

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. M. (2020). *artial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis (Edisi 1)*. Penerbit Andi.
- Anjas, K. (2022). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Shopee. *STIM YKPN Yogyakarta*.
- Artina, N. (2021). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan E-Money*.
- Ayaumi, R. S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Pesan Antar Gofood Saat Pandemi Covid-19 Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 181. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.940>
- Ayu, M., Oktarini, S., & Wardana, I. M. (2018). Maret 2018 Made Ayu Swari Oktarini; I Made Wardana. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 227–237.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 143–148. <https://media.neliti.com/media/publications/86437-ID-pengaruh-customer-experience-terhadap-ke.pdf>
- David. (2014). Dimensi Interior. *Universitas Kristen Petra Surabaya*, 8(1), 44–51.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Devina. (2016). *Kegunaan, Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Karawaci, Kecamatan*. 8(1), 75–91.
- Dwi Putra, A. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Aplikasi Wings Online Di

Tanjungpinang (Studi Pada Outlet General Trade Tanjungpinang). , *STIE PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG*. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>

Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Panduan Komprehensif Langkah Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*.

F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research No Title. *European Business Review*, 26(2), 106–121.

Faizi, N., & Febrilia, I. (2022). Analisis pengaruh customer experience dan e-service quality terhadap customer satisfaction pada pengguna transportasi online di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 391–403.

Frizni, D., & Adnan, M. F. (2024). Penerapan Inovasi Access by KAI dalam Transformasi Pelayanan Publik pada PT KAI (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 5(1), 8. <https://doi.org/10.47134/villages.v5i1.91>

Garg, R. J., & Vandana, V. K. (2017). Modelling the Impact of Customer Experience on Brand Loyalty: A Conceptual Study. *Proceedings of ICRBS*.

Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, 25(5), 395–410.

Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling: Alternatif Menggunakan Partial Least Squares (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. *Badan Penerbit UNDIP*.

Gusni, G., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Attitude dan Actual Usage Go-Pay. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 22–33. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.3892>

Hadi, S. (2004). *Metodologi Reasearch Jilid 1*. Andi.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how

to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(24).
<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

Hanadia, N., Rahayu, S., & Zultilisna, D. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem, Perceived Usefulness dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Kasus Terhadap Sistem Dashboard PDAM Tirta Raharja 2017). *In E-Proceeding of Management*, 4, 2707–2714.

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.

Hasdani, Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196. <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JMS/article/view/614>

Henseler, J., & Sarstedt, M. (2013). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational Statistics*, 28(2), 565–580.
<https://doi.org/10.1007/s00180-012-0317-1>

Irene, C., & Japariato, Edwin, F. (2020). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Engagement dan Customer Trust sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1(No.1), pp.1-10.

Jahan, N., & Shahria, G. (2022). Factors effecting customer satisfaction of mobile banking in Bangladesh: a study on young users' perspective. *South Asian Journal of Marketing*, 3(1), 60–76.

Jamilah, N. (2022). *Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Customer Experience Dan Behavioral Intention Online Travel Agencies Di Surabaya (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Tiket. com)*.

Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). *Pearson Education*.

Kusumawati, I. P., & Sutopo, S. (2013). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran The House Of

- Raminten Yogyakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 2(2012), 1–9.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Leon, S. (2018). Service mobile apps: a millennial generation perspective. *Management & Data Systems*, 118(9), 1837–1860.
- Melinda, C. (2008). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Brown Salon di Tunjungan Plaza Surabaya (Studi Kasus 100 Konsumen). *Surabaya: Universitas Kristen Petra*.
- Muhammad Farid Ramadhan, & Zulfa Irawati. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Jarak Jauh Non Subsidi: Studi pada Konsumen