

DAFTAR PUSTAKA

- Adyas, D., Ainurahmah, R., Program, D., Manajemen, S., Dewantara, S., Raya, J., & Bojong, P. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Indomaret Di Rest Area KM 35 Sentul Kabupaten Bogor, 13(2).
- Ahdiat, A. (2024). Penetrasi Internet Di Indonesia Menurut APJII. Diakses pada tanggal 17 Maret 2024 pukul 16.00 WIB, melalui website: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2024/02/01/Penetrasi-Internet-Di-Indonesia-Capai-79-Pada-2024>
- Annur, C. M. (2023). Jumlah Penumpang Kereta Di Indonesia Meningkat Pada September. Diakses pada tanggal 22 April 2024 pukul 16.00 WIB, melalui website: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2024/01/03/Penumpang-Kereta-Indonesia-Capai-32-Juta-Orang-Jelang-Penghujung-2023>
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.V1i01.2>
- Damayanti, R. W., & Handayani, M. (2023). Pengaruh *Live Streaming* Terhadap *Customer Churn* Pada Tiktok Shop: A *Stimulus-Organism-Response Framework*. *Strata Business Review*, 1(2), 222–230. <https://doi.org/10.59631/Sbr.V1i2.115>
- Davis, F. D. (2019). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Elkhani, N., & Bakri, A. B. (2012). *Review On “Expectancy Disconfirmation Theory” (Edt) Model In B2c E-Commerce*. *Journal Of Research And Innovation In Information Systems*.

- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. In *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1).
- Fauzi, A., Sarlo, K., Kenny, K., Hutagaol, J., & Samvara, M. A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda Pada PT. Hamsa Tour And Travel. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 278–391. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V2i2.112>
- Fiqri, F., Fuady, I., & Yusnita, T. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Yang Dirasa Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Tiket Kereta Api. *Jurnal Komunikatio*, 10(1), 22–29. <https://doi.org/10.30997/Jk.V10i1.8309>
- Fransiska, & Aquinia, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Gojek. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(1). <https://doi.org/10.51805/Jmbk.V4i1.109>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 26, *Tenth Edition*. Badan Penerbit Univeritas Dipenogoro.
- Google Playstore. (2024). *Aplikasi Pembelian Tiket Kereta Api Di Indonesia*.
- Google Playstore. (2024). Ulasan Pengguna Aplikasi *Access By KAI* Pada *Google Playstore 2024*.
- Gunawan, A., Wahyuni, N., & Sheka, V. N. (2021). Kualitas Pelayanan Aplikasi DANA Terhadap Kepuasan Konsumen *Quality Of “DANA” Application Services On Consumer Satisfaction*.

- Hair, J. F., Ringle, C. M., Gudergan, S. P., Fischer, A., Nitzl, C., & Menictas, C. (2019). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling-Based Discrete Choice Modeling: An Illustration In Modeling Retailer Choice. Business Research*, 12(1), 115–142. <https://doi.org/10.1007/s40685-018-0072-4>
- Hamami, N. (2023, July 8). *Soft Launching Access By KAI, KAI Tingkatkan Fitur Dan Layanan KAI Access*. Diakses pada tanggal 01 Mei 2024 pukul 22.00 WIB, melalui website: <https://Kereta.Republika.Co.Id/Posts/226967/Soft-Launching-Access-By-Kai-Kai-Tingkatkan-Fitur-Dan-Layanan-Kai-Access>
- Hasan, A. (2014). Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. *CAPS (Center For Academic Publishing Service)*.
- 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*, 1(6), 1391–1406. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i6.1436>
- Indriany, Y., Sintesa, N., & Darmawan, D. (2023). Analisis Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Online Travel Agent* (Traveloka, Tiket.Com, Agoda, Dan Pegi-Pegi). *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 431. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i2.659>
- Komala, R., & Selvi, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi *Online*. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 483–491.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran, *Twelfth Edition*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran, *Thirteenth Edition*. Erlangga.

