

DAFTAR PUSTAKA

- Albab, N. U. (2019). Analisis Pengaruh E-Satisfaction dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pada Aplikasi KAI Access Menggunakan Metode Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM) . 4.
- Alfarizi, D. C. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi KAI ACCES (Akses Kereta Api Indonesia). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3-9.
- Amalia, P. (2020). BAB II KAJIAN PUSTAKA. 18.
- Anggraini, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Iklan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Mobile Traveloka. 28-34.
- Anwar, M. C. (2023, Februari 13). *Cara Beli Tiket Kereta Api Offline atau Go Show Langsung di Stasiun*. Retrieved from kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2023/02/13/113726926/cara-beli-tiket-kereta-api-offline-atau-go-show-langsung-di-stasiun?page=all#:~:text=PT%20KAI%20hingga%20saat%20ini,ditentukan%20di%20stasiun%20keberangkatan%20penumpang.&text=Waktu%20penjualan%20langsung>
- Aprilita, R. (2020). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Tingkat Pengetahuan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Tiket Kereta Api Secara Online di KAI Access. 18-19.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 41.
- Azwar, S. (2018). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Chandra, M. D., & Zuliestiana, D. A. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Kereta di KAI Access. *e-Proceeding of Management*, 921-924.
- Elmiliasari, D. (2019). BAB II LANDASAN TEORI A. Pengertian Harga. 17.
- Ernando, V. N., & Albana, F. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Melalui Traveloka. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 30.
- Fachreza, A. F., & Widayanto. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan (Studi Pada Pelanggan PT Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1.
- Fajriani, F. N., & Trenggana, A. F. (2020). Pengaruh Perceived Value, E-Lifestyle, dan Promosi Online Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna KAI Access di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 68-71.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 149.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 32.
- Fikri, I. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Jasa Go-Food Pada Aplikasi GoJek (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Denga Program IBM SPSS 23 Edisi VIII*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Giovinda, F., Ridwan, H., & Pusporini. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket.com. *Prosiding BEIMA Business, Economic, and Accounting National Seminar*, 470.

- Handiny, S. A. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Tiket.Com Di Solo Raya (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta). 4.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi penelitian bisnis : salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Herawati, S., Saktiendi, E., & Raihanah, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI Access Terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 1391-1394.
- Hidayat, R., Azmi, W. I., Solehah, I., Pratama, K. R., Radinka, F., Pratiwi, A., & Putri, S. W. (2023). Analisis Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Tiket KAI. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1206.
- KAI, P. R. (2021, 11 30). *KAI Access Sediakan Layanan dan Informasi KAI Group dalam Satu Aplikasi*. Retrieved from kai.id: https://www.kai.id/information/full_news/5183-kai-access-sediakan-layanan-dan-informasi-kai-group-dalam-satu-aplikasi#:~:text=Aplikasi%20KAI%20Access%20merupakan%20aplikasi,telah%20memiliki%205.758.294%20user.
- KAI, P. R. (2022, Mei 24). *KAI Access Makin Diminati Saat Angkutan Lebaran*. Retrieved from kai.id: https://www.kai.id/information/full_news/5339-kai-access-makin-diminati-saat-angkutan-lebaran#:~:text=Tercatat%20pada%2020%20Mei%202022,yaitu%20sebanyak%206.564.940%20pengguna.
- kompas.com. (2020, 01 24). *Harga: Konsep, Tujuan, dan Metode Penetapannya*. Retrieved from kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/24/160000069/harga-konsep-tujuan-dan-metode-penetapannya?page=all>
- Kompas.com. (2022, 11 12). *Simak Cara Beli Tiket Kereta Api secara Online dan Offline*. Retrieved from kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2022/11/12/214001326/simak-cara-beli-tiket-kereta-api-secara-online-dan-offline?page=all>
- Larasati, A. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI ACCESS (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi KAI ACCESS di Semarang). 21.

