

DAFTAR PUSTAKA

- Alifia S.A, K.K, F.M (2022). *Kekuatan Experiential Marketing dan Kepercayaan Merek dalam membentuk kepuasan pelanggan telkomsel*. Jurnal Management Studies and Entrepreneurship. 3(3), 1777-1783. DOI : <https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.630>
- Ananta. I.G.B & Respati, R. (2023). *Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Financial: E-Wallet*. E-Jurnal Manajemen. 12(8), 753–777.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2023.v12.i08.p01> ISSN
- 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 (QEMS). 1(2). 44-50
- Bank Sentral Republik Indonesia, Peraturan Bank Indonesia. No 20/6/PBI/2018 *tentang Uang Elektornik*, BAB I, Pasal 1, 2018. www.bi.go.id, diakses pada 23 Oktober 2023
- Djamba, Y. K., & Neuman, W. L. (2002). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. In Teaching Sociology (Seventh Ed)*. Pearson Education Limited. 30(3), DOI:10.2307/3211488
- Fauziyyah, S. N. & Rina, N. (2020). *Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi, 13-24, <https://doi.org/https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479>
- Firmansyah, M. A. (2019) *Pemasaran Produk dan Konsep (Q, Media (ed.)* edisi :1., issue Juni. CV. Penerbit Qiara Media
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C & Septianie, I (2021). *The effect of trust and risk perceptions using E-Commerce on consumer purchase Intetions*. Journal of economics and Business, 1(3), 239-247
- Hardani, S. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, Yogyakarta* : CV Pustaka Ilmu Grup
- Hidayat.R & Bambang Widjanarko Otok. (2021). *.Brand Loyalty Smartphone Model Based on The Moderation Effect of Brand Trust on Perceived Quality and Product innovation using structural Equation Modeling*. IOSR Journal of

- Business and management. Volume 23 (12), 2021, e-ISSN 2278-487X, <https://doi.org/10.9790/487X-2312032735>.
- Idcloudhost. (2020), *E-Money GO-PAY : Sejarah, Pengertian, Fitur, dan Pembayarannya*. Retrieved September 2023, from idcloudhost.com: <https://idcloudhost.com/e-money-ovo-sejarah-pengertian-fitur-dan-pembayarannya/>
- Ipsos, P., E., D., & K. (2020). *Penelitian : Evolusi Dompot Digital Menuju Keberlanjutan*. 1–8.
- Ipsos. (2020). *Evolusi Industri Dompot Digital : Strategi Menang Tanpa Bakar Uang*.
Www.Ipsos.Com.https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/document/s/2020-02/ipsos_media_conferencc - e-wallet - id_0.pdf
- Ipsos. (2020). *Ipsos Ungkap Kepuasan, Persepsi, dan Loyalitas Pengguna Dompot Digital di Indonesia*. Marketplus.Co.Id. <https://marketplus.co.id/2020/11/04/ipsos-ungkap-kepuasan-persepsi-dan-loyalitas-pengguna-dompot-digital-di-indonesia/>
- Khofifah, T., Basalamah, M. R., & Hardaningtyas, R. T. (2022). *Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Trust, Dan Brand Experience terhadap Brand Loyalty Wardah Cosmetic (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Malang)*. E-Jurnal Riset Manajemen. www.fe.unisma.ac.id. 12(8). 753-777
- Kilani.A.Z, F. Kakeesh, Ghazi A. Al-Weshah, Mutaz M. Al-Debei, (2023). *Consumer post-adoption of e-wallet: An extended UTAUT2 perspective with trust*, Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, Volume 9, Issue 3, 100113,1-16 <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100113>.
- Kirana.T., K. . (2021). *Analisis Pengaruh Brand Image , Brand Experience , Brand Trust , Dan Brand Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Financial Technology : E-Wallet*. Diponegoro Journal Of Management, 10(4), 2337–3792.
- Komariah, K., Anastasya, M.P, & Mulia, F. (2020). *Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Followers Instagram Paradise Cosmetic Pengguna Make Over di Sukabumi)*. Costing: Journal of Economic, Business and Accounting, 3(3), 167-175.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip –Prinsip pemasaran*. Jakarta:Erlangga
- Kristina C.W, B.P. (2023). *Analisis Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pembentukan Brand Loyalty pada E-Wallet OVO*. Jurnal Manajemen Dan Sains, 8(1), 281–290. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.984>

