

## DAFTAR PUSTAKA

- Abegao Neto, F. L., & Figueiredo, J. C. B. D. (2023). *Effects of Age and Income Moderation on Adoption of Mobile Payments in Brazil*. *Innovation & Management Review*, 20(4), 353-364.
- Adela, M. (2020). Pengaruh Layanan *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa) (*Doctoral Dissertation*, IAIN Metro).
- Adelia, A., & Purwaningrum, E. (2022). Kemudahan Informasi, Kecepatan Layanan dan Kualitas Laba Perusahaan Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Investasi Saham Pada Perusahaan E-IPO. In Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ (Vol. 3).
- Adha, S. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur. *JIPIS*, 31(2), 134-148.
- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 178-189.
- Adipradja, B. A., Listiani, A., & Siaputra, H. (2015). Analisa faktor-faktor yang mendorong konsumen dalam memilih restoran McDonald's di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 304-318.
- Adisasmita Ahmad, A. (2021). Pengaruh Instagram Advertisement Di Finewale Pada Sikap Konsumen Melalui Mediasi Personalisasi Iklan. Vol. 8, No. 6, 7873–7879.
- Aditya, E. D. (2022). Pengaruh *E-Service Quality*, *Online Customer Review*, Dan *Purchase Intention* Terhadap *Purchase Decision* Pada Online Marketplace Tokopedia (Studi Pada Warga Jakarta) (*Doctoral Dissertation*, Universitas Negeri Jakarta).

- Agustinus, D. V., & Keni, K. (2021). *Confirmation, Service Quality, Dan Quality Of Personalization Untuk Memprediksi Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 3(3), 661-668.
- Ajah, E. O. (2024). *Third-Party Application Developers and the Liminal Space Experience During Digital Entrepreneurship Development*. Journal of Electronic Business & Digital Economics.
- Alaan, Y. (2016). Pengaruh *Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Assurance)* Terhadap *Customer Satisfaction*: Penelitian Pada Hotel Serela Bandung. Jurnal Manajemen, 15(2), 255–270.
- Alfahri, Y. V., & Muharrami, R. S. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (Studi Kasus Mahasiswa Soloraya) (*Doctoral Dissertation*, UIN Raden Mas Said).
- Alfiyah, & Widiyaningsih. (2023). Analisis Perbandingan *User interface* dan User Experience pada Mobile Application Shopee, Tokopedia, dan Lazada dengan Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction dan Metode Heuristic Evaluation. Fakultas Teknik, Universitas Lampung.
- Almujaddidi, G. (2023). Pengaruh *Social Commerce* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif dalam Instagram (dalam Konteks Pengaruh Sosial Terhadap Produk Fashion) (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Indonesia).
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, Dan Fitur *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). Alkasb: *Journal Of Islamic Economics*, 1(1), 70-89.
- Amin Syukron, (2014) Pengantar Manajemen Industri, Penerbit Graha Ilmu, 2014
- Amin, M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Digital Payments Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening. UIN Salatiga.
- Ampadu, S., Jiang, Y., Debrah, E., Antwi, C. O., Amankwa, E., Gyamfi, S. A., & Amoako, R. (2022). Online personalized recommended product quality and

- e-impulse buying: A conditional mediation analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102789.
- An, S., Cheung, C. F., & Willoughby, K. W. (2024). *A Gamification Approach for Enhancing Older Adults' Technology Adoption and Knowledge Transfer: A Case Study in Mobile Payments Technology. Technological Forecasting and Social Change*, 205, 123456.
- Anggara, D. A., Harianto, W., & Aziz, A. (2021). Prototipe Desain *User interface* Aplikasi Ibu Siaga Menggunakan *Lean UX*. Kurawal: Jurnal Teknologi, Informasi Dan Industri, 4(1), 58-74.
- Anugradia, N. (2024). Analisis Perancangan UI dan UX Fitur *Reporting* pada Sistem Informasi Halal.go.id Menggunakan Metode Pendekatan *Design Thinking* (Doctoral Dissertation, Universitas Jambi).
- Arbani, T. D. (2021). Pengaruh Trust, Customer Satisfaction dan User Flow Experience terhadap E-Loyalty Pengguna Aplikasi Shopee.(Studi pada Gen Y (Milenial) Pengguna Aplikasi Shopee di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Ardiansyah, M. (2021). Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Repurchase Intention*. *Repository Sekolah Teknik Elektro dan Informatika*, 16. <http://repository.stei.ac.id/6033/3/BAB%20II.pdf>
- Arikounto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arindianty, A., & Merita, (2017). Analisis Kualitas Jasa Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di *Baker Street Café* Bandung. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1).
- Arsyadita, A., Haryanto, A. T., & Sugiyarti, S. R. (2023). Pelaksanaan Responsivitas Dalam Pelayanan Administrasi Kependudukan Di Desa Sraten Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo:(Studi Kasus Responsivitas Dalam Pelayanan Adminsitasi Kependudukan Di Desa Sraten Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo). *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(2).

*Artificial Intelligence Enabling Circular Business Model Innovation in Digital Servitization: Conceptualizing Dynamic Capabilities, AI Capacities, Business Models and Effects.*

Ashari, I. F., Aryani, A. J., & Ardhi, A. M. (2022). *Design and Build Inventory Management Information System. Journal of Information Systems Development*, 9(1), 27-35.

Asrizal, A., Indrayani, T. I., & Fatiha, A. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Pembelian Secara Online. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 6(1).

Aulia, T. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee di Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2), 58-69.

Ayodeji, Y., Rjoub, H., & Özgüt, H. (2023). *Achieving Sustainable Customer Loyalty in Airports: The Role of Waiting Time Satisfaction and Self-Service Technologies. Technology in Society*, 72, 102106.

Azar, M. A., & Efendi, A. (2020). Pengaruh Kecepatan Layanan dan Keramahan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dirumah Kopi Lamongan. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(2), 136-148.

Basuki, H. (2020). Hubungan Antara Usia, Jenis Kelamin, Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan dengan Literasi Keuangan Pelaku Usaha Burjo di Kawasan Universitas Negeri Semarang. Universitas Negeri Semarang.

Betts, L. R., Hill, R., & Gardner, S. E. (2019). *“There’s Not Enough Knowledge Out There”: Examining Older Adults’ Perceptions of Digital Technology Use and Digital Inclusion Classes. Journal of Applied Gerontology*, 38(8), 1147-1166.

Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A. *Service Marketing* (3rd ed.), Tata McGraw Hill, New Delhi.2003.

