

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP  
KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI DANA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
ANGKATAN 2025 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN)**

**Suci Ramadani<sup>1</sup>, T. Teviana<sup>2</sup>**

<sup>12</sup>Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan Jln.  
William Iskandar. Ps.V, Kenanga Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli  
Serdang, Sumatera Utara

<sup>1</sup>[sucirama124@gmail.com](mailto:sucirama124@gmail.com), <sup>2</sup>[tteviana@unimed.ac.id](mailto:tteviana@unimed.ac.id)

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of e-service quality and e-trust on user satisfaction of the DANA application, with a case study of the 2025 cohort students of the Faculty of Economics at Universitas Negeri Medan. The phenomenon of a cashless society and the intense competition among digital wallet platforms underline the importance of maintaining service quality and trust in order to sustain user satisfaction. The research method employed is a quantitative approach using a purposive sampling technique involving 100 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS 22.0 software. The results of the study indicate that partially, the e-service quality variable has a positive and significant effect on user satisfaction with a regression coefficient of 0.123. Likewise, the e-trust variable has a positive and highly significant influence that is more dominant on user satisfaction, with a regression coefficient of 0.783. Simultaneously, these two variables contribute 96.5% to user satisfaction, while the remaining percentage is influenced by other factors outside the scope of this study.*

**Keywords:** E-Service Quality, E-Trust, User Satisfaction.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA, dengan studi kasus pada Mahasiswa Angkatan 2025 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Fenomena *cashless society* dan persaingan ketat antar platform dompet digital melatarbelakangi pentingnya menjaga kualitas layanan dan kepercayaan untuk mempertahankan kepuasan pengguna. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* terhadap 100 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS 22.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan koefisien regresi sebesar 0,123. Demikian pula, variabel *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan yang sangat dominan terhadap kepuasan pengguna dengan koefisien regresi mencapai 0,783. Secara simultan, kedua variabel tersebut

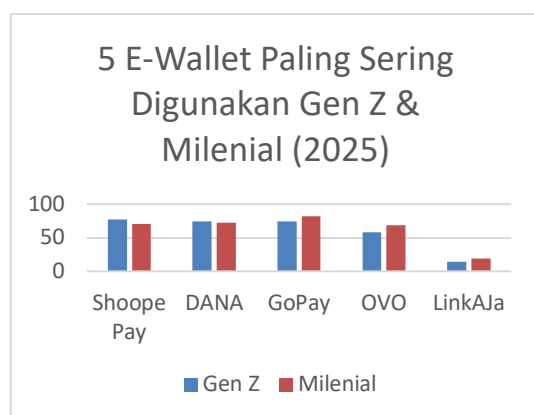
memberikan kontribusi sebesar 96,5% terhadap kepuasan pengguna, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

**Kata kunci:** *E-Service Quality, E-Trust, Kepuasan Pengguna*

## **A. Pendahuluan**

### **Latar Belakang**

Pesatnya perkembangan ekonomi digital di Indonesia saat ini mencerminkan keberhasilan integrasi teknologi yang mengubah pola interaksi keuangan masyarakat secara signifikan. Fenomena *cashless society* telah bertransformasi menjadi urgensi infrastruktur ekonomi yang krusial bagi akselerasi mobilitas finansial. Hal ini didukung oleh perangkat seluler cerdas yang ekspansif serta ketersediaan infrastruktur jaringan internet yang menjangkau berbagai wilayah geografis.



Sumber: [GoodStats](#)

Aplikasi DANA menonjol sebagai salah satu dompet digital yang berhasil memanfaatkan momentum pertumbuhan ekonomi digital secara optimal sejak tahun 2018. Sebagai platform keuangan terbuka, DANA mengintegrasikan berbagai layanan seperti transfer, pembayaran QRIS, hingga investasi mikro. Namun, persaingan ketat dengan kompetitor lain menunjukkan bahwa kepuasan pengguna sangat fluktuatif dan bergantung pada layanan aplikasi.

