



## Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Digital DANA

Siti Halimah<sup>1</sup>, Asep Maulana Novianto<sup>2</sup>

Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang<sup>1</sup>, Dosen Universitas Singaperbangsa Karawang<sup>1 2</sup>

### Abstract

Received: 20 April 2025  
Revised: 27 April 2025  
Accepted: 01 Mei 2025

This research aims to find out, analyze and explain the description, correlation, partial influence and simultaneous influence of E-Service Quality and E-Trust on DANA digital wallet user satisfaction. This research uses quantitative methods with descriptive and verification approaches. With a sample of 348 respondents taken from the DANA digital wallet follower population of 838,000 people using a purposive sampling technique. As well as using path analysis and hypothesis testing using the t test and f test. By using Microsoft Excel tools, Method of Successive Interval (MSI), and SPSS version 25 application. Based on the results of the analysis that has been carried out, this research proves that the description of E-Service Quality and E-Trust on DANA digital wallet user satisfaction is included in the quite good category. The correlation coefficient between the variables E-Service Quality and E-Trust obtained a value of 0.721, which means it has a strong, positive and significant correlation level. The partial influence of E-Service Quality on DANA digital wallet user satisfaction is 46.6%, while the partial influence of E-Trust on DANA digital wallet user satisfaction is 31.2%. So it can be stated that E-Service Quality contributes more to satisfaction compared to E-Trust. The simultaneous influence of E-Service Quality and E-Trust on satisfaction is 52.4% while the remaining 47.8% is another variable not examined in this research.

**Keywords:** E-Service Quality, E-Trust, Satisfaction, DANA users

(\*) Corresponding Author: [sitihalimah20600@gmail.com](mailto:sitihalimah20600@gmail.com)

**How to Cite:** Halimah, S., & Novianto, A. (2025). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Digital DANA. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(5.A), 226-236. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11907>.

## INTRODUCTION

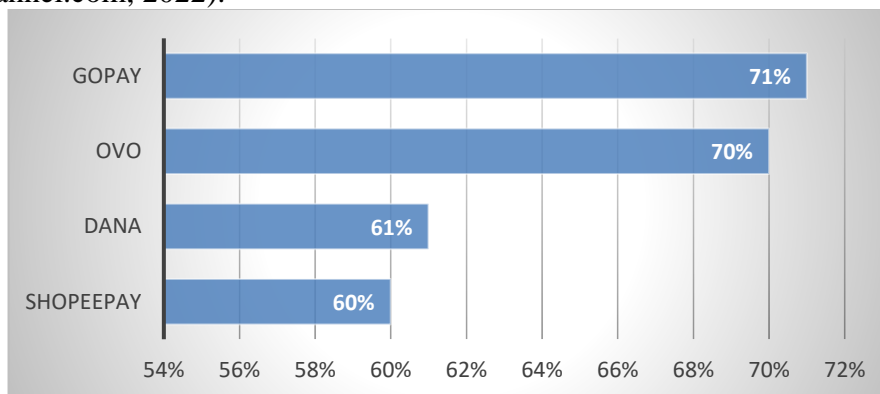
Perkembangan era globalisasi yang pesat saat ini, internet sudah tidak asing lagi bagi masyarakat. Internet menghubungkan hingga miliaran pengguna tidak hanya di satu tempat tetapi di seluruh dunia. Internet tidak hanya terbatas pada penggunaan informasi melalui satu media, tetapi juga dapat digunakan sebagai cara untuk melakukan transaksi yang dapat menciptakan jaringan bisnis yang luas dan pasar yang tidak terbatas oleh waktu dan tempat (Carvallo et al., 2022)

Banyaknya jumlah pengguna internet saat ini, membuat kita dapat melakukan segala aktivitas dengan canggih melalui internet. Di era perkembangan teknologi saat ini, banyak proses transaksi keuangan yang berubah dari manual menjadi digital. Salah satunya ditandai dengan hadirnya *fintech*. *Fintech* (*Financial Technology*) adalah sebuah perusahaan yang menggabungkan layanan jasa keuangan dengan teknologi. Menurut National Digital Research Center (NDRC), *fintech* merupakan istilah untuk menyebut sebuah inovasi teknologi dan digitalisasi pada layanan finansial. Hal ini memungkinkan berbagai kegiatan finansial seperti transfer dana, pembayaran, hingga peminjaman dana bisa dilakukan lebih cepat.

