

DAFTAR PUSTAKA

- Adiani, N. P. A. S., Rachmawati, R., & Chandra, S. (2024). *Social influence, financial benefit, and e-wallet multi-brand loyalty: The mediating impact of commitment*. Wiley Online Library. <https://onlinelibrary.wiley.com>
- Adityawan, H. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada Pengguna Jenius di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Angelia, D. (2022). *10 Bank Digital Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022*. Goodstats.id: <https://goodstats.id/article/10-bank-digital-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-tahun-2022-HINLw>
- Annabila, A. N., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pada Pengguna M-Banking Di Bank BNI KCP Situbondo. *Jurnal Riset Manajemen*, 72-81.
- 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*, 44-50.
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Retrieved Maret 19, 2025, from <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arigio, H. (2020). Evaluasi Produk M-Banking Jenius Pada Bank BTPN. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmuzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 134-158.
- Atriani, P. L., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 54-61.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2025). Persentase Penduduk 5 Tahun Ke Atas yang Menggunakan Internet Menurut Kabupaten/Kota di DIY (persen), 2023. from <https://yogyakarta.bps.go.id>
- Bhatnagar, A., & Syam, S. S. (2014). Allocating a Hybrid Retailer's Assortment Across Retail Stores: Bricks-and-Mortar VS Online. *Journal of Business*



Research, 1293-1302.

Botti, S., & Iyengar, S. S. (2006). The Dark Side of Choice: When Choice Impairs Social Welfare. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24-38.

Chung, I.-K., & Lee, M.-M. (2003). A Study of Influencing Factors for Repurchase Intention in Internet Shopping Malls. *International Proceedings of the International Parallel and Distributed Processing Symposium (IPDPS'03)*.

Corry. (2020, Desember 4). *Kolaborasi Jenius Pay Hadir di Lebih dari 29 Merchant*. Economic Review: <https://economicreview.id/kolaborasi-jenius-pay-hadir-di-lebih-dari-29-merchan/>

DailySocial. (2022, Juni 21). *Strategi Jenius Bersaing di Tengah Ramainya Digital Banking*. DailySocial: <https://news.dailysocial.id/uncategorized/strategi-jenius-bersaing-di-tengah-ramainya-digital-banking/>

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319-340.

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models. *Management Science*, 982-1003.

Fadilla, N., Syahriza, R., & Harianto, B. (2024). Pengaruh Promotion, Service Quality, and Customer Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Medan Pulo Brayan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1514-1523.

Farahdibaj, H. A. (2023). Pengaruh Customer Perceived Value, Perceived Ease Of Use, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Bank Syariah Indonesia. *Islamic Economic and Finance Journal*, 93-108.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan SPSS 23*. Semarang: Cetakan Keenam, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, D. A., Istanto, Y., & Kusmantini, T. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mobile Banking BPD DIY. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 55-62.

Hadita, N., & Navanti, A. (2024). The influence of product variation and product quality on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable in hand-drawn batik. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(3), 1156–1168. <https://dinastipub.org/DIJEFA/article/view/2912>.



- Hapsari, B. C., & Astuti, S. R. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online Lazada dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management* 11(2).
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 59-72.
- Hilal, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi Penjualan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Digital Wallet OVO. *Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta*.
- Huluk, H., & Santoso, R. P. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di BMT UGT Nusantara Cabang Jombang. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 287-299.
- Iswati, H., & Lestari, N. I. (2021). Pengaruh Display, Promosi Penjualan, Dan Kualitas Produk Pada Toko Online Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 14-30.
- Kasmir, & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (pp. 62-64). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laely, N. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimesiasi Kepuasan pada PT Telkomsel di Kota Kediri. *JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 61-74.
- Latifah, I., & Dora, Y. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik dan Promosi Terhadap Loyalitas Pengguna Bank Digital. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 2025-2030.
- Lau, G. T., & Han, L. S. (1999). Consumer's Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 341-370.
- Lindawati, Sume, S. A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Keragaman Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11-21.
- Lisa, V., & Selamat, F. (2023). Pengaruh promosi, kualitas layanan, dan citra merek terhadap loyalitas nasabah dengan mediasi kepuasan pada PT Bank Seabank Indonesia. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(2), 85–94. Diakses dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/26987>



