

***THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY AND E-TRUST WITH E-SATISFACTION AS AN INTERVENTION ON E-CUSTOMER LOYALTY ON THE LINKAJA DIGITAL WALLET APPLICATION IN GREATER BANDUNG***

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* DENGAN *E-SATISFACTION* SEBAGAI INTERVENING TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* PADA APLIKASI DOMPET DIGITAL LINKAJA DI BANDUNG RAYA**

**Muhammad Dandi Juanda<sup>1</sup>, Leni Evangelista Marliani<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi<sup>1,2</sup>  
Jl. Terusan Jend.Sudirman, Cibeber, Kec. Cimahi Sel, Kota Cimahi, Jawa Barat 40531  
e-mail: [muhammaddandi\\_20p353@mn.unjani.ac.id](mailto:muhammaddandi_20p353@mn.unjani.ac.id)<sup>1</sup>, [lenievangalista@mn.unjani.ac.id](mailto:lenievangalista@mn.unjani.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Tujuan dalam penelitian akan dilakukannya analisis dan membuktikan adanya pengaruh yang ada pada kualitas layanan elektronik juga kepercayaan elektronik kepada loyalitas pelanggan elektronik dengan kepuasan elektronik sebagai mediator untuk aplikasi dompet digital LinkAja di wilayah metropolitan Bandung. Penelitian ini berfokus pada LinkAja sebagai dompet digital yang digunakan oleh masyarakat umum, namun masih banyak tantangan dalam dompet digital ini. Permasalahannya adalah pelayanan pelanggan kurang optimal, penggunaan aplikasi sering terputus, dan pengguna aplikasi mengalami *error* saat login. Terlihat penilaian pengguna aplikasi LinkAja di *Google Play Store* dengan keluhan positif maupun negatif. Penelitian ini akan dilaksanakan secara kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan *non-probability* sampling. Penelitian ini menggunakan survei *online* berupa *Google Forms*. Penelitian ini akan melibatkan 100 responden yang telah melakukan minimal dua kali transaksi menggunakan aplikasi LinkAja dalam enam bulan terakhir menggunakan perangkat lunak berupa *Statistical Program for the Social Sciences* (SPSS) versi 26 dan kalkulator Sobel digunakan untuk analisis data. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif juga signifikan kualitas pelayanan elektronik kepada kepuasan pelayanan elektronik. Pengaruh positif dan signifikan dimiliki kepercayaan elektronik kepada kepuasan elektronik. Terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan elektronik yang positif dan signifikan kepada loyalitas pelanggan elektronik. *E-trust* memiliki pengaruh positif juga signifikan kepada loyalitas pelanggan elektronik, *E-Service Quality* juga terdapat pengaruh positif ke loyalitas pelanggan elektronik melalui kepuasan elektronik, dan begitupula pengaruh positif *E-Trust* akan loyalitas pelanggan elektronik melalui kepuasan elektronik.

**Kata Kunci :** *Kepercayaan elektronik, kepuasan elektronik, kualitas layanan elektronik, loyalitas pelanggan elektronik*

**ABSTRACT**

*Research is investigate points to studying and demonstrate impact of the electronic benefit quality with electronic believe on electronic client dependability passed on by electronic fulfillment of the LinkAja advanced wallet application within the Bandung metropolitan zone. This inquire about centers on LinkAja as a advanced wallet utilized by the common open, but there are still numerous challenges in this advanced wallet. The issue is that client benefit is less than ideal, application utilize is regularly hindered, and application clients encounter errors when logging in. This may be seen from client surveys of the LinkAja application on the Google Play Store with positive or negative comment . This sort of investigate is quantitative. The sampling strategy used is non-probability testing. This inquire about employments an internet overview within the frame of Google Forms. This investigate will include 100 respondents who have made at slightest two exchanges utilizing the LinkAja application within the final six months utilizing computer program within the frame of Statistical Program for the Social Sciences (SPSS) adaptation 26 and a Sobel calculator utilized for information examination. The results of theory testing appear that Electronic Service Quality incorporates a positive and critical impact on Electronic Satisfaction, Electronic Trust features a positive and noteworthy impact on Electronic Satisfaction, Electronic Service Quality incorporates a positive and noteworthy impact on Electronic Customer Devotion, Electronic Trust encompasses a positive and critical impact on Electronic Customer Dependability, Electronic Service Quality has an impact on Electronic Customer Loyalty which is intervened by Electronic Satisfaction and Electctronic Trust has an impact on Electronic Customer Devotion which is interceded by Electronic Satisfaction.*