*Fintech* digemari oleh masyarakat umum karena *fintech* memfasilitasi berbagai proses di bidang keuangan, antara lain kemudahan pembayaran saat berbelanja online, memfasilitasi investasi perusahaan atau lembaga keuangan, baik bank maupun lainnya (jagoanhosting.com, 2022).

Menurut hasil survei *Daily Sosial Research* menunjukkan, dompet digital merupakan produk *fintech* yang paling populer di Indonesia. Di Indonesia, dompet digital menjadi metode pembayaran yang lebih populer dibandingkan kartu kredit atau debit. Dompet digital adalah aplikasi elektronik yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang pada setiap transaksi online menggunakan smartphone. Ada beberapa dompet digital di Indonesia, antara lain OVO, DANA, Gopay, ShopeePay, dan LinkAja (alinea.id, 2022).

Salah satu dompet digital di Indonesia adalah DANA. DANA adalah platform dompet digital yang dirancang untuk memungkinkan semua pembayaran tanpa batas melalui online. Transaksi melalui aplikasi ini tentunya lebih nyaman, cepat dan terjamin keamanannya. Aplikasi DANA resmi dirilis sejak November 2018 dan dikembangkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe. Selain berperan sebagai dompet digital, DANA juga menawarkan berbagai transaksi online mulai dari pembelian pulsa hingga pembayaran tagihan online dan lainnya (idxchannel.com, 2022).



**Sumber : Bisnis.com, 2022**

Berdasarkan Gambar diatas, DANA berada dalam posisi ketiga dompet digital yang paling banyak digunakan sebesar 61%. Posisi tersebut masih kalah saing dengan dompet digital lainnya seperti GoPay dan OVO. Berdasarkan data diatas, setelah ditelusuri lebih dalam ternyata banyak review dan komentar negatif pada playstore dan akun instagram milik DANA. Dengan banyaknya keluhan tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dari pengguna dompet digital DANA. Keluhan tersebut diantaranya saldo sering terpotong, saldo tidak masuk ke rekening tujuan, top-up tidak berhasil, system trouble dan pelayanan *Customer Service* yang lambat dalam menangani keluhan konsumen. Keluhan yang dialami pengguna membuat pengguna merasa tidak puas dalam menggunakan dompet digital DANA dan memilih untuk menutup akun dana atau beralih ke dompet digital lain (Playstore dan Akun Instagram DANA, 2022).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap Kepuasan Pengguna Dompet Digital DANA.

## **KAJIAN TEORI**

### ***E-Service Quality***

Menurut Saragih (2019) dalam Arifah (2020) *E-Service Quality* adalah bentuk kualitas layanan yang lebih luas dengan media internet yang menghubungkan penjual dan pembeli untuk memenuhi kegiatan berbelanja secara efektif dan efisien.

### ***E-Trust***

Menurut Pramuditha et al., (2021) *E-Trust* adalah kepercayaan dan keyakinan bahwa ketika konsumen melakukan transaksi online, perusahaan menempati janjinya dalam menanggapi harapan informasi yang diberikan melalui website perusahaan

### **Kepuasan**

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul dalam diri seseorang berupa kebahagiaan atau kekecewaan ketika hasil yang dirasakan dibandingkan dengan produk atau jasa berdasarkan harapan.

## **METHODS**

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian deskriptif ialah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih variabel (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan variabel satu sama lain. Metode penelitian verifikatif merupakan penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima (Sugiyono 2015).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:117). Dalam penelitian ini populasinya adalah followers Instagram DANA yang berjumlah 838.000.

Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5%. Maka diperoleh sampel sebanyak 348 responden.

teknik pengambilan sampel merupakan teknik untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai Teknik *sampling* yang digunakan (Sugiyono, 2015:118). Teknik *sampling* penelitian ini yaitu menggunakan *Sampling Purposive*. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015:124).

## **RESULTS & DISCUSSION**

### ***Results***

### **Uji Validitas**

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas *E-Service Quality***

No	Indikator	r-hitung	r-kritis	Kriteria
1.	Kemudahan Mengakses Situs	0,646	0,300	Valid
2.	Kemudahan dalam Mencari Informasi Layanan	0,615	0,300	Valid
3.	Ketersediaan Informasi Layanan dengan Jelas	0,645	0,300	Valid
4.	Ketepatan Waktu Penyelesaian Transaksi	0,651	0,300	Valid
5.	Situs Layanan dapat Berfungsi	0.705	0,300	Valid
6.	Identitas Pelanggan Terjamin	0,734	0,300	Valid
7.	Keuangan Pelanggan Terjamin	0,629	0,300	Valid
8.	Kemampuan Situs Menangani Suatu Permasalahan	0,727	0,300	Valid

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas *E-Trust***

No	Indikator	r-hitung	r-kritis	Kriteria
1.	Informasi sesuai dengan yang ditawarkan	0,615	0,300	Valid
2.	Fitur berkualitas bagi konsumen	0,693	0,300	Valid
3.	DANA mampu memberikan pelayanan yang terbaik	0,779	0,300	Valid
4.	DANA handal dalam menangani situasi apapun yang terjadi	0,688	0,300	Valid
5.	DANA memberikan perlindungan pada setiap transaksi	0.757	0,300	Valid
6.	DANA menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan	0,738	0,300	Valid
7.	DANA terpercaya dalam keterbukaan informasi kepada pelanggan	0,739	0,300	Valid

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas Kepuasan**

No	Indikator	r-hitung	r-kritis	Kriteria
1.	Fitur-fitur yang tersedia pada DANA sudah melebihi yang diharapkan	0,665	0,300	Valid
2.	pelayanan yang diberikan oleh DANA melebihi dengan yang diharapkan.	0,744	0,300	Valid
3.	Bersedia merekomendasikan karena merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan	0,753	0,300	Valid
4.	Bersedia merekomendasikan karena merasa puas terhadap fitur yang tersedia pada DANA	0,784	0,300	Valid
5.	Bersedia merekomendasikan karena merasa puas atas nilai dan manfaat yang diperoleh	0,632	0,300	Valid
6.	Akan menggunakan kembali karena layanan yang diberikan DANA memuaskan	0,712	0,300	Valid
7.	Akan menggunakan kembali karena merasa puas atas nilai dan manfaat yang diperoleh	0,619	0,300	Valid
8.	Akan menggunakan kembali karena merasa puas terhadap fitur yang tersedia pada DANA	0,707	0,300	Valid

Hasil pengujian validitas variabel *E-Service Quality*, *E-Trust* dan Kepuasan dinyatakan valid, karena nilai seluruh indikator r-hitung lebih besar dari r-kritis (0,3).

#### Uji Reliabilitas

**Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronchbanch Alpha	r-kritis	Keterangan
<i>E-Service Quality</i>	0,879	0,600	Reliabel
<i>E-Trust</i>	0,841	0,600	Reliabel
Kepuasan	0,853	0,600	Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas variabel *E-Service Quality*, *E-Trust* dan Kepuasan dinyatakan reliabel, karena nilai seluruh indikator r-hitung lebih besar dari r-kritis (0,6).

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen, keduanya berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini juga dapat dilakukan dengan melihat grafik distribusi normal serta dengan melakukan pengujian Kolmogorov Smirnov dengan kriteria jika angka Signifikan ( $\text{sig}$ ) > 0,05 maka data berdistribusi normal, sedangkan jika angka Signifikan ( $\text{sig}$ ) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 5 Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
<b>N</b>		348
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,47860927
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,086
	Negative	-,081
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,263 <sup>c</sup>

Pada tabel 5 hasil Uji Normalitas diatas menunjukkan bahwa semua variabel yaitu *E-Service Quality* (X1), *E-Trust* (X2) dan Kepuasan (Y) mengikuti sebaran data normal, karena nilai signifikansi (Sig) > 0,05 yaitu 0,263 > 0,05. Sehingga ketiga variabel dinyatakan berdistribusi normal.