Bram Dwicahyo, P. (2023). Skripsi: Pengaruh *User interface* (UI), *User Experience* (UX) dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Online pada

- Website Tako Bag Yogyakarta (*Doctoral Dissertation*, STIM YKPN Yogyakarta).
- Buana, W., & Sari, B. N. (2022). Analisis *User interface* Meningkatkan Pengalaman Pengguna Menggunakan *Usability Testing* pada Aplikasi Android Course. *DoubleClick: Journal of Computer and Information Technology*, 5(2), 91-97.
- Burström, T., Parida, V., Lahti, T., & Wincent, J. (2021). *AI-Enabled Business-Model Innovation and Transformation in Industrial Ecosystems: A Framework, Model and Outline for Further Research*. *Journal of Business Research*, 127, 85-95.
- Cahyaningrum, A. O. (2022). Pengaruh Promosi *Price* dan *Non-Price* Pada Loyalitas Konsumen Generasi Milenial. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 393–404.  
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i3.238>
- Celhay, F., & Trinqucoste, J. F. (2015). *Package Graphic Design: Investigating the Variables that Moderate Consumer Response to Atypical Designs*. *Journal of Product Innovation Management*, 32(6), 1014-1032.
- Chomeya, R. (2010). *Quality Of Psychology Test Between Likert Scale 5 And 6 Points*. *Journal Of Social Sciences*, 399–403.
- Chung, H., & Park, W. (2021). *Enhancing the Usability of Self-Service Kiosks for Older Adults: Effects of Using Privacy Partitions and Chairs*. *arXiv Preprint arXiv:2105.07445*.
- Chung, K. H., dan J. I. Shin. (2010). *The Antecedents and Consequents of Relationship Quality in Internet Shopping*. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol 22, No 4, 473-91.
- Ćoćkalo, D., Tadić, D., Bakator, M., Stanisavljev, S., & Makitan, V. (2023). *Managing the Transition Process to Society 5.0. Management:Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*.
- Considine, E., & Cormican, K. (2017). *The Rise of the Prosumer: An Analysis of Self-Service Technology Adoption in a Corporate Context*. *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5(2), 25-39.

- Da Silva, B. R., Mangantar, M., & Tielung, M. V. (2022). Brindy Regita Da Silva: Pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga Dan *User interface* Terhadap Kepuasan Pelanggan *Marketplace* Lazada Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1653-1662.
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan *Mobile Banking* BCA. *Journal Of Economic And Business Research*, 2(2), 1-16.
- Desanuari, G. F., & Ludtriani, R. (2022). Pengaruh *Self Service Technology* terhadap Pengembangan Usaha dan Kepuasan Konsumen di Masa Pandemi COVID-19 pada Model Bisnis Restoran. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(5), 268-273.
- Dewi, R., Widagdo, P. P., & Setyadi, H. J. (2023). Analisis Perilaku Pengguna Sistem Informasi Terpadu Layanan Program Studi (SIPL0) Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). *Adopsi Teknologi dan Sistem Informasi (ATASI)*, 2(2), 79-88.
- Dix, A., Finlay, J., Abowd, G. D., & Beale, R. (2004). *Human-Computer Interaction. In Human-Computer Interaction (Third Edition)*. Prentice Hall. <https://doi.org/10.1207/S15327051HCI16234>
- Durachman, Y., Bein, A. S., Harahap, E. P., Ramadhan, T., & Oganda, F. P. (2021). *Technological and Islamic Environments: Selection from Literature Review Resources. International Journal of Cyber IT and Service Management*, 1(1), 37–47.
- Editors (2023). *OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2017 – The Digital Transformation*. New Zealand Science Review.
- Ekşioğlu, Ş., & Ural, T. (2022). *The Effects of Technology Readiness on Intention of Using the Mobile Payment Applications. The New Digital Era: Digitalisation, Emerging Risks and Opportunities (Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis, Vol. 109A)*, Emerald Publishing Limited, Leeds, 231-250. <https://doi.org/10.1108/S1569-37592022000109A014>

- Erdiansyah, M., Delviona, F. Y., & Nataningtyas, D. R. (2022). Kualitas Pelayanan Publik dan Kepuasan Pelanggan Laboratorium Pemeriksa COVID-19: Studi Kasus di Laboratorium Biohazard Badan POM. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 4(1), 78-90.
- Erlang, A. K. (1909). *The Theory of Probabilities and Telephone Conversations*. Nyt. Tidsskr. Mat. Ser. B, 20, 33–39.
- Esposito, B., Sessa, M. R., Sica, D., & Malandrino, O. (2022). *Service Innovation in the Restaurant Sector During COVID-19: Digital Technologies to Reduce Customers' Risk Perception*. *The TQM Journal*, 34(7), 134-164.
- Farizi, R. (2017). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas *E-Service* pada Minat Beli Belanja Online Melalui Kepuasan di Traveloka [Universitas Muhammadiyah Yogyakarta].  
<https://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/12382/H.%20Bab%20IV.pdf?sequence=8&isAllowed=y>
- Fast Food Market Share, Size, Growth | Report 2024-2032*. (n.d.).  
<https://www.imarcgroup.com/fast-food-market>
- Fathoni, M. R., & Saragih, D. R. U. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian di McDonaldS. *Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang*, 21(1), 209-228.
- Fauziah, K. N., Sudianto, S., & Nabella, S. D. (2022). Pengaruh Kelengkapan Data, Ketelitian, Kecepatan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Federal International Finance (FIF) Cabang Batam. *Postgraduate Management Journal*, 2(1), 40-51.
- Firmansyah, F. M. T., Rahmat, F., & Gumilang, S. F. S. (2020). Perancangan *User interface* dan *User Experience Mobile Application* Sibengkel untuk Memenuhi Kebutuhan Pengguna dengan Metode *User-Centered*. *Journal of Information Technology*, 7(2), 7574-7580.
- Fitriana, B. (2015). Pengaruh Usia, Pendidikan, Pendapatan, Faktor Sosial, Budaya, Pribadi, dan Motivasi Terhadap Persepsi Konsumsi Pangan Pokok Non Beras di Wilayah Jakarta Barat.