Kepuasan pengguna menjadi faktor penentu utama keberlangsungan platform digital di tengah dinamika pasar yang kompetitif. Hasil *pra-survey* terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan menunjukkan adanya keluhan terkait transaksi gagal dan kekhawatiran keamanan. Permasalahan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan umum dan konsistensi sistem transaksi perlu ditingkatkan

guna memenuhi harapan pengguna mahasiswa.

*E-service quality* memegang peranan krusial karena mencakup spektrum pengalaman pengguna dari navigasi aplikasi hingga responsivitas layanan pelanggan. Analisis ulasan di Google Playstore menunjukkan dominasi rating rendah akibat kegagalan sistem dan kesulitan verifikasi akun. Kesenjangan kualitas pada aspek keandalan dan jaminan keamanan ini mempertegas perlunya perbaikan mendesak pada efisiensi proses dan akurasi informasi.

Selain kualitas layanan, *e-trust* merupakan landasan utama yang menunjukkan keyakinan pengguna terhadap keamanan dan integritas sistem aplikasi digital. Keluhan di media sosial mengenai akun yang dibekukan secara sepihak dan saldo hilang mengikis kepercayaan esensial pengguna. *Pra-survey* juga mengonfirmasi adanya keraguan mahasiswa terhadap perlindungan privasi data pribadi dan lambatnya penanganan masalah akun.

Berdasarkan kesenjangan antara teori dan realitas layanan tersebut, penelitian ini bertujuan

untuk menguji pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap kepuasan pengguna. Studi ini difokuskan pada Mahasiswa Angkatan 2025 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan sebagai representasi pengguna akademis. Hasil penelitian diharapkan memberikan wawasan strategis bagi pengembang aplikasi dalam mengoptimalkan layanan keuangan digital yang aman.

## **KAJIAN PUSTAKA**

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

*E-service quality* didefinisikan sebagai efektivitas dan efisiensi sebuah situs web atau aplikasi dalam memfasilitasi proses belanja, pembelian, dan pengiriman produk atau layanan. Kualitas layanan digital tidak hanya terbatas pada aspek visual, tetapi lebih kepada fungsionalitas sistem yang memudahkan interaksi pengguna. Kualitas yang tinggi akan meminimalisir hambatan teknis dan meningkatkan nilai kemanfaatan aplikasi. Indikator yang digunakan dalam variabel ini meliputi: Responsif (*Responsiveness*), Efisiensi (*Efficiency*), dan Transaksi Mudah.

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

*E-trust* adalah tingkat keyakinan pengguna terhadap reliabilitas dan integritas penyedia layanan di lingkungan daring yang penuh dengan ketidakpastian. Mengingat transaksi dompet digital melibatkan aset finansial, kepercayaan menjadi fondasi krusial. Tanpa adanya *e-trust*, pengguna cenderung ragu untuk melakukan transaksi meskipun kualitas layanan dianggap baik. Kepercayaan ini dibangun melalui pengalaman positif yang konsisten dan reputasi keamanan sistem. Indikator *e-trust* dalam penelitian ini adalah: Integritas, Kemampuan (*Ability*), dan Privasi.

### **Kepuasan Pengguna**

Kepuasan pengguna merupakan evaluasi afektif pasca-penggunaan di mana pengguna membandingkan kinerja yang dirasakan dari sebuah platform digital dengan harapan awal mereka. Dalam konteks ekonomi digital, kepuasan menjadi determinan utama dalam membangun loyalitas dan retensi pengguna. Apabila kinerja aplikasi mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi, maka tingkat kepuasan akan tinggi, yang berdampak pada keberlanjutan penggunaan platform. Berdasarkan

penelitian ini, kepuasan pengguna diukur melalui tiga indikator utama, yaitu: Kesesuaian Harapan, Keandalan, dan Keamanan.

## **B. Metode Penelitian**

### **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dan hubungan antara variabel bebas, yaitu *e-service quality* (X1), dan *e-trust* (X2), terhadap variabel terikat, yakni kepuasan pengguna (Y). Penelitian ini bermaksud memberikan penjelasan ilmiah yang dapat diuji kembali mengenai fenomena kepuasan pengguna aplikasi DANA.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Populasi target dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Angkatan 2025 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, dengan populasi terjangkau sebanyak 658 Mahasiswa yang merupakan pengguna aplikasi DANA.

## Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu agar representatif. Sampel akhir yang ditetapkan adalah sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin.

## Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat, penelitian ini menggunakan tiga teknik utama, yaitu: **Kuesioner (angket)**, merupakan teknik pengumpulan data primer yang utama dengan menyebarkan daftar pernyataan kepada responden melalui media digital. Instrumen ini diukur dengan menggunakan skala Likert untuk memberikan bobot penilaian terhadap variabel yang diteliti. **Wawancara**, digunakan sebagai teknik pendukung untuk memperoleh informasi tambahan secara langsung mengenai pengalaman pengguna aplikasi DANA. **Observasi**, dilakukan melalui pengamatan sistematis terhadap perilaku atau fenomena yang relevan dengan penggunaan dompet digital di lingkungan mahasiswa.

## C.Hasil Penelitian danPembahasan Hasil

Berdasarkan hasil olah data pada penelitian diperoleh perhitungan regresi linear berganda sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)              | 3.175                       | .717       |                           | 4.429  | .000 |
| E-SERVICE QUALITY         | .123                        | .030       | .124                      | 4.128  | .000 |
| E-TRUST                   | .783                        | .027       | .883                      | 29.399 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA

**Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22.0 (Diolah 2026)**

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai konstanta (nilai<sub>a</sub>) sebesar 3.175 dan untuk *E-Service*

*Quality* (nilai  $\beta$ ) Sebesar 0,123,*E-Trust* (nilai  $\beta$ ) Sebesar 0,783 Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y=3.175 +0,123X_1+0,783X_2 +e$$

Yang Dimaksud :

- a. Nilai Konstanta Kepuasan Pengguna (Y) sebesar 3.175 yang menyatakan jika variabel  $X_1, X_2$  sama dengan nol yaitu *E-Service Quality*, *E-Trust* maka Kepuasan Pengguna adalah sebesar 3.175 .
- b. Koefisien  $X_1$  sebesar 0,123 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan Variabel  $X_1$  (*E-Service Quality*) maka Kepuasan Pengguna meningkat sebesar (0,123) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan Variabel  $X_1$  (*E-Service Quality*) maka Kepuasan Pengguna menurun sebanyak 0,123.
- c. Koefisien  $X_2$  sebesar 0,783 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan Variabel  $X_2$  (*E-Trust*) maka Kepuasan Pengguna meningkat sebesar (0,783) atau sebaliknya setiap

terjadi penurunan Variabel  $X_2$  (*E-Trust*) maka Kepuasan Pengguna menurun sebanyak 0,783.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa *E-Service Quality* dan *E-Trust* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2025 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan ).

Diperoleh juga hasil uji parsial (uji t) berdasarkan olah data yang telah dilakukan sebagai berikut:

- a. Pengaruh  $X_1$  terhadap Y  
Variabel *E-Service Quality* memiliki  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , yaitu 4.128 > 1.661 dan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal tersebut dapat disimpulkan secara parsial dan secara signifikan *E-Service Quality* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Pengaruh  $X_2$  terhadap Y  
Variabel *E-Trust* memiliki  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , yaitu 29.399 > 1.661 dan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal

tersebut dapat disimpulkan secara parsial dan secara signifikan *E-Trust* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Diperoleh juga hasil uji simultan (uji  $f$ ) yaitu diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 89,191 lebih besar dari pada  $F_{tabel}$  sebesar 3.09 dan dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwasannya *E-Service Quality* dan *E-Trust* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2025 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan).

Hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa besarnya angka  $R^2$  adalah 0,965 yang menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *E-Service Quality* ( $X_1$ ) dan *E-Trust* ( $X_2$ ) menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pengguna ( $Y$ ) sebesar 0,965 atau 96,5% sedangkan sisanya 3,5%

dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang berasal dari luar variabel yang diteliti.

## **Pembahasan**

Untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA (Studi Kasus pada Mahasiswa Angkatan 2025 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan).

