Pemasaran.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.2.4.	Marketing Mix	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.2.5.	Fungsi Pemasaran	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.2.6.	Tujuan Pemasaran.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.2.7.	Masalah-Masalah dalam Pemasaran.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.2.8.	Strategi Pemasaran.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.2.9.	Pemasaran Era Industry 4.0	Error!
	Bookmark not defined.	

2.1.2.10. Digital Marketing.....	Erro
.....	r! Bookmark not defined.
2.1.3. E-Satisfaction (Kepuasan Elektronik)	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. E-Trust (Kepercayaan Elektronik)	Error! Bookmark not defined.
2.1.5. E-Loyalty (Loyalitas Elektronik)	Error! Bookmark not defined.
2.1.6. Penelitian Terdahulu yang Relevan	Error! Bookmark not defined.
2.2. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.3. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1. Metode Penelitian Yang Digunakan	Error! Bookmark not defined.
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1. Definisi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2. Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1. Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2. Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.5.2. Analisis Asosiatif.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2.1. Analisis Pengaruh E-Satisfaction terhadap E-Loyalty	

dan Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty	Error!
Bookmark not defined.		
3.5.2.2. Analisis Pengaruh E-Satisfaction dan E-Trust terhadap E-Loyalty	Error!
Bookmark not defined.		
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian.....		Error!
Bookmark not defined.		
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....		
Error! Bookmark not defined.		
4.1. Hasil Penelitian		Error!
Bookmark not defined.		
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....		Error!
Bookmark not defined.		
4.1.1.1. Profil Perusahaan	Error!
Bookmark not defined.		
4.1.1.2. Visi dan Misi DANA	Error!
Bookmark not defined.		
4.1.1.3. Struktur Organisasi DANA.....	Error!
Bookmark not defined.		
4.1.2. Karakteristik Responden.....		Error!
Bookmark not defined.		
4.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti		Error!
Bookmark not defined.		
4.1.3.1. Deskripsi Hasil Penelitian E-Satisfaction	Error!
Bookmark not defined.		
4.1.3.2. Deskripsi Hasil Penelitian E-Trust	Error!
Bookmark not defined.		
4.1.3.3. Deskripsi Hasil Penelitian E-Loyalty	Error!
Bookmark not defined.		
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis.....		Error!
Bookmark not defined.		
4.1.4.1. Pengaruh E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Pengguna E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan Tahun 2018....	Error!
Bookmark not defined.		
4.1.4.2. Pengaruh E-Trurs Terhadap E-Loyalty Pengguna E-Wallet DANA Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas		

Ekonomi Universitas Galuh Angkatan Tahun 2018....	
.....	Error!
4.1.4.2. Pengaruh E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pengguna E-Wallet DANA Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Angkatan Tahun 2018	Error!
.....	Error!
4.2. Pembahasan	Error!
4.2.1. Pengaruh E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty	Error!
4.2.2. Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty	Error!
4.2.3. Pengaruh E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty	Error!
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
.....	
5.1. Simpulan	
5.2. Saran	
DAFTAR PUSTAKA	2
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Fungsi Manajemen	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.2	Bidang Dan Pendekatan Manajemen	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.3	Tipe-Tipe Manajemen	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2	Bobot, Notasi dan Predikat Pernyataan Positif	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.4	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.5	Jadwal Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1	Interpretasi Penafsiran Kondisi Variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2	Merasa Puas Menggunakan DANA Kapan Saja dan Dimana Saja Saat Ingin Bertransaksi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3	Puas Terhadap Pelayanan yang Diberikan DANA	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4	DANA Memberikan Pelayanan Yang Baik	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5	Merekomendasikan Kepada Keluarga dan Teman Bahwa DANA Memberikan Kemudahan Untuk Bertransaksi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6	Memberikan Informasi Kepada Keluarga dan Teman Bahwa DANA Dapat Memenuhi Beberapa Kebutuhan.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7	Memberikan Informasi Hal-Hal Positif Pada Keluarga dan Teman	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8	Menggunakan DANA Adalah Keputusan yang Terbaik.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9	Merasa Senang Saat Bertransaksi Menggunakan DANA	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10	Dana Adalah E-Wallet Yang Terbaik Untuk Melakukan Transaksi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11	Akan Melakukan Transaksi Secara Berulang Di DANA	Error! Bookmark not defined.