- Fitriana, D., & Kurniawan, D. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan Bank Digital SeaBank menggunakan Modifikasi UTAUT2 dengan Security, Privacy, dan Trust. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(6).
- Francis, J., Ball, C., Kadylak, T., & Cotten, S. R. (2019). *Aging in the Digital Age: Conceptualizing Technology Adoption and Digital Inequalities. Ageing and Digital Technology: Designing and Evaluating Emerging Technologies for Older Adults*, 35-49.
- Fransisca, Y. (2019). *Factors Affecting the Purchasing Decision of the Millennial Muslim Generation: A Review of Personality Destination, Brand Attractiveness, and Brand Awareness*. MBIA, 18(2), 1–20. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/mbia/article/view/349/284>
- Ganggi, R. I. P. (2019). Evaluasi Desain *User interface* Berdasarkan User Experience Pada iJateng. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(4), 11-21.
- Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). *The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationship*. *Journal of Marketing*, 63, 70-87.
- Geobeta, C. Z. (2019). Pengaruh Ability, Satisfaction, and Trust Terhadap Consumer Loyalty Pada Situs Jual Beli Online OLX di Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(12), 98-106.
- Ghifary, F., & Sri Padmanty, M. B. A. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Antarmuka Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2021). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan program IBM SPSS 26, Edisi 10, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gita, Gita (2020) Pengaruh Insentif dan Disiplin Kerja Terhadap Presetasi Kerja Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Waringin Agro Jaya Oki. Other Thesis, UIN Raden Fatah Palembang.
- GoodStats. (2022, September 12). Restoran Cepat Saji Favorit Anak Muda Indonesia 2022. GoodStats. <https://goodstats.id/infographic/restoran-cepat-saji-favorit-anak-muda-indonesia-2022-9H8dG>
- Gosal, G. B. R., & Bernarto, I. (2021). Pengaruh E-security, E-service Quality terhadap E-satisfaction dan Pengaruh E-satisfaction, E-security, dan E-service Quality terhadap E-repurchase Intention Secara Langsung pada Pengguna E-commerce Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 93-103.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hair, J., Risher, J., Sarstedt, M., & Ringle, C. (2018). *When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM*. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Handayani, W., & Susanto, M. (2021). "Personalization in e-commerce: Enhancing customer satisfaction and loyalty through website personalization." *Journal of Business Research*, 19(2), 145-158.
- Handi, Irawan. 2004. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Cetakan Kelima. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hanifa, S., Masruri, A., & Sari, K. P. (2024). Analisis *User interface* pada Aplikasi Perpustakaan Digital iJAKARTA. *Jurnal Informasi, Perpustakaan, dan Kearsipan (JIPKA)*, 3(1), 36-50.
- Hansemark, Albinsson, (2004) "*Customer satisfaction and retention: the experiences of individual employees*", Managi
- Hardiyanti, Maulina. (2012). Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Hatmah, Hatmah. 2023. "Pengaruh Kecepatan Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Di Usaha Expedisi H. Atu Kapuas."

- Heryana, N., Muhammad Fuad, S. E., Titi Nugraheni, S. E., Darnilawati, S. E., ... & SE, M. (2023). *UMKM Dalam Digitalisasi Nasional*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Heshmatisafa, S., & Seppänen, M. (2023). *Exploring API-Driven Business Models: Lessons Learned from Amadeus's Digital Transformation*. *Digital Business*, 3(1), 100055. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100055>.
- Houston, D. D. (2019). Adopsi Penerimaan *Digital Payment* pada Kalangan Milenial. *Medium*, 7(2), 55-67.
- Hurlock, E. (1998). *Children Language Acquisition*. *Journal of Social Psychology & Personality, Volume 09, Num. 23, November*. Washington DC: American.
- Huzaemi, A., & Atin, S. (2018). Pemanfaatan Model UTAUT untuk Menganalisis Perilaku Pengguna pada Sistem *E-Ticket* PT. X. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 7(2), 51–58. <https://doi.org/10.34010/komputa.v7i2.3037>
- I. M. A. Arya Pering, “Kajian Analisis Jalur Dengan *Structural Equation Modeling* (Sem) Smart-Pls 3.0,” *J. Ilm. Satyagraha*, vol. 3, no. 2, pp. 28–48, 2020, doi: 10.47532/jis.v3i2.177.
- Imam Ghozali, (2005). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya. Unitomo Press. Diambil dari: <http://books.google.com>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- International Organization for Standardization*. (2011). *Systems and Software Engineering — Systems and Software Quality Requirements and Evaluation (SQuaRE) — System and Software Quality Models*. In ISO/IEC (Vol. 2011, p. 34). <https://doi.org/ISO/IEC FDIS 25010:2010>
- Iqbal Luffi, Muhammad (2022) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Keagenan Pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (SPB) Di PT. Bahtera Setia Gresik*. Other thesis, STIA Manajemen dan Kepalabuhan Barunawati Surabaya.

- Irawan, B. I. (2022). Perancangan *User interface* dan *User Experience* Situs Web *Creative Pub* dengan Metode *User Centered Design* (UCD).
- Irawan, Handi, 2008. Membedah strategi Kepuasan pelanggan. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta
- Irma, I., Muttaqin, A., & Majid, A. (2022). Consumer Perception Of Marketing Communications At Mcdonald's Pettarani Makassar Branch. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 3(1).
- Irwan, & Adam, K. (2015). Metode *Partial Least Square* (PLS) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Teknosains*, 9(1), 53–68.
- Julianti, N., & Ivan Taruna, H. (2024). Pengaruh Faktor Kepercayaan, Keamanan Transaksi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee Bagi Pengguna di Kota Depok. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER)*, 1(3), 16. <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMBIDTER/article/view/278>
- Jusriadi, E., Tajuddin, A., & Maklassa, D. (2023). Pengaruh Dimensi Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Program Kartu Identitas Anak (KIA) di Dukcapil Kota Makassar. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 318-324.
- Kamarudin, J., Nursiah, N., & Novianti, M. (2022). Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, dan Risiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju). *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 11-18.
- Kaplan, D. L., & Kaplan, A. M. (1982). *Thermophilic Biotransformations of 2, 4, 6-Trinitrotoluene Under Simulated Composting Conditions. Applied and Environmental Microbiology*, 44(3), 757-760.
- Kaspersky: Kelompok usia tua Khawatir lakukan pembayaran digital. (n.d.). investor.id. <https://investor.id/it-and-telecommunication/292893/kaspersky-kelompok-usia-tua-khawatir-lakukan-pembayaran-digital>

- Kereh, G., Bogar, W., & Pandowo, A. (2022). Efek *Customer Bonding* dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Scarlett di Tondano. *JRMA (Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi)*, 10(3), 179-189.
- Kevin, A., Bakker, M., van Loon, A. M., Kral, M., & Camp, G. (2024). *Young Learners' Motivation, Self-Regulation and Performance in Personalised Learning. Computers & Education*, 105208.
- Khin, S., & Ho, T. C. F. (2019). *Digital Technology, Digital Capability and Organizational Performance: A Mediating Role of Digital Innovation. International Journal of Innovation Science*, 11(2), 177–195. <https://doi.org/10.1108/IJIS-08-2018-0083>.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2003a). *Antecedents of Consumer Trust in B-to-C Electronic Commerce, Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems*, pp. 157-167.
- Kochelek, K. (2020). *Why Healthcare Kiosks Are Essential in the Changing Medical Landscape*. Frank Mayer. URL: <https://www.frankmayer.com/blog/why-healthcare-kiosks-are-essential-in-the-changing-medical-landscape/>
- Komparasi *Brand*. (n.d.). [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=3&id\\_kategori=6&id\\_subkategori=157](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=3&id_kategori=6&id_subkategori=157)
- Kota, T. P., & Kusumastuti, S. Y. (2022). Analisis Pengaruh Minat Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276-288.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kumalasari, E. R. (2024). Peran gender dalam memoderasi pengaruh keamanan terhadap minat generasi milenial menggunakan e-money di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(3), 245-255.
- Kurniawan, S. D., Widiastuti, R. Y., Hermanto, D. M. C., Mukhlis, I. R., Pipin, S. J., Surianto, D. F., ... & Judijanto, L. (2024). *Big Data: Mengenal Big Data & Implementasinya Di Berbagai Bidang*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