**Keywords :** *E-Customer Loyalty, E-Satisfaction, E-Service Quality, E-Trust*

**PENDAHULUAN**

Pada dasar-nya perkembangan teknologi bagi kehidupan manusia akan terus terjadi pada berbagai bidang, tidak terkecuali bidang keuangan. Salah satu kemajuan teknologi yang terjadi, ada pada metode pembayaran

(Tunggadewi & Pudjoprastyono, 2022). Meningkatnya kemajuan teknologi, transaksi pembayaran secara tunai dapat dilakukan secara non tunai (Tunggadewi & Pudjoprastyono, 2022). Hal tersebut membuat para pelaku usaha pada bidang *fintech* berlomba menciptakan

aplikasi dompet *digital* yang dapat menunjang pembayaran maupun transaksi secara non tunai (Analita & Wijaksana, 2020). Dompet *digital* adalah sebuah inovasi yang dapat memudahkan dilakukannya transaksi secara non-tunai berupa pembayaran tagihan, pembelian barang maupun jasa serta transfer hanya dengan smartphone (Listyorini & Nugraha, 2022).

Sama halnya dengan industri *fintech* di Indonesia, seiring meningkatnya popularitas *e-wallet* membuat persaingan pelaku usaha industry *fintech* semakin ketat (Syahidah & Aransyah, 2023). Kriteria dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna/*user* dalam meningkatkan pengalaman pengguna dompet *digital* dapat berupa cepat, efisien dan efektif ketika melakukan transaksi (Ratu Edo & Hendayani, 2023). Dalam laporan *East Ventures (EV)* pada tahun 2023 mengenai metode pembayaran yang populer di Indonesia berada pada angka 81%, angka tersebut telah naik dari tahun 2022 yang berada pada 74% dalam survei yang dilakukan *Insight Asia* pada *website* katadata.

Terdapat salah satu dompet *digital* yang bekerja sama dengan tujuan BUMN, dompet *digital* itu adalah LinkAja (Listyorini & Susanta Nugraha, 2022). LinkAja memiliki berbagai fitur seperti pembelian dan pembayaran tagihan, pembayaran alat transportasi, pembayaran bahan bakar, fitur khusus LinkAja Syariah, layanan bayar pajak, layanan kelola keuangan, fitur kirim uang hingga login tanpa aplikasi.

Pada laporan bertajuk, 2021 *Mobile Wallet Report* yang dirilis Buku berkerjasama dengan Juniper *Research* menyebutkan dompet digital LinkAja berada pada peringkat ketiga dengan persentase 13,9 persen. Di tahun 2022 pengguna aplikasi LinkAja naik menjadi 30 persen, namun berada pada peringkat kelima dibawah Shopee Pay. Di tahun 2023 LinkAja stagnan dengan peringkat kelima dengan 27 persen pada survei yang dilakukan oleh *Insight Asia*.



**Gambar 1 Metode pembayaran yang populer di Indonesia**

Loyalitas dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, dalam hal penggunaan aplikasi disebut dengan Loyalitas Pelanggan Elektronik, yang pertama yaitu *E-Service Quality*. Berdasarkan penilaian para pengguna *e-wallet* LinkAja yang telah diakses pada 29 November 2023 di *google play store* menunjukkan bahwa *E-Service* yang diberikan terhadap pengguna aplikasi kurang maksimal. Dalam penilaian tersebut didapatkan keluhan, keluhan berupa kualitas pelayanan *customer service* yang kurang optimal, terjadinya *error* secara berulang-ulang ketika menggunakan aplikasi tersebut dan masalah terkait *login* pada aplikasi tersebut, seperti percobaan *login* pada aplikasi yang tak kunjung selesai. Faktor lain yang mempengaruhi *E-Customer Loyalty* yaitu *E-Trust*, *review* terhadap aplikasi LinkAja di *Google Play Store* berupa transaksi yang tidak kunjung masuk kepada pengguna yang dituju, *error* akibat melakukan perbaharuan aplikasi, dan belum ada tindak lanjut terhadap pengguna yang terkendala *login* aplikasi namun masih memiliki saldo dalam aplikasi tersebut.