- 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. <https://doi.org/10.56521/Manajemen-Dirgantara.V16i1.876>
- Lismiawan, I. N. A., & Kurniawati, L. (2024). Pengaruh Persepsi Pelanggan Atas Kualitas Sistem Informasi Akuntansi, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Aplikasi Gofood (Studi Kasus Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7). <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i7.3572>
- Malau, H. (2017). Manajemen Pemasaran. Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Samapai Era Modernisasi Global. Alfabeta.
- Mardjani, B. D., Lapian, S. L. H. V. J., & Mangantar, M. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Transportasi Online (Studi Kasus Gojek Dan Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA*, 11(1), 942–952.
- Maryanto, R. H., & Kaihatu, T. S. (2021). *Customer Loyalty As An Impact Of Perceived Usefulness To Grab Users, Mediated By Customer Satisfaction And Moderated By Perceived Ease Of Use*. *Binus Business Review*, 12(1), 31–39. <https://doi.org/10.21512/Bbr.V12i1.6293>
- Nurchahyo, A. T. (2023). Aplikasi Baru *Access By KAI* Punya Perbedaan Fitur Dan Keunggulan Layanan Untuk Manjakan Pelanggan. Diakses pada tanggal 29 April 2024 pukul 08.00 WIB, melalui website: <https://prfmnews.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-136988516/aplikasi-baru-access-by-kai-punya-perbedaan-fitur-dan-keunggulan-layanan-untuk-manjakan-pelanggan?page=all>
- Nuroniyah, N., & Damayanti, R. W. (2024). Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Pemasaran Media Sosial, Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Online Pada Marketplace Blibli (Studi Kasus Daerah Istimewa Yogyakarta).

Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3(3), 417–432.
<https://doi.org/10.58192/profit.v3i3.2453>

Peneliti. (2024). *Pra Surve*.

Pitaloka, E. S. R., & Wati, K. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Go Food (Studi Pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 557–567. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i2.73>

Prabowo, N., Susanti, F., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Kbp, ". (2019). Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Studi Kasus Stasiun Pariaman).

Pradana, W. D., & Bantam, D. J. (2023). Antecedent Dan Konsekuensi Kepercayaan Generasi Z Kepada Pemimpinnya Dalam Lingkungan Kerja Virtual. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 1–10. <https://ejournal.media-edutama.org/index.php/jebisma/article/view/9>

Pradana, W. D., & Bantam, D. J. (2024). *Trust In Leaders And Organizational Commitment Study In Generation Z. Scientia*, 3(2), 63–66. <https://doi.org/10.51773/sssh.v3i2.282>

Priyansah, A., Suparwo, A., & Roisah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi KAI Access Melalui Variabel Intervening Minat Beli. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(1), 130–139. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i1.1935>

Rabia Adawia, P., Azizah, A., Endriastuty, Y., & Sugandi, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Commuter Line (Studi Kasus Commuter Line Arah Cikarang Ke Jakarta Kota). *Sebatik Journal*, 24(1).

Rahmanto, A., Prabowo, H., & Casandra Gultom, H. (2024). Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan

Pelanggan Aplikasi Grab Pada Masyarakat Di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(2), 232–242.
<https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i2.3021>

Rahmawati, I. M., & Wati, K. M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompot Digital ShopeePay (Studi Pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 535–547.

Razak, W. A., & Utomo, A. P. (2022). Analisa Kualitas Informasi, Kualitas Teknikal & Fungsional, Kualitas Keamanan, Kemudahan Penggunaan Mobile Aplikasi Gojek Terhadap Kegunaan, Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 39–54.

Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Majalah Ilmiah Solusi*, 17(3).

Ruslani, R., Mahmud, M., Pakarti, P., & Wardhani, M. F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Operasional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Stasiun Kereta Api Medan.
<https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11186>

Salim, M. S. (2022). Profil PT Kereta Api Indonesia, Sejarah, Komisaris, Direksi, Dan Anak Perusahaan. Diakses pada tanggal 5 April 2024 pukul 13.00 WIB, melalui website:
<https://www.liputan6.com/hot/read/5139119/profil-pt-kereta-api-indonesia-sejarah-komisaris-direksi-dan-anak-perusahaan?page=2>

Sanjaya, Y. C. A., & Firdaus, F. (2023). Aplikasi *Access By KAI Error* Saat “Flash Sale” Tiket Kereta Rp 78.000, Ini Kata KAI. Diakses pada tanggal 01 April 2024 pukul 09.00 WIB, melalui website:
<https://www.kompas.com/tren/read/2023/08/17/140000165/aplikasi->

Access-By-Kai-Eror-Saat-Flash-Sale-Tiket-Kereta-Rp-78.000-Ini-Kata?Page=All

- Setiawan, D. A., Husen, I. A., Yuliansyah, R., & Wasif, S. K. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek (Studi Kasus Ini Di Wilayah Kelurahan Cipinang Besar Utara). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(9), 3131–3148. <https://doi.org/10.47492/jip.v2i9.1286>
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik Dan Praktik (Monalisa). PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.
- Tahfizah, D., Nasution, A. I. L., & Aslami, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Biaya Operasional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Stasiun Kereta Api Medan. *Economic Reviews Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i2.221>
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran, *Fourth Edition*. ANDI.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality Dan Satisfaction, Fourth Edition*. ANDI.
- Wahyudi, D., Wahyuni, E. D., & Apriyanto, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Go-Jek. *Management And Accounting Expose*, 4(1). <https://doi.org/10.36441/mae.v4i1.283>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO Di Depok. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/moneter54>