

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, D. C., & Rismawati, R. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Kai Acces (Akses Kereta Api Indonesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(2).
- Amira, A. A., & Syahputra, S. (2020). Pengaruh E-service Quality Terhadap Customer Satisfaction Aplikasi Shopee. *eProceedings of Management*, 7(3).
- Amri, S., Fariantin, E., Nursanty, I. A., Syakbani, B., Endrawati, B. F., Viana, P. A., ... & Ramadhani, I. (2022). *Pengantar Ilmu Manajemen*. Seval Literindo Kreasi.
- Apriliani, Z. (2023). *PENGARUH E-TRUST DAN E-SERVICE QUALITY MOBILE BANKING TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY DENGAN E-CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (studi pada nasabah bank BCA pada kelurahan warakas)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Deepublish.
- Baihaqi, F. (2022). *Mengulas Tugas dan Fungsi Manajemen 4.0 Lebih Lanjut*. Kelas.Work.<https://kelas.work/blogs/mengulas-tugas-dan-fungsi-manajemen-4.0-lebih-lanjut>
- Christian, M., & Nuari, V. (2016). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen studi kasus: Belanja online Bhinneka. com. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 33-53.
- Didin, F. S., & Valentino, F. (2020, July). Usability Evaluation of KAI Access Application. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 537, No. 1, p. 012019). IOP Publishing.
- Dwiyanto, M. G. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online pada E-Commerce Lazada* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Edwar, Muhammad, dkk. (2018). "The Factors that Affecting the Product Purchasing Decision Through Online Shopping by Students of Surabaya State University". *International Journal of Educational Research Review*
- Emeralda, J. W., & Adisty, D. (2020). Analisis e-Trust, E-Wom, dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2).
- Febri, I., Lukitaningsih, A., & Maharani, B. D. (2021). RESPON KONSUMEN PADA E-SERVICE QUALITY ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN E-TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA

- APLIKASI SHOPEE. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 4(1), 98-105.
- Hanifati, U. M., & Samiono, B. E. (2018). Analisis pengaruh website quality dan EWOM terhadap purchase decision melalui online trust pada situs tiket travel dan reservasi hotel online di Indonesia: studi kasus pada traveloka. com, tiket. com dan pegipegi. com. *Transformasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 36-50.
- Ifah, N., Djaelani, A. K., & Millaningtyas, R. (2024). Pengaruh E-service Quality, E-trust Dan E-wom Terhadap Keputusan Pembelian Pada Onlineshop (Studi Pada Pengguna Onlineshop di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 979-986.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis e-WOM, online shopping experience dan trust terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen e-Commerce Shopee pada mahasiswa pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(2), 289-307.
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019, August). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 1204-1213).
- Kasih, O. L., Avriyanti, S., & Rahman, T. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pengguna Website Traveloka di Kabupaten Tabalong. 2(1), 194–206.
- Khosla, M., & Kumar, H. (2017). Growth of e-commerce in India: An analytical review of literature. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 19(6), 91-95.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Pearson Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM*.
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong, (2016): *Prinsi-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga*
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks*.
- Kusmartiyah, E., & Hanifa, F. H. (2020). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi Kai Access Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Kusnanto, D., Oktaviany, R. A., & Rahma, R. (2020). Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 40-47.
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-trust terhadap e-loyalty dimediasi oleh e-satisfaction pada pengguna dompet digital Gopay. *YUME: Journal of Management*, 4(1).

- Munalifah, M., 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. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 3(4), 294-303.
- Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 22(1), 55-63.
- Ningtiyas, A. W., Muslih, B., & Soedjoko, D. K. H. (2022). Analisis Pengaruh E-Service Quality, e-Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Artee Collection Nganjuk. *SIMPOSIUM NASIONAL MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) dan Call for Paper*, 1(1), 214-222.
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 5(1), 11-21.
- Padmavathy, N., & Baranidharan & Babu, R. (2021). Customer Satisfaction Of M-Commerce. *Ilkogretim Online-Elementary Education Online*, 1(20), 5089-5100.
- Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-122.
- Paramitha, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Melalui E-Commerce Serta Dampaknya kepada Kepuasan Konsumen. *Administrasi Bisnis*
- Pasha, E. G., Wulandari, J., & Adistya, D. (2020). ANALISIS E-TRUST, E-WOM, DAN E-SERVICE QUALITYDALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 63-75.
- Pratama, R. (2020). *Pengantar manajemen*. Deepublish.
- Pratama, Y. E., Sudarwati, S., & Istiqomah, I. (2019). Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee Di Surakarta Ditinjau Dari Kualitas Layanan, Online Customer Review Dan Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).
- Prisanti dkk, (2016). Pengaruh e-Service Quality dan e-Trust Terhadap e-CustomerSatisfaction serta implikasinya terhadap e-Customer Loyalty. *Journal Of Bussiness Studies Vol. 2 No.1 2016*.
- Rozi, I. F. (2017). Pengaruh e-service quality terhadap keputusan pembelian tiket kereta api online (Konsumen pembeli tiket kereta api online PT. KAI DAOP 8 Surabaya Gubeng). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1).
- Sholikah, A. M., Nunik, Y., Amelia Trisavinaningdiah, T. R. D., & Tri Endi Ardiansyah, N. P. (2021). Manajemen Pemasaran Saat Ini Dan Masa Depan. *Cirebon: Insania*.
- Sinollah, S., & Masruro, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual–Parasuraman) dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan sehingga

- Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45-64.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan* (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Taghavi, E., Fallahpour, A., Yew, K., & Amirali, S. (2021). *Operasi dan Komputer Berkelanjutan*. 2(April), 97–106.
- Terry, G. R. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. Bumi Aksara.
- Van-Dat, T., & Quang H, V. (2019). The Relationship Among E-service quality, E-trust, E-customer satisfaction and behavioral intentions of online shopping customers. *Global Business & Finance Review (GBFR)*. 3(24), 29-42
- Widayanti, R., & Muslih, B. (2023). ANALISIS KEPERCAYAAN, BRAND IMAGE, DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE KAI ACCESS (STUDI PADA MAHASISWA DI KEDIRI). *SIMPOSIUM NASIONAL MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) dan Call for Paper*, 2, 584-593.
- Wulandari, V. S., Dimiyati, M., & Maspufah, H. (2023). PENGARUH E-SERVICE QUALITY, HARGA, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KERETA API MELALUI APLIKASI KAI ACCESS DI KABUPATEN JEMBER. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 4(2), 209-219.