

The Influence Of Electronic Service Quality And Electronic Trust On Customer Satisfaction Of Dana Application Users In Tasikmalaya

Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Dana Di Tasikmalaya

Yanggi Lisna¹⁾; H. Ari Arisman²⁾; Dudu Risana³⁾

^{1,2,3)} Study Program Of management, Faculty Of Economic and Business, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Email: ¹⁾ yanggilisna.yl@gmail.com; ²⁾ ariarisman@unper.ac.id; ³⁾ dudu.risana2017@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [21 Juli 2024]

Revised [28 Oktober 2024]

Accepted [01 November 2024]

KEYWORDS

E-Service Quality, E-Trust, Consumer Satisfaction.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan elektronik dan kepercayaan elektronik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi DANA. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei konsumen dengan jumlah 100 responden. Pengumpulan data primer berupa kuesioner. Analisis data dalam penelitian menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik dan kepercayaan elektronik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi DANA. kualitas layanan elektronik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi DANA. kepercayaan elektronik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi DANA.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of electronic service quality and electronic trust simultaneously or partially on customer satisfaction among DANA application users. The research method used is a quantitative method with a consumer survey approach with a total of 100 respondents. Primary data collection is in the form of a questionnaire. Data analysis in research uses multiple regression analysis. The research results show that electronic service quality and electronic trust simultaneously have a significant effect on customer satisfaction of DANA application users. The quality of electronic services partially has a significant effect on customer satisfaction of DANA application users. Electronic trust partially has a significant effect on customer satisfaction of DANA application users.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era industri digital yang semakin kompleks dan perkembangan teknologi yang ada, hal ini dapat memengaruhi berbagai aspek kehidupan kita sehari-hari yang membuat masyarakat menginginkan sesuatu yang praktis dan cepat dalam bertransaksi. Salah satu kemajuan teknologi terkini adalah perubahan metode pembayaran. Dengan kemajuan teknologi, masyarakat yang sebelumnya menggunakan metode pembayaran tunai untuk melakukan transaksi, kini metode pembayaran bisa dilakukan secara non tunai.

Hal tersebut memunculkan ide bagi para pelaku bisnis untuk terus berinovasi dalam pemanfaatan *financial technology* untuk mendukung aktivitas bisnisnya. *Financial technology* sendiri merupakan hasil penggabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang ada sehingga pada akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam bertransaksi harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang tunai, namun saat ini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja (Bank Indonesia, 2024). Salah satunya adalah penciptaan berbagai metode pembayaran digital. Alat pembayaran digital telah berkembang hingga saat ini dan dikemas dalam aplikasi dompet digital atau *e-wallet* yang menyediakan semua jenis transaksi pembayaran, penyimpanan dana, dan mentransfer dana ke pengguna lain.

Nugroho (2016:4) menjelaskan bahwa *e-wallet* merupakan suatu bentuk pembayaran elektronik menggunakan *smartphone* atau *gadget* untuk menggantikan penggunaan dompet secara fisik. Kehadiran dompet digital atau *e-wallet* dapat mempermudah transaksi baik *online* maupun *offline*. Di era digital yang terus berkembang layanan *finansial* berbasis aplikasi atau dompet digital telah menjadi salah satu inovasi terkemuka dalam industri perbankan dan keuangan. Salah satu dompet digital terkemuka di Indonesia adalah "DANA" yang memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan berbagai transaksi keuangan seperti pembayaran tagihan, transfer uang, pembelian barang, dan masih banyak lagi. Pengguna dompet digital semakin meluas dan telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat.

Tabel 1 Dompot Digital yang Paling Banyak Dipakai Warga RI

No	E-Wallet	Pengguna
1.	GoPay	88%
2.	DANA	83%
3.	OVO	79%
4.	ShopeePay	76%
5.	LinkAja	30%

Sumber: Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional (WANTIKNAS) (2023)

Sebuah survei yang dilakukan oleh Populix menunjukkan, saat ini terdapat 5 uang elektronik yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yakni GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, dan LinkAja. Survei yang bertajuk "*Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps*" itu dilakukan secara daring terhadap 1.000 responden berusia 18-55 di sejumlah kota besar di Indonesia Hasilnya, GoPay menjadi jawara uang elektronik paling banyak digunakan dengan nilai 88 persen, kemudian disusul DANA 83 persen, OVO 79 persen, ShopeePay 76 persen, dan LinkAja 30 persen.

Tasikmalaya yang memiliki perkembangan ekonomi yang signifikan. Tasikmalaya mencerminkan tren nasional dalam penggunaan teknologi keuangan digital dan menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbuka terhadap layanan ini. Pengguna perilaku konsumen dan gaya hidup digital ini memberikan alternatif yang nyaman dan aman bagi masyarakat untuk mengakses dan menggunakan layanan keuangan dalam berbagai konteks. Dengan pertumbuhan yang pesat dan inovasi yang terus berlanjut, dompet digital DANA menjadi elemen yang sangat penting dalam kehidupan ekonomi dan keuangan masyarakat Tasikmalaya.

Tabel 2 Rating dan Ulasan Aplikasi DANA

No	Rating Pelanggan	Ulasan
1	Bintang 1	Untuk transaksi via transfer dan <i>scan qris</i> sering gangguan menghambat proses transaksi
2	Bintang 1	Aplikasinya lelet banget
3	Bintang 1	Saldo sering tidak masuk aplikasi
4	Bintang 1	Respon <i>customer service</i> lama dalam menangani <i>complain</i>
5	Bintang 1	Untuk tingkat keamanan pembayaran tolong ditingkatkan lagi, karena saldo sering terpotong tiba-tiba di pembelian aplikasi yang tidak pernah di <i>download</i>

Sumber: Aplikasi Google *Play Store* (2024)

Dilihat dari tabel di atas terdapat beberapa komentar buruk terhadap kepercayaan pada aplikasi DANA dimana terjadi DANA kurang memperhatikan sistem layanan aplikasinya, terdapat beberapa komentar negatif di google *play store* mengarah ke sistem layanan aplikasi DANA.

Tabel 3 Keluhan Pelanggan Aplikasi DANA

No	Keluhan Pelanggan
1	Aplikasinya lemot
2	Sering eror tiba-tiba
3	Update DANA malah makin lelet
4	Saldo sering kepotong
5	Kebanyakan fitur yang nambah ribet

Sumber: Aplikasi *Play Store* (2024)

Dari data di atas terdapat beberapa keluhan pelanggan terhadap penggunaan aplikasi DANA dimana terjadi ketidaknyamanan pelanggan pengguna aplikasi DANA. Banyaknya komplain atau keluhan pelanggan membuat pelanggan kurang puas atau bahkan tidak puas dengan aplikasi DANA. Kepuasan pelanggan dengan kualitas produk atau jasa mendorong pelanggan untuk mengulangi transaksi. Kepuasan pelanggan adalah tujuan utama dari semua perusahaan yang menawarkan produk dan jasanya, sehingga pelanggan yang puas adalah asset bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, fokus utama perusahaan pelanggan (Yunanto,2017:100). Sebelumnya, penulis melakukan pra penelitian kepada masyarakat Tasikmalaya yang ada di sekitar penulis. Survei ini dilakukan kepada 15 responden yang terdiri dari 9 perempuan dan 6 laki-laki.

Tabel 4 Kuesioner Pra Penelitian

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah Anda merasa antusias untuk melakukan transaksi di aplikasi DANA karena ada program gratis biaya transaksi	12	3
2.	Apakah anda merasa aplikasi DANA memiliki kelebihan untuk memberikan layanan terbaik	8	7
3.	Apakah anda merasa aman menyimpan uang di aplikasi DANA	6	9
4.	Proses transaksi di aplikasi DANA terjamin keamanannya	9	6
5.	Apakah aplikasi DANA sesuai dengan yang diharapkan	8	7

Dari hasil survei tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 12 responden merasa antusias untuk melakukan transaksi di aplikasi DANA karena ada program gratis biaya transaksi. Responden menyatakan bahwa promo gratis biaya transaksi memberikan keuntungan penghematan biaya transaksi sedangkan 3 responden lainnya menyatakan tidak antusias. 8 responden merasa aplikasi DANA memberikan layanan terbaik sedangkan 7 responden menyatakan tidak dengan alasan aplikasi DANA sering terjadi eror dan pelayanan *customer service* tidak cepat tanggap. 9 responden merasa tidak aman menyimpan uang di aplikasi DANA. Responden menyatakan saldo sering terpotong tiba tiba membuat tidak percaya menyimpan uang di aplikasi DANA sedangkan 6 responden menyatakan terjamin keamanannya dan percaya menyimpan uang di aplikasi DANA. 9 responden merasa proses transaksi di aplikasi DANA terjamin keamanannya sedangkan 6 responden menyatakan tidak dengan alasan sering terjadi gangguan dan menghambat proses transaksi. 7 responden menyatakan aplikasi DANA sesuai dengan yang diharapkan sedangkan 8 lainnya menyatakan tidak sesuai dengan alasan ketidakpuasan terhadap sistem dan layanan aplikasi DANA

Dalam menanggapi berbagai keluhan, DANA berupaya melakukan peningkatan kualitas layanan elektronik (*E-Service Quality*) yang ditawarkan kepada pengguna. Hal ini mencakup faktor-faktor seperti responsifnya aplikasi, keandalan dalam pengiriman layanan, antarmuka yang mudah digunakan, dan tingkat keamanan yang diberikan kepada data pelanggan. Selain itu, tingkat kepercayaan (*E-Trust*) pelanggan terhadap dompet digital sangat memengaruhi penggunaan dan penerimaan teknologi ini. Kepercayaan terhadap keamanan data pribadi dan transaksi menjadi sangat penting. Kepuasan konsumen adalah hasil akhir dari interaksi pengguna dengan dompet digital DANA. Kepuasan ini mencerminkan sejauh mana harapan pengguna terpenuhi dalam hal kualitas layanan elektronik dan kepercayaan yang mereka miliki terhadap layanan tersebut. Kepuasan konsumen merupakan ukuran penting yang dapat memengaruhi penggunaan berkelanjutan dan loyalitas terhadap dompet digital.

LANDASAN TEORI

E-Service Quality

E-Service Quality merupakan pengembangan dari *Service Quality* yang diterapkan pada sebuah media elektronik. *E-Service Quality* dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan internet. Menurut Tjiptono dan Chandra (2019:195) mendefinisikan "*E-Service Quality* sebagai penilaian secara global seputar penyampaian kualitas jasa melalui *website* dan meningkatkan kualitas jasa elektronik pada suatu perusahaan". Susilo, & Handayani (2023:89) menyatakan bahwa "*E-Service Quality* adalah konsep multidimensi yang mengukur kualitas layanan elektronik berdasarkan faktor-faktor seperti keandalan, keamanan, kemudahan penggunaan, dan nilai yang diterima". Menurut Parasuraman, Zeithaml, & Berry (2023:245) bahwa "*E-Service Quality* adalah tingkat keunggulan layanan yang dirasakan oleh pelanggan ketika mereka berinteraksi dengan penyedia layanan melalui saluran elektronik". Hal ini juga didukung oleh penelitian Sarigih (2019:193) "*E-Service Quality* yang berkualitas merupakan pelayanan yang berkomitmen pada efisiensi yang tinggi, reliabilitas yang handal, *fulfillment* yang dapat memenuhi harapan pelanggan, privasi yang terjamin, daya tanggap secara cepat dari *customer service*, kompensasi yang sesuai dan kontak yang disediakan dan mudah dihubungi terutama untuk melayani keluhan pelanggan". Dari beberapa pengertian oleh para ahli dapat disimpulkan bahwa *E-Service Quality* merupakan kepuasan yang didapat oleh konsumen yang didasari oleh kemampuan sebuah situs *online* dalam memberikan layanan secara *online*.

E-Trust

Kepercayaan elektronik disebut juga sebagai *E-Trust*. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:173) bahwa "Kepercayaan adalah gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan adalah gagasan deskriptif klien tentang sesuatu. Mereka didasarkan pada informasi faktual, pendapat atau keyakinan dan dapat diisi atau terkandung secara emosional". Menurut Analita & Wijaksana (2020:100) bahwa "*E-Trust* dapat diartikan sebagai hal dasar dari suatu hubungan yang membentuk dan memelihara hubungan antara pelanggan dan penjual online". Hanifati & Samiono, 2018:40 menjelaskan

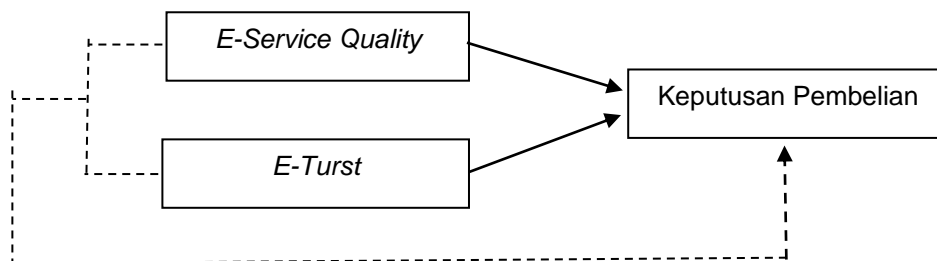
Online Trust/E-Trust merupakan keyakinan yang dimiliki konsumen atas suatu perusahaan sebagai dasar dalam melakukan transaksi yang berbasis *online*. Liani dan Yusuf (2021:141) menjelaskan “*E-Trust* sebagai kepercayaan konsumen pada perusahaan yang menawarkan produk atau layanan online yang dapat mereka percayai atau andalkan janjinya sesuai dengan harapan konsumen terpenuhi”. Berdasarkan definisi *E-Trust* yang dikemukakan oleh beberapa ahli tersebut maka dapat diketahui bahwa *E-Trust* merupakan keyakinan konsumen terhadap penyedia produk atau jasa bahwa mereka dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya sesuai dengan harapan konsumen secara *online*.

Kepuasan Pelanggan

Indrasari (2019:87) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya. Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut Park dalam (Irawan 2021:54), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Kotler dan Keller (2016:33) mengatakan kepuasan pelanggan sebagai berikut: “*Satisfaction reflects a person’s judgment of a product’s perceived performance in relationship to expectations. If performance falls short of expectations, the customer is disappointed. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted*” yang artinya kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang. Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016:5), menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa. Sedangkan, Tjiptono (2014:353) mengkonseptualisasikan kepuasan pelanggan seperti perasaan yang muncul menjadi *output* penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa dari kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang telah muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) dari produk dengan apa yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas, secara sistematis model kerangka penelitian dalm penelitian ini dapat digambarkan gambar sebagai berikut:

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

- Pengaruh simultan : -----
- Pengaruh parsial : _____

METODE PENELITIAN

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei yang bersifat deskriptif kausal. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017:8): “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.” Adapun metode survei menurut Sugiyono (2017:6) adalah: “Metode survei merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.” Selanjutnya Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:147): “Penelitian yang digunakan dengan cara mendeskripsikan maupun menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum ataupun generalisasi yang bertujuan untuk menganalisis data.”



Kemudian yang dimaksud metode kausal menurut Sugiyono (2017:37) adalah suatu metode yang menjelaskan hubungan antara dua variabel, yang bersifat sebab akibat, di mana terdapat variabel yang mempengaruhi dan dipengaruhi.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasarannya adalah seluruh pengguna aplikasi DANA di Tasikmalaya yang tidak diketahui secara pasti.

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, maka dari itu peneliti menggunakan sampel agar mempermudah dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017:81). Sampel dalam penelitian ini diambil dari pengguna aplikasi DANA di Tasikmalaya. Dikarenakan ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak sehingga tidak diketahui dengan pasti, maka rumus yang digunakan adalah rumus Rao Purba dalam Sujarweni (2015:155) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = 1,96 pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan 95%)

Moe = *Margin of Error* (tingkat kesalahan maksimum yang bisa di toleransi 10% atau 0,1)

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau $Z = 1,96$ dan Moe 10% atau 0,1, maka peneliti memperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416^2}{0,04}$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 100 Konsumen.

Jadi berdasarkan rumus tersebut, maka dapat diambil sampel sebanyak 96,04 orang. Namun untuk mempermudah perhitungan, peneliti membulatkan sampel dari 96,04 orang menjadi 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan data atau sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:82). Metode pengambilan sampel menggunakan metode Purposive Sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono 2019:133).

Responden yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini adalah yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Menggunakan *E-Wallet* aplikasi DANA untuk bertransaksi..
2. Usia minimal 17 tahun.
3. Berdomisili di Tasikmalaya.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:137) Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data sebagai bahan penelitian untuk diteliti lebih lanjut. Dalam mengumpulkan data penelitian, peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan (*library research*), yaitu pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan membaca dan mempelajari bahan bacaan yang relevan berupa buku-buku atau literatur dengan tujuan mengetahui teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
2. Studi lapangan, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh objek penelitian. Teknik pengumpulan data studi lapangan yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:
 - a. Observasi, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan langsung ke objek penelitian yang relevan dengan permasalahan-permasalahan yang akan diteliti.
 - b. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada pihak terkait (perusahaan).
 - c. Kuesioner, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan disertai alternatif jawaban kepada responden (konsumen) menyangkut kepuasan pelanggan dan mengenai *E-Service Quality* dan *E-Trust* pada aplikasi DANA.

Alat Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Menurut Priyatno (2017:169) regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Dimana dalam penelitian ini variabel bebas atau variabel independent yaitu *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) serta variabel terikat atau variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Berikut persamaan dari regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

- Y = variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)
 a = konstanta
 b = koefisien regresi
 X1 = variabel bebas (*E-Service Quality*)
 X2 = variabel bebas (*E-Trust*)
 e = error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Validitas

Tabel 5 Hasil Uji Validitas

Uji Validitas <i>E-Service Quality</i> (X1)				
Item Pernyataan	Nilai R Hitung	Perbandingan	Nilai R Tabel	Keterangan
X1.1	0.623	>	0.1966	Valid
X1.2	0.719	>	0.1966	Valid
X1.3	0.705	>	0.1966	Valid
X1.4	0.598	>	0.1966	Valid
X1.5	0.626	>	0.1966	Valid
X1.6	0.631	>	0.1966	Valid
X1.7	0.708	>	0.1966	Valid
X1.8	0.654	>	0.1966	Valid
X1.9	0.658	>	0.1966	Valid
X1.10	0.637	>	0.1966	Valid
X1.11	0.683	>	0.1966	Valid
X1.12	0.718	>	0.1966	Valid
X1.13	0.649	>	0.1966	Valid
X1.14	0.516	>	0.1966	Valid
Uji Validitas <i>E-Trust</i> (X2)				
Item Pernyataan	Nilai R Hitung	Perbandingan	Nilai R Tabel	Keterangan
X2.1	0.768	>	0.1966	Valid
X2.2	0.763	>	0.1966	Valid
X2.3	0.821	>	0.1966	Valid
X2.4	0.779	>	0.1966	Valid
X2.5	0.504	>	0.1966	Valid
X2.6	0.819	>	0.1966	Valid
X2.7	0.705	>	0.1966	Valid
X2.8	0.786	>	0.1966	Valid
Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)				
Item Pernyataan	Nilai R Hitung	Perbandingan	Nilai R Tabel	Keterangan
Y1	0.819	>	0.1966	Valid
Y2	0.823	>	0.1966	Valid
Y3	0.814	>	0.1966	Valid
Y4	0.711	>	0.1966	Valid
Y5	0.788	>	0.1966	Valid
Y6	0.706	>	0.1966	Valid

Sumber : Data Primer Diolah Penulis, 2024.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa semua pernyataan untuk variabel *E-Service Quality*, *E-Trust* dan Keputusan Pembelian nilai R Hitung nya lebih besar dari R Tabel = 0.1966 maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dapat dinyatakan valid.

Reliabilitas

Tabel 6 Uji Reliabilitas

Varibel	Nilai <i>Cronbach't Alpha</i>	Taraf <i>Cronbach't Alpha</i>	Keterangan
X1	0.894	0.6	Reliabel
X2	0.881	0.6	Reliabel
Y	0.866	0.6	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah Penulis, 2024.

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa dari seluruh pernyataan variabel *E-Service Quality* (X1), *E-Trust* (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) mempunyai nilai *Cronbach Alpha*>0.60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pernyataan variabel *E-Service Quality* (X1), *E-Trust* (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) dalam penelitian ini adalah reliabel dan dinilai layak untuk diteliti.

Pembahasan

Uji Normalitas

Tabel 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.64652305
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.072
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.190 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024.

Berdasarkan tabel diatas hasil uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov* mendapatkan hasil signifikansi yaitu 0,190 dan nilai residual tersebut berada diatas 0,05 (α). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut bisa dikatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	.832	1.578			.527	.599		
E-Service Quality	.276	.050	.546		5.464	.000	.299	3.349
E-Trust	.250	.075	.332		3.319	.001	.299	3.349

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

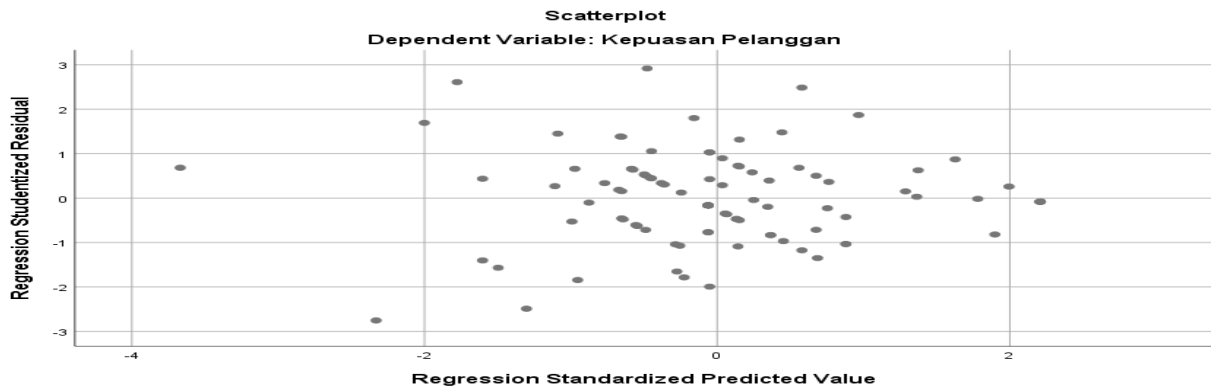
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024.

Dasar keputusan untuk mengetahui multikolinearitas dapat dideteksi dari besarnya nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas, dan sebaliknya jika nilai VIF lebih dari 10 dan *Tolerance* kurang dari 0,1 maka terjadi multikolinearitas. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai VIF variabel *E-Service Quality* (X1) dan

E-Trust adalah $3.349 < 10$ dan nilai Tolerance value $0,299 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024.

Berdasarkan dari gambar diatas dapat dilihat dan dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas, hal ini dikarenakan titik-titik data menyebar, titik data tidak berbentuk pola, titik tidak berkumpul dalam satu titik, dan tidak membentuk suatu gelombang.

Uji Autokorelasi

Tabel 10 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.843 ^a	.711	.705	1.66341	1.910
a. Predictors: (Constant), E-Trust, E-Service Quality					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024.

Berdasarkan pada hasil uji autokorelasi diatas nilai Durbin Watson pada penelitian ini yaitu 1,910, dengan menyimbolkan bahwa nilai tersebut merupakan $-2 < 1,910 < 2$ atau nilai DU berada pada tengah diantara -2 dan 2 yang memberikan arti bahwa tidak ada autokorelasi.

Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Simultan Pada Pengguna Aplikasi DANA di Tasikmalaya

Tabel 11 Koefisien Regresi

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.832	1.578		.527	.599					
	E-Service Quality	.276	.050	.546	5.464	.000	.823	.485	.298	.299	3.349
	E-Trust	.250	.075	.332	3.319	.001	.789	.319	.181	.299	3.349
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan											

Sumber: Hasil Pengolahan Data,2024.

Berdasarkan pada tabel uji regresi linear berganda diatas, dapat dilihat mendapatkan hasil perolehan sebagai berikut:

$$Y = 0,832 + 0,276X_1 + 0,250X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi *E-Service Quality* (X1) dan *E-Trust* (X2) memiliki nilai koefisien regresi positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa *E-Service*

Quality (X_1) dan *E-Trust* (X_2) memiliki pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dari persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai dari α (Konstanta) yaitu 0,832 yang berarti keadaan saat variabel kepuasan pelanggan belum dipengaruhi oleh variabel lain atau variabel *E-Service Quality* maupun *E-Trust*. Jika variabel lain tidak berubah maka variabel kepuasan pelanggan tidak mengalami perubahan.
2. Nilai koefisien regresi *E-Service Quality* (X_1) sebesar 0,276 artinya setiap kenaikan 1 satuan *E-Service Quality* maka akan meningkat Kepuasan Pembelian sebesar 0,276 satuan. Sebaliknya, setiap penurunan 1 satuan *E-Service Quality* maka akan menurunkan Kepuasan Pembelian sebesar 0,276 satuan. Apabila *E-Service Quality* mengalami peningkatan, maka akan meningkat Kepuasan Pelanggan dengan asumsi nilai X_2 tetap.
3. Nilai koefisien regresi *E-Trust* (X_2) sebesar 0,250 artinya setiap kenaikan 1 satuan *E-Trust* maka akan meningkat Kepuasan Pembelian sebesar 0,250 satuan. Sebaliknya, setiap penurunan 1 satuan *E-Trust* maka akan menurunkan Kepuasan Pembelian sebesar 0,250 satuan. Apabila *E-Trust* mengalami peningkatan, maka akan meningkat Kepuasan Pelanggan dengan asumsi nilai X_1 tetap.

Tabel 12 Hasil Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	.711	.705	1.66341

a. Predictors: (Constant), E-Trust, E-Service Quality

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024.

Adapun hasil perhitungan IBM SPSS versi 25 mengenai koefisien korelasi (r) pada tabel yang diperoleh yaitu 0,843 yang berarti jika di interpretasikan nilai ini masuk pada tingkat hubungan sangat kuat. Artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel *E-Service Quality* (X_1) dan *E-Trust* (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Berdasarkan tabel diatas terapat hasil koefisien determinasi dengan nilai R Square (R^2) yaitu 0,711 atau 71,1% jadi bias dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh dari variabel *E-Service Quality* (X_1) dan *E-Trust* (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,711 atau 71,1% angka tersebut mengandung arti bahwa pengaruh *E-Service Quality* (X_1) dan *E-Trust* (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 71,1% sedangkan sisanya 28,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti Kemudahan Penggunaan, *Brand Image*, Minat Beli Ulang, Promosi, *E-Loyalty*.

Selanjutnya diperoleh hasil uji hipotesis dengan uji signifikansi (Simultan) dengan uji Anova sebagai berikut:

Tabel 13 ANOVA (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	660.117	2	330.059	119.287	.000 ^b
	Residual	268.393	97	2.767		
	Total	928.510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), E-Trust, E-Service Quality

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024.

Dari perhitungan SPSS diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh *E-Service Quality* (X_1) dan *E-Trust* (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya pengaruh *E-Service Quality* (X_1) dan *E-Trust* (X_2) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi DANA di Tasikmalaya. Hal tersebut berarti dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* (X_1) dan *E-Trust* (X_2) secara bersama-sama dapat menyebabkan perubahan pada Kepuasan Pelanggan (Y) artinya *E-Service Quality* (X_1) dan *E-Trust* (X_2) menjadi pendorong secara bersama-sama untuk menyebabkan perubahan pada hasil pelanggan pengguna aplikasi DANA ke arah yang lebih baik sehingga terjadinya peningkatan Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi DANA di Tasikmalaya

Tabel 14 Hasil Uji Parsial

Model		Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.832	1.578		.527	.599			
	E-Service Quality	.276	.050	.546	5.464	.000	.823	.485	.298
	E-Trust	.250	.075	.332	3.319	.001	.789	.319	.181

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024.

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai sign $0,000 < 0,05$ dengan arti H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti *E-Service Quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jika *E-Service Quality* yang diterapkan perusahaan baik maka akan meningkat Kepuasan Pelanggan pengguna aplikasi DANA di Tasikmalaya, begitu pula sebaliknya. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa *E-Trust* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai sign $0,001 < 0,05$ dengan arti H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti *E-Trust* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. *E-Service Quality* pada aplikasi DANA di Tasikmalaya berada pada klasifikasi baik. Hal ini berarti *E-Service Quality* sudah baik dan sesuai dengan yang ditawarkan DANA, seperti kemudahan penggunaan, keamanan, dan keandalan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. *E-Trust* pada aplikasi DANA di Tasikmalaya berada pada klasifikasi baik. Hal ini berarti Kepercayaan Elektronik (*E-Trust*) pelanggan terhadap DANA, seperti keyakinan bahwa DANA aman dan terpercaya maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Kepuasan Pelanggan pada aplikasi DANA di Tasikmalaya berdasarkan hasil tanggapan responden diklasifikasikan baik. Hal ini menunjukkan secara umum pengguna aplikasi DANA di Tasikmalaya ini memiliki Kepuasan Pelanggan yang tinggi pada konsumen jika ditinjau dari *E-Service Quality* dan *E-Trust* yang ditawarkan.
2. *E-Service Quality* dan *E-Trust* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi DANA di Tasikmalaya. Hal ini berarti semakin baik *E-Service Quality* dan *E-Trust* yang ditawarkan maka semakin tinggi juga kepuasan pada pelanggan.
3. *E-Service Quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi DANA di Tasikmalaya. Hal ini berarti semakin baik *E-Service Quality* maka Kepuasan Pelanggan pun akan tinggi.
4. *E-Trust* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi DANA di Tasikmalaya. Hal ini berarti semakin baik *E-Trust* maka Kepuasan Pelanggan pun akan tinggi.

Saran

1. Mengenai variabel *E-Service Quality*, DANA harus meningkatkan layanan elektronik bagi setiap pelanggan yang mendapat masalah, solusinya yaitu dengan segera memproses setiap masalah yang terjadi seperti dengan meningkatkan sistem klasifikasi jenis komplain, mengkategorikan komplain berdasarkan jenisnya, seperti masalah transaksi, saldo, akun, teknis, dan lainnya. Hal ini membantu dalam mengarahkan komplain ke tim yang tepat dan mempercepat penyelesaian. Memastikan tim *customer service* yang sigap dan profesional dalam menangani komplain pelanggan. Mengusahakan menyelesaikan masalah pelanggan dengan solusi yang tepat dan memuaskan dalam waktu singkat agar pelanggan merasa puas terkait pelayanan elektronik aplikasi DANA.
2. Mengenai variabel *E-Trust*, disarankan perlu adanya peningkatan kepercayaan pelanggan dan keamanan dalam aplikasi DANA seperti meningkatkan edukasi tentang keamanan DANA dengan cara memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang sistem keamanan DANA, termasuk enkripsi data, proteksi multi-layer, dan peran OJK dalam mengawasi DANA. Hal ini dapat dilakukan melalui *website*, media sosial, dan edukasi langsung kepada pengguna. Meningkatkan transparansi tentang penggunaan saldo dengan cara menjelaskan secara transparan bagaimana saldo pengguna



- DANA disimpan dan dikelola, termasuk bank mana yang digunakan dan bagaimana bunga dihitung. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pengguna bahwa dana mereka aman dan terjaga selain itu DANA juga harus memperkuat keamanan saldo, transaksi, dan perlindungan data agar pelanggan semakin percaya menyimpan saldo dan menggunakan aplikasi DANA.
3. Mengenai variabel Kepuasan Pelanggan, DANA harus bisa memberikan layanan dan kepercayaan terhadap pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan sesuai dengan yang diharapkan, seperti meningkatkan kecepatan layanan, meningkatkan kapasitas server, menyederhanakan alur transaksi, menawarkan opsi pembayaran *offline* untuk situasi di mana koneksi internet tidak tersedia agar pelanggan dapat menggunakan transaksi tanpa koneksi internet. Meningkatkan layanan pelanggan seperti memperkuat layanan pelanggan dengan cara menyediakan layanan pelanggan yang mudah diakses, responsif dan informatif untuk membantu pengguna mengatasi masalah dan menjawab pertanyaan mereka. Menangani keluhan dengan cepat dan profesional untuk menunjukkan komitmen DANA dalam menyelesaikan masalah dan menjaga kepuasan pengguna. Meningkatkan kecepatan layanan merupakan faktor penting dalam menjaga kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap pengguna aplikasi DANA.
 4. Disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel yang berbeda seperti promosi, kemudahan penggunaan, loyalitas pelanggan sehingga dapat dibandingkan dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, atau menggunakan metode yang sama dengan kasus yang berbeda dan dengan jumlah populasi yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Analita, N. S., & Wijaksana, T. I. (2020). *Analisis Perbandingan E-Service Quality dan E-Trust Aplikasi Link Aja Dengan Aplikasi DANA*. XIV(02), 97–109.
- Andi Arini Syahidah, Muhammad Fikry Aransyah (2023) *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) Tersedia di: <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i1.1593> (diakses pada 31 Januari 2024)
- Anisa Mauta Liani, Abdul Yusuf (2021) *Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty Dimediasi Oleh E-Satisfaction Pada Pengguna Dompot Digital Gopay*. Journal Of Managemen Tersedia di: <https://doi.org/10.37531/yum.v4i1.911> (diakses pada 11 Februari 2024)
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). *Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan*. BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam. Tersedia di: <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463> (diakses pada 17 Januari 2024)
- Bank Indonesia (2024). *Sistem Pembayaran Uang Elektronik*. Tersedia di: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx#:~:text=Financial%20technology%2FFinTech%20merupakan%20hasil,jauh%20dengan%20melakukan%20pembayaran%20yang> (diakses pada 17 Januari 2024)
- Dana (2024). *Syarat dan Ketentuan Pengguna Dana*. Tersedia di: <https://www.dana.id/personal/digital-wallet> (diakses : 17 Januari 2024)
- Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional (WANTIKNAS) (2023). *Ini 5 Dompot Digital yang Paling Banyak Dipakai Warga RI* <https://www.wantiknas.go.id/id/berita/ini-5-dompot-digital-yang-paling-banyak-dipakai-warga-ri-siapa-juaranya> (diakses : 5 Maret 2024)
- Fauzi, haris. (2021). *Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Majalengka Pelanggan E-Commerce Shopee)*. Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis, 4 (2), 156–167. Tersedia di: <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1801> (diakses pada 7 Januari 2024)
- Ghozai, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 Tjptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Handayani, E., & Susilo, A. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Shopee*. Jurnal Manajemen Universitas Islam Indonesia, 18(2), 109-120.
- Hanifati, U. M., & Samiono, B. E. (2018). *Analisis Pengaruh Website QualityEWOM Terhadap Purchase Decision Melalui Online Trust Pada Situs Tiket Travel dan Reservasi Hotel Online di Indonesia (Studi Kasus Pada Traveloka.com, Tiket.com dan PegiPegi.com)*. TRANSformasi, 11(9), 1689–1699.
- Indrasari meithiana. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan* (1st ed.). unitomo press.
- Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kasih, O. L., Avriyanti, S., & Rahman, T. (2019). *Pengaruh E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pengguna Website Traveloka di Kabupaten Tabalong*. 2(1), 194–206.

- Kotler, P dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing: An Introduction (17th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Keller Lane Kevin. (2016). *Marketing Manajemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kristina, E., & Widyaningrum, W. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 1(2), 1-12.
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). *Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital OVO di Surakarta*. 11(1), 19–29.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). *YUME: Journal of Management Pengaruh E- Trust terhadap E-Loyalty dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay*. YUME: Journal of Management, 4(1), 138–149
- Mahendri, Wisnu; Sholiha, Mas Azzaqiatu. *Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Dana*. JURNAL ADMINISTRASI KANTOR , [SI], v.10, n. 2, hal. 265-275, Januari. 2023. ISSN 2527-9769. Tersedia di: <https://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1988> (diakses pada 27 Februari. 2024) doi: <https://doi.org/10.51211/jak.v10i2.1988> .
- Nugroho, B. A. F. (2016). *Mekanisme Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai untuk E-Commerce di Indonesia Menggunakan E-Wallet*. Journal of Information System and Technology Management.
- Nurdiansyah, H., dan Rahman, R. S. (2019). *Pengantar Manajemen (D. Kreatif (ed.))*. Diandra Kreatif.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2023). *Kualitas Layanan Elektronik: Model Pengukuran Kualitas Layanan Elektronik (Edisi Revisi)*. Erlangga
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olahan Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Putri Tunggadewi F., & Pudjoprastyono H. (2022). *Pengaruh Promosi dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Penggunaan Gopay*. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah , 5 (1), 406-422. Tersedia di: <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1603> (diakses pada 11 Januari 2024)
- Putri, S., & Marlana, N. (2023). *Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap kepuasan konsumen*. FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 23 (3), 463-474. Tersedia di: doi: <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i3.9702> (diakses pada 6 Januari 2024)
- Ramdan, T., & Sufyani, M. A. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 1(2), 1-12.
- Roisah, R., Ahha, ZA, & Angliawati, RY (2022). *Upaya Meningkatkan E-Satisfaction Melalui E-Trust dan E-Service Quality pada Pengguna Shopee Kota Bandung*. Jurnal Sains Manajemen , 4 (2), 65-76. Tersedia di: <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i2.745> (diakses pada 6 Februari 2024)
- Saragih, MG (2019) “*Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pelanggan Toko (Studi pada Pelanggan Toko Online Shopee di Kota Medan)*”, Jurnal Mantik , 3(1), pp.190-195. Tersedia di: <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik/article/view/141> (diakses pada 17 Januari 2024).
- Savita, Amila and Sri, Rahayu Tri Astuti (2016) *Analisis Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalitas dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia)*. Undergraduate thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Tersedia di : <http://eprints.undip.ac.id/49704/> (diakses pada 6 Februari 2024)
- Setiawan, Edi; Septiani, Sarah. *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab di Tangerang Selatan*. J-MKLI (Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia) , [SI], v.2, n. 1, hal. 54-61, April. 2018. ISSN 2550-0856. Tersedia di: <https://journal.apmai.org/v2/index.php/jmkli/article/view/24> (diakses pada 7 Februari. 2024) doi: <https://doi.org/10.26805/jmkli.v2i1.24>.
- Silaen, Sofar. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: In Media.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono (2017). *Metodologi Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta: Bandung
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2021). *Manajemen Pemasaran (10th ed.)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2019. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F., and Chandra, G. (2019). *Service, Quality and Customer Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Yunanto, Y. (2017). *Pengaruh Kualitas Peayanan Dan Disiplin Kerja Aryawan Biro Administrasi Umum Terhadap Kepuasan Mahasiswa*, 15(2), 99–104.