Dari permasalahan tersebut, mayoritas pengguna LinkAja merasa tidak puas dan kecewa, maka harus ada perbaikan serta tindak lanjut yang dilakukan oleh aplikasi terkait. Penelitian ini akan berfokus untuk menguji adanya pengaruh kualitas pelayanan elektronik dan kepercayaan elektronik yang mana *E-Customer Loyalty* berperan sebagai variabel

dependen sedangkan *E-Satisfaction* berperan menjadi variabel intervening.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini sebagian besar menggunakan metodologi kuantitatif dan memanfaatkan data yang mendasarinya. Hasil berupa data yang digunakan merupakan respon dari 100 responden pengguna LinkAja dan telah menggunakan aplikasi tersebut minimal dua kali dalam enam bulan terakhir. Usia minimum adalah 17 tahun ke atas. Pengujian ini menggunakan strategi yang termasuk dalam metodologi pengujian *non-probabilitas*. Pengumpulan data secara kasar dibagi menjadi studi *cross-sectional* atau individual. Setelah pengumpulan data yang ditargetkan, keaslian dan kualitas properti diverifikasi melalui berbagai uji kemunduran menggunakan Program Kuantifikasi Ilmu Sosial (SPSS) versi 26 dan kalkulator Sobel.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
<i>E-Service Quality</i> (X1)	X1.1	0.3061	0.446	Valid
	X1.2	0.3061	0.696	Valid
	X1.3	0.3061	0.648	Valid
	X1.4	0.3061	0.706	Valid
	X1.5	0.3061	0.757	Valid
	X1.6	0.3061	0.628	Valid
	X1.7	0.3061	0.674	Valid
<i>E-Trust</i> (X2)	X2.1	0.3061	0.771	Valid
	X2.2	0.3061	0.737	Valid
	X2.3	0.3061	0.822	Valid
<i>E-Customer Loyalty</i> (Y)	Y.1	0.3061	0.753	Valid
	Y.2	0.3061	0.732	Valid
	Y.3	0.3061	0.838	Valid
	Y.4	0.3061	0.863	Valid
<i>E-Satisfaction</i> (Z)	Z.1	0.3061	0.693	Valid
	Z.2	0.3061	0.759	Valid
	Z.3	0.3061	0.764	Valid
	Z.4	0.3061	0.795	Valid
	Z.5	0.3061	0.756	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Pada SPSS 26, 2024

Pada tabel 1 diperlihatkan bahwa 19 item memiliki nilai R Hitung lebih besar daripada R Tabel, 19 pernyataan tersebut dikatakan valid. Sehingga analisis untuk penelitian ini dapat dilanjutkan.

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items	Keterangan
<i>E-Service Quality</i> (X1)	0.762	7	Reliabel
<i>E-Trust</i> (X2)	0.667	3	Reliabel
<i>E-Customer Loyalty</i> (Y)	0.808	4	Reliabel
<i>E-Satisfaction</i> (Z)	0.806	5	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data Pada SPSS 26, 2024

Pada tabel 2 didapatkan tingkat Reliabilitas variabel yang cukup, karena nilai daripada *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

**Uji Regresi Berganda**

**Tabel 3 Hasil Uji Regresi Berganda E-Service Quality dan E-Trust**

Model		Coefficients				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig
	(Constant)	1.241	1.307		.950	.345
	<i>E-Service Quality</i>	.320	.066	.407	4.885	.000
	<i>E-Trust</i>	.823	.142	.484	5.811	.000

a. Dependent Variable: *E-Satisfaction*

Sumber : Hasil Olah Data Pada SPSS 26, 2024

$$Y = 1.241 + 0.320X^1 + 0.823X^2$$

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 1,241. Hal ini dapat diartikan seolah-olah nilai variabel independen sebesar 0 dan nilai E-kepuasan sebesar 1,241. Kualitas pelayanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan elektronik. Nilai koefisien sebesar 0,320 dan Thitung sebesar 4,885. Artinya Ttabel memiliki nilai yang lebih besar dari 1,660715 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). *E-Trust* juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap e-satisfaction. Nilai koefisien sebesar 0,823, T hitung sebesar 5,811, nilai ini lebih besar dari T tabel, signifikansi 0,000, dan nilai kurang dari 0,05.

