

DAFTAR PUSTAKA

- abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 8(3), 1006–1012.
- Agustin, E. G., Jember, U., Mulyono, E., & Jember, U. (2021). *Kepastian Hukum Pekerja Alih Daya Pada Program Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan*. 01(02), 136–156.
- Agustin, H., Hasan, H., Setiawan, R., & Indrastuti, S. (2023). Pengembangan Konsep Kualitas Layanan Bank Syariah Berdasarkan Perspektif Islam. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking And Finance*, Volume 6 N(November), 785–794.
- Aida, N. R. (2021). *Mengenal Apa Itu Jmo (Jamsostek Mobile), Aplikasi Baru Pengganti Bpjstku*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/14/083100565/mengenal-apa-itu-jmo-jamsostek-mobile-aplikasi-baru-pengganti-bpjstku>
- Ajayi, V. O. (2023). A Review On Primary Sources Of Data And Secondary Sources Of Data. *European Journal Of Education And Pedagogy*, 2(3), 1–7.
- Akbar, M. N. (2022). Implementasi Kaidah Al-Masyaqqah Tajlib At-Taisir Dalam Ibadah. *Jurnal Tinta*, 4(2), 27–38.
- Akmal, M., & Nurlaela, S. (2025). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention Pada Aplikasi Pesan Antar Makanan. *J-Ceki : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(1), 881–896. <https://ulilalbabinstitute.id/index.php/J-Ceki/Article/View/11959>
- Al-Debei, M. M., Dwivedi, Y. K., & Hujran, O. (2022). Why Would Telecom Customers Continue To Use Mobile Value-Added Service? *Journal Of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100242. <https://doi.org/10.1016/J.Jik.2022.100242>
- Amanda, F. Della, Puspaningrum, A., & Isharina, I. K. (2025). The Influence Of Perceived Value And Ease Of Use On Brand Loyalty : The Mediating Effect Of User Satisfaction 4427. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(6), 4427–4438. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V13i6.4045>
- Amri, A., & Yunita, N. (2023). Perhitungan Klaim Jaminan Hari Tua Pada Bpjs Dalam Perspektif Islam Akad Kafalah (Studi Nilai Manfaat Pada Karyawan Pt Ima Meukat Raya Kota Lhokseumawe). *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 35–48.
- Anisah, N., & Puspasari, R. (2024). Sistem Informasi Kuesioner Materi Pembelajaran Smp Swasta Generasi Bangsa Martabung Menggunakan Skala Likert. *Jurnal Rekayasa Sistem*, 2(2), 606–616.

- Anshory, M. I., Aziz, N., Faizi, A. A. Al, & Dewi, R. R. (2024). Studi Nuzulul Quran Dalam Kajian Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 185. *Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 5, 1112–1120.
- Apjii Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. (2024). <https://Apjii.Or.Id/Berita/D/Apjii-Jumlah-Pengguna-Internet-Indonesia-Tembus-221-Juta-Orang>
- Aprilia Putri, S., Farida, I., & Hamzah, A. (2025). Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Fitur Paylater Dan Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Konsumen Muslim Di Kabupaten Bone. *Journal Of Social Science Research*, 5, 1024–1040.
- Aprillia, M., & Suryani, S. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Melalui Online Shopping Habit Pada Tiket Bioskop Pengguna Aplikasi Tix-Id (Studi Kasus Pada Pengguna Tix-Id Di Kota Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 249–268.
- Asikin, D. D., & Alam, C. (2024). Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Jkn (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Mobile Jkn Di Kota Cimahi) The Influence Of E-Service Quality And Ease Of Use On User Satisfaction Of The Jkn Mobile Applicat. *Variable Reseacrh Journal*, 01(01), 223–246.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 26320–26332.
- Ayuni, Amanda, S. N. S., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Image Terhadap Continuance Usage Intention Platform Dana Dompot Digital Oleh Generasi Y Dan Z. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Xx(3), 196–211.
- Bahri, S., Lumbanraja, P., & Gusrini Rahmadani, V. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Digital (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi M-Paspor (Studi Kasus Kantor Imigrasi Medan). *Jurnal Manajemen Strategik Dan Simulasi Bisnis*, 6(2), 35–50. <https://doi.org/10.25077/Mssb.6.2.35-50.2025>
- Bashir, M. A., Morshed, M. G., Shakil, R. M., Ahmad, M. F., Begum, R., & Mitu, F. (2025). Impact Of Service Quality On E-Banking Customer Satisfaction : Mediating Effect Of Perceived Value. *Advances In Consumer Research Journal*, 2(5), 2459–2472.
- Chairina, R. R. L. (2021). The Effect Of Perceived Usefulness And Eerceived Ease Of Use On Perceived Value And Actual Usage Of Technology On The Online Service Of Pt. Garuda Indonesia Tbk. *Journal Of Research In Business And Management*, 9(4), 59–65. www.Questjournals.Org