### **1. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pengguna**

Dapat diketahui bahwasannya  $H_1$  variabel *E-Service Quality* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna ( $Y$ ). Dilihat dari uji signifikan secara parsial (uji  $t$ ) yang menampilkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $4.128 > 1.661$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwasannya *E-Service Quality* ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna ( $Y$ ) pada Mahasiswa Angkatan 2025 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

## **2. Pengaruh *E-Trust* Terhadap Kepuasan Pengguna**

Dapat diketahui bahwasannya H2 variabel *E-Trust*(X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Dilihat dari uji signifikan secara parsial (uji t) yang menampilkan nilai t hitung > t tabel dimana  $29.399 > 1.661$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwasannya *E-Trust*(X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (Y) pada Mahasiswa Angkatan 2025 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

## **3. Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap Kepuasan Pengguna**

Dapat diketahui bahwasannya H1 variabel *E-Service Quality* (X1) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Dilihat dari nilai F hitung > F tabel dimana  $89.191 > 3.09$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwasannya *E-Service*

*Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (Y) pada Mahasiswa Angkatan 2025 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, sehingga bisa diasumsikan bahwasannya hipotesis ketiga diterima.

## **E. Kesimpulan**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA pada Mahasiswa Angkatan 2025 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA pada Mahasiswa Angkatan 2025 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. *E-Service Quality* dan *E-Trust* secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi DANA pada Mahasiswa Angkatan 2025 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan agar pihak DANA meningkatkan sistem layanan pelanggan dengan mempercepat waktu respons melalui fitur *live chat* yang lebih proaktif agar memberikan solusi teknis yang lebih konkret. Dengan meningkatkan responsivitas, pengguna akan merasa lebih dihargai dan aman saat menghadapi kendala teknis di aplikasi.
2. Peneliti menyarankan agar DANA lebih terbuka dalam menyampaikan informasi mengenai penyebab gangguan sistem melalui notifikasi aplikasi secara *real-time*, memberikan edukasi rutin mengenai mekanisme perlindungan saldo pengguna, serta memastikan tidak ada biaya tersembunyi dalam setiap transaksi.
3. Penulis menyarankan agar tim pengembang aplikasi DANA melakukan pemeliharaan sistem (*maintenance*) secara berkala guna memastikan stabilitas aplikasi saat jam sibuk transaksi, meningkatkan kapasitas server untuk mencegah *error* saat *check-out* pembayaran, serta memperkuat sinkronisasi antara aplikasi dengan bank mitra atau *merchant*. Dengan meningkatkan keandalan sistem, pengguna akan merasa lebih puas dan

percaya diri untuk menggunakan DANA sebagai metode pembayaran utama tanpa khawatir akan kegagalan transaksi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. Y. (2024). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Satisfaction Serta Dampaknya E-Loyalty Pengguna E-Wallet Ovo Di Kota Medan. *Media Mahardhika*, 22(3), 438–451.
- Alim, W. K. (2025). *Analisis Data Longitudinal dengan Model Regresi Nonparametrik Birespon Spline Truncated Terboboti= Longitudinal Data Analysis With Weighted Truncated Spline Biresponse Nonparametric Regression Model*.
- Anjeli, R., Putri, D. C. S., Perengki, M., & Soleh, E. (2025). *PENGUNAAN CASHLESS DI LINGKUNGAN MAHASISWA*. Penerbit Widina.
- Ansar, & Suharlina. (2025). Determinan E-Quality Service Dan E-Trust Terhadap Costumer Satisfaction (Studi: Pengguna Aplikasi MyTelkomsel Di Kabupaten Mamuju). *Jurnal e-bussiness Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar*, 4(2), 46–52. <https://doi.org/10.59903/ebussine ss.v4i2.122>
- Arista, D. M., Basari, M. A., & Faruk, M. (2023a). PENGARUH E-