- Tabel 4.12 Akan Menggunakan E-Wallet DANA Untuk Kebutuhan Sehari-Hari
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.13 Jarang Mempertimbangkan Untuk Beralih Ke E-Wallet Selain DANA
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.14 Rekapitulasi E-Satisfaction pada DANA di Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh angkatan tahun 2018.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.15 Interpretasi Mengenai E-Satisfaction Pada DANA.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.16 Layanan E-Wallet DANA Memiliki Reputasi Kejujuran Yang Baik Dan Dapat Dipercaya.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.17 Perusahaan E-Wallet DANA Selalu Memberikan Layanan Sesuai Yang Di Informasikan.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.18 Pelayanan E-Wallet DANA Yang Baik Dan Jujur.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.19 Percaya Bahwa Teknologi Yang Digunakan E-Wallet DANA Aman Untuk Digunakan.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.20 Percaya Dengan Kemampuan E-Wallet DANA Untuk Melindungi Data Pribadi.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.21 Percaya Kemampuan E-Wallet DANA Untuk Mengatasi Masalah Pelanggan Dengan Baik.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.22 Percaya Bahwa E-Wallet DANA Dapat Mengatasi Dengan Cepat Keluhan Konsumen.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.23 Percaya Bahwa E-Wallet DANA Memiliki Kemampuan Untuk Mengamankan Transaksi Konsumen.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.24 Percaya Bahwa E-Wallet DANA Dapat Konsisten Terhadap Pelayanan Yang Baik.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.25 Percaya Bahwa E-Wallet DANA Memiliki Itikad Baik Untuk Memberikan Kepuasan.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.26 Percaya Bahwa E-Wallet DANA Memiliki Perhatian Untuk Memberikan Pelayanan Yang Terbaik.....
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.27 Percaya Bahwa E-Wallet DANA Akan Terus Berinteraksi Dengan Konsumen.....
Error! Bookmark not defined.

