

DAFTAR PUSTAKA

- Almalis, M. I. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Biaya dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan permatamobile Smartcx pada Bank Pertama di Surabaya. *Jurnal STIE Perbanas Surabaya*.
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 120-131.
- Devi Putri Safitri, I. (2023). Pengaruh Desain Situs Web, Pelayanan Pelanggan, Perlindungan Akun, Dan Pemenuhan Kebutuhan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Mediasi Aplikasi Shopee. 1-21.
- Dewa Tegar Pramudita, N. F. (2022). Determinan Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk (Literature Riview Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosisal*, 422-436.
- Dwi Irawan, M. W. (2020). Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Paymen Fintech . *Jurnal Kajian Akuntansi*, 52-62.
- Edwin Japariato, S. A. (2020). Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Intervening pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 35-43.
- Fadhilah Oktariani, M. P. (2024). Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mneggunakan Mobile Banking Pada Bank Syahriah Indonesia Ke Palembang Demang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 618-626.
- Findy Meileny, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan

LinkAja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica*, 200-210.

Fredy Fernandus, N. L. (2020). The Effect of Website Design, Website Security, Information Quality, and Perceived Ease of Use on Customer Satisfaction and Online Purchase Intention in Indonesia E-Commerce in Jakarta. *International Journal of Advaneed Trends in Computer Science and Engineering*, 1696-1703.

Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Model*. Statiscal Associates Publishing .

Ghozali, I. (2019). Aplikasi Analisis Mutivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hotana, M. S. (2019). Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Cummune*, 28-28.

Irawan, H. (2008). *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Cetakan Pertama*. Jakarta: Kelompok Gramedia.

Joseph F, H. J. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. Anabel Ainscow.

Kukuh Winarso, M. J. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Internet Indihome Pada PT.X dengan Pedekatan Paty Least Square. *Jurnal MATRIX*, 77-87.

Kuncoro, M. (2011). Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis & Ekonomi Edisi Keempat. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Mintarum, A. (2023). The Effect of Privacy (Security) Settings, Application Design, and E-Trust on E-Relationship Satisfaction and E-Loyalty on GoFood in Surabaya. 439-444.

Mointi, R. &. (2022). Prmosi Cashback, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Pelayanan E-Commerce (Studi Kasus Pelanggan Tokopedia). *YUME: Jurnal of Management*, 251-259.

Nandya Eka Sari, T. O. (2020). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian

- Pada Toko Online Tokopedia. *Creative Research Management Journal*, 34-46.
- Nurlina Mileniumiati, E. N. (2023). Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, persepsi Risiko Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Elektronik OVO. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 227-237.
- Philip Kotler, K. L. (2009). *Marketing Management*. England: Person Education Limited .
- Poon, W. C. (2008). Users Adoption of E-Banking Services: The Malaysian Perperctive. *Journal Business and Industrial Marketing* Vol 23.
- Raman, A. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Customer. *IJCA Special Issue on " Wireless Information Networks & Business Information System" WINBIS*, 54-60.
- Rizky Prasetya Putra, S. H. (2022). Pengaruh Privacy & Security, Desain, Customer Service & Support Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Uang Elektronik OVO Di Surabaya. *Soetomo Business Riview*, 639-659.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian Edisi 1, Cetakan 1*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Sari, A. C. (2021). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (Studi pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-17.
- Schmitt, B. (2011). *Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Customer Insights*. New York : Foundations and Trends in Marketing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sulistiani, I. (2018). *DESAIN WEB Cetakan I*. Kota Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN PALOPO.
- Swastika Suryani, K. K. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Keamanan

Serta Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* Vol 27 No. 2, 183-198.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi III*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.

Ulyatul Nazirah, S. U. (2017). Pengaruh Kualitas Desain Website Terhadap Niat Pembelian Dimediasi Oleh Persepsi Kualitas Produk Pada Lazada.Co.id. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.

Vicky Brama Kumbara, N. L. (2023). International Journal Of Profesional Business Riview. *The Influence Of E-Trust And E-Service Quality On E-Customer Loyalty For DANA Digital E-Wallet Users Through E-Satisfaction As An Intervening Variable In Padang City* , 1-19.

THE
Character Building
UNIVERSITY