- Chandra, K. T., & Tanaamah, A. R. (2025). Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Minat Investasi Fintech Dengan Persepsi Risiko Sebagai Faktor Moderasi. *Jurnal Teknologi Informasi*, 22(1), 61–72. <https://doi.org/10.24246/Aiti.V22i1.61-72>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*. *Mis Q*, 13(3), 319–340.
- Denopan, A. (2025). Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Adopsi Digital Payment Syariah. *Journal Of Innovative And Creativity*, 5(3), 27716–27724.
- Dsn-Mui. (2021). *Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 147/Dsn-Mui/Xii/2021 Tentang Penyelenggaraan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Berdasarkan Prinsip Syariah*. 021, 1–16.
- Fauzi, A. R., & Putri, M. E. (2024). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Pelanggan Aplikasi Uniqlo. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 6(2), 215–227.
- Febriani, E. R., & Prathama, A. (2022). Strategi Peningkatan Pelayanan Sistem Service Improvement Strategy System. *Jurnal Kebijakan Publik*, 13(4), 354–360.
- Ghozali, P. H. I., & Kusumadewi, D. K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi*.
- Hafidhuiddin, M. A., & Azizah, N. (2023). The Influence Of Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use , And Service Quality On Continuance Intention With Satisfaction As An Intervening Variable (Study Of Indrive Application Users In Surabaya). *International Journal Of Economics*, 2(2), 794–803. <https://doi.org/10.55299/Ijec.V2i2.717>
- Hair, J. F., Black, W. C., J.Babin, B., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*.
- Handayani, F., Nufus, S. M. Z., & Nafis, A. W. (2025). Optimalisasi Program Bpjs Ketenagakerjaan (Jht, Jp, Jkm, Jkk) Dalam Perspektif Maqashid Syariah Pada Kantor Cabang Jember. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(2), 98–103.
- Harahap, A. O., & Seri, E. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Sistem Byond Bsi Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 10(02), 470–480. <https://doi.org/10.37366/Jespb.V10i02.2957>
- Indonesia, U. (2021). *Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia*. 021.
- Irsyadi, M. L., & Slamet, J. Q. (2024). Analisis Istimbath Hukum Pada Fatwa Dsn-Mui No.147/Dsn-Mui/Xii/2021 Tentang Penyelenggaraan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Berdasarkan Prinsip Syariah. *Journal Of Fiqh In Contemporary*

- Financial Transactions*, 2(1), 70–87. <https://doi.org/10.61111/Jfct.V2i1.661>
- Iwandha, T. S., & Salya, A. M. (2024). *Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Retention Yang Dimediasi Oleh Customer Perceived Value Studi Pada Pengguna Grab Indonesia*. 4, 15200–15214.
- Kala, D., Chaubey, D. S., Meet, R. K., & Al-Adwan, A. S. (2024). Impact Of User Satisfaction With E-Government Services On Continuance Use Intention And Citizen Trust Using Tam-Issm Framework. *Interdisciplinary Journal Of Information, Knowledge, And Management*, 19, 1–22.
- Ketenagakerjaan, B. (2024). *Pengguna Aktif Aplikasi Jmo Tumbuh 10,2 Persen*. <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/berita/28940/pengguna-aktif-aplikasi-jmo-tumbuh-10,2-persen>
- Ketenagakerjaan, B. (2025). *Bpjs Ketenagakerjaan Catat Jumlah Peserta Aktif 39,7 Juta Orang Per April 2025*. <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/berita/29486/bpjs-ketenagakerjaan-catat-jumlah-peserta-aktif-39,7-juta-orang-per-april-2025>
- Khan, M. N., Gupta, N., Matharu, M., & Khan, M. F. (2023). *Sustainable E-Service Quality In Tourism : Drivers Evaluation Using Ahp-Topsis Technique*. 1–23.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*.
- Kusumo, M. H., & Rosyadi, I. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 50–67.
- Liu, Y., Shang, M., Jia, C., Lim, X., & Ye, Y. (2024). *Understanding Consumers ' Continuous-Use Intention Of Crowdsourcing Logistics Services : Empirical Evidence From China*. 10(November 2023). <https://doi.org/10.1016/J.Heliyon.2024.E29819>
- Londa, D. R., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). The Influence Of Perceived Credibility, Perceived Ease Of Use, And Perceived Usefulness Toward Customer Satisfaction In Using Bsgtouch. *Jurnal Emba*, 10(4), 934–945.
- Maulani, R. R., & Mudzakir, A. (2025). Implementasi Prinsip Al- ‘Adl Dan Masalahah Dalam Prosedur Pembayaran Klaim Jaminan Pensiun Berkala Menurut Perspektif Akuntansi Syari’ah (Penelitian Di Bpjs Ketenagakerjaan Kantor Cabang Sumedang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Islam*, 02(02), 25–46.
- Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Sanchez, R. A., & Cabanillas, F. L. (2020). Social Commerce Website Design , Perceived Value And Loyalty Behavior Intentions : The Moderating Roles Of Gender , Age And Frequency Of Use. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, November.

