

Lampiran Riset: Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna E-Wallet di Kalangan Mahasiswa

1. Sertifikat Kebaruan

1309 karya relevan sudah ada. Riset ini BERISIKO duplikasi; sarankan memperluas variabel/konteks sebelum lanjut.
(veredik deterministik tanpa LLM - minta analisis LLM untuk narasi detail)

Jumlah literatur: 1309

2. Model Struktural

Kualitas->Loyalitas = 0,0524

Kepercayaan->Loyalitas = 0,1955

Kepuasan->Loyalitas = 0,4460

R-kuadrat: Kualitas = 0,0000, Kepercayaan = 0,0000, Kepuasan = 0,0000, Loyalitas = 0,3043

3. Kualitas Model

HTMT: Kualitas<->Kepercayaan=0,053, Kualitas<->Kepuasan=0,307, Kualitas<->Loyalitas=0,174,
Kepercayaan<->Kepuasan=0,345, Kepercayaan<->Loyalitas=0,381, Kepuasan<->Loyalitas=0,591

f-kuadrat: Kualitas=0,004, Kepercayaan=0,050, Kepuasan=0,241

4. Literatur (20 pertama)

E-Service Quality, E-Wallet Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee (2023)

Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang (2020)

Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial (2020)

PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA E-WALLET DI KOTA BANJARMASIN (2021)

EFEKTIFITAS PENGGUNAAN E-WALLET DIKALANGAN MAHASISWA DALAM PROSES MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (2021)

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KUALITAS LAYANAN, DAN RISIKO KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET DALAM TRANSAKSI KEUANGAN (2023)

Analisis Cluster Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Shopee Menggunakan Algoritma K-Means (2021)

Peran Moderasi Motivasi Hedonis pada Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Niat Penggunaan Ulang Layanan Dompot Elektronik di Kalangan Milenial (2021)

Persepsi citra merek dan komunikasi interpersonal sebagai prediktor kepuasan konsumen: Studi pada mahasiswa pengguna e-Wallet OVO (2022)

Sentiment Analysis Analysis of E-Wallet Sentiments on Google Play Using the Naive Bayes Algorithm Based on Particle Swarm Optimization (2019)

Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan QRIS Di Kota Pematangsiantar (2022)

Analisis Faktor Adopsi E-Wallet Gopay, OVO, dan DANA dengan Model UTAUT2 pada Masyarakat Jawa Barat (2022)

Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas melalui kepercayaan nasabah pengguna mobile banking BCA (2022)

Pengaruh Kualitas E-Service terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-Commerce Shopee (2023)

Kepuasan Pengguna Layanan Shopee Food Menggunakan Algoritma Naive Bayes (2022)

Analisis Pengaruh Sosial CRM Terhadap Loyalitas Customer Pada Layanan Pengguna Aplikasi DANA (2022)

DETERMINAN KEPUASAN KEUANGAN (FINANCIAL SATISFACTION) BERBASIS LITERASI KEUANGAN PADA PENGGUNA FINTECH SHOPEEPAY (2022)

Pengaruh E-Service Quality dan Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna E-Wallet ShopeePay di Kota Jambi (2022)

PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA GELORA MUKTI SPORT BERBASIS WEB (2019)

ANALISIS POSITIONING E-WALLET BERDASARKAN PERCEPTUAL MAPPING (2019)

5. Peringatan

Tidak ada peringatan.