

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa *e-trust* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah, sehingga H1 ditolak.
2. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah sehingga H2 juga ditolak.
3. Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah sehingga H3 diterima.
4. Hasil uji hipotesis keempat menunjukkan bahwa *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* sehingga H4 diterima.
5. Hasil uji hipotesis kelima menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* sehingga H5 diterima.
6. Hasil uji hipotesis keenam menunjukkan bahwa *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi *e-trust* terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah sehingga H6 diterima.
7. Hasil uji hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi *e-service quality* terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah sehingga H7 diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Lingkup sampel yang terbatas, penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan pandangan atau pengalaman pengguna mobile banking syariah di kalangan masyarakat umum atau di wilayah lain.
2. Variabel yang diteliti penelitian ini berfokus pada *e-trust*, *e-service quality*, *e-satisfaction*, dan *e-loyalty* sebagai variabel utama. Variabel lain yang juga dapat mempengaruhi *e-satisfaction* dan *e-loyalty*, seperti *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived risk*, atau *price fairness*, belum dianalisis.
3. Pendekatan penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Pendekatan ini dapat membatasi pemahaman mendalam tentang alasan atau motivasi di balik perilaku pengguna layanan mobile banking syariah.
4. Keterbatasan waktu dan sumber daya, penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu yang terbatas, sehingga pengumpulan data dan analisis hanya mencakup kondisi tertentu pada waktu tertentu. Perubahan tren atau perkembangan layanan mobile banking syariah di masa depan tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.
5. Teknologi dan inovasi yang cepat berkembang, *mobile banking* syariah adalah layanan berbasis teknologi yang terus berkembang. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mungkin menjadi kurang relevan seiring dengan perubahan teknologi dan inovasi dalam layanan perbankan syariah.

6. Responden yang homogen, responden penelitian didominasi oleh mahasiswa yang memiliki karakteristik tertentu, seperti tingkat literasi digital yang relatif baik. Hal ini dapat memengaruhi generalisasi hasil penelitian terhadap kelompok pengguna dengan tingkat literasi digital yang lebih rendah.

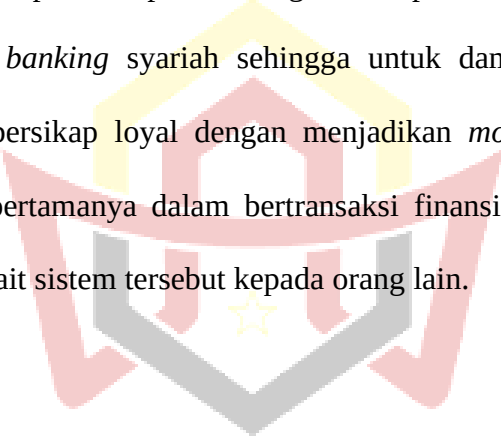
C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah disajikan, maka penulis sampaikan saran semoga dapat memberikan manfaat pada pihak terkait. Adapun beberapa saran dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan hanya memanfaatkan SmartPLS sebagai alat analisis data dengan metode SEM. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan metode analisis lainnya seperti LISREL, AMOS dan sebagainya.
2. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang bermanfaat untuk menyusun penelitian yang lebih mendalam. Selain itu diharapkan adanya penemuan variabel tambahan yang dapat lebih memperkaya pemahaman tentang *e-trust*, dan *e-service quality*, terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah dengan *e-satisfaction* sebagai variabel intervening, serta menyarankan agar menambah jurnal-jurnal yang kredibilitasnya baik sehingga argumen-argumen dan hasil temuannya dapat lebih diperkuat dengan penelitian-penelitian terdahulu yang sudah ada. Diharapkan agar sampel penelitian diperluas hingga lebih dari 96 responden. Apabila skripsi ini digunakan sebagai acuan, sebaiknya dilakukan evaluasi

lebih lanjut karena penulis menyadari bahwa masih terdapat ruang untuk perbaikan dan penyempurnaan.

3. Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat secara praktis serta informasi bagi industri perbankan mengenai kepercayaan dan kualitas layanan pada *mobile banking* syariah dan kaitannya dengan kepuasan serta loyalitas penggunanya. Dengan peningkatan layanan terhadap sistem *mobile banking* syariah melalui dimensi *efficiency*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *contact* dan *web design* diharapkan dapat meningkatkan perasaan senang pengguna terhadap *mobile banking* syariah sehingga untuk dampak jangka panjang pengguna akan bersikap loyal dengan menjadikan *mobile banking* syariah sebagai pilihan pertamanya dalam bertransaksi finansial, serta memberikan rekomendasi terkait sistem tersebut kepada orang lain.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah Nur Rahmadina, and Irmayanti Hasan. "Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Pengguna BSI Mobile PT. BSI Di Kota Malang." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 6 (2024): 4130–40. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1541>.
- Al-dweeri, Rami Mohammad, Zaid Mohammad Obeidat, Mohammad Ahmad Al-dwiry, Muhammad Turki Alshurideh, and Alaa Mohammad Alhorani. "The Impact of E-Service Quality and E-Loyalty on Online Shopping: Moderating Effect of E-Satisfaction and E-Trust." *International Journal of Marketing Studies* 9, no. 2 (2017): 92. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n2p92>.
- Alfidah Falasifah, Ninla Elmawati Falabiba, Wisnu Anggaran, Affiifi. Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, B.B Wiyono, Ninla Elmawati Falabiba, Yong Jun Zhang, Yong Li, and Xu Chen. *Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Sastisfaction Nasabah Pengguna E-Banking Syariah Di Dki Jakarta. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*. Vol. 5, 2020.
- Ambarwati, Y.B. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Central Asia (BCA) Tbk Cabang Undaan Surabaya." *Akrual: Jurnal Akuntansi* 6, no. 1 (2014): 83–103.
- Anderson, Rolph E., and Srini S. Srinivasan. "E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework." *Psychology and Marketing* 20, no. 2 (2003): 123–38. <https://doi.org/10.1002/mar.10063>.
- Anggia, Tulandi Riry, Lotje Kawet, and Imelda Ogi. "Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Manado Post" 3, no. 2 (2015): 1041–50.
- Anthony, Biri, and Degbe Sewodo Augustin. "Intra-Firm Inventory Management Model with Transshipments." *American Journal of Industrial and Business Management* 07, no. 01 (2017): 15–26. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2017.71002>.
- Apriliani, Dwi, Nikmah Baqiyyatus S, Rizka Febila, and Vicky F. Sanjaya.

- “Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Brand Image, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Membercard.” *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 1, no. 1 (2020): 20–30. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214>.
- Arikunto, Suharsimi. “Prosedur Penelitian Tindakan Kelas Bumi Aksara.” *Bumi Aksara* 136.2 (2006): 35–50.
- Aryani, Dwi, and Febrina Rosinta. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi* 17, no. 2 (2010): 114–26. <https://doi.org/10.20476/jbb.v17i2.632>.
- Asnaniyah, Siti. “Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim.” *Journal of Comprehensive Islamic Studies* 1, no. 2 (2022): 275–302. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.142>.
- Bailey, Matthew T, Arabella M L Moorhouse, A James Byrom, and Steven Kershaw. “Applications for Hydrous Ferric Oxide Mine Water Treatment Sludge - A Review.” *Reliable Mine Water Technology: Proceedings of the International Mine Water Association Annual Conference 2013, Vols I & II* 63 (1999): 519–24.
- Bela Aprila. “PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-SATISFACTION, DAN E-TRUST E-LOYALTY PENGGUNA LAYANAN BANKING SYARIAH (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Di Sukoharjo).” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., no. Mi (2023): 5–24.
- Budiman, Arief, Edy Yulianto, Muhammad Saifi, Fakultas Ilmu Administrasi, and Universitas Brawijaya. “PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION DAN E-LOYALTY NASABAH PENGGUNA MANDIRI ONLINE.” *Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia*, no. 1 (n.d.): 1–11.
- Chen, Y. S., Lin, M. J. J., & Chang, C. H. “The Positive Effects of Relationship Learning and Absorptive Capacity on Innovation Performance and Competitive Advantage in Industrial Markets.” *Industrial Marketing*

Management, 2009, 152–158.

