

DAFTAR PUSTAKA

- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (London : Pearson Education, 2016).
- Agusta Ivanovich. (2018). *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif*.
- Anggela Saptiani, H. S. N. (2023). Pengertian, Ruang Lingkup Perbankan, Tujuan, LatarBelakang, Prinsip dan Sejarah Perbankan Syariah Di Indonesia. <https://Bajangjournal.Com/Index.Php/Juremi/Article/View/4565/3321>.
- Dwi Juwarni, B. N. H. K. A. T. A. (2020). *Pengaruh linkaja dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian buku di gramedia kediri*. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Fadilah, N. (n.d.). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. In *SALIMIYA* (Vol. 1, Issue 2). <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. In *SALIMIYA* (Vol. 1, Issue 2). <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>
- Fauza Zalika. (2023). *Strategi Fundraising Dana Zakat Infaq Sedekah Dan Wakaf(ziswaf) Pada E-Commerce LinkAja Sariah*. Vol.3, 171–183.
- Firdausi, F. N., & Ardyansyah, F. (n.d.). Implementation of Sharia Marketing Strategy as a Solution to Increase Linkaja Syariah Consumer Loyalty. In *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* (Vol. 1, Issue 1). Online.
- Hidayah, R. T. (2018). Pengaruh E –Trust Dan Marketing Public Relation Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Pada Pasar E – Commerce (Studi Pada Pelanggan Situs Jual Beli Lazada). *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 2(2). <https://doi.org/10.20473/jiet.v2i2.5932>
- Muhardika Maulida. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan

- Persepsi Resiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech) Payment LinkAja Syariah. <https://doi.org/10.53067/Ijebef.Vli3.41.1>.
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>
- Novandriani Karina Moeliono, N. (2020). Identifikasi Persepsi Konsumen Menggunakan Customer Profile Terhadap LinkAja. *JURNAL MANAJEMEN*, 12(2), 218–226. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Nurrizqi Fuji. (2021). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Layanan LinkAja Syariah Dan BRILink(Di Desa Benda Kecamatan Sirampog Kabupaten Brebes)*.
- Persepsi Konsumen Pada Penggunaan, A., Shyfa Pertiwi, Y., & Yetti, F. (2022). *Islamic Economics and Business Review Analisis Persepsi Konsumen Pada Penggunaan Layanan LinkAja Syariah di Kota Bekasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta* [*yuliashyfaa@gmail.com](mailto:yuliashyfaa@gmail.com) *Penulis Korespondensi (Vol. 1, Issue 1).
- Rachmasari alfani. (2023). *Pengaruh Religiusitas, Faktor Sosial Ekonomi, Dan Faktor Teknologi Terhadap Minat Penggunaan LinkAja Syariah Pada Generasi Z Di Kabupaten Bondowoso*. 1, 57–70.
- Riyadi, S. (2021). The Effects of Image, Brand and Quality on Customer Loyalty

of Sharia Banking. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 1315–1325. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1315>

Rizki Marlioni. (2023). *Analisis Minat Pengguna Aplikasi E-Wallet LinkAja Syariah Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Modal (TAM)*.

Sholihah, U. (2020). *Factors Analysis Of Intention To Use LinkAja Syariah In Indonesia*. 19(4), 3460–3467. <https://doi.org/10.17051/ilkonline.2020.04.764741>

Sinatrya Fityan. (2021). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan LinkAja Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta Analysis Of Factors Affecting Interest In Using LinkAja Syariah In Daerah Istimewa Yogyakarta*.

Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Impact Of Service Quality On Consumer Loyalty. In *Dampak KualitasSofiati, dkk* (Vol. 8, Issue 2).

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan r&d*.