- SERVICE QUALITY DAN E-RECOVERY SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION DI SITUS LAZADA (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 136–144.
- Arista, D. M., Basari, M. A., & Faruk, M. (2023b). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-RECOVERY SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION DI SITUS LAZADA (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 136–144.
- Ashiq, R., & Hussain, A. (2024). Exploring the effects of e-service quality and e-trust on consumers'e-satisfaction and e-loyalty: insights from online shoppers in Pakistan. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, 3(2), 117–141.
- Asyorori, M. (2023). *Analisis Regresi Variabel Mediasi Dengan Metode STEP*. Universitas TanjungPura.
- Auditya, E. K. (2025). Pengaruh digital marketing dan e-service quality terhadap repurchase intention pada pengguna GrabFood di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 11(1), 1–14.
- Bellami, A. (2018). *Analisis Perilaku Beralih Layanan Pembiayaan Berbasis Financial Technology (Crowdlending) Dengan Pendekatan Push–Pull–Mooring*.
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh e-service quality terhadap e-satisfaction dan e-loyalty nasabah pengguna mandiri online. *Profit: Jurnal Adminstrasi Bisnis*, 14(1), 1–11.
- Darma, J., Kholis, A., Siregar, T. R. S., & Hidayat, T. (2025). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Layanan dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(1), 518–528.
- Edhi, P. K., & Heryjanto, A. (2023). Influence E-Service Quality To Customer Satisfaction Mediated by E-Trust (Empirical Study: Telemedicine Users at X Hospital Tangerang). *International Journal of Research and Review*, 3(1).
- Evi, T. (2023). *Transformasi transaksi tunai ke digital di Indonesia*. Cv. Aa. Rizky.
- Fajri, C., Amelya, A., & Suworo, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 369–373.

- Fanji Farman, S. E., Ak, M., Somad, A., Ak, S. S. M., Herbert, G. G., SE, M. M., Dian Widyantini, S. E., Dewi, A. P., Sy, M. E., & Muthmainnah, R. (2025). *Inklusi Keuangan Di Negara Berkembang: Strategi Mengurangi Ketimpangan Ekonomi*. PT. Nawala Gama Education.
- Farhan, M. (2025, Mei 21). *5 E-Wallet Paling Sering Digunakan GEN Z & Milenial*. GoodStats.
- Firdaus, R., Kel, S., Margiutomo, S. A. S., Kom, S., Dulame, I. M., Hastuti, D., Yendri, O., Setiawan, I. I., Hernando, R., & Hidayat, S. (2023). *Tren Bisnis Digital (Optimasi & Optimalisasi Usaha Berbasis Digitalisasi)*. Efitra, S. Kom., M. Kom.
- Garamba, Y., & Nur, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce. *Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika| E-ISSN: 3063-9026*, 1(2), 27–37.
- Handayani, Y., Tyas, A. A. W. P., & Ummanah, U. (2022). How E-Service Quality And E-Trust Affect Reuse Decision on Aplikasi PrivyID. *MBIA*, 21(1), 18–30.
- Hariato, K. (2025). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEAMANAN DAN INOVASI FITUR TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN E-WALLET DENGAN BEHAVIORAL INTENTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Dana di Kota Padang)*. UNIVERSITAS BAITURRAHMAH.
- Hidayat, I., & Tasliyah, M. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 5(1), 94–120.
- Ifadhila, I., Rukmana, A. Y., Erwin, E., Ratnaningrum, L. P. R. A., Aprilia, M., Setiawan, R., Judijanto, L., & Setiawan, H. (2024). *Pemasaran Digital di Era Society 5.0: Transformasi Bisnis di Dunia Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Iftitah. (2025). *Pengaruh Privacy, Policy, dan E-trust Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi*. Universitas Islam Negeri Datokarama.
- Kinanthi, G. E., & Sisilia, K. (2024). Pengaruh Customer Expectations dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Pada User Aplikasi Dinotis. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 11(1), 853–870.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (16th ed.). Pearson Education.