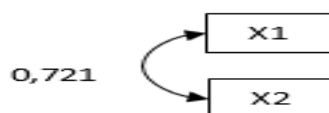
#### Uji Korelasi

Uji korelasi untuk mengetahui hubungan antara variabel *E-Service Quality* (X1) dengan variabel *E-Trust* (X2) dengan menggunakan alat bantu SPSS 25 sebagai berikut:

**Tabel 6 Hasil Uji Korelasi**

Correlations			
		X1	X2
X1	Pearson Correlation	1	,721**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	348	348
X2	Pearson Correlation	,721**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	348	348

Berdasarkan Tabel 6 diatas nilai koefisien korelasi antara variabel bebas *E-Service Quality* (X1) dan variabel *E-Trust* (X2) adalah 0,721 korelasi tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



**Gambar 1 korelasi antara variabel bebas *E-Service Quality* dan variabel *E-Trust***

Dari hasil analisis diatas diperoleh besaran koefisien korelasi antara variabel bebas yaitu *E-Service Quality* (X1) dan variabel *E-Trust* (X2) adalah 0,721. Memiliki tingkat hubungan kuat dan dua arah karena positif dengan interval koefisien yang berada pada 0,60 – 0,799 dengan kategori kuat (Sugiyono, 2015).

### Analisis Jalur

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan software SPSS 25, sehingga diperoleh koefisien jalur untuk setiap variabel *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) dan Kepuasan (Y). Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 7 Koefisien Jalur**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7120,254	1156,129		6,159	,000
	SERVICE QUALITY	,355	,041	,466	8,700	,000
	E-TRUST	,341	,058	,312	5,833	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

#### 1. Koefisien Jalur Variabel *E-Service Quality* (X1) terhadap Kepuasan (Y)

Berdasarkan Tabel 7 diatas koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung variabel *E-Service Quality* (X1) terhadap Kepuasan (Y) adalah 0,466. Sehingga diperoleh persamaan  $Y = 0,466X_1$ . Adapun nilai koefisien determinasi dari pengaruh variabel *E-Service Quality* (X1) terhadap Kepuasan (Y) dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$CD = r^2 \times 100\%$$

$$CD = 0,466^2 \times 100\%$$

$$CD = 0,217 \times 100\%$$

$$CD = 21,7\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi didapatkan nilai sebesar 21,7% artinya bahwa variabel Kepuasan (Y) dipengaruhi oleh variable *E-Service Quality* (X1) sebesar 21,7%.

**Tabel 8 Pengaruh langsung dan tidak langsung *E-Service Quality* (X1) terhadap Kepuasan (Y)**

Variabel	Interpretasi Analisis Jalur	Perhitungan	Besarnya Pengaruh
<i>E-Service Quality</i> (X1)	Pengaruh langsung X1 ke Y	0,466 <sup>2</sup>	0,217
	Pengaruh tidak langsung X1 ke Y	0,466 x 0,312 x 0,721	0,104
TOTAL			0,321

Berdasarkan Tabel 8 diatas menunjukkan bahwa pengaruh variabel *E-Service Quality* (X1) Terhadap Kepuasan (Y) yaitu sebesar 0,321 atau sebesar 32,1%.

#### 2. Koefisien Jalur Variabel *E-Trust* (X2) terhadap Kepuasan (Y)

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung variabel *E-Trust* (X2) terhadap Kepuasan (Y) adalah 0,312. Sehingga diperoleh persamaan  $Y = 0,312X_2$ . Adapun nilai koefisien determinasi

dari pengaruh variabel *E-Trust* (X2) terhadap Kepuasan (Y) dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$CD = r^2 \times 100\%$$

$$CD = 0,312^2 \times 100\%$$

$$CD = 0,097 \times 100\%$$

$$CD = 9,7\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi didapatkan nilai sebesar 9,7% artinya bahwa variabel Kepuasan (Y) dipengaruhi oleh variable *E-Trust* (X2) sebesar 9,7%.

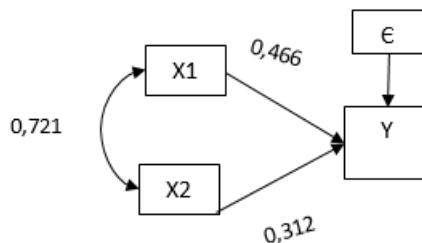
**Tabel 9 Pengaruh langsung dan tidak langsung *E-Trust* (X2) terhadap Kepuasan (Y)**

Variabel	Interpretasi Analisis Jalur	Perhitungan	Besarnya Pengaruh
<i>E-Trust</i> (X2)	Pengaruh langsung X2 ke Y	0,312 <sup>2</sup>	0,097
	Pengaruh tidak langsung X2 ke Y	0,312 x 0,466x 0,721	0,104
TOTAL			0,201

Berdasarkan Tabel 9 diatas menunjukkan bahwa pengaruh parsial variabel *E-Trust* (X2) Terhadap Kepuasan (Y) yaitu sebesar 0,201 atau sebesar 20,1%.

### 3. Koefisien Jalur Variabel *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) terhadap Kepuasan (Y)

Koefisien Jalur variabel *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) terhadap Kepuasan (Y) dapat dilihat pada Gambar dibawah ini:



**Gambar 2 Koefisien Jalur variabel *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) terhadap Kepuasan (Y)**

Berdasarkan Gambar 2 diatas dapat dilihat bahwa besaran korelasi variabel *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) sebesar 0,721. Lalu, besaran koefisien jalur variabel menunjukkan bahwa variabel *E-Service Quality* (X1) terhadap Kepuasan (Y) sebesar 0,466 lebih besar dari variabel *E-Trust* (X2) terhadap Kepuasan (Y). Artinya *E-Service Quality* (X1) berkontribusi lebih terhadap Kepuasan (Y) dibandingkan variabel *E-Trust* (X2). Adapun persamaan jalurnya sebagai berikut:

$$Y = 0,466X_1 + 0,312X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

X1 = *E-Service Quality*

X2 = *E-Trust*

Y = Kepuasan

$\epsilon$  = Variabel lain yang tidak diukur, tetapi mempengaruhi Y

**Tabel 10 Pengaruh secara simultan variabel *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) terhadap Kepuasan (Y)**

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung		Sub Total Pengaruh
			X1	X2	
			<i>E-Service Quality</i> (X1)	0,466	
<i>E-Trust</i> (X2)	0,312	0,097	0,104	...	0,201
<b>Total Pengaruh Simultan</b>					<b>0,522</b>
<b>Pengaruh Variabel Lain</b>					<b>0,478</b>

Pada tabel 10 menunjukkan bahwa total pengaruh antara variabel *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) terhadap Kepuasan (Y) yaitu sebesar 0,522 atau 52,2% adapun pengaruh dari variabel lain adalah sebesar  $1 - 0,522 = 0,478$  atau 47,8%.

### **Discussion**

#### **Korelasi Antara Variabel Independen *Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2)**

Korelasi antara variabel *E-Service Quality* dengan *E-Trust* sebesar 0,721, memiliki tingkat hubungan yang kuat dan searah karena memiliki nilai positif dan berada pada interval koefisien antara berada pada 0,60 – 0,799 dengan kategori kuat (Sugiyono, 2015). Hal ini dapat diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Firdha et al (2021) yang menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel *E-Service Quality* dan *E-Trust*.