- Kurniawati, R. (2018). Pengaruh Ketelitian dan Kecepatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan AHASS Galur Honda Motor. ePrints Universitas Negeri Yogyakarta, 204.  
[https://eprints.uny.ac.id/65735/1/39.%20SKRIPSI\\_RIRIN%20KURNIAWATI\\_11402241039.pdf](https://eprints.uny.ac.id/65735/1/39.%20SKRIPSI_RIRIN%20KURNIAWATI_11402241039.pdf)
- Kurniawati, Stefanny Mega (2022). Pengaruh *Hedonic Motivation* dan Habit dengan Gender sebagai Moderasi terhadap Minat Penggunaan Aplikasi *Fintech*. *Undergraduate Thesis*, STIE Malangkucecwara.
- Kusnuwardani, K. C. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Transaksi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Online di Tokopedia. *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Kusuma, E. R. (2024). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan *Self-Service Technology* (SST) Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen McDonald's Yogyakarta (*Doctoral dissertation*, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Kusuma, Khairul Dewi. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada UD. Suro Menggolo di Pisangan Lama 1. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Lase, A. Y. S. (2024). Personalisasi dan Motivasi Hedonis dalam Menciptakan Pengalaman Pelanggan dan Loyalitas dalam Ritel Omnichannel pada Gen Y di Kota Medan.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online *Customer Review* Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154.
- Maftukhin, M. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bandeng Juwana Erlina Semarang.
- Mahardika, Putra.2017.” Pengukuran Tingkat Penerimaan System E-Ticket Di Taman Margasatwa Ragunan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)” Sekripsi, UIN Syarif Hidayatullah.

- Malohing, M. C., Milwan, M., & Wibowo, S. (2022). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Pegawai Kantor Kecamatan Malinau Barat Kabupaten Malinau. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, 8(3), 813-822.
- Mardhiyah, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* di Kalangan Generasi Milenial. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(2), 47-57.
- Margaretha, F. (2015). Dampak *Electronic Banking* Terhadap Kinerja Perbankan Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, Vol.19(3).
- Masida, D., & Fauzi, A. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Daya Tarik Iklan, dan *User Friendly* pada Aplikasi Dompot Digital terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(3), 18-23.
- Matarazzo, M., Penco, L., Profumo, G., & Quaglia, R. (2021). *Digital Transformation and Customer Value Creation in Made in Italy SMEs: A Dynamic Capabilities Perspective*. *Journal of Business Research*, 123, 642-656.
- Mauludiyahwati, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen [www.lazada.co.id](http://www.lazada.co.id)). Skripsi, Fakultas Ekonomi.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust*. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Mayhew, D. J. (1999). *General Principles of UI Design*. USA: Elsevier Science.
- Mazumder, F., & Das, U. (2014). *Usability Guidelines for Usable User interface*. *International Journal of Research in Engineering and Technology*, 3(9), 79-82.
- McDonald's Indonesia. (n.d.). McDonald's Indonesia Menangkan Digital Popular Brand Award 2023. <https://www.mcdonalds.co.id/whats-on/mcdonalds-indonesia-menangkan-digital-popular-brand-award-2023>
- Mentari, A. D. (2018). Pengaruh Kesadaran, Kecepatan Transaksi, Keamanan, Manfaat Yang Dirasakan Dengan Mediasi Persepsi Kemudahan Penggunaan

- Terhadap Adopsi *M-Banking* BRI Makassar Raya. *Perbanas Journal Of Business And Banking*, 8(1), 522005.
- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2000). *Self-Service Technologies: Understanding Customer Satisfaction With Technology-Based Service Encounters*. *Journal Of Marketing*, 64(3), 50-64.
- Mia, Luluk Villa (2024) Pengaruh Personalisasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di PT Inovasi Kemasan Digital Indonesia (Studi kasus pada PT Inovasi Kemasan Digital Indonesia). Undergraduate thesis, STIE Malangkececwara.
- Millanti, Deby (2020). Pengaruh Usia Produktif Guru Terhadap Semangat dan Disiplin Mengajar di SD Negeri 18 Kota Bengkulu. *Diploma thesis*, IAIN Bengkulu.
- Moh Azus Shony Azar, A. E. (2020). Pengaruh Kecepatan Layanan dan Keramahan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Kopi Lamongan. *Jurnal Humanis*, 12(2), 113–125.
- Molinillo-Jiménez, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R., & Liébana Cabanillas, F. (2021). *Social Commerce Website Design, Perceived Value and Loyalty Behavior Intentions: The Moderating Roles of Gender, Age and Frequency of Use*.
- Muhammad, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Digital Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Utama Banjarmasin. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 99-106.
- Muhyiddin, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kecepatan Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z Dalam Menggunakan *Mobile Banking Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta* (*Doctoral dissertation*, IAIN Ponorogo).
- Munief, S. (2020). Pengaruh Kecepatan Pelayanan, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal (*Doctoral Dissertation*, Universitas Pancasakti Tegal).

- Murti, S. K., & Sujarwo, A. (2021). Membangun Antarmuka Pengguna Menggunakan ReactJS untuk Modul Manajemen Pengguna. *AUTOMATA*, 2(2).
- Nagur, R. H. (2023). Faktor Determinan Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Perilaku Pembelian (*Doctoral dissertation*, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Nainggolan, L. P. S. I., Abdullah, M. A. F., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan *GoTransit* (Studi Kasus Stasiun Tanah Abang). *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 1(5), 21-30.
- Nasron dan Tri Bodro Astuti. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja (Studi pada Karyawan Bagian Produksi PT Mazuvo Indo), (Jurnal: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala, 2011), h.4.
- Nasution, M. N., 2015. Manajemen Mutu Terpadu. Ketiga ed. Ciawi - Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasution, U. B., Yuliasih, M., Judijanto, L., Putra, S. D., Stj, R. C. M. A., & Setiyono, K. (2024). *Bisnis Kuliner: Teori dan Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Academic Press.
- Nielsen, J. (1994). *Usability Engineering. First Edition*, California: Morgan Kaufmann.
- Nielsen, J. (2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. Alertbox. <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>
- Nikijuluw, G. M. E., Rorong, A. J., & Londa, V. (2020). Perilaku Masyarakat di Era Digital (Studi di Desa Watutumou III Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara). *Jurnal Administrasi Publik*, 6(92).
- Nisa, Albi Fahrotun (2020) Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Donatur (Studi Pada Donatur Rutin Yatim Mandiri Cabang Kediri). *Undergraduate (S1) thesis*, IAIN Kediri.

