

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, D. (2019). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN GO-PAY PADA MAHASISWA STIE AUB SURAKARTA. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 88–103.
- Apriyani, N., & Suharti, S. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Manajemen Dewantara*, 1(1), 21.  
<https://doi.org/10.26460/md.v1i1.45>
- Dharma, R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada pt. padang tour wisata pulau padang. *EKOBISTEK*, 6(2), 349–359.
- Farah, J. M. S., Othman, Y. H., & Omer, M. M. (2017). The Influence of Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and Perceived of Trust on Customers ' Acceptance to Use Islamic Credit Cards. *International Journal of Novel Research in Marketing Management and Economics*, 4(1), 24–32.
- Ginting, D. B., & Setiawan, A. (2018). ANALISIS PENGARUH KUALITAS SISTEM, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI SNAPCHAT DI KOTA BANDUNG. *Media Informatika*, 17, 48–65.
- Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *Jurnal Balance*, 1(1), 88–100.
- Iskandarsyah, & Azhar, A. (2019). PENGARUH EKSPEKTASI, PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI NILAI DAN CITRA TUJUAN WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA PULAU WEH SABANG. *Ekonomi Manajemen*, 4(4), 562–574.
- Oksadela, M. H., Banani, A., & Rahab. (2019). Model penggunaan ulang klien terhadap Jasa psikologi Berbasis Kepercayaan, Kualitas Layanan dan

- Potongan Harga. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 21.
- Putra, T. W., & Keni. (2020). *BRAND EXPERIENCE , PERCEIVED VALUE , BRAND TRUST UNTUK MEMPREDIKSI BRAND LOYALTY : BRAND LOVE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*. 4(1), 184–193.
- Rahmawati, N., & Mulyono, H. (2016). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran berbasis Web pada Toko Billy. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 1(2), 104–116. <http://jurnalmsi.stikom-db.ac.id/index.php/jurnalmsi/article/view/44/38>
- Rico, ., Tecoalu, M., Wahyoedi, S., & Purnama, E. D. (2019). The Effects of Trust, Service Quality and Perceived Value on Satisfaction and Their Impact on Loyalty. *ICEBM*, 12(August), 325–330. <https://doi.org/10.5220/0008492603250330>
- Sugiyono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. 346.
- Sujarweni, V. W. (2015). *METODE PENELITIAN - BISNIS & EKONOMI* *Sujarweni, V. W. (2015). METODE PENELITIAN - BISNIS & EKONOMI*.
- Tiefani, & Saputra, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Pt Anugerah Avava Cemerlang Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28062>
- Tri Nawarini, A. (2019). Pengaruh perceived value dan kepuasan pada loyalitas pengguna kartu seluler di kota purwokerto dengan variabel variety seeking sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 21.