- Listyawati, L. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan eWallet*. JIABI – Vol. 5 No. 2. Tahun 2021. 5(2).
- Lumba M.G (2019). *Peran Brand Love terhadap Brand Loyalty dan Willingness to pay premium price pada pembeli iphone di Surabaya*. Journal AGORA, 7(1).
- Made, N., Rosa, M., & Indrawan, I. G. A. (2022). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Customer Loyalty dalam Menggunakan Uang Elektronik Berbasis Server*. Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi. 10(1), 27–39.
- Miharni Tjokrosaputro, I. A. (2020). *Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Trust dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty* Kompas Digital. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 1(8).
- N, F., & Mubarak D. A. A. (2019). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli: Studi Pada Produk Kecantikan*. Jurnal Riset Manajemen, (8), 37-44.
- Nasution, H. (2019). *Effect Of E-Service Quality On E-Loyalty Through E-Satisfaction On Students Of Ovo Application Users At The Faculty Of Economics*. European Journal of Management and Marketing Studies. *The* 4(1). 146–162. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3360880>
- Nugroho. R H, I. F. R. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Sabun Pembersih Wajah Garnier (Studi pada Konsumen di Kota Surabaya)* NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial. 9(6), 1989–1995. DOI : 10.31604/jips.v9i6
- Nurfitriyani, S. J. 2019, *Kelemahan dan Kelebihan e-wallet*. Retrieved September 23, 2023, from sis.binus.ac.id: <https://sis.binus.ac.id/2019/10/19/kelemahan-dan-kelebihan-e-wallet/>
- P 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*. 1(1). 40-52
- Pakpahan, A. P, Fernando.A (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis.
- Permana, G. P. L., H. P. S. Rini, and I. G. N. D. Paramartha, (2021) *“Fintech Dari Perspektif Perilaku User Dalam Penggunaan E-Wallet Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM),”* Widya Akunt. dan Keuang., pp. 50–60
- Prawira. A.A.N.,Setiawan P.Y (2021). *Pengaruh brand Image, satisfaction, dan brand trust terhadap brand Loyalty pelanggan sepatu merk Nike*. E-Jurnal Manajemen. Vol.10 (12), 1305-1324.

- Purnami, Ni Made, & Mujiati, N. (2019). *Customer Brand Engagement and Brand Loyalty Insurance in Bali Province*. Journal of Business Management and Economic Research, 3(4). Hal. 18
- Saputra, D.H., Sutiksno (2020). *Digitalisasi Marketing: Komunikasi bisnis menjadi lebih mudah*. Yayasan kita menulis
- Sasongko, D. T., Handayani, P. W., Satria, R., Sasongko, D. T., Handayani, P. W., & Satria, R. (2022). *Analysis of factors affecting continuance use intention of the Analysis of factors affecting continuance use intention of the electronic money application in Indonesia electronic money application in Indonesia*. Procedia Computer Science, 197(2021), 42–50.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.116>
- Selnes, Fred (1993). *An Examination of the effect of product performance on brand reputation, satisfaction and loyalty*, European journal of marketing, 27(9). (19-35)
- Silintowe Y. B. W, S., & (2020). *Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek*. MODUS, (32), 25-41.
- Sinaga.A.R, Pradekso.T, D. S. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Terpaan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen Dompot Digital Gopay*. Volume 9, Issue 3, 100113
- Sitompul, E.F.D. (2018). *Pengaruh Brand Experience, Brand Trust, Dan Brand Value Terhadap Brand Loyalty Pada Kategori Marketplace (Studi Kasus Pada Generasi Youth, Netizen Dan Women)* di Medan Selayang. Universitas Sumatra Utara.
- Sudirman A, (2022). **Brand Marketing : The Art of Branding**. Kota Bandung, Penerbit Media Sains Indonesia
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatifm Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta*.
- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023). *Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E- Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA*

Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel. Jurnal SISFOKOM (Sistem Informasi dan Komputer), 12, 36–44.

Widayat, W., & Masudin, I. (2020). ***E-Money Payment : Customers ' Adopting Factors and the Implication for Open Innovation.*** Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 6(3), 1–14.
<https://doi.org/DOI:10.3390/joitme6030057>

Wijaya, E., & Octafilia, Y. (2021). ***Importance of Consumer Satisfaction to Improve Consumer Trust LinkAja Digital Wallet.*** Journal of Research in Business, Economics, and Education. Volume 3 Issue 6, 66-77

Zaid, A. A., Kakeesh, D. F., Al-weshah, G. A., & Al-debei, M. M. (2023). ***Technology , Market , and Complexity Consumer post-adoption of e-wallet : An extended UTAUT2 perspective with trust.*** Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 9(3), 100113.
<https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100113>

Zainol, N. R. (2021). ***Cashless Transactions : A Study on Intention and Adoption of e-Wallets.*** Sustainability Journal, 2019, 1–18.