- Ciandi, Wiliam Yanto. “Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pengguna Simobiplus Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* 2, no. 1 (2022): 47–59. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.1.06>.
- D Prayit. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI,” n.d., 321–28.
- Dewi, Ni Putu Karunia, and Abdul Haeba Ramli. “E-Service Quality, E-Trust Dan E-Customer Satisfaction Pada E-Customer Loyalty Dari Penggunaan E-Wallet OVO.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 11, no. 2 (2023): 321–38. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2000>.
- Edwin Kiky Aprianto, Naerul. “Peran Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Bisnis.” *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* | 2, no. 1 (2021): 1–7. <https://ijabo.a3i.or.id>.
- Firmansyah, Fani, Puji Endah Purnamasari, and Maretha Ika Prajawati. “E-Banking Service Quality Dan E-Trust Serta Implikasinya Pada E-Customer Satisfaction Dan E-Customer Loyalty.” *Iqtishoduna* 18, no. 2 (2022): 122–40. <https://doi.org/10.18860/iq.v18i2.13857>.
- Gefen, David. “E-Commerce : The Role of Familiarity and Trust” 28, no. February 2000 (2018): 725–37. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(00\)00021-9](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(00)00021-9).
- Ghozali, Imam. “Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (Pls).” *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 2008.
- Hamid, Rahmad Solling; Anwar S. “Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian.” In *PT. Inkubator Penulis Indonesia*, 1–7, 2019.
- Harish, I.N. “Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah.” *Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2017, 17.
- Henseler, Jörg, Theo K. Dijkstra, Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, Adamantios Diamantopoulos, Detmar W. Straub, David J. Ketchen, Joseph F. Hair, G. Tomas M. Hult, and Roger J. Calantone. “Common Beliefs and Reality About

- PLS: Comments on Rönkkö and Evermann (2013).” *Organizational Research Methods* 17, no. 2 (2014): 182–209.
<https://doi.org/10.1177/1094428114526928>.
- Hidayat, Rachmad, Jurusan Teknik Industri, and Universitas Trunojoyo Madura. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri.” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 11, no. 1 (2009): 59–72.
<https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>.
- Hur, Youngjin, Yong Jae Ko, and Joseph Valacich. “A Structural Model of the Relationships between Sport Website Quality, e-Satisfaction, and e-Loyalty.” *Journal of Sport Management* 25, no. 5 (2011): 458–73.
<https://doi.org/10.1123/jsm.25.5.458>.
- Imam Aushaf. “Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung).” *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2020.
- Imam Ghozali, and Hengky Latan. “Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris.” *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*, 2015, 41.
- Indriastuti, Herning, Adinda Nur Oktaviani Dwi Putri, Robiansyah Robiansyah, and Hairul Anwar. “The Effect of E-Service Quality and E-Trust on Customer Loyalty and Mediating Customer Satisfaction of Internet Banking Users.” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 10, no. 1 (2022): 24–34.
<https://doi.org/10.26905/jmdk.v10i1.7533>.
- Jeon, Myunghee Mindy. “Customers ’ Perceived Website Service Quality and Its Effects on e-Loyalty,” no. January 2017 (2019).
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2015-0054>.
- Joseph F Hair, Jr. et al. “Multivariate Data Analysis, Fifth Edition.” *New Jersey: PrenticellHall*, 2011.
- Juliandi, A. “Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLs.” *Jangan Belajar* 1, no. was (2018): 1–4.