**Tabel 4 Hasil Uji Regresi Berganda E-Satisfaction**

Model		Coefficients				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig
	(Constant)	-2.033	1.663		-1.222	.225
	<i>E-Service Quality</i>	.420	.093	.520	4.521	.000
	<i>E-Trust</i>	.087	.209	.050	.418	.677
	<i>E-Satisfaction</i>	.203	.131	.197	1.550	.124

a. Dependent Variable: *E-Customer Loyalty*

Sumber : Hasil Olah Data Pada SPSS 26, 2024

$$Z = -2,033 + 0,420X^1 + 0,087X^2 + 0,203Y$$

Nilai konstanta yang dihasilkan sebesar -2,033. Nilai variabel bebasnya adalah 0 dan nilai loyalitas pelanggan adalah -2,033, kualitas pelayanan elektronik terdapat pengaruh positif dan signifikan kepada loyalitas pelanggan elektronik. Nilai koefisien hitung sebesar 0,420, dengan ttabel 4,521 yang memiliki nilai lebih besar dari nilai Ttabel sebesar 1,660881, dan nilai signifikansi sebesar 0,000 namun kurang dari 0,05.

Tidak adanya pengaruh positif atau signifikan *E-Trust* terhadap loyalitas pelanggan elektronik. Nilai koefisien sebesar 0,087, Thitung bernilai 0,418 lebih kecil dari 1,660881 pada Ttabel, dan nilai signifikansi sebesar 0,677 dimana lebih besar dari 0,05. Sedangkan *e-satisfaction* tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, nilai koefisiennya sebesar 0,203, nilai Thitung 1,550 lebih kecil dari T tabel, dan nilai signifikansinya sebesar 0,124 lebih besar dari 0,05.

**Uji Sobel**

Input:	Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a 0.320	Sobel test: 1.37121502	0.04737404	0.17030794
b 0.203	Aroian test: 1.3451454	0.04829218	0.17857828
s <sub>a</sub> 0.066	Goodman test: 1.39886159	0.04643776	0.16185449
s <sub>b</sub> 0.142	Reset all	Calculate	

Gambar 2 Hasil Hitung Kalkulator Sobel *E-Service Quality*

Tes Sobel pertama akan menyatakan bahwa kepuasan (*E-Satisfaction*) memainkan peran mediasi antara pengaruh daripada kualitas layanan kepada loyalitas pelanggan. Hasil hitung menunjukkan bahwa nilai uji Sobel sebesar 1,37121502 lebih rendah dari nilai kritis T-tabel 1,984984, dan p-value sebesar 0,7030794 lebih besar dari 0,05. Tidak ada cukup bukti untuk menentukan peran mediasi kepuasan elektronik dari kualitas layanan elektronik kepada loyalitas pelanggan elektronik.

Input:	Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a 0.823	Sobel test: 1.38797824	0.1203686	0.16514367
b 0.203	Aroian test: 1.36890368	0.12204584	0.17102939
s <sub>a</sub> 0.142	Goodman test: 1.40787306	0.11866766	0.15916866
s <sub>b</sub> 0.142	Reset all	Calculate	

Gambar 3 Hasil Kalkulator Sobel *E-Trust*

Tes Sobel kedua akan menunjukkan bahwa kepuasan elektronik memainkan peran

mediasi dalam pengaruh kepercayaan elektronik terhadap loyalitas pelanggan elektronik. Hasil uji Sobel menunjukkan nilai uji Sobel sebesar 1,38797824 lebih rendah dari Ttabel dengan nilai 1,984984, dan nilai p-value yaitu 0,16514367 lebih besar dari 0,05. Tidak ada cukup bukti untuk menentukan peran mediator *E-Satisfaction* antara *Electronic Trust* dan *Electronic Customer Loyalty*.

**Uji Hipotesis**

Tabel 5 Hasil Uji Hipotesa

Hipotesis	Keterkaitan antar Variabel	T Hitung & Sig	Interpretasi
H1	<i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	T Hitung 4.885 dan sig 0.000	H0 berhasil ditolak
H2	<i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	T Hitung 5.811 dan sig 0.000	H0 berhasil ditolak
H3	<i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	T Hitung 4.521 dan sig 0.000	H0 berhasil ditolak
H4	<i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	T Hitung 0.418 dan sig 0.677	H0 berhasil diterima
H5	<i>E-Satisfaction</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i>	T Hitung 1.550 dan sig 0.124	H0 berhasil diterima
H6	<i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> melewati <i>E-Satisfaction</i>	T Hitung 1.37121502 dan p value 0.17030794	H0 berhasil diterima
H7	<i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Customer Loyalty</i> melewati <i>E-Satisfaction</i>	T Hitung 1.4202744 dan p value 0.15552781	H0 berhasil diterima

Sumber : Hasil Olah Data Pada SPSS 26, 2024

**PEMBAHASAN**

Hipotesa pertama yaitu terdapat pengaruh positif dari *E-Service Quality* yang signifikan terhadap *E-Satisfaction*, nilai signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05. T Hitung bernilai 4.885 > TTabel 1,660715 dengan H0 berhasil ditolak sebagai keputusannya.

