

DAFTAR PUSTAKA

- Adinegoro, A. L. T., Rokhmawati, R. I., & Az-Zahra, H. M. (2018). Analisis Pengalaman Pengguna Pada Website *E-commerce* Dengan Menggunakan *Usability Testing* dan *User Experience Questionnaire (UEQ)* (Studi pada Lazada.co.id, Blibli.com dan JD.id) (Vol. 2, Issue 11). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Alaby, M. A. (2020). Media Sosial Whatsapp Sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh Mata Kuliah Ilmu Sosial Budaya Dasar (ISBD). <http://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya>
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa, E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy Accepted*: 4 Mei, 2(1), 9–15.
- Arisoemaryo, B. S., & Prasetyo, R. T. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi *Jamsostek Mobile* Menggunakan Metode *End User Computing Satisfaction*. *Jurnal responsif*, 4(1), 110–117. <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jti>
- Arizal, Sukmana, R. A., Ulfah, Y., Shaddiq, S., & Zainul, M. (2021). Evaluasi Implementasi *Blended Learning* dengan Pendekatan *Theory Plan Behavior*. *Syntax Idea*, 3(6), 1269. <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1244>
- Arnould, E., Press, M., & Tillotson, J. S. (2019). *Consumer culture theory: Development, critique, application and prospects*. In *Foundations and Trends in Accounting* (Vol. 12, Issue 2, pp. 80–166). Now Publishers Inc. <https://doi.org/10.1561/17000000052>
- Asman, A. P., & Novita, R. (2022). Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) Pada Pemasaran dan Penjualan Online Melalui *Marketplace* Facebook. *CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement*, 2(1), 20–26. <https://doi.org/10.57152/consen.v2i1.155>
- Athallah, M. A., & Kraugusteliana, K. (2022). Analisis Kualitas *Website* Telkomsel Menggunakan Metode *Webqual 4.0* dan *Importance Performance Analysis* *Telkomsel Website Quality Analysis Using Webqual 4.0 and Importance Performance Analysis Method*. *Cogito Smart Journal* |, 8(1), 171–182.
- Barokah, S., Agnu, O., Wulandari, D., Sari, M. T., & Fadhil Yuditama, I. (2021). Optimalisasi *Digital Marketing* melalui Facebook Ads di Kelurahan Purwanegara. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 4, Issue 1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Bintari, W. P., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2022). Perspektif: *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika* Pengaruh *Usability, Information Quality, dan Service Interaction* Terhadap Loyalitas Konsumen

- Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 20(1), 68–75. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1>
- Damayanti, Megawaty, D. A., Rio, M. G., Rubiyah, Yanto, R., & Nurwanti, I. (2020). Analisis Interaksi Sosial Terhadap Pengalaman Pengguna Untuk Loyalitas Dalam Bermain Game. *Jurnal Sistem Informasi*, 12(2), 2017–2021. <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- Darwati, L., & Fitriyani. (2022). Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Ovo Menggunakan Metode *End User Computing Satisfaction* (Eucs) (Vol. 12, Issue 2). <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/just-it/index>
- Eriana, E. S., Hidayat, I., Romadhon, R. R., Azmal, F., Ramadhan, V. I., & Ivpani, W. (2021). *Utilization Of Social Media For Marketing And Promotion Using Facebook In The Community Parung Serab Ciledug. International Journal of Engagement and Empowerment*, 1(1). <https://doi.org/10.53067/ije2.v1i1>
- Farnita, I. (2017). Layanan Mobile Ho-Jak, Go-Jek dan Grab Terhadap Perbandingan Pengalaman Pengguna. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 1(2), 97–106.
- Fasabuna, R. S. N. P., Tolle, H., & Wijoyo, S. H. (2020). Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Pemesanan Tiket Bioskop Menggunakan *User Experience Questionnaire (UEQ)* dan *Heuristic Evaluation (HE)* (Vol. 4, Issue 4). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p18>
- Febriyati, D. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa Ust Yogyakarta Pengguna Zalora. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(11), 10–19.
- Febriyati, R. N., & Arnu, A. P. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 263–269.
- Gesi, B., Laan, R., & Lamaya, F. (2019). Manajemen Dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 51–66.
- Ghazali, I. (2021). *Partial Least Squares* Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, J. N. D. B. (2018). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi

Manfaat Terhadap Kepuasan Penggunaan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu. *Media Informatika*, 17(3), 148–164.