- Junaedi, Achmad Tavip. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Propinsi Riau).” *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 2012.
- Juwaini, Ahmad, Gusli Chidir, Dewiana Novitasari, Joni Iskandar, Dhaniel Hutagalung, Tias Pramono, Arman Maulana, et al. “The Role of Customer E-Trust, Customer e-Service Quality and Customer e-Satisfaction on Customer e-Loyalty.” *International Journal of Data and Network Science* 6, no. 2 (2022): 477–86. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.006>.
- Kim, Dan J., Donald L. Ferrlin, and H. Raghav Rao. “Institutional Knowledge at Singapore Management University Antecedents of Consumer Trust in B-to-C Electronic Commerce B- TO -C E ELECTRONIC C OMMERCE.” *Proceedings of the Americas’ Conference on Information Systems*, no. 2003 (2003): 157–67.
- kotler, philip and kevin lane keller. “Manajemen Pemasaran Jilid1.” *Penerbit Erlangg*, 2008.
- Lai, Wen-Tai, and Ching-Fu Chen. “Behavioral Intentions of Public Transit Passengers—The Roles of Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Involvement.” *Transport Policy*, 2011, 318–25.
- Lubis, Adelina, Ihsan Effendi, and Dhian Rosalina. “Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Medan.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 3, no. 4 (2022): 896–902. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1600>.
- Mega Della Prisanti, Suyadi Imam, and Arifin Zainul. “Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Safaction Serta Implikasinya Terhadap E-Customer Loyalty (Studi Pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Lawang).” *Journal Of Business Studies* 19, no. 1 (2017): 2443–3837. <http://keuangan.kontan.co.id>.
- Melaning, Ari. “Technology Acceptance Application Model on Internet Banking Service in BRI Bank Denpasar Indonesia” 6, no. 4 (2019).
- Moorman, Christine, Rohit Deshpande, and Gerald Zaltman. “In Market Affecting Trust.” *Journal of Marketing* 57, no. 1 (2010): 81–101.

<http://www.jstor.org/stable/1252059>.

- Nafisah, I' anaton. "Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi Pada Mahasiswa Kota Malang)." *Universitas Islam Neger i(UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*, 2021, 1–71.
- Nawangasari, Sri, and Nadea Dwirahma Putri. "Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Ilmiah Matrik* 22, no. 1 (2020): 55–63. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v22i1.839>.
- Noviarni Eni. "Analisis Adopsi Layanan Internet Banking Oleh Nasabah. Perbankan Di Pekanbaru (Technology Acceptance Model)." *Jurnal Al-Iqtishad* 10 (2014): 27–40. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/al-iqtishad/article/view/3111/1988>.
- Oktavia, Tasya Audina, Rully Trihantana, and Miftakhul Anwar. "Analisis Empirik Penggunaan Internet Banking Dan Mobile Phone Banking Pada Bank Syariah Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Di Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor)." *Sahid Banking Journal* 2, no. 02 (2023): 105–21. <https://doi.org/10.56406/sahidbankingjournal.v2i02.109>.
- Panjaitan, Ika Ramadani, Tri Inda Fadhila Rahma, and Nur Fadhilah Ahmad Hasibuan. "PENGARUH E-TRUST DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY NASABAH PENGGUNA BSI MOBILE DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pengguna BSI Mobile Di Kota Medan)." *Journal of Innovation Research and Knowledge* 2, no. 11 (2023): 4423–38. <https://doi.org/10.53625/jirk.v2i11.5489>.
- Parasuraman, Zeithaml VA, and Malhotra A. "ES-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality." *Journal of Service Research* 7, no. 3 (2019): 213–33.
- Prakosa, Dhimas, and Ari Pradhanawati. "Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang)." *Jurnal Ilmu*