Hipotesa kedua yaitu *E-Trust* terhadap *E-Satisfaction*, nilai signifikannya 0,000 < 0,05 dengan nilai T Hitung 5.811 > T Tabel 1,660715 dengan keputusan H0 berhasil ditolak.

Hipotesa ketiga yaitu pengaruh yang dimiliki *Electronic Service Quality* adalah positif kepada *Electronic Customer Loyalty* dan signifikan, nilai dari signifikansinya 0,000 < 0,05. THitung bernilai 4.521 lebih besar TTabel 1,660881. H0 berhasil ditolak sebagai keputusannya

Hipotesa keempat yaitu tidak ada pengaruh positif pada *Electronic Trust* dan signifikan kepada *Electronic Customer Loyalty*, signifikansinya 0,0677 lebih besar dari 0,05. Thitung bernilai lebih besar dari TTabel 1,660881 keputusannya H0 berhasil diterima.

Hipotesa kelima *E-Satisfaction* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap *E-Customer Loyalty*, nilai signifikansi  $0,124 > 0,05$ . Nilai *T*-hitung 1.550 lebih kecil dari *T*-tabel 1,660881 dengan keputusan  $H_0$  berhasil diterima.

Hipotesa keenam yaitu *E-Satisfaction* tidak berperan sebagai mediator *E-Service Quality* kepada *E-Customer Loyalty* dengan, hasil *p* value yaitu  $0,17030794 > 0,05$  dengan *T*-hitung bernilai 1,37121502 angka yang lebih besar dari *T*-tabel 1,984984 keputusannya  $H_0$  berhasil diterima.

Hipotesa ketujuh yaitu *E-Satisfaction* tidak berperan sebagai mediator *E-Trust* kepada *E-Customer Loyalty* (loyalitas pelanggan elektronik), memiliki nilai *p* value sebesar  $0,15552781 > 0,05$ . 1,4202744 merupakan *T*-hitung yang memiliki nilai lebih besar dari *T*-tabel 1,984984 keputusannya  $H_0$  berhasil diterima.

## PENUTUP

Setelah menyelidiki pengaruh atas kualitas layanan elektronik dan kepercayaan elektronik terhadap loyalitas pelanggan elektronik yang dimediasi oleh kepuasan elektronik, peneliti mencapai beberapa kesimpulan. Pertama, adanya pengaruh dan signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan. Kedua, kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan akan kepuasan elektronik. Ketiga, kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Namun berbeda dengan *E-trust* yang tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya kepuasan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peran *E-Satisfaction* sebagai perantara tidak mempengaruhi *e-trust* terhadap kualitas layanan elektronik atau loyalitas pelanggan elektronik.

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah responden sehingga hasil pengumpulan data dapat beragam. Peneliti selanjutnya dapat mengganti variabel *intervening* maupun variabel *independent* agar lebih menunjang dalam penelitian yang sedang dilakukan. Pengumpulan data kuesioner dapat

diperbanyak dan ditambahkan waktu pengumpulannya.

Untuk developer dompet *digital* LinkAja lebih memperhatikan kinerja aplikasi dan rutin melakukan *maintenance* karena sesuai *review* pengguna aplikasi LinkAja di *google play store*, mayoritas mengeluhkan kinerja aplikasi yang semakin lama, semakin buruk kinerja aplikasi tersebut,

## DAFTAR PUSTAKA

- Listyorini, S., & Susanta Nugraha, H. (2022). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Masyarakat Semarang Pengguna LinkAja). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- 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. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1603>
- Ratu Edo, J. J., & Hendayani, R. (2023). Influence of E-Service Quality on Continuance Intention with Customer Satisfaction as an Intervening Variable on LinkAja Application Users in Bandung City. *International Journal of Business, Management and Economics*, 4(2), 114–131. <https://doi.org/10.47747/ijbme.v4i2.1090>
- Salshabia Analita, N., & Indra Wijaksana, T. (n.d.). ANALISIS PERBANDINGAN E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST APLIKASI LINKAJA DENGAN APLIKASI DANA COMPARATIVE ANALYSIS OF E-SERVICE QUALITY AND E-TRUST APPLICATION OF LINKAJA WITH DANA APPLICATION.
- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompet Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(1), 36–44. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i1.1593>