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102404>

- Nainggolan, H., & Dewantara, R. (2023). Dampak Promosi Online Serta Mutu Layanan Pengiriman Kepada Loyalitas Konsumen Terhadap Aplikasi Grab. *Journal Of Computer Science And Information Technology*, 1(1), 44–58.
- Nun, S. H., Moganadas, S. R., & Goh, M. L. (2025). The Path To E-Loyalty: Examining The Effects Of E-Service Quality And Customer Value On E-Satisfaction Among Malaysian University Students. *Journal Of Logistics, Informatics And Service Science*, 12(4), 1–17. <https://doi.org/10.33168/jliss.2025.0401>
- Nurjanah, Susilowati, F., & Prakosa, A. (2025). Pengaruh Perceived Value, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, E-Wom Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 9(1), 96–109. <https://doi.org/10.25273/capital.v9i1.20910>
- Ong, C., Day, M., & Hsu, W. (2009). The Measurement Of User Satisfaction With Question Answering Systems. *Information & Management*, 46(50), 397–403. <https://doi.org/10.1016/j.im.2009.07.004>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). A Multiple-Item Scale For Assessing Electronic Service Quality. *Journal Of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Parerung, D., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Variabel Mediasi Nilai Yang Dirasakan Pelanggan Aplikasi Ovo Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 195–200.
- Pradiya, N. P., Rudiana, & Nuryanto, Y. (2024). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Jamsostek Mobile (Jmo) Dalam Meningkatkan Pelayanan Bagi Peserta Jaminan Sosial Tenaga Kerja Di Kabupaten Bandung Tahun 2023. *Jurnal Dinamika Pemerintahan*, 7(2), 290–303.
- Pramayasti, L., & Herdinata, C. (2025). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap User Satisfaction Melalui Perceived Value Sebagai Variabel Intervening Pada Penggunaan Point-Of-Sales Bagi Pemilik Umkm Di Surabaya. *Inovasi Pembangunan-Jurnal Kelitbangan*, 13(3), 1–20.
- Purba, M., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Teknik Manajemen Bisnis*, Xii(1), 151–170.
- Putri, I. G. A. D. N., & Dewi, P. P. (2025). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mybca Dengan Kepercayaan

- Pengguna Sebagai Variabel Intervening. *Economic Reviews Journal*, 4(4), 2404–2417. <https://doi.org/10.56709/Mrj.V4i4.985>
- Rahayu, T. K. M., & Utamajaya, J. N. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kegunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip : Perspektif Tam. *Jurnal Teknik Informatika Unika St. Thomas*, 9(2), 247–252.
- Rahim, R., Ak, M. F., & Karina, N. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mobile Banking Bsi. *Konferensi Nasional Social & Engineering*, 3(2), 513–519.
- Ramadiansyah, R., Rokan, M. K., & Rahma, T. I. F. (2025). Peran Bpjs Ketenagakerjaan Dalam Melindungi Kesejahteraan Karyawan Industri Makanan Dan Minuman Di Kota Medan. *Journal Of Economics And Management Scienties*, 7(4), 644–653. <https://doi.org/10.37034/Jems.V7i4.202>
- Rizaldi, M., Mulyono, M., & Anam, C. (2025). Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Online Shopping Intention Dengan Perceived Value Sebagai Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(1), 224–236.
- Riztyawan, I. I., Surachman, & Rahayu, M. (2023). The Effect Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Continuance Intention With Mediation Of Perceived Value And Customer Satisfaction : Study On Netflix Application Users. *The International Journal Of Social Sciences World*, 5(1), 368–380.
- Ryzakti, H. R., Islam, U., Sunan, N., & Surabaya, A. (2025). *Jurnal Inovasi Manajemen Dan Kewirausahaan Peningkatan Efisiensi Layanan Bpjs Ketenagakerjaan Melalui Implementasi Jamsostek Mobile (Jmo) Cabang Jurnal Inovasi Manajemen Dan Kewirausahaan*. 6(4), 405–418.
- Sae-Tae, K., & Wang, Q. (2024). Satisfied But No Payment: The Impact Of Perceived Value On Continuance Intention And Purchase Intention In Music Streaming Services. *Telematics And Informatics Reports*, 16(800), 100179. <https://doi.org/10.1016/J.Teler.2024.100179>
- Safitri, B. A. D., & Azizah, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Enjoyment Terhadap Repeat Usage E-Wallet Gopay Melalui Trust Pada Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(2), 183–202.
- Setiawati, L. A. (2025). Optimisme Dalam A- Qur'an Tinjauan Psikologis Dalam Perspektif I'jāz Ṭibbī. *Journal Of Educational And Religious Perspectives*, 1(2), 55–62.
- Setyawan, A. A. (2023). The Effect Of E-Service Quality And Convenience Of Online Services On E- Customer Loyalty Through E-Customer Satisfaction On Livin By Mandiri Users. *South Asian Journal Of Social Studies And Economics*, 18(3), 50–58. <https://doi.org/10.9734/Sajsse/2023/V18i3660>

- Sevilmis, A., Ozdemir, I., Fernandez, J. G., & Zang, J. J. (2022). Examining The Relationships Among Perceived Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, And Behavioral Intention In Turkish Fitness Centers. *Physical Culture And Sport. Studies And Research*, 96, 40–54. <https://doi.org/10.2478/Pcssr-2022-0018>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer Perceived Value : The Development Of A Multiple Item Scale. *Journal Of Retailing*, 77, 203–220.
- Syamsuddin, Togatorop, A. L., Karubaba, O. C., Sholahuddin, M. Z., & Prasetya, T. B. (2024). The Influence Of Mobile Application User Experience, Service Quality, And Social Interaction On Customer Satisfaction Quantitative Research In The Online Service Industry. *International Journal Of Science And Sociaety*, 6(3), 83–98.
- Sylvantoni, S., Rachmadi, A., & Aryadita, H. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Pada Aplikasi Livin' By Mandiri. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(6), 1–9.
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *Agora*, 6(1), 1–10.
- Torres, J. A. S.-, & Aroyo, X. (2017). Building Brand Loyalty In E-Commerce Of Fashion Lingerie. *Journal Of Fashion Marketing And Management*, 21(1), 103–114.
- Uula, M. M., Rusydiana, A. S., & Siti Maysyaroh, S. M. (2025). Fiqh Contracts For Bpjs Ketenagakerjaan Syariah: A Conceptual Approach To Wakalah Bil Ujrah, Wakalah Bil Istithmar, And Tabarru'. *Jurnal Jamsostek*, 3(2), 133–151. <https://doi.org/10.61626/Jamsostek.V3i2.75>
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). *Technology Acceptance Model 3 And A Research Agenda On Interventions*. 39(2), 273–315.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). *A Model Of The Antecedents Of Perceived Ease Of Use: Development And Test*. 27(3), 451–481.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A Theoretical Extension Of The Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies*. 46(2), 186–204.
- Vicramaditya, P. B. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Grabbike. *Journal Of Business & Banking*, 10(2), 325–341. <https://doi.org/10.14414/Jbb.V10i2.2379>
- Wijaya, S. N., Japariato, E., & Tandijaya, T. N. B. (2024). Pengaruh Perceived Ease

Of Use Terhadap Behavior Intention To Use Dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening Pada Google Workspace For Education. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(April), 15–24.

Zahir, R., Lestari, T., & Kurniati. (2025). Telaah Hukum Islam Terhadap Asuransi Bpjs: Perspektif Maqasid Al-Shariah Dalam Pelayanan Kesehatan. *Jurnal Ilmu Hukum*, 1(2), 66–73. <https://doi.org/10.58540/Jih.V1i2.746>

Zahro, S., & Hadi, M. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Value Terhadap Online Repurchase Intention Pada Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Malang. *Jurna Aplikasi Bisnis*, 9(1), 1–7.

Zayyadi, A., & Masruroh, W. (2025). Takdir Dan Resiliensi: Analisis Tafsir Q.S Al-Insyirah Ayat 5-6 Dan Relevansinya Terhadap Pemulihan Trauma. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(2), 230–243.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions Of Price , Quality And Value : A Means-End Model And Synthesis Of Evidence. *Journal In Marketing*, 52, 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>