- Harahap, F. Y., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Digital Dan Kenikmatan Flip *E-Wallet E-Loyalty* Melalui *E-Trust* Pada Generasi Millenial Kota Medan. <https://radjapublika.com/index.php/IJEBAS>
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Voettie, W., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Hartini, Ed.).
- Hendriyawan, N. N., & Mayangsari, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 611–676. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14635>
- Istianah, E., & Yustanti, W. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Jenius Dengan Menggunakan *Metode Eucs (End-User Computing Satisfaction)* Berdasarkan Perspektif Pengguna.
- Jujihi, Wahyudin Wawan, Muslihah, E., & Suryapermana, N. (2020). Pengertian, Ruang Lingkup Manajemen, dan Kepemimpinan Pendidikan Islam. *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, 1(2), 111–124.
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019). Pengaruh *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* (Studi Pada Seller Di Bukalapak).
- Kresnanto, M. A., Hanggara, B. T., & Prakoso, B. S. (2020). Analisis Pengalaman Pengguna pada Aplikasi *Mobile Booking* Hotel dengan menggunakan *Metode User Experience Questionnaire (UEQ)* (Studi pada RedDoorz dan Airy) (Vol. 4, Issue 10). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Kumala, F. O. N., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 6(1), 1–10. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Larasati, N. R., Kamase, J., & Arfah, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Minat Bertransaksi Ulang Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Magister Manajemen Angkatan 48 Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 8(1), 143–169. <http://pasca-umi.ac.id/index.php/tata>
- Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Perilaku Konsumen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(1), 34–42. <https://doi.org/10.17467/mk.v21i1.873>

- Lubis, M. D. P., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 209–218. <https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3021>
- Magi, B. I., Halim, A. A., & Setiawan. (2023). Pengaruh Model Penerimaan Teknologi terhadap Loyalitas Penggunaan *Mobile Banking* oleh Nasabah Bank Syariah di Kota Bandung. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 7(1), 16–23. <https://doi.org/10.32627>
- Maharani, O. R., Wijayanto, H., & Abrianto, T. H. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstik Wardah). <http://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant>
- Mardiyanto, E. (2021). Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Perbankan Syariah. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(1), 93–103. <https://jurnal.stai-alazharmenganti.ac.id/index.php/AlIqtishod/article/view/88>
- Maspeke, R. R., Pioh, N., & Undap, G. (2017). Manajemen Dana Desa Dalam Meningkatkan Pembangunan Di Desa Doloduo Kecamatan Dumoga Barat Kabupaten Bolaang Mongondow.
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Erica. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi di *E-Commerce*. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Mursaini, Junita, A., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Busines*. https://www.researchgate.net/profile/HadionWijoyo/publication/344162847_Digital_BusinesS/links/5f5753c0a6fdcc9879d644c7/Digital-Business.pdf
- Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan di Situs Belanja Online bukalapak. *Ekonomi bisnis*, 25(2), 94–109. <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>
- Piranda, D. R., Sinaga, D. Z., & Erga, E. P. (2022). *Online Marketing Strategy In Facebook Marketplace As A Digital Marketing Tool. journal of humanities, social sciences and business*, 1(2), 79–86. <https://ojs.transpublika.com/index.php/JHSSB/>
- Pratama, F. I., Sarwindah, Hengki, Septiani, I., & Adinda, K. D. (2022). Peran Sosial Media Sebagai Media Peningkatan Promosi Dan Penjualan Bagi Umkm. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(5). <http://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI>
- Putra, A. R., & Darmawan, D. (2022). Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian Online Secara Impulsif. In *Jurnal Ekonomi: Vol. XVIII (Issue 1)*.

- Putra, D. N., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(6), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Putra, G. L. A. kusuma, & Yudha, A. A. N. B. K. (2021). Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital. In *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia Program Studi Magister Ilmu Hukum* (Vol. 3, Issue 1).
- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 2686–5246.
- Putri, R. M., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Perempuan Di Surakarta). In *Jurnal Ekobis Dewantara* (Vol. 4, Issue 2).
- Rahayu, T. A. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kelancaran Pengembalian Pembiayaan Murabahah Kelancaran Pengembalian Pembiayaan Murabahah pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di BMT Taruna Sejahtera aruna Sejahtera (Vol. 7, Issue 1).
- Rasasti, A. D., & Shibab, M. S. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Price* terhadap *Customer Trust* Serta Dampaknya pada *E-Loyalty* (Studi pada GrabFood). *JIM*, 19(02), 113–125. <https://doi.org/10.21831/jim.v18i2>
- Ratnawati, S., & Faris, M. (2023). Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Tokopedia Dengan Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire* (Ueq) 1. In *Juni* (Vol. 5, Issue 2). UEQ.
- Reksoprawiro, R., Scarlett, G., Wibowo, A. J., & Amelia, N. (2020). *Consumer Culture Theory: Hubungan Timbal Balik antar Social Operant Resources dan Operand Resources* dalam Studi Empiris McDonald's Indonesia (Vol. 2, Issue 1).
- Rezma, A., Elsa, R., & Zahrotun, A. (2022). *The Influence of Facebook Advertising on Increasing Sales of Micro, Small, and Medium Enterprise Products in Bandung*. *International Journal of Research and Applied Technology*, 2(1), 233–239. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/injuratech>
- Rianto, M. I., & Hapsari, R. D. (2022). Pengaruh *Customer Experience*, *Ease of Use*, Dan *Trust* Terhadap Loyalitas *E-Commerce*. *Jurnal manajemen pemasaran dan perilaku konsumen*, 1(2), 156–166.

- Ricky, R. D. M., Kawung, E. J. R., & Goni, S. Y. V. I. (2021). Dampak Aplikasi Belanja Online (Online Shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kelurahan Girian Weru Ii Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–9.
- Ridwan, Lewengka, Oesman, & Mappatempo. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pengalaman Pembelian Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Produk Elektronik di Shopee Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 181–188.
- Rifai, K. (2015). Membangun Loyalitas Pelanggan.
- Rosiani, S., Setyariningsih, E., & Kasnowo. (2023). Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus PT. Tunas Dwipa Matra Mojosari). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN)*, 2(3), 137–149. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1273>
- Salmah, N. N. A., Suhada, S., & Damayanti, R. (2021). Peran *E-satisfaction* dalam Memediasi Pengaruh *E-service Quality* Terhadap *E-loyalty* Pelanggan pada Toko Online Cilufio. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 132. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.191>
- Saputra, M. E., Sumiati, S., & Yuniarinto, A. (2023). *The effect of customer experience on customer loyalty mediated by customer satisfaction and customer trust*. *Journal of Economics and Business Letters*, 3(3), 27–37. <https://doi.org/10.55942/jeb1.v3i3.205>
- Saragih, M. G. (2019). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* Melalui *E-Satisfaction* (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan). *Jurnal Mantik Penusa*, 3(1), 190–195.
- Sativa, A., & Astuti, R. T. (2016). Analisis Pengaruh *E-Trust* dan *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Satisfaction* sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Setiawan, E., & Sutrisno, E. (2023). Pengaruh kemudahan Penggunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Pada Mahasiswa di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 129–140. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.822>
- Simanjuntak, D. C. Y., & Purba, P. Y. (2020). Peran Mediasi *Customer Satisfaction* Dalam *Customer Experience* Dan Loyalitas Pelanggan. In *International Journal of Information Management* (Vol. 7, Issue 2). <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>

- Sinnun, A. (2017). Analisis Kepuasan Pengguna LMS Berbasis Web Dengan Metode Servqual, IPA dan CSI. *Jurnal Informatika*, 4(1), 146–154.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo, Ed.). Alfabeta, cv.
- Sukmawati, A., Ananta, M. T., & Brata, D. W. (2023). Perancangan *User Experience* Alat Ukur Evaluasi Pengalaman Pengguna Metode *Intrinsic Motivation Inventory* berbasis Website (Studi Kasus: Diskominfo Ngawi) (Vol. 7, Issue 1). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Sundoro, F. M., Suhardjo, Y., & Nisa, K. U. (2022). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Semarang). *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 11(7). <https://doi.org/10.36418/Syntax-Literate.v7i11.11909>
- Thungasal, C. E., & Siagian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari (Vol. 7, Issue 1).
- Tjiptodjojo, K. I., Kurniawati, K., Setyawan, S., & Saputri, A. N. (2023). *Enrichment: Journal of Management The effect of user experience on customer loyalty mediated by customer satisfaction. Enrichment: Journal of Management*, 12(6).
- Wahyudi, I. (2022). Perancangan Aplikasi Penilaian Kinerja Pegawai Menggunakan Metode *Profile Matching* (Vol. 2, Issue 5). www.google.co.id,
- Wahyuningsih, D., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan *E-Wallet* Aplikasi Dana. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3), 435–445. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i3.2123>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Widiana, M. E. (2020). *Buku Ajar Pengantar Manajemen* (E. Sutarso, Ed.).
- Wirakanda, G. G., & Agustina, N. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Aplikasi Pos Giro Mobile (Studi Kasus Pengguna Pos Giro Mobile Di Kabupaten Pandeglang Banten). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(1).
- Yoestini, M. I. (2023). Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Online Marketplace (Studi pada Konsumen Tokopedia di Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management*, 12(4), 1–13.
- Yulianti, D., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (D. Novidiantoko, Ed.).

Zanah, R. F. M., & Sulaksana, J. (2016). *Management Function Effect On Employee Satisfaction (A Case of Home Industry Asri Rahayu in Majalengka Region)*. In *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan* (Vol. 4).