- Norman, I. (Ed.). (2013). *The Art and Science of Mental Health Nursing: Principles and Practice*. McGraw-Hill Education (UK).
- Nouvanty, V. (2021). Pengembangan *User interface* CRM Jatim Prioritas di Bank Jatim Kantor Pusat.
- Noviarini, D., Usman, O., & Yamani, A. (2024). Smart Herbs IoT. *Semarak International Journal of Applied Sciences and Engineering Technology*, 3(1), 1-6.
- Nugraha, I. F. S., *et al.* (2017). Perancangan Antarmuka Sistem Pakar Penyakit Padi Berbasis Web. *Journal of Agricultural Information Systems*, 7(2), 143.
- Nugroho, J. Setiadi. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Kencana, Jakarta.
- Nurannisa, R. D. W. I. (2020). Pengaruh Skill , Knowledge Dan Attitude Terhadap Kinerja Pegawai Pada Bni Syariah.
- Nurlan, F., & Asnidar. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cv. Pilar Nusantara.
- Nurmajidah, Riska (2020). Pengaruh Jam Kerja, Upah dan Usia Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PTPN V Sei Buatan Kecamatan Dayun Kabupaten Siak. Other thesis, Universitas Islam Riau.
- Octaviany, Mia. (2019). Pengaruh *Service Performance* dan *E-Commerce Strategy* Terhadap Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada PT. Dusdan Dotcom Indonesia. Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.
- Oentoro, W. (2021). *Mobile Payment Adoption Process: A Serial of Multiple Mediation and Moderation Analysis*. *The Bottom Line*, 34(3/4), 225-244. <https://doi.org/10.1108/BL-09-2020-0059>
- Ozturk, A. B., Bilgihan, A., Nusair, K., & Okumus, F. (2016). *What Keeps the Mobile Hotel Booking Users Loyal? Investigating the Roles of Self-Efficacy, Compatibility, Perceived Ease of Use, and Perceived Convenience*. *International Journal of Information Management*, 36(6), 1350-1359.
- Palupi, N. K., Yanzi, H., & Pitoewas, B. (2015). Pengaruh Faktor Usia Terhadap Minat Dan Kemampuan Guru PPKN Dalam Penggunaan TIK (*Doctoral dissertation, Lampung University*).

- Pambudi, R., & Arini, F. Y. (2018). Analisis dan Pengukuran Tingkat Ketergunaan (Usability) Penggunaan Website *E-learning* di Jurusan Ilmu Komputer Universitas Negeri Semarang. *Techno. Com*, 171-178.
- Pangestu, N. A. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kecepatan dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Genbi Purwokerto dalam Bertransaksi Menggunakan Qris.
- Pasi, L. N. K., & Sudaryanto, B. (2021). Analisis Pengaruh Online *Customer Reviews* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4). <https://doi.org/10.31933/jom.104>
- Pasolong, Harbani. (2012). Metode Penelitian Administrasi Publik. Alfabeta. Bandung.
- Perubahan Perilaku Konsumen FMCG – Apa Penyebabnya? (2023, October 17). *gits.id*. Retrieved October 1, 2024, from <https://gits.id/blog/penyebab-perubahan-perilaku-konsumen-fmcg/>
- Pinem, A. K., Kanner, Z., & Sitinjak, F. R. M. (2024). Evaluasi Pengalaman Pengguna dan Usabilitas pada Aplikasi CapCut dengan Metode UEQ-SF dan SUS. Disertasi, Universitas Mikroskil.
- Pirhonen, J., Lolich, L., Tuominen, K., Jolanki, O., & Timonen, V. (2020). “*These Devices Have Not Been Made for Older People's Needs*” – Older Adults' Perceptions of Digital Technologies in Finland and Ireland. *Technology in Society*, 62, 101287.
- Prain, V., Blake, D., Deed, C., Edwards, M., Emery, S., Farrelly, C., ... & Zitzlaff, T. (2018). *A Framework to Support Personalising Prescribed School Curricula*. *British Educational Research Journal*, 44(6), 1101-1119.
- Pralytha, S. Y., Sidanti, H., & Setiawan, H. (2023, September). Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).

- Pratama, Yoga and Herieningsih, Sri Widowati (2020) Hubungan Terpaan Berita COVID-19 di Televisi dan Tingkat Pendidikan dengan Tingkat Kecemasan Masyarakat dalam Menghadapi Pandemi COVID-19 /48/KOM/2020. Undergraduate thesis, Faculty of Social and Political Science
- Pratiwi, N. P. D., Sanjaya, I. B., & Adiningrat, G. P. (2024). Analisis Kecepatan dan Keandalan Pelayanan Jasa Perawatan dan Perbaikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Unit Penunjang Akademik Perawatan dan Perbaikan Politeknik Negeri Bali. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(9), 3512-3524.
- Prawira, A. E. (2017). Efek Moderasi Usia, Tingkat Pendidikan, Serta Jenis Kelamin pada DeLone & McLean Information System Success Model (Studi Kasus Ojek Online Berbasis Aplikasi di Indonesia) (*Doctoral dissertation*, Universitas Gadjah Mada).
- Prawirosentono, S. (2008). Manajemen Sumber Daya Manusia Kebijakan Kinerja Karyawan Kiat Membangun Organisasi Kompetitif Era Perdagangan Bebas Dunia Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Prihandini, R. M., Rizki, H. A., & Setiawani, S. (2023). Analisis Teori Antrian dalam Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 di Puskesmas *Tapen. Limits: Journal of Mathematics and Its Applications*, 20(2), 179-190.
- Prihatiningrum, A. A., & Zuraidah, E. (2022). Analisa Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile Banking* pada Nasabah BJB Cabang Tangerang Menggunakan Metode SERVQUAL. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(4), 367-373.
- Priyandini, S. R. P. A. (2024, July). Evaluasi Aksesibilitas UI Berdasarkan UX pada Web Sistem Informasi Manajemen Universitas PGRI Madiun: Studi Survei Deskriptif. In Prosiding SENDIKO (Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Masyarakat Bidang Ilmu Komputer) (Vol. 3).
- Purnomo, S. (2022). Pengaruh Kualitas *E-Service* Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Penjualan Online *Repurchase In* Lazada

- Indonesia Di Kota Semarang. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 616-620.
- Purwaningrum, Sari (2021). Analisis Penerapan Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) terhadap Perilaku Penggunaan Sistem Keuangan Desa dengan Gender sebagai Variabel Moderasi. *Undergraduate Thesis*, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Puti, Melisa Eka (2023) Peran Pemulihan Layanan dan Keamanan Transaksi Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada E-Commerce (Survei Pada Pelanggan Shopee dan Tokopedia di Jawa Tengah). *Undergraduate thesis*, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Rahardja, U., Aini, Q., Oganda, F. P., & Devana, V. T. (2021). *Secure Framework Based on Blockchain for E-Learning During COVID-19*. In *2021 9th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)*, 1–7.
- Rahmadana, Muhammad Fitri, dkk. (2020). Pelayanan Publik, *Elementary Education in India: Progress Towards UEE*, DISE 2010 - 11. Available at: <http%3A%2F%2Fwww.dise.in%2Fdownloads%2Fpublications%2Fpublications%25202010-11%2Fflash%2520statistics-2010-11.pdf>
- Rahmawati, F. D., Pramana, E., & Junaedi, H. (2024). Adopsi Gamifikasi Pada *Mobile Learning Menggunakan Extended Technology Acceptance Model (TAM)*. *Teknika*, 13(2), 244-253.
- Rainer, P. (2023, November 7). Saling Salip, Inilah 10 Restoran Terlaris di Indonesia. GoodStats. <https://goodstats.id/article/saling-salip-inilah-10-restoran-terlaris-di-indonesia-7pWkM>
- Raisza, R. M. (2023). Pelayanan QR-Code dalam Penerbitan Kartu Keluarga oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah (*Doctoral dissertation*, IPDN).
- Ramadani, R. (2021). Responsivitas Penyelenggaraan Pelayanan Publik di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bone. *Jurnal Administrasi Publik*, 17(2), 249-265.