- Administrasi Bisnis* 9, no. 4 (2020): 457–64.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28742>.
- Rahamd Solling Hamid and Suhardi M Anwar. “Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian.” *Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia*, 2019.
- Rahmawaty, Sarah, Budi Rustandi Kartawinata, Aldi Akbar, and Tri Indra Wijaksana. “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*, 2021, 5495–5506.
<https://doi.org/10.46254/an11.20210933>.
- Rarasati, Ajeng Damar, and Muchsin Saggaf Shihab. “Pengaruh E-Service Quality Dan Price Terhadap Customer Trust Serta Dampaknya Pada E-Loyalty (Studi Pada GrabFood).” *Jurnal Ilmu Manajemen* 19, no. 2 (2022): 113–25.
<https://doi.org/10.21831/jim.v19i2.55996>.
- Razak, Anis Abd, and Mohd Farid Shamsudin. “The Influence of Atmospheric Experience on Theme Park Tourist’s Satisfaction and Loyalty in Malaysia.” *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 6, no. 9 (2019): 10–20.
- Rini, Afdhilah Rahmah, and Irmayanti Hasan. “The Role Of Service Quality And Relationship Marketing On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As Intervening Variables.” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 6, no. 1 (2022): 1059–66.
- Robbins, Stephen P., Timothy A. Judge, and Bruce Millett. *OB: The Essentials*, 2015.
- Rufina Pramuditha, Syarifah Hudayah, and Herning Indriastuti. “Pengaruh Service Quality, E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Konsumen.” *Sketsa Bisnis* 8, no. 2 (2021): 123–34. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2632>.
- Sasono, Ipang, Ahmad Dedi Jubaedi, Dewiana Novitasari, Nuri Wiyono, Riyanto Riyanto, Oktabrianto Oktabrianto, Jainuri Jainuri, and Hatoli Waruwu. “The Impact of E-Service Quality and Satisfaction on Customer Loyalty : Empirical Evidence from Internet Banking Users in Indonesia.” *Journal of Asian*

- Finance, Economics and Business* 8, no. 4 (2021): 465–73.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0465>.
- Sativa, Amila, Sri Rahayu, and Tri Astuti. “Analisis Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia).” *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* 5, no. :2337-379 (2016): 1–10.
- Schoorman, F David, Roger C Mayer, and James H Davis. “EDITOR ’ S FORUM AN INTEGRATIVE MODEL OF ORGANIZATIONAL TRUST : PAST , PRESENT , AND FUTURE The University of Akron.” *Academy of Management Review* 32, no. 2 (2007): 344–54.
<http://www.jstor.org/stable/258792?origin=crossref>.
- Sedyaning Kasih, Sekar, Nadya Novandriani Karina Moeliono, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Kata Kunci, Kualitas Layanan Elektronik, Kepercayaan Elektronik, Kepuasan Elektronik, and Loyalitas Elektronik. “Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Sorabel Di Bandung).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA* 4, no. 4 (2020): 780–91.
<http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>.
- Suariedewi, I Gusti Agung Ayu Mas. “Effect of Mobile Service Quality to E-Trust to Develop e-Satisfaction and e-Loyalty Mobile Banking Services.” *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences* 7, no. 1 (2020): 185–96. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.836>.
- Sudirman, I Made Stevana Adi Santhika, and I Gusti Agung Ketut Gede Suasana. “Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, Dan Loyalitas Nasabah Internet Banking Di Kota Denpasar.” *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 1, no. 4 (2018): 473–88.
<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i4.52>.
- Sugiyono. “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.” *Bandung: Alfabeta*, 2014, 90.

- Sunardi, SE., M.Si. / Sri Handayani, SE.Sy D. “Kualitas Pelayanan Dalam Islam Dan Kepercayaan Terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia.” *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance* 4.3, 2013.
- Tjahjaningsih, Endang. “PENGARUH CITRA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA PELANGGAN SUPERMARKET CARREFOUR DI SEMARANG)” 28, no. 2 (2013): 13–27.
- Tobuhu, Mohammad Andika, Rizan Machmud, and Endi Rahman. “Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan M-Banking (Studi Pada Bank BNI Cabang Gorontalo).” *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia* 5, no. 2 (2022): 686–93.
- Zeithaml, Valarie A., Roland T. Rust, and Katherine N. Lemon. “The Customer Pyramid: Creating and Serving Profitable Customers.” *California Management Review* 43.4 (2001): 118.
- Zeithaml, Valarie A., A. Parasuraman, and Arvind Malhotra. “Service Quality Delivery through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge.” *Journal of the Academy of Marketing Science* 30, no. 4 (2002): 362–75. <https://doi.org/10.1177/009207002236911>.