- Machali, I. (2021). METODE PENELITIAN KUANTITATIF Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
- Mandira, D. A., Suliyanto, & Nawarini, A. (2018). The Influence Customer Trust, Service Quality, and Perceived Price on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Journal of Reasearch in Management*, 16-21.
- Manindra, D. A., Suliyanto, & Nawarini, A. (2018). The Influence Customer Trust, Service Quality, and Perceived Price on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Journal of Research in Management*, 16-21.
- McKnight, D. H., Carter, M., Thatcher, J. B., & Clay, P. F. (2011). Trust in a Specific Tecnhnology: An Investigation of Its Components and Measure. *ACM Transaction on Management Information System*.
- Natadirja, M., & Pasaribu, L. H. (2022). E-Loyalty Analysis on Digital Banking Application Bank Jago. *Enrichment; Journal of Management*, 1473-1477.
- Neha, S., & Manoj, V. (2013). Impact of Sales Promotion Tools on Cunsomer's Purchase Desicion towards White Goog (Refrigerator) at Durg and Bhilai Region of CG, India. *Research Journal of Management Sciences*, 10-14.
- Nuraini, A. (2014). Analisis Pengaruh Citra, Pelayanan, Aksesoris Jasa, Keragaman Produk, dan Nilai Terhadap Loyalitas Nasabah. *Skripsi, Universitas Islam Sunan Kalijaga*.
- Nurjanah, N., & Juanim, H. (2021). Pengaruh Kergaman Produk, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasinya terhadap Loyalitas Konsumen Karta Prabayar AXIS (Survei pada Konsumen di XL Center Kota Bandung. *Doctoral Dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas*.
- Nurlaini, N., Suyono, J., & Elisabeth, D. R. (2021). The Influence of Advertising, Sales Promotion, and Service Quality on Customer Loyalty of Bank Jatim Indonesia. *International Journal*, 262-272.
- Pahlevi, R. (2021, Januari 5). *Jenius, Bank Digital Paling Dikenal Konsumen*. Retrieved from Katadata.com: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/db8df45097453bc/jenius-bank-digital-paling-dikenal-konsumen-pada-2021>
- Parera, N. O., & Susanti, E. (2021). Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, 42-52.



- Rahmansyah, R., Marliyah, M., & Atika, A. (2024). Pengaruh Customer Perceived Value dan Trust terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara) . *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*, 208-226.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen. Yogyakarta: Deepublish.
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS Edisi 2. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga, dan Keragaman Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 19-21.
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 19-29.
- Saharuddin, H., Gani, N., & Gani, I. (2024). Pengaruh Promosi Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Moderating pada Bank Syariah Indonesia KCP Enerkang. *Journal if Institution and Sharia Finance*, 64-81.
- Samara, A., & Metta, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Penggunaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi*, 254-258.
- Sandy, K. H., & Baharata, W. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kredibilitas, dan Kegunaan terhadap Loyalitas pengguna BNI Mobile Banking dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *YUME: Journal of Management*, 548-560.
- Saragih, M. G., Saragih, L., Purba, J. W., & Panjaitan, P. D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Dasar-Dasar Memulai Penelitian. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sharma, K. S., & Sharma, M. (2019). Examining The Role of Trust and Quality Dimensions In The Actual Usage of Mobile Banking Services: An Empirical Investigation. *Journal of Information Management, Volume 44*, 65-75.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.



- Suwandi, M. A., & Azis, E. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-Money pada Generasi Millenials (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 IPB). *Jurnal Manajemen, Vol. 5, 3104-3111.*
- Veonnita, R., & Rojuaniah. (2022). Pengaruh Presepsi Kemudahan, Kegunaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Nasabah Pengguna Mobile Banking BCA. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, 68-78.*
- Wardani, A. K., & Susanti, A. (2024). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kepercayaan Pelanggan, dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna E-Wallet DANA pada Gen-Z di Soloraya. *Jurnal Real Riset, Volume 6 Nomor 1, 79-91.*
- Wulandari, O. A., Pradiva, F. A., & Aziz, G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kegunaan Terhadap Kepuasan Dalam Membangun Loyalitas Pengguna Ovo . *Jurnal Manajemen dan Bisnis, 1-9.*
- Yakin, A., Karnadi, Subaida, I., & Sari, R. K. (2022). Pengaruh Promosi, Keragaman Produk, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Family Garden di Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH, 69-85.*
- Yuliara, I. M. (2016). *Modul Regresi Linier Berganda*. Jurusan Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Udayana.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.