- Tabel 4.28 Percaya Bahwa E-Wallet DANA Tidak Akan Menyembunyikan Informasi Penting
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.29 Informasi Yang Diberikan DANA Sangat Baik Dan Dapat Dipercaya
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.30 Penyampaian Informasi Yang Diberikan DANA Sangat Baik
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.31 Rekapitulasi E-Trust pada DANA di Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh angkatan tahun 2018
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.32 Interpretasi Mengenai E-Trust Pada DANA
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.33 Akan Menggunakan DANA Kembali Saat Ada Promo Atau Pun Tidak Ada Promo
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.34 Akan Melakukan Transaksi Secara Berulang Di DANA
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.35 Tidak Hanya Satu Kali Bertransaksi Di DANA
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.36 Berniat Untuk Melakukan Transaksi Dengan DANA Pada Bulan Berikutnya
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.37 Akan Terus Menggunakan E-Wallet Dana Untuk Memenuhi Kebutuhan Sehari-Hari
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.38 Lebih Memilih Bertransaksi Di DANA Dibanding E-Wallet Lain
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.39 Akan Merekomendasikan Kepada Orang Lain Untuk Menggunakan E-Wallet DANA
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.40 Akan Menceritakan Pengalaman Positif Kepada Keluarga Dan Teman Mengenai Penggunaan E-Wallet DANA
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.41 Kepada Keluarga Dan Teman Bahwa DANA Dapat Memenuhi Kebutuhan
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4.42 Lebih Memilih Bertransaksi Menggunakan E-Wallet DANA Dibanding E-Wallet Lain
Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Dompot Digital Menurut Survei 2021**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.2 Survei Awal Penggunaan DANA dan E-Wallet Selain DANA. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.3 Survei Awal Frekuensi Penggunaan Transaksi Melalui DANA dalam 6 Bulan Terakhir**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1 Digital Marketing Landscape**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3.1 Bagan Langkah-langkah Penelitian Menurut Sugiyono (2016). **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1 Struktur Organisasi DANA**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan DANA dalam 6 Bulan Terakhir**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Tugas Membimbing Skripsi	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2: Surat Izin Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3: Hasil Pra Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Tahun Angkatan 2018 Universitas Galuh Ciamis	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4: Kuesioner Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5: Rekap Data Identitas Responden	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6: Rekap Data Dalam Microsoft Excel	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7: Perhitungan SPSS.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 8: Tabel Distribusi T	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 9 : Tabel Distribusi F	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 10 : Daftar Riwayat Hidup.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Acai Sudirman, et.al. 2022. Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0). Penerbit: Media Sains Indonesia. Bandung.
- Alma, Buchori. 2014. Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Penerbit: Alfabeta. Bandung
- Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha & Aniek Indrawati. 2020. Digital Marketing. PT Literindo Berkah Karya. Malang.
- Armstrong, & Keller. (2012). Asosiasi Pemasaran Amerika. Jakarta: Penaku.
- Armstrong, K. D. (2012). *Pemasaran, Pengertian Dan Defenisi*. Yogyakarta: Cakruk Publishing.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Dewi Utari, Ari Purwanti dan Darsono Prawironegoro. 2014. *Manajemen 12345. Keuangan Edisi Revisi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fahmi Irham. 2014. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Bandung : Alfabeta. Fandy, Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta. Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Handoko, T. Hani. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BFFE UGM.
- Hasibuan, Malayu. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Manullang dan Esterlina Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Philip Khotler, Hermawan Kertajaya & Iwan Setiawan. 2017. Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Priansa, Donni Juni. 2013. *Manajemen perkantoran Efektif, efesien, dan Profesional*. Bandung: Alfabeta.
- Saida Zainurossalamia. 2020. Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi. Forum Pemuda Aswaja. Nusa Tenggara Barat.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Terry, George, R. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Penerbit: PT Buni Aksara. Jakarta
- Jurnal** :Adi Stevan S. (2021). *Pengaruh E-Satisfaction & E-Trust Konsumen Hotel Terhadap Online Repurchase Intention Di Traveloka*. Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia.
- Ahmad, Asad, Rahman, Obaidur dan Khan, M.N. (2017). “*Exploring the role of website quality and hedonism in the formation of E-Satisfaction and eoyalty: Evidence from internet users in India*”. *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 11 Issue: 3, pp.246-267.
- Analita, N. S., & Wijaksana, T. I. (2020). *Analisis Perbandingan E-Service Quality dan E-Trust Aplikasi Link Aja Dengan Aplikasi DANA*. XIV(02), 97–109.
- Anisa dan Abdul. (2021). *Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh Esatisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay*. Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). *Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui E-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM)*. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40.
- Bulut, Z. A. (2015). *Determinants of Repurchase intention in online shopping : A turkish consumer's perspective*. *International Journal of Business and Social Science*, 6(10).
- Choi, Y., & Mai, D. Q. (2018). *The Sustainable Role of the E-Trust in the "B2C E-Commerce of Vietnam*. *Sustainability* (Switzerland). <https://doi.org/10.3390/su10010291>
- Edward, Ignatius Riantono. 2014. *Pengelolaan Manajemen Modern Dalam Mewujudkan Good Corporate Governance: Optimalisasi Pencapaian Tujuan Perusahaan*. Binus University. Jakarta Barat.
- Febianty, D. (2020). *Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen dan E-Loyalty terhadap Ewallet OVO*.
- Fitriani, A. (2018). *Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan Esatisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna E-Commerce C2C Shopee)*.
- Hanifati, U. M., & Samiono, B. E. (2018). *Analisis Pengaruh Website Quality dan EWOM Terhadap Purchase Decision Melalui Online Trust Pada Situs Tiket Travel dan Reservasi Hotel Online di Indonesia (Studi Kasus Pada Traveloka.com, Tiket.com dan PegiPegi.com)*. *TRANSformasi*, 11(9), 1689–1699.