#### **Pengaruh Parsial *E-Service Quality* (X1) Terhadap Kepuasan (Y)**

Pengaruh parsial variabel *E-Service Quality* terhadap Kepuasan didapatkan hasil sebesar 0,466 atau 46,6%. Hal tersebut menunjukkan pengaruh positif pada variabel *E-Service Quality* terhadap Kepuasan. Hal tersebut menunjukkan pengaruh positif variabel *E-Trust* terhadap Kepuasan. Hasil ini dapat diperkuat oleh penelitian Firdha et al., (2021) yang menunjukkan hasil bahwa variabel *E-Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ShopeePay.

#### **Pengaruh Parsial *E-Trust* (X2) Terhadap Kepuasan (Y)**

Pengaruh parsial variabel *E-Trust* terhadap Kepuasan sebesar 0,312 atau 31,2%. Hal tersebut menunjukkan pengaruh positif variabel *E-Trust* terhadap Kepuasan. Hasil ini dapat diperkuat oleh penelitian Firdha et al., (2021) yang menunjukkan hasil bahwa variabel *E-Trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ShopeePay

#### **Pengaruh Simultan *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) Terhadap Kepuasan (Y)**

Pengaruh simultan variabel *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap Kepuasan sebesar 0,522 atau 52,2%, hal ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* dan *E-Trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, sedangkan sisanya merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu  $\epsilon = 0,478$  atau 47,8%. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

(Firdha et al 2021) yang menunjukkan bahwa *E-Service Quality* dan *E-Trust* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Shopeepay.

## CONCLUSION

1. Terdapat korelasi yang positif dan kuat antara variabel *E-Service Quality* dengan *E-Trust*
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel *E-Service Quality* terhadap Kepuasan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel *E-Trust* terhadap Kepuasan
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap Kepuasan

## REFERENCES

- Adityawati, M., Muzdalifah, L., Larassaty, A. L., & Mustaqim, M. (2022). Pengaruh Ease Of Use dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Dompot Digital Dana Di Sidoarjo. *5, 7787(8.5.2017)*, 2005–2003.
- Alwie, F. (2021). *PENGARUH SALES PROMOTION DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-CUSTOMER SATISFACTION DAN DAMPAKNYA TERHADAP REPURCHASE INTENTION (Studi Kasus e-Wallet ShopeePay)*.
- Firdha, S., Putri, A., & Marlina, N. (2021). Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap kepuasan konsumen pengguna ShopeePay. *Forum Ekonomi*, 23(3), 463–474.
- Fitriana, I., Sugiono, A., & Adistya, D. (2020). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-SATISFACTION ( Survei pada Mahasiswa Pengguna OVO di FISIP Universitas Lampung )*.
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *YUME : Journal of Management*, 4(1), 138–149. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.445>
- NOVYANTRI, R. (2021). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA DOMPET DIGITAL DANA. Pesquisa Veterinaria Brasileira*, 26(2), 173–180. <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>
- Pangestu, M. G., Fadhilah, Y., & Pandiangan, N. (2022). *Pengaruh E-Service Quality dan Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna E-Wallet ShopeePay di Kota Jambi*. 1, 68–76.
- The effect of e-service quality on e-loyalty mediated by e-trust and brand image variables: A study on OVO E-Wallet application users in Malang City, 10 *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478) 56 (2021). <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i6.1364>
- Rahmawaty, S., Kartawinata, B. R., Akbar, A., & Wijaksana, T. I. (2021). The Effect of E-Service Quality and E-Trust on E- Customer Loyalty Through E-Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Gopay Users in Bandung). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 5495–5506.
- Ritonga, M. R. (2020). *ANALISIS KOMPARATIF PENGGUNAAN E-WALLET*

DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA. *Suparyanto  
Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.

Tiffani, T., & Mulyandi, M. R. (2019). PENGARUH E-SERVICE QUALITY  
TERHADAP E-SATISFACTION PADA PENGGUNA APLIKASI MOBILE  
Abstrak PENDAHULUAN Internet merupakan salah satu bukti  
perkembangan teknologi saat ini , dengan adanya internet pencarian informasi  
dan aktivitas sehari-hari dapat dilakukan. *Prosiding Seminar Dan Lokakarya  
Kualitatif Indonesia 2019*, 135–140. <https://doi.org/10.33510/slki.2019>.