- Ramadhani, F., & Yuniarti, R. (2021). "Impact of product personalization on customer satisfaction and loyalty." *Journal of Consumer Behavior*, 14(3), 111-123.
- Raman, Arasu dan Viswanathan, A. (2011). *Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*, hal. 54-60.
- Redaksi. (2023, January 10). Kemenkominfo Rilis 10 Daerah Paling Melek Digital, Kaltim Ranking Empat Nasional. Nusantara+. <https://nusantaraplus.id/ekonomi/kemenkominfo-rilis-10-daerah-paling-melek-digital-kaltim-ranking-empat-nasional>
- Restaurant Chains Brand Awareness KPI Ranking U.S. 2023* | Statista. (2024, January 15). Statista. <https://www.statista.com/statistics/1343374/most-well-known-restaurant-chains-in-the-united-states/>
- Risnandar, R. (2022). Uji Model Keberlangsungan dan Status Keberhasilan Kelompok Usaha Bersama Sebagai Bahan Evaluasi Program. *Jurnal Ekomaks Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 11(2), 176–185.
- Rochmawati, I. (2019). Analisis *User interface* Situs Web *iwearup.com*. *Com. Visualita*, 7(2), 31-44.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80.
- Rojuaniah, R., Savira, K. P., Syah, T. Y. R., Havidz, I. L. H., & Winanta, T. T. (2024). Kualitas Pelayanan, Pengalaman, Kepuasan, dan Perilaku Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 329-336.
- Rokim, F. (2018). Pengaruh Kemampuan Dan Tanggung Jawab Karyawan Terhadap Kecepatan Layanan Pada PT. Rekso Nasional Food (McDonald's) Gresik Kota Baru. *ePrints Universitas Muhammadiyah Gresik*, 12. <http://eprints.umg.ac.id/2216/3/BAB%20II.pdf>

- Romadhanti, F. I., & Aknuranda, I. (2020). Evaluasi dan Perbaikan Desain Antarmuka Pengguna Sistem Informasi Musyawarah Masjid Menggunakan *Goal-Directed Design* (GDD) (Studi Kasus: Masjid Ibnu Sina Jl. Veteran Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 4(10), 3313-3321.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). *Not So Different After All: A Cross-Discipline View of Trust*. *Journal of Academy of Management Review*, 23(3), 393-404.
- Rukmana, J. B. (2021). Penerapan Metode *User Centered Design* (UCD) dalam Perbaikan Antarmuka Website Sistem Informasi Sempoa Sip Yogyakarta (*Doctoral Dissertation*, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Sabila, E., Sintawati, E., & Rahayu, S. E. P. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Batik Tulis “Tanjung Bumi” Di Galeri Tresna Art Bangkalan. *Jurnal Inovasi Teknologi dan Edukasi Teknik*, 1(1), 64-70.
- Sadr, M. B., & Madiawati, N. (2023). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Content Marketing Terhadap Purchase Intention yang Dipengaruhi oleh Brand Image pada Instagram McDonald's Indonesia. *The Effect of Electronic Word of Mouth and Content Marketing on Purchase Intention Influenced by Brand Image of McDonald's Indonesia's Instagram* (Vol. 10, Issue 1).
- Safitri, S. A., Usman, O., & Musyaffi, A. M. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Self Ordering Kiosk* Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Pada Pelanggan Restoran Cepat Saji). *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 456-478.
- Saleh, Fernanda Rizky Rusdian (2023). Pengaruh Usia dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada CV. Maju Lestari Abadi Surabaya. *Undergraduate thesis*, Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Samara, A., & Susanti, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Penggunaan Aplikasi Dompet Digital (*E-Wallet*) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249-260.

- Sanusi, F., & Siaputra, H. (2022). Pengaruh Penggunaan *Self Ordering Kiosk* Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Konsumen Di McDonald's Pada Era New Normal. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 10(1).
- Sari, Ika. (2019). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna *E-Money Flazz* BCA di Bank BCA Syariah Semarang). Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.
- Sari, N. E., & Oswari, T. (2020). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian pada Toko Online Tokopedia. *Creative Research Management Journal*, 3(2), 34-46.
- Sarstedt, M., *et al.* (2020). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 45–56.
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, B. B. A. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (Studi Kasus pada Konsumen yang Menggunakan *Metland Card*).
- Self-Service Kiosk Market Size, Share & Trends Analysis Report by Offering (Hardware, Software), by Vertical (Banking, Financial Service, & Insurance, Retail, Entertainment), by Location (Outdoor & Indoor), by Region, and Segment Forecasts, 2022 - 2028.* (n.d.). <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/self-service-kiosk-market-report>
- Self-Service Technology Market Report by Product (ATMs, Kiosks, Vending Machines), End User (Retail, BFSI, Hospitality, Healthcare, Manufacturing, Education) - Global Industry Demand Forecast to 2030.* (n.d.). *Prescient & Strategic Intelligence*. <https://www.psmarketresearch.com/market-analysis/self-service-technology-market>

- Self-Service Technology Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product Type (ATM, Kiosks, Vending Machines), By Application (Retail, QSR, Banking, Healthcare), By Region, And Segment Forecasts, 2023 - 2030.* (n.d.). <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/self-service-technology-market#:~:text=The%20global%20self%2Dservice%20technology,13.8%25%20over%20the%20forecast%20period>
- Sepnandito, P. D. (2024). Pengaruh Fitur *Spotify Social* Dan Pemasaran Personalisasi Terhadap Loyalitas Pelanggan *Spotify* Dimediasi Dengan Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Young Entrepreneurs*, 3(2).
- Septiani, S., & Seviawani, P. (2024). Penggunaan *Big Data* untuk Personalisasi Layanan dalam Bisnis *E-Commerce*. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(1), 51-57.
- Setiadji, A. A., Bintari, S., Kurniawan, E. N., & Rachman, T. (2024). Pengaruh *Marketing 4.0* Dengan Mediasi *Customer Journey* yang Dimoderasi oleh *User interface* Terhadap *Customer Loyalty*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1455-1468.
- Setiawan, E. (n.d.). Arti Kata Cepat - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. <https://www.kbbi.web.id/cepat.html>
- Setiyono, Y. R., Himawan, D. T., & Putmafiyoska, F. C. (n.d.). Analisis Teori Antrian Model *Multi Channel Single Phase* dalam Optimasi Layanan Kasir Toserba pada *Himaset Department Store*.
- Shafwana, N., Hakim, J. F., Idi, A. M., & Rakhmawati, N. A. Analisis Persepsi Mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember Terkait Pelanggaran Privasi Pengguna Dalam Personalisasi Iklan.
- Shanti, H. D. (2021, October 21). Kominfo sebut penggunaan digitalisasi pada lansia masih rendah. *Antara News*. <https://www.antaraneews.com/berita/2472969/kominfo-sebut-penggunaan-digitalisasi-pada-lansia-masih-rendah>