- Lase, Y. K. (2023, Maret 12). *Alasan Masyarakat Indonesia Memilih Metode Belanja Online*. Retrieved from [data.goodstats.id: https://data.goodstats.id/statistic/yukilase/alasan-masyarakat-indonesia-memilih-metode-belanja-online-gIIUw](https://data.goodstats.id/statistic/yukilase/alasan-masyarakat-indonesia-memilih-metode-belanja-online-gIIUw)
- Latifah, & Nurmalasari. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Aplikasi E-commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Integra*, 61.
- Meiryani. (2021, Agustus 13). *Memahami Skala Likert Dalam Penelitian Ilmiah*. Retrieved from [binus.ac.id: https://accounting.binus.ac.id/2021/08/13/memahami-skala-likert-dalam-penelitian-ilmiah/#:~:text=Skala%20Likert%20adalah%20salah%20satu,terhadap%20sebuah%20fenomena%20yang%20terjadi](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/13/memahami-skala-likert-dalam-penelitian-ilmiah/#:~:text=Skala%20Likert%20adalah%20salah%20satu,terhadap%20sebuah%20fenomena%20yang%20terjadi).
- Mita, Pranatasari, F. D., & Kristia. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *INOBISS : Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 548.
- Muharram, F. R., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tiket.com di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3.
- Munalifah, Jariah, A., & Irwanto, J. (2021). Pengaruh Iklan, Harga dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Berbasis Online Pada Pengguna KAI Access di Kota Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 294-295.
- Munisa. (2017). Pengaruh Flash Sale dan Tagline Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin. 124.
- Naurah, N. (2022, Agustus 3). *Survei Goodstats: Kereta Api Jadi Transportasi Massal Paling Banyak Digemari Untuk Liburan*. Retrieved from [goodstats.id: https://goodstats.id/article/survei-goodstats-kai-jadi-transportasi-massal-paling-banyak-digemari-untuk-perjalanan-liburan-2022-vx11K](https://goodstats.id/article/survei-goodstats-kai-jadi-transportasi-massal-paling-banyak-digemari-untuk-perjalanan-liburan-2022-vx11K)
- Octavia, D. L. (2021). Analisis Persepsi Harga, Kepercayaan dan Promosi Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Tiket KA Kamandaka. 4.
- Populix. (2022, September). *Strategi Penetapan Harga: Pengertian, Jenis, & Cara Buatnya*. Retrieved from <https://info.populix.co/articles/strategi-penetapan-harga/>

- ppid.kai.id. (2020). *Survey Kepuasan Pelanggan Kereta Api Semester I Tahun 2020*. Retrieved from kai.id: https://ppid.kai.id/media/konten/111_laporan_survey_kepuasan_pelanggan_2020.pdf
- ppid.kai.id. (2021). *Survey Kepuasan Pelanggan Kereta Api Semester I Tahun 2021*. Retrieved from kai.id: https://ppid.kai.id/media/konten/111_survey_kepuasan_pelanggan_kai_semester_i_tahun_2021.pdf
- Pradana, R. S. (2023, Juli 8). *KAI Rombak Aplikasi KAI Access, Intip Fitur Unggulannya*. Retrieved from ekonomi.bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230708/98/1672969/kai-rombak-aplikasi-kai-access-intip-fitur-unggulannya>
- Pramudito, S. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas WIFI Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Angkringan Wedangan Jalan Sumatra Ponorogo. 78.
- Pratama, A. W., & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi KAI Access. *e-Proceeding of Management*, 5599.
- Purba, S. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Traveloka (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas HKBP NOMMENSEN Medan). *Jurnal AKMAMI Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*.
- Raharjo, S. (2021, Februari 19). *Tutorial Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser SPSS*. Retrieved from spssindonesia.com: <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-heteroskedastisitas-glejser-spss.html#:~:text=Adapun%20dasar%20pengambilan%20keputusan%20dalam,gejala%20heteroskedastisitas%20dalam%20model%20regresi>.
- Raharjo, S. (2021, Februari 19). *Uji Multikolinearitas dengan Melihat Nilai Tolerance dan VIF SPSS*. Retrieved from spssindonesia.com: <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolonieritas-dengan-melihat.html>
- Rahmadanni, M., Nuringwahyu, S., & Hardati, R. N. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online di Situs Traveloka.com. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 108.
- Rizaty, M. A. (2023, February 3). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. Retrieved from dataindonesia.id:

<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>

- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO. *Jurnal IMAGE*, 56.
- Rodiah, S., & 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*, 68.
- Salsabila, H. Z., Susanto, & Hutami, L. T. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 87.
- Santosa, S., & Wahyuni, D. U. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada KAI Access. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4.
- Saputra, K. R. (2019). Gaya Kepemimpinan, Pelembagaan Etika, Iklim Kerja Etis, dan Sikap Karyawan Terhadap Dilema Etika.
- Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.com di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat dan Kereta Api). *eJournal Administrasi Bisnis*, 474.
- Septiani, A. T., & Suhermin. (2022). Pengaruh Harga, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Shabilla, P. A., Listyorini, S., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Traveloka di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 605.
- Sukmawati, B. S., & Setiawati, C. I. (2021). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. *eProceedings of Management*, 3354.
- Traveloka. (2020, Januari 9). *6 Alasan Kamu Harus Beli Tiket Kereta Api di Traveloka*. Retrieved from traveloka.com: <https://m.traveloka.com/id-id/explore/activities/6-alasan-kamu-harus-beli-tiket-kereta-api-di-traveloka/15423>

- Unik, B. (2021, Juni 17). *Cara Menghitung Sampel Dengan Rumus Slovin*. Retrieved from kumparan.com: <https://kumparan.com/berita-unik/cara-menghitung-sampel-dengan-rumus-slovin-1vxCdpy5N/full>
- Widyaningtiyas, H. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Sistem Pembayaran, Persepsi Risiko, dan Kesadaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Pada Situs Traveloka (Studi kasus pada pengguna Traveloka di Kota Yogyakarta sebelum masa pandemi Covid-19). 2.
- Yastari, L. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Secara Online Pada Tiket.com. vi.
- Yunita, & Mulyani, S. (2021). Analisis Brand Image, Kepercayaan dan Promosi Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Tiket KA Joglosemarkerto. 6.

PEPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANING
YOGYAKARTA