

DAFTAR PUSTAKA

Adhari, I.Z. (2019). *KEPUASAN PELANGGAN & PENCAPAIAN BRAND TRUST*. Jawa Timur : CV. Penerbit Qiara Media

Admin. Pentingnya Kepuasan Pelanggan untuk Menciptakan Pelanggan Loyal. Sahabat UMKM. Published September 11, 2020. Accessed October 15, 2022.

Akbar, N. F. Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Komunikasi Snaapp pada SD Ignatius Slamet Riyadi Karawang. *Indikator*, 3(3), 353468.

Aliyah, F., Utami, W., & Irda, I. (2021). Kualitas Layanan Elektronik, Harga Dan Persepsi Manfaat Fitur Go-Pay Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 48-56.

Artina, N. (2021, September). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. In *FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN-SINTA 4* (Vol. 11, No. 1, pp. 120-131).

Aryandi, R. (2015). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Mobile banking (Studi pada nasabah bank BRI di Kota Purworejo)* (Doctoral dissertation, Manajemen-FE). Buddhidharma.ac.id.

BPS Kabupaten Banyumas. (2020). Retrieved October 31, 2022, from Bps.go.id website: <https://banyumaskab.bps.go.id/statictable/2021/03/06/305/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-banyumas-2020.html>

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.

Dwi Hadya Jayani. (2021, January 22). Potensi Bisnis Pesan-Antar Makanan Daring Makin Besar - Analisis Data Katadata. Retrieved November 18, 2022, from Katadata.co.id website: <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/60093900cb02f/potensi-bisnis-pesan-antar-makanan-daring-makin-besar>.

Eldawati, S. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN FURNITURE STUDI KASUS PADA CV. ALZAID FURNITURE KABUPATEN PESISIR SELATAN. *Matua Jurnal*, 4(1), 39-52.

Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo. *PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN PADA APLIKASI OVO*.

Fatima, C. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAB-FOOD DI KOTA MALANG. *e-Repository Sarjana FEB Universitas Gajayana Malang*.

Ferinia, R., Tanjung, R., Purba, B., Lestari, N., Mastuti, R., Utami, N. R., ... & Dewi, I. K. (2021). *Perilaku Pelanggan Kepariwisataan*. Yayasan Kita Menulis.

Ginting, D. B., & Nugraha, A. (2019). Analisis pengaruh citra merek, promosi, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kualitas sistem, dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna aplikasi sakuku BCA. *Media Informatika*, 18(1), 42-61.

Kusuma, R. W., & Suwitho, S. (2015). Pengaruh Kualitas produk, harga, fasilitas dan emosional terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).

Kotler, K. (2016). *MARKETING MANAGEMENT*. United States of America: Pearson Education Limited.

Laila, N., & Herawati, N. T. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Dan Keamanan Terkait Uang Elektronik Terhadap Kepuasan Penggunaan E-Money (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Laut Ketapang-Gilimanuk). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 12(2), 403-412.

Lugas, S., Aji, & Prijanto, B. (2020). *International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom Licensed under Creative Common EFFECT OF USE OF EASE, SERVICE FEATURES, ON CUSTOMER SATISFACTION WITH TRUST AS A MEDIATION VARIABLES (A STUDY ON MOBILE BANKING CUSTOMERS)*. VIII, 11.

Mahendra, K., Ratih, D., Program, I., Bisnis, M., Manajemen, S., & Ekonomi, F. (2018). *PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV MITRA PERKASA UTOMO*. 7(1).

Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 157-166.

Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 201-202.

Melawati, R., & Wijaksana, T. I. (2020). PENGARUH FUNGSI WEBSITE, PERSEPSI KEGUNAAN, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BUKALAPAK. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(4), 821-833.

MEMAHAMI ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF DALAM PENELITIAN ILMIAH. (2019). Retrieved November 18, 2022, from Accounting website: https://accounting.binus.ac.id/2021/08/10/_trashed-2/

Nurdin, S., & Putra, N. (2019). Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kepercayaan Pelanggan dalam Menggunakan Kartu Pascabayar halo. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 2(1), 108-114.