- Sharp, H., Rogers, Y., & Preece, J. (2002). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*. John Wiley & Sons, Inc.  
<https://doi.org/10.1162/leon.2005.38.5.401>
- Sidebang, Kristina Natalia (2019) Pengaruh Gaji, Masa Kerja, dan Usia Terhadap Produktivitas Karyawan pada PT. Sanbe Farma Divisi Jawa Barat. Other thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- Sindiah, S., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Facebook. *eCo-Buss*, 6(1), 42-52.
- Singh, J., & Sirdeshmukh, D. (2000). *Agency and Trust Mechanisms in Consumer Satisfaction and Loyalty Judgements*. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 28(1), 150-167.
- Sitinjak, T. M. M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).
- Sitorus, M. (2016). Pengaruh *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan *Tangibles* Terhadap Kualitas Pelayanan Publik (Studi Kasus Kantor Pelayanan Terpadu Kota Dumai).  
<https://core.ac.uk/download/pdf/297928469.pdf>, 1–15.
- Sjödén, D., Parida, V., & Kohtamäki, M. (2023). *Artificial Intelligence Enabling Circular Business Model Innovation in Digital Servitization: Conceptualizing Dynamic Capabilities, AI Capacities, Business Models and Effects*. *Technological Forecasting and Social Change*, 197, 122903.
- Skare, M., de Obesso, M. D. L. M., & Ribeiro-Navarrete, S. (2023). *Digital Transformation and European Small and Medium Enterprises (SMEs): A Comparative Study Using Digital Economy and Society Index Data*. *International Journal of Information Management*, 68, 102594.
- Smeltzer, L. R. (1997). *The Meaning and Origin of Trust in Buyer-Supplier Relationship*. *International Journal of Purchasing And Materials*.
- Sopiah, E. M. S. (2013). *Perilaku Konsumen*. ANDI. Yogyakarta.

- Sriwisathiyakun, K., & Dhamanitayakul, C. (2022). *Enhancing Digital Literacy with an Intelligent Conversational Agent for Senior Citizens in Thailand. Education and Information Technologies*, 27(5), 6251-6271.
- Styawati, A. L., & Roni, M. (2023). Pengaruh *Brand Image* dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 7648-7656.
- Subagja, I. K., & Hakim, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Grand Candi Semarang. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(3).
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital Dalam *Perspektif Society 5.0 (Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective)*. *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 22(2), 175-191.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D (87th Ed.)*. Cv. Alfabeta: Bandung.
- Sunarmintyastuti, L., Prabowo, H. A., Sandiar, L., Suprpto, H. A., Manurung, L., & Iramdan, I. (2021). Pengaruh Pelayanan Daring Dan Ketepatan Waktu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan BPRS AL Salaam Cilengsi Bogor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(7), 425-428.
- Sundari, Harfina Dwi and Priyanto, Priyanto (2019) Penerapan Model UTAUT (Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology) untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Sistem Bimbingan Tugas Akhir (SIBIMTA) di Universitas Negeri Yogyakarta. S2 thesis, Program Pascasarjana.
- Suryani, D., Ermansyah, E., & Alsukri, S. (2021). Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* Dan *Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *IJBEM: Indonesian Journal Of Business Economics And Management*, 1(1), 11-19.
- Suryani, S., & Koranti, K. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna *E-Commerce*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 183-198.

- Susanti, & Saumi. (2022). "Analisis Regresi Linear Berganda untuk Mengetahui Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 65-80.
- Susianto, I., Chandra, C., & Fachira, F. (2015). *The Influence of Self Service Technology (SST) Toward Customer Satisfaction. Journal of Business Management*, 4(6), 728-742.
- Sutanto, S., Ghozali, I., & Handayani, R. S. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD) dalam *Perspektif the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)* di Kabupaten Semarang. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 15(1), 37-68. <https://doi.org/10.14710/jaa.15.1.37-68>
- Sutanto, W. D. R., & Isrofa, L. (2023). Pengaruh Personalisasi dan Promosi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Belanja Bahan Makanan Online: Studi Pada Alfamart. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 1-9.
- Suteja, B. R., & Harjoko, A. (2008). *User interface Design for E-Learning System*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI).
- Sutisna, M., & Sarah, I. S. (2022). Analisis Keputusan Pembelian BTS Meal: Tinjauan Pemilihan Produk, Merek, Penyalur, Kuantitas Pembelian, Waktu Pembelian, Dan Metode Pembayaran. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(1), 47-59.
- Suwatno, & Priansa, D. J. (2011). *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Swan, J. E., Bowers, M. R., & Richardson, L. D. (1999). *Customer Trust in the Salesperson: An Integrative Review and Meta-Analysis of the Empirical Literature. Journal of Business Research*, 44, 93-107.
- Syahputra, Muhamad Amirlulah. (2021). Pengaruh Kegunaan, Informasi, Layanan Interaksi, User Interface Dan User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Website Detik.Com Metode Webqual 4.0, User Experience Questionnaire (Ueq) Dan Eight Golden Rules. *JISICOM (Journal of Information System*,

- Informatics and Computing), [S.l.], v. 5, n. 2, p. 274-293, dec. 2021. ISSN 2597-3673.
- Talukder, M. S., Sorwar, G., Bao, Y., Ahmed, J. U., & Palash, M. A. S. (2020). *Predicting Antecedents of Wearable Healthcare Technology Acceptance by Elderly: A Combined SEM-Neural Network Approach. Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119793.
- Tama, S. S., Pratama, A., & Faroqi, A. (2023). Pengaruh Desain Antarmuka Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Fun Murojaah Menggunakan *End-User Computing Satisfaction*. KLIK: Kajian Ilmiah Informatika Dan Komputer, 4(3), 1767-1776.
- Tan, C. W., Benbasat, I., & Cenfetelli, R. T. (2016). *An Exploratory Study of the Formation and Impact of Electronic Service Failures. MIS Quarterly: Management Information Systems*, 40(1), 1–29.
- Tan, T. F., & Netessine, S. (2020). *At Your Service on the Table: Impact of Tabletop Technology on Restaurant Performance. Management Science*, 66(10), 4496-4515.
- Teviningrum, S., & Urfa, F. (2021). Analisis Pengaruh *Self Service Technology* Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran: Studi Kasus Di McDonald's TB Simatupang, Jakarta. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 11-22.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, 2016. *Service Quality and Satisfaction*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi, 7 maret 2020
- Tjiptono, Fandy, (2005). Pemasaran Jasa, indikator kepuasan pelanggan. Malang: Bayumedia Publishing. 7 maret 2020
- Tjiptono, Fandy. 2007. Kualitas pelayanan Edisi Kedua. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi Offset 1 maret 2020
- Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap | Top Brand Award*. (n.d.). [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_year=2024&type=brand&tbi\\_find=MC%20Donalds](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2024&type=brand&tbi_find=MC%20Donalds)
- Topic: Restaurants in the U.S.* (2024, August 26). Statista. <https://www.statista.com/topics/1135/us-restaurants/#topicOverview>

- Trisnasari, P. (2022). Analisis Pengaruh *Self Service Technology* terhadap Kepuasan Pelanggan pada McDonald's (Studi Kasus McDonald's di Cilegon). *Repository Universitas Gundarma*, 76. <https://library.gunadarma.ac.id/repository/analisis-pengaruh-self-service-technology-terhadap-kepuasan-pelanggan-pada-mcdonalds-studi-kasus-mcdonalds-di-cilegon-ssm>
- Tua, Cevine Nicolast Romauli. (2022). Pengaruh Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembeli *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa STIE Indonesia Jakarta Pengguna Shopee). Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- V. V. Martynov, D. N. Shavaleeva, A. A. Zaytseva, *Information Technology as the Basis for Transformation into a Digital Society and Industry 5.0*, in: 2019 *Int Con Qual Manag*.
- Vakulenko, Y., Oghazi, P., & Hellström, D. (2019). *Innovative Framework for Self-Service Kiosks: Integrating Customer Value Knowledge*. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(4), 262-268.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. *Management Science*. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). *Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda*. *Journal of Business Research*, 122, 889-901.
- Vokasistiami. (2024, April 30). Menghadapi Perubahan Perilaku Konsumen di Era Digital – VOKASI. <https://vokasi.stiami.ac.id/menghadapi-perubahan-perilaku-konsumen-di-era-digital/>
- Wahyuni, A. S., & Dewi, A. O. (2019). Persepsi Pemustaka Terhadap Desain Antarmuka Pengguna (*User interface*) Aplikasi Perpustakaan Digital “iJogja” Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(1), 21-30.
- Wahyuningrum, T. (2021). Buku Referensi Mengukur *Usability* Perangkat Lunak. *Deepublish*.

- Wahyuningrum, T., & Azhari, A. (2017). Tinjauan *Usability* dalam Evaluasi Produk Perangkat Lunak. In Prosiding SEMNAS INOTEK (Seminar Nasional Inovasi Teknologi) (Vol. 1, No. 1, pp. 337-346).
- Waluyaningtyas, D. P., & Laksana, D. H. (2023). Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Security*, dan *Trust* Terhadap *Intention to Use* Aplikasi Access by KAI (Survei pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(6), 9970-9981.
- Wang, S., Bolling, K., Mao, W., Reichstadt, J., Jeste, D., Kim, H. C., & Nebeker, C. (2019, April). *Technology to Support Aging in Place: Older Adults' Perspectives*. In *Healthcare* (Vol. 7, No. 2, p. 60). MDPI.
- Waty, E., Sulistiana, I., Siskawati, E., Judijanto, L., & Maghfur, I. (2023). Akuntansi Digital: Transformasi Pembukuan di Era Revolusi Industri 4.0 Menuju *Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Why Has the Customer Service at McDonald's Gotten So Bad?* (n.d.). Quora. <https://www.quora.com/Why-has-the-customer-service-at-McDonalds-gotten-so-bad>
- Wicaksono, A., & Maharani, A. (2020). *The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on the Technology Acceptance Model to Use Online Travel Agency*. *Journal of Business Management Review*, 1(5), 313–328. <https://doi.org/10.47153/jbmr15.502020>
- Wijaya, A. (2020). Implementasi Konsep *Self Service Technology* (SST) pada Model Bisnis Restoran.
- Windariani, N. M. A. S. (2023). Peran Antrian Online Dalam Memoderasi Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Organisasi Terhadap Kepuasan Pasien Peserta Jaminan Kesehatan Nasional Pada RSUP Prof. Dr. I Goesti Ngoerah Gde Ngoerah Denpasar (*Doctoral Dissertation*, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Wiwesa, N. R. (2021). Jurnal Sosial Humaniora Terapan: *User interface* Dan *User Experience* Untuk Mengelola. *J. Sos. Humanipra Terap*, 3(2), 17-31.
- Wood, Ivonne. 2009. Layanan Pelanggan : Cara Praktis, Murah, dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda, Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.

- Wulandari, O. A., Aufa, P. F., & Aziz, G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kegunaan Terhadap Kepuasan Dalam Membangun Loyalitas Pengguna Ovo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 1–9.
- Yaacob, S. A., Abdul Aziz, A., Ahmad, N. A., & Ismail, M. N. I. (2022). *Investigating The Usage Of Self Ordering Kiosk Towards Customer Behavior: A Case On McDonald's. Journal Of Tourism, Hospitality And Culinary Arts*, 14(1), 312-325.
- Yoeti. (2000). Pengantar Ilmu Pariwisata. Edisi Revisi. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Yoga, Felix Julian. (2020). Perancangan UI/UX pada Aplikasi "Ngopi Heula". *Bachelor Thesis*, Universitas Multimedia Nusantara.
- Yoon, C. (2023). *Technology Adoption and Jobs: The Effects of Self-Service Kiosks in Restaurants on Labor Outcomes. Technology in Society*, 74, 102336.
- Yulia Rozana. (2017). Pengaruh Keamanan Bertransaksi, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Secara Online di Situs *Ecommerce* Lazada, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Yuliana, S., & Mufti, R. (2022). "The role of personalization in online promotion and its effect on online purchase decisions." *Journal of Marketing Strategies*, 18(1), 76-89.
- Yusuf, M., Sutrisno, S., Putri, P. A. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2024). Prospek Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Profitabilitas dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: *Literature Review*. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 786-801.
- Zanker, M., Rook, L., & Jannach, D. (2019). *Measuring the Impact of Online Personalisation: Past, Present and Future. International Journal of Human-Computer Studies*, 131, 160-168.
- Zapletal, A., Wells, T., Russell, E., & Skinner, M. W. (2023). *On the Triple Exclusion of Older Adults During COVID-19: Technology, Digital Literacy and Social Isolation. Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100511.

Zhu, S., Dong, T., & Luo, X. (R.) (2021). *A Longitudinal Study of the Actual Value of Big Data and Analytics: The Role of Industry Environment*. *International Journal of Information Management*, Vol. 60, 102389. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102389>.