- Kurniawan, H. (2022). *Pengantar praktis penyusunan instrumen penelitian*. Deepublish.
- Liani, R. D., Elthin, J., Rizal, A. M., Albaith, A., & Fauziyah, R. (2024). Identifikasi Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi E-Wallet di Kota Bandung. *Sistemik: Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik*, 12(2), 119–126.
- Luthfiani, F., Yuhefizar, Y., & Sudiman, J. (2024). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile Kota Padang Panjang. *Akuntansi dan Manajemen*, 19(1), 27–42.
- Maulida, & Rizal, S. (2025). *Pengaruh E-Worm dan E-Trust terhadap E-Loyalti yang dimediasi E-Customer Satisfaction pada pengguna ShoopeFood (Studi Kasus Gen Z di kota Semarang)*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang .
- Mufidta, F. (2023). *Analisis Faktor - Faktor yang Memengaruhi Kesenjangan Ekspetasi Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada Pengelolaan Dana Keistimewaan*. Universitas Islam Indonesia.
- Mushofa, M., Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 5937–5948.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89–99.
- Nengsih, N., & Septianna, S. (2025). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pengguna Layanan Mobile Banking Bank Umum Syariah. *Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 5(1), 52–61.
- Nimaturosyida, lilik. (2025). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-TRUST DAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*. Universitas Islam Negeri Prof.K.H.Saifuddin Zuhri.
- Nurjanah, S. F., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh E-Trust On Continuance Intention Pada Platform ShopeePay. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 9(1), 173–181.
- Rachmad, Y. E., Ilham, R., Indrayani, N., Manurung, H. E., Judijanto, L., Laksono, R. D., & Sa'dianoor, S. (2024). *Layanan Dan Tata Kelola E-Government: Teori, Konsep Dan Penerapan*. PT. Green Pustaka Indonesia.

- Rachmawati, D., & Syafarudin, A. (2022). Analysis of e-Service Quality and e-Trust on e-Loyalty with e-Satisfaction as an Intervening Variable in The Government e-Catalogue. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 323–329.
- Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and reliabilitas. *Journal on Education*, 6(2), 10967–10975.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Sabila, A. S., Yasmin, E. F., Rahmadani, S., Aulia, S., Widyastuti, U., & Kurnianti, D. (2024). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Pengguna Aplikasi Flip:(Studi pada Mahasiswa Aktif S-1 dan D-4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta). *CiDEA Journal*, 3(2), 46–71.
- Sari, N. u afika. (2025). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-TRUST DAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY*.
- Septyandari, S., Kusumaningrum, N., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh e-Trust dan e-Service Quality Terhadap e-Loyalty dengan e-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pelanggan yang Berbelanja di e-Commerce Shopee). *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(2), 254–264.
- Setiabudi, R. A., & Sutanto, J. E. (2024). The Influence of E-Service Quality and Perceived Value with E-Trust as a Mediation Variable on Customer Satisfaction of P2P Lending Applications in East Java. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 8(2).
- Shabrina, N., Darmadi, D., & Sari, R. (2020). Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(2), 164–173.
- Sugiyanto, A., Sukmayuda, B. C., & Andiyana, E. (2024). *Perilaku Konsumen 5.0*. Pradina Pustaka.
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Sulistio, W. D., & Bastaman, A. (2023). The effects of e-trust, e-service quality and e-wom to e-loyalty with e-satisfaction as an intervening variables of jenius app users in Jakarta. *Enrichment: Journal of Management*, 12(6), 5151–5160.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling

- serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
- Susanti, I. S. I. (2022). Penerapan metode analisis regresi linear berganda untuk mengatasi masalah multikolinearitas pada kasus indeks pembangunan manusia (IPM) di Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal gamma-PI*, 4(2), 10–17.
- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023a). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 12(1), 36–44. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i1.1593>
- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023b). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 12(1), 36–44.
- Syahputra, A. (2025). *Pengaruh Responsivenees, Trust, dan Customer Satisfaction Customer Loyalty GoPay*. Universitas Islam Indonesia.
- Wardhana, A. (2024a). Service Quality & E-Service Quality in The Digital Edge-Edisi Indonesia. *Eureka Media Aksara*.
- Wardhana, A. (2024b). Service Quality & E-Service Quality in The Digital Edge-Edisi Indonesia. *Eureka Media Aksara*.
- Wulandari, H. A., Astuti, R. P., & Barokah, M. (2025). Peran Teknologi Finansial (Fintech) Dalam Meningkatkan Efisiensi Layanan Keuangan di Indonesia. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(5), 113–120.
- Yati, N., Gani, I., & Hamid, S. (2024). Analisis Penerapan Strategi E-Service Quality dalam Upaya Mempertahankan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran. *Journal of Institution and Sharia Finance*, 7(2), 1–13.