- Kaabachi, S., Mrad, S. Ben, & Fiedler, A. (2020). *The moderating effect of e-bank structure on French consumers' trust*. 38(2), 501–528.
- Karsen, M., Chandra, Y. U., & Juwitasary, H. (2019). *Technological Factors of Mobile Payment: A Systematic Literature Review*. *Procedia Computer Science*, Vol. 157, 489–498.
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2018). *Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak)*. *Polban Irwans*, 1(1), 1204–1213.
- Kasih, O. L., Avriyanti, S., & Rahman, T. (2019). *Pengaruh E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pengguna Website Traveloka di Kabupaten Tabalong*. 2(1), 194–206.
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). *Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital OVO di Surakarta*. 11(1), 19–29.
- Lilik & Marcell (2021). *Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Volume 8. No 1 2021. Hlm. 16 – 21.
- Luthfianti, R., & Dewi, C. K. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayan, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna OVO 2019*. 21(1), 1–9. <http://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>
- Margaretha Pink Berlianto. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan-E, Kepuasan-E, Dan Kepercayaan-E Terhadap Kesetiaan-E Pada Gojek*. *Manajemen, Universitas Pelita Harapan*.
- Muhammad Taufik Hidayat, Qurrotul Aini, Elvi Fetrina. 2020. *Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus)*. *J. Nas. Tek. Elektro dan Teknol. Inf.* 9: 239–247.
- Muthukannan, P., Tan, B., Gozman, D., & Johnson, L. (2020). *The emergence of a Fintech Ecosystem: A case study of the Vizag Fintech Valley in India*. *Information and Management*, 57(8), 103385.
- Ni Putu Indah Pradnyaswari dan Ni Made Asti Aksari. 2020. *E-Satisfaction Dan E-Trust Berperan Dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pada Situs E-Commerce Blibli.Com*. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia*.
- Prakosa, D., & Pradhanawati, A. (2020). *Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap Eloyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Kota Semarang)*. IX(Iv), 457–464.
- Prayitno. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 15, No. 3, hal 321–328.
- Raharjo, A. P. (2019). *Pengaruh delivery efficiency, web design, customer service, online security, online privacy terhadap E-Loyalty melalui E-Trust dan E-Satisfaction pada lazada.co.id Surabaya*. 1–12.

- Revita, A. (2016). *E-Satisfaction Dan E-Trust Mempengaruhi E-Loyalty Konsumen Wanita Dalam Sosial Media*. PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1(4). <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/228>
- Revita, Anindea. 2016. *E-Satisfaction Dan E-Trust Mempengaruhi E Loyalty Konsumen Wanita Dalam Sosial Media*. Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra
- Ridwan dan Ii. 2019. *Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak)*. Politeknik Negeri Bandung.
- Rintasari, D., & Farida, N. (2018). *Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction*. IX (Iv), 539–547.
- Riza, S., & Sutopo. (2017). *Analisis Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Analisis Pengaruh E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*. 6, 1–13.
- Sakdiah. 2014. Karakteristik Manajemen Organisasi Islam. Jurnal Al-Bayan, Vol 20.
- Wilson Gustiawan. 2018. The Jungle Of Management Theory: A Journal Review. State Polythechnic Padang.
- Wongso, D. A. (2020). *Analisa User Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Ovo Digital Payment*. Jurnal Strategi Pemasaran, 7(1), 11.
- Wongso, D. A. (2020). *Analisa User Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Ovo Digital Payment*. Jurnal Strategi Pemasaran, 7(1), 11.
- Yunda Vivi S. (2020). *Pengaruh E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Konsumen Wanita Pada Online Marketplace Sociolla (Studi Pada Konsumen Sociolla di Kota Medan)*. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara.

Website :

- Aningtias Jatmika. (2021). Dompot Digital Makin Diminati, Sudah Yakin dengan Keamanannya?. Tersedia: <https://money.kompas.com/read/2021/10/25/183300926/dompot-digital-makin-diminati-sudah-yakin-dengan-keamanannya->
- Reza Pahlevi. (2022). Survei DailySocial: OVO Jadi Dompot Digital Paling Banyak Dipakai Masyarakat. Tersedia: [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompot-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompot-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat)