

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Dompot Digital Dana (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2020 & 2021)

Hansen Rusliani¹, Ayu Sayfitri Notaria²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi

Email : helpinpublisher@gmail.com

Abstrak

Loyalitas pelanggan terbentuk dari interaksi berbagai faktor secara terpadu. Kualitas layanan menjadi salah satu faktor utama, di mana pelanggan cenderung mempertahankan hubungan dengan penyedia layanan yang secara konsisten memberikan layanan bermutu tinggi. Kepercayaan, yang mana pelanggan perlu merasa yakin bahwa perusahaan selalu memegang teguh komitmen terhadap kualitas dan keterbukaan informasi, juga memiliki peran yang sangat penting. Studi ini memiliki tujuan untuk menyelidiki dan menunjukkan bagaimana loyalitas pelanggan dengan pengguna dompet digital DANA dipengaruhi oleh kepercayaan dan kualitas layanan. Laporan ini secara khusus mencatat DANA sebagai e-wallet yang paling sering digunakan di kalangan mahasiswa UIN STS Jambi Islamic Banking dari angkatan 2021 dan 2022. Meskipun demikian, berbagai keluhan terkait kegagalan pengisian saldo (top-up), masalah transaksi, hingga isu keamanan masih seringkali disampaikan oleh pengguna melalui platform media sosial Twitter dan Instagram DANA.id. Studi ini memanfaatkan jenis pendekatan kuantitatif dan penelitian deskriptif. Dengan menggunakan kuesioner online yang dikirim ke 116 responden, pengumpulan data berlangsung. Pekerjaan ini menerapkan analisis data kuantitatif menggunakan program SmartPLS 4.0. Nilai statistik-t 5,819 (lebih tinggi dari nilai tabel-t 1,96) dan nilai-p (0,000) < 0,05 menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan (Y) secara bermakna dipengaruhi oleh kualitas layanan (X1). Dengan nilai statistik-t (3,558) melebihi nilai tabel-t (1,96) dan nilai-p (0,000) < 0,05, kepercayaan (X2) juga memiliki pengaruh besar pada loyalitas pelanggan (Y). Nilai p atau nilai signifikansi F 0,000 (<0,05) menunjukkan bahwa pada saat yang sama kepercayaan (X2) dan kualitas layanan (X1) secara signifikan memengaruhi loyalitas pelanggan (Y).

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan

Pendahuluan

Pada era teknologi digital sudah memicu perubahan radikal yang berdampak pada hampir setiap aspek kehidupan manusia, termasuk sektor keuangan. Kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah menghasilkan berbagai inovasi finansial yang merombak cara layanan keuangan beroperasi. Salah satu inovasi paling menonjol adalah Teknologi Finansial, atau yang sering disebut *Fintech*, yang mampu menghadirkan solusi keuangan yang lebih cepat, mudah diakses, dan lebih terjangkau bagi masyarakat luas.

Perkembangan *Fintech* di Indonesia tidak terlepas dari tren global yang menunjukkan bahwa inovasi teknologi terus menjadi kekuatan utama dalam transformasi

industri keuangan. Inovasi ini memungkinkan layanan keuangan yang lebih inklusif, cepat, dan efisien, sejalan dengan kebutuhan masyarakat modern yang semakin mengutamakan kenyamanan serta aksesibilitas dalam mengelola keuangan mereka.

Salah satu inovasi yang menonjol dalam *Fintech* adalah hadirnya dompet digital, yang secara signifikan mempermudah masyarakat dalam menyimpan uang dan melakukan berbagai transaksi. Pilihan dompet digital di Indonesia semakin beragam. Selain GoPay dan OVO yang sudah populer, ada juga DANA, LinkAja, Sakuku, Jenius, dan lainnya yang bisa dipilih sesuai kebutuhan.

Mengingat beragamnya pilihan tersebut, penelitian ini secara khusus akan menganalisis aplikasi DANA sebagai objek penelitian karena memiliki pangsa pasar yang cukup besar. OVO, GoPay, dan DANA merupakan tiga dompet digital teratas di Indonesia dengan persentase penggunaan masing-masing 88%, 83%, dan 79%.

DANA adalah aplikasi pembayaran elektronik yang memfasilitasi transaksi yang fleksibel, cepat, dan aman. Transaksi uang di DANA menjadi lebih cepat dan aman dengan metode pembayaran lengkap yang mencakup saldo DANA hingga kartu bank yang disimpan. Bank Indonesia menstandarkan sistem pembayaran DANA, sehingga memastikan kepercayaan dan keamanan untuk setiap transaksi.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan transaksi digital, DANA bagian dari ekosistem ekonomi digital, juga merasakan dampak positifnya. Masyarakat semakin menyadari kemudahan bertransaksi digital dan mulai mempercayai DANA sebagai solusi keuangan modern. DANA meraih peringkat pertama Top Publisher Awards 2024 kategori

aplikasi keuangan Indonesia terbaik berdasarkan perkiraan unduhan di IOS App Store dan Google Play, jumlah pengunduh aplikasi DANA mengalami peningkatan secara berkala hingga mencapai angka 170 juta pengguna pada tahun 2023 lalu.

Meskipun DANA telah meraih prestasi sebagai aplikasi dompet digital terbaik dengan jumlah unduhan terbanyak di iOS dan Google Play Store, kenyataannya masih banyak pengguna yang menyampaikan keluhan terkait kualitas layanan dan kepercayaan terhadap aplikasi ini. Berbagai keluhan tersebut, mulai dari kendala transaksi hingga masalah keamanan, kerap diungkapkan oleh pengguna melalui Twitter dan Instagram DANA.id. Hal ini mengindikasikan bahwa popularitas sebuah aplikasi tidak selalu sejalan dengan tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil survei Insight Asia, tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan dompet digital menunjukkan disparitas yang cukup signifikan. DANA memperoleh skor kepuasan sebesar 75%, sementara GoPay dan ShopeePay masing-masing meraih 84% dan 80%, hasil ini mengindikasikan adanya potensi penurunan loyalitas pengguna DANA.

Loyalitas pengguna adalah aset berharga bagi setiap perusahaan E-Wallet. Dengan fokus pada kualitas layanan, inovasi, dan membangun hubungan yang kuat dengan pengguna, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pengguna dan mencapai kesuksesan jangka panjang. Loyalitas pengguna terbentuk melalui proses yang berkelanjutan, di mana konsumen secara konsisten memilih dan membeli produk atau jasa tertentu dari suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan adalah hasil dari berbagai faktor

yang bekerja secara sinergis. Salah satu faktor utamanya adalah kualitas layanan, Kepuasan pelanggan, ikatan emosional, Kepercayaan, dan Pengalaman positif secara keseluruhan.

Menurut penelitian oleh Abu A'la Abdullah, Miftahussada & Abdul Muhaimin menemukan bahwa loyalitas pelanggan Mulia Mart tidak terpengaruh oleh kualitas layanan; sebaliknya, kepercayaan mempengaruhi loyalitas pelanggan Mulia Mart Depok. Penelitian oleh Gilang Pratama Hafidz & Ririn Ulfianih Muslimah mengungkapkan bagaimana loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, citra merek, dan kualitas layanan. Loyalitas pelanggan untuk produk Herbalife tidak terpengaruh oleh kepercayaan pelanggan sementara itu.

Tabel 1. Jenis Dompot Digital Yang Digunakan Mahasiswa

No	Jenis Dompot Digital	Jumlah
1	DANA	90
2	ShopeePay	5
3	GoPay	1
4	OVO	1
	Total	97

Sumber: Survei Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2021 dan 2022

Tabel 2. Tingkat Kepuasan Terhadap Dompot Digital Yang Digunakan

No	Tingkat Kepuasan	Jumlah Pengguna
1	Sangat Tidak Puas	2
2	Tidak Puas	40
3	Netral	16
4	Puas	28
5	Sangat Puas	11
	Total	97

Sumber: Survei Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2021 dan 2022

Pra survei ini melibatkan mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2021 dan 2022 yang aktif menggunakan aplikasi dompet digital. Melalui survei yang disebarkan bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa selama menggunakan dompet digital yang digunakan saat ini diperoleh 2 mahasiswa sangat tidak puas, 40 mahasiswa tidak puas, 16 mahasiswa memilih netral, 28 mahasiswa puas, dan 11 mahasiswa sangat puas dengan dompet digital yang digunakan saat ini. Hasil ini menunjukkan adanya indikasi permasalahan yang mungkin memengaruhi pengalaman pengguna dalam bertransaksi dengan aplikasi DANA di kalangan Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2021 dan 2022.

Metode Penelitian

Teknik studi ini dengan pendekatan kuantitatif, artinya menekankan pada pengumpulan hasil yang dapat dianalisa secara statistik melalui data yang dapat diamati secara objektif. Dengan menggunakan alat seperti kuesioner atau survei, penelitian kuantitatif mengumpulkan data numerik yang kemudian diproses dan diperiksa untuk menemukan

tren atau korelasi antar variabel. Dengan jenis kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran lengkap mengenai karakteristik setiap variabel dalam sampel penelitian. Dengan jumlah 163 mahasiswa, populasi yang diambil pada studi yakni mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2021-2022.

Dalam penelitian ini, perhitungan sampel menggunakan rumus solvin dengan *margin of error* atau tingkat akurasi 5%. Berdasarkan temuan perhitungan, 116 siswa terdiri dari sampel untuk penelitian ini. Alat statistik termasuk SmartPLS 4.0 diterapkan dalam studi data kuantitatif ini. Dirancang untuk kesederhanaan dan efisiensi dalam menangani data dengan ukuran sampel yang cukup kecil hingga sedang, SmartPLS adalah program analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

Hasil dan Pembahasan

a. Uji Validitas

Kevalidan penelitian ditunjukkan oleh kesesuaian data hasil pengumpulan dengan data aktual objek penelitian. Alat ukur yang benar untuk mengumpulkan data menjamin bahwa pengukuran sesuai dengan variabel yang diamati. Uji validitas ditentukan melalui *outer loading* dengan nilai ≥ 0.7 dinyatakan diterima, sedangkan *outer loading* < 0.7 ditolak.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas (Outer Loading)

	X1.	X2.	Y
X1.1	0.882		
X1.2	0.809		
X1.3	0.731		
X1.4	0.840		
X1.5	0.840		
X1.6	0.751		
X2.1		0.894	
X2.2		0.907	
X2.3		0.919	
Y1			0.909
Y2			0.846
Y3			0.848
Y4			0.867

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2025

Hasil uji validitas—yang diperiksa menggunakan beban luar di atas—menunjukkan bahwa nilai setiap indikasi dalam setiap variabel melebihi 0,7. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa indikator dari setiap variabel penelitian dianggap valid.

b. Uji Reliabilitas

Sebagai instrumen pengukur konstruksi atau variabel, tes keandalan membantu mengevaluasi keandalan kuesioner. Kuesioner yang andal menghasilkan respons yang konsisten dan stabil dari responden sepanjang waktu. Tingkat keandalan yang tinggi

menunjukkan kinerja perangkat pengukur yang lebih konstan. Apabila nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 dan nilai reliabilitas Komposit $>0,7$, variabel dinyatakan dapat diandalkan.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas (Construct Reliability dan Validity)

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
X1.	0.895	0.905
X2.	0.892	0.894
Y	0.890	0.892

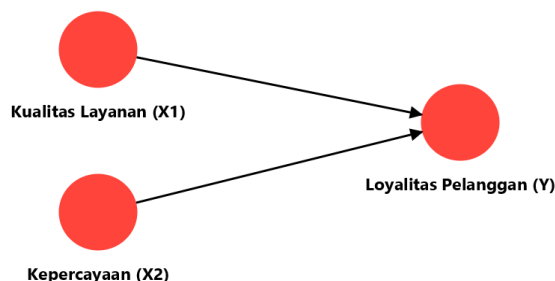
Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS4, 2025

Studi keandalan variabel kualitas layanan (X1) mengungkapkan nilai kepercayaan (X2) dan loyalitas pelanggan (Y) yang menunjukkan $>$ Alpha Cronbach 0,6 dan nilai Keandalan Komposit $\geq 0,7$, oleh karena itu menunjukkan bahwa setiap variabel dapat dinyatakan dapat diandalkan.

1. Metode PLS (*Partial Least Square*)

- a. Perencanaan Model Struktural (*Inner Model*). *Inner model* akan menggambarkan korelasi variabel laten X₁ dan X₂ terhadap Y, yang akan dianalisis menggunakan SmartPLS 4.

Gambar 1. Perencanaan Model Struktural (Inner Model)



Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2025.

Nilai R-kuadrat untuk setiap variabel laten dependen membantu seseorang menilai kinerja model struktural ini. Langkah pertama dalam evaluasi model dalam analisis PLS-SEM adalah studi nilai R-kuadrat untuk setiap variabel laten dependen. Petunjuk yang baik berasal dari nilai R-square 0,67.

Tabel 5. Output R-Square

	R-square	R-square adjusted
Y	0.677	0.671

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2025

Dengan skor R-square 0,677 untuk loyalitas pelanggan, analisis model struktural mengungkapkan Jadi, sementara 32,3% sisanya dari variabel loyalitas pelanggan (Y)

penjelasannya oleh faktor lain dari luar model, variabel kualitas layanan (X1) dan kepercayaan (X2) menjelaskan 67,7% di antaranya. Angka kuadrat-R ini menunjukkan model struktural yang layak.

b. Perencanaan Model Pengukuran (Outer Model)

- *Convergent Validity*. Validitas konvergen suatu konstruk laten diukur berdasarkan *Average Variance Extracted (AVE)*, yang mencerminkan proporsi varians bersama yang tinggi di antara indikator-indikatornya. Konstruksi laten dikatakan mempunyai validitas konvergen yang cukup jika nilai AVE >0,5, oleh karena itu menguraikan lebih dari setengah varians indikatornya.

Tabel 6. Hasil Nilai AVE

	Average variance extracted (AVE)
X1.	0.657
X2.	0.822
Y	0.753

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2025

Tiga nilai AVE dari setiap variabel yang ditentukan di atas melampaui 0,5, sehingga memenuhi persyaratan dan membuktikan validitas konvergen yang memadai untuk setiap konstruksi.

- *Discriminant Validity*. Validitas diskriminan menguji perbedaan statistik antar konstruk. Pengujian dilakukan pada tingkat konstruk dan indikator. Secara umum, validitas diskriminan terpenuhi jika varians bersama antara suatu konstruk dan indikatornya lebih besar daripada varians bersama di antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya.

Tabel 7. Output Cross Loading

	X1.	X2.	Y
X1.1	0.882	0.772	0.777
X1.2	0.809	0.513	0.589
X1.3	0.731	0.635	0.713
X1.4	0.840	0.745	0.605
X1.5	0.840	0.676	0.638
X1.6	0.751	0.521	0.493
X2.1	0.691	0.894	0.727
X2.2	0.762	0.907	0.661
X2.3	0.740	0.919	0.675
Y1	0.747	0.649	0.909
Y2	0.714	0.633	0.846
Y3	0.624	0.668	0.848
Y4	0.682	0.689	0.867

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2025

Menurut studi *cross-loading* di atas, setiap indikator memiliki nilai yang lebih besar dalam konstruksi latennya—ditandai dengan warna hijau—daripada dalam konstruksi laten lainnya—ditandai dengan warna hitam. Oleh karena itu, setiap konstruk laten menunjukkan validitas diskriminan yang baik karena lebih akurat memprediksi indikator-indikator yang seharusnya diprediksi.

- Cronbach Alpha. Cronbach's alpha (α), dikembangkan oleh psikolog Amerika Lee Joseph Cronbach pada tahun 1951, merupakan indikator reliabilitas internal instrumen yang paling umum digunakan. Instrumen pengukuran dianggap reliabel jika nilai Cronbach's alpha nya minimal 0,7, sesuai kriteria yang telah diuraikan sebelumnya.

Tabel 8. Hasil Cronbach Alpha

	Cronbach's alpha
X1.	0.895
X2.	0.892
Y	0.890

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2025

Nilai Cronbach alfa untuk variabel X1 (0,895), X2 (0,892), dan Y (0,890) ditemukan dalam kisaran yang sangat tinggi, sehingga menunjukkan ketergantungan yang besar untuk ketiga variabel.

2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Mengkaji tabel koefisien membantu seseorang melakukan pengujian hipotesis parsial—uji-t. Seseorang dapat memastikan penerimaan hipotesis dengan menggunakan t-statistik atau nilai signifikansi (Sig.). Jika nilai statistik-t lebih tinggi dari tabel-t (1,96) atau jika nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05, hipotesis divalidasi.

Tabel 9. Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1. -> Y	0.532	0.527	0.091	5.819	0.000
X2. -> Y	0.332	0.338	0.093	3.558	0.000

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4, 2025

- Kualitas Layanan (X_1) dapat memengaruhi Loyalitas Pelanggan (Y)

Hipotesis:

H_{01} : Kualitas layanan secara signifikan tidak memengaruhi loyalitas pelanggan pada pengguna Dompot Digital DANA.

H_{a1} : Kualitas layanan secara signifikan memengaruhi loyalitas pelanggan pada pengguna Dompot Digital DANA.

Analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan (X_1) secara signifikan memengaruhi loyalitas pelanggan (Y), dengan koefisien sebesar 0,532. Nilai t-statistik

(5,819) melebihi nilai (1,96), dan nilai p values (0,000) kurang dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_{01}) ditolak dan hipotesis alternatif (H_{a1}) diterima.

- Kepercayaan (X_2) memengaruhi Loyalitas Pelanggan (Y)

Hipotesis:

H_{02} : Kepercayaan secara signifikan tidak memengaruhi loyalitas pelanggan pada pengguna Dompot Digital DANA.

H_{a2} : Kepercayaan secara signifikan memengaruhi loyalitas pelanggan pada pengguna Dompot Digital DANA.

Dengan koefisien 0,332, penelitian ini mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan (Y) banyak dipengaruhi oleh kepercayaan (X_2). Nilai p, 0,000, <0,05; Nilai statistik-T, 3,558, melampaui nilai, 1,96. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_{a2}) diterima sedangkan hipotesis nol (H_{02}) ditolak.

3. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian F dilakukan dengan melihat tabel ANOVA. Hipotesis diterima secara simultan jika nilai signifikansi F kurang dari 0,05 (Sig. $F \leq 0,05$).

Tabel 10. Summary ANOVA

	Sum square	df	Mean square	F	P value
Total	57.929	115	0.000	0.000	0.000
Error	19.522	113	0.173	0.000	0.000
Regression	38.407	2	19.204	111.158	0.000

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 4, 2025

- Kualitas Layanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) memengaruhi Loyalitas Pelanggan (Y)

Hipotesis:

H_{03} : Kualitas layanan dan kepercayaan secara simultan tidak memengaruhi loyalitas pelanggan pada pengguna Dompot Digital DANA.

H_{a3} : Kualitas layanan dan kepercayaan secara simultan memengaruhi loyalitas pelanggan pada pengguna Dompot Digital DANA.

Analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan (X_1) dan kepercayaan (X_2) secara simultan memengaruhi loyalitas pelanggan (Y), nilai p *value* atau nilai signifikansi F yaitu 0,000 <0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_{03}) ditolak dan hipotesis alternatif (H_{a3}) diterima.

Kesimpulan

Loyalitas pelanggan pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN STS Jambi angkatan 2021 dan 2022 yang menggunakan dompet digital DANA tampaknya secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kepercayaan. Uji-t menunjukkan bahwa setiap faktor—kualitas layanan dan kepercayaan—secara individual memiliki dampak positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan; Ini diilustrasikan oleh nilai t yang dihitung lebih tinggi dari tabel T serta nilai signifikansi di bawah 0,05. Selain itu, uji F juga menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan memberikan kontribusi penting terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar penelitian selanjutnya melibatkan responden dari berbagai program studi dan angkatan untuk memperoleh hasil yang lebih generalis, serta mempertimbangkan perbandingan dengan pengguna dompet digital lainnya. Studi selanjutnya juga dapat mencakup faktor lain seperti persepsi harga, teknik pemasaran, dan kegunaan aplikasi serta menggunakan sampel yang lebih besar dan lebih bervariasi untuk meningkatkan akurasi dan relevansi hasil.

Daftar Pustaka

- Abu A'la Abdullah, Miftahussa'ada & Abdul Muhaimin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mulia Mart Depok", *Jurnal Pajak & Bisnis*, Vol. 05, No. 01, 2024.
- Ai Heni Novianti, "Pengaruh e-Service Quality, Reputation, e-Trust, e-Satisfaction terhadap e-Customer Loyalty", *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 20, No. 02, 2023.
- Andi Arini Syahidah & Muhammad Fikry Aransyah, "Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty pada Pengguna Dompet Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening", *Sisfokom: Sistem Informasi dan Komputer*, Vol. 12, No. 01, 2023.
- Ayatulloh Michael Musyaffi, Hera Khairunnisa, dan Dwi Kismayanti Respati, *Konsep Dasar SEM-PLS Menggunakan SmartPLS*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021).
- Bambang Sugeng, *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2022).
- Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*, (Jawa Tengah: Pradina Pustaka, 2022).
- Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta Timur: PT Bumi Aksara, 2020).
- Echo Perdana Kusumah, *Metode Penelitian Bisnis: Analisis Data Melalui SPSS dan SMART-PLS*, (Yogyakarta: Deepublish Digital, 2023).
- Edi Abdurachman & Librita Arifiani, *Panduan Praktis Teknik Penelitian yang Beretika: Konsep, Teknik, Aplikasi Metode Penelitian & Publikasi*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022).
- Gilang Pratama Hafidz & Ririn Ulfianih Muslimah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife", *Jurnal Ilmiah MEA: Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, Vol. 07, No. 01, 2023.
- Hansen Rusliani dkk, "The Influence of Personality, Motivation and Social Class towards Costumers' Decision Making in Choosing Bank Riau Kepri Sharia Tembilahan Kota", *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, Vol. 6, No. 5, 2021.

- Hardius Usman, Nurdin Sobari, dan Emil Aziman Sulthani, *Islamic Marketing: Sebuah Pengantar*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2020).
- Hildawati, dkk, *Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisis Data Statistik*, (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), hlm. 93.
- <https://www.dana.id/personal/digital-wallet>, diakses pada 22 September 2024.
- I Made Bagus Dwiarta & Wira Yudha Alam, *Digital Marketing*, (Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara, 2024).
- Iman Supriadi & Yessy Artanti, *PLS: Konsep dan Aplikasi dengan SmartPLS 3.2.8*, (Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2025).
- Marissa Grace Haque Fawzi, dkk, *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*, (Banten: Pascal Books, 2021).
- Mualim Jogja & Retno Widowati, "Pengaruh Persepsi Website Design Quality dan E-Service Quality terhadap E-Trust dan Repurchase Intention di Shopee", *Journal of Ecotourism and Rural Planning*, Vol. 01, No. 01, 2023.
- Novitasari Eviyanti, dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Jawa Barat: PT Kimshafi Alung Cipta, 2023).
- Nur Fazri Tsakila dkk, "Analisis Dampak Fintech Terhadap Kinerja dan Inovasi Perbankan di Era Ekonomi Digital", *Indonesian Journal of Law and Justice*, Vol. 01, No. 04, 2024.
- Prana Ugiana Gio, dkk, *PLS-SEM dengan Software SmartPLS*, (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2024).
- Rendy Rachman & Roswita Oktavianti, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Online (Survei Pengguna Produk UniPin)", *Prologia*, Vol. 5, No. 1, 2021.
- Rudy C Tarumingkeng, *SmartPLS dan WarpPLS*, (Bogor: RUDYCT e-PRESS, 2024).
- Salsabila Annisa Riyadi, Usep Suhud & Osly Usman, "Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty pada Pengguna Tiktok Shop", *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, Vol. 04, No. 01, 2023.
- Sarrul Bariah, dkk, *Buku Ajar Konsep Dasar Penelitian*, (Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).
- Sri Rahayu, *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap dan Loyalitas Pembelian*, (Indramayu: Penerbit Adab, 2021).
- Syarif Dienan Yahya, *Financial Technology For Entrepreneur: Mengenal Inovasi Produk dan Layanan Keuangan Penunjang Bisnis Masa Depan*, (Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).
- Tatik Suryani, dkk, *Strategi Pengelolaan Aktivitas Pemasaran di Media Sosial*, (Surabaya, CV. Jakad Media Publishing, 2022).

Tiara Ledy Afista dkk, "Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-Wallet DANA", *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 08, No. 01, 2024.

Tiolina Evi & Widarto Rachbini, *PLS: Teori dan Praktek*, (Jawa Tengah: Tahta Media Group, 2023).

Tiolina Evi, *Transformasi Transaksi Tunai Ke Digital Di Indonesia*, (Banten: CV. AA. Rizky, 2023).

Wendy Liana, dkk, *Financial Technology: Pengantar dan Inovasi Teknologi Keuangan*, (Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

www.dana.id, diakses pada tanggal 24 April 2024, 20.56 WIB.

Zunan Setiawan, dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).