Nurvitasari, E., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1472-1481.

Prasetia, I. A., & Suwitho, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).

Prijanto, L. S. (2020). EFFECT OF USE OF EASE, SERVICE FEATURES, ON CUSTOMER SATISFACTION WITH TRUST AS A MEDIATION VARIABELS (A STUDY ON MOBILE BANKING CUSTOMERS). *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 207-219.

Purba, M., Samsir, S., & Arifin, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1), 151-170.

Putri, N. A. (2013). Hubungan Antara Harga Dan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan Blackberry Telkomsel. *Calyptra*, 2(1), 1-10.

Rahayu, P. F., & Riana, D. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online (Gojek) Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. *Akuntanika*, 6(1), 46-54.

Rezky, R. (2021). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL OVO TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA (Studi Pada Pengguna OVO Di Wilayah Kecamatan Jatinegara Jakarta Timur)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Risma, R., Sissah, S., & Badaruddin, B. (2021). *PENGARUH FITUR LAYANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).

Rukani, S., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi Edulearning sebagai Media Pembelajaran Online di SMK Ketintang Surabaya. *Jurnal PTK dan Pendidikan*, 7(2).

Sati, R. A. S., & Ramaditya, B. B. A. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pelanggan Yang Menggunakan Metland Card)/Effect Of Perception Of Benefits, Easy Perception Of Use, Trust And Risk Perception Towards Interest Using E-Money (Case Study Of Consumers Who Use The Metland Card). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan*

Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pelanggan Yang Menggunakan Metland Card).

Sefrika, S. (2021). Implementasi Metode TAM Untuk Menganalisa Penerimaan Teknologi Aplikasi Peduli Lindungi. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1060-1065.

Sriwindarti, S. (2020). *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Transportasi Online Grabbike Di Ponorogo* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

Suratni, N. L. S., & Mayasari, N. M. D. A. (2021). Pengaruh Promosi dan Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Grab-Food pada Aplikasi Grab di Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 50-59.

Suryani, D., Ermansyah, E., & Alsukri, S. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1(1), 11-19.

Thom W. A. Isliko & Mintarti Rahayu. (2008). Mediasi Keputusan Pembelian pada Pengaruh Faktor Situasional dan Faktor Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Supermarket di Kota Lampung. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8(2): pp:11-15.

Titik Persentase Distribusi F Probabilita = 0.01. (n.d.). Retrieved from <https://junaidichaniago.files.wordpress.com/2010/04/tabel-f-0-01.pdf>.

Toufiq Syahniar A, Herlambang T, Puspitadewi I. *THE EFFECT of PERCEPTION of EASY and PERCEPTION of BENEFITS on CUSTOMER SATISFACTION in USING MOBILE BANKING SHARIA BANK INDONESIA JEMBER SUDIRMAN BRANCH OFFICE*. Accessed October 15, 2022.

Trita Yudi, I. K., Oka Karini, N. M., & Leli Kusuma Dewi, L. G. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRAMUWISATA LOKAL TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS WISATAWAN DI DAYA TARIK WISATA ALAS KEDATON TABANAN. *Jurnal IPTA*, 3(2), 26.

Venkatesh, V. 2016. Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, vol. 11, no. 4, pp. 342–365.

Yudi, I. K. T., Karini, N. M. O., & Dewi, L. G. L. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramuwisata Lokal Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan di Daya Tarik Wisata Alas Kedaton Tabanan. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 3(2), 26-31

Yuniar, T. R., & Rohmatiah, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Kereta Api. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 11(2), 206-215.

Yusuf, A., Dewi, N. A., Ula, N. S., & Luthfi, A. (2018). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN OVO. *Sumber*, 2(698.905), 2019.

Zahra, N. A. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Bank Syariah Mandiri (Studi Analisis Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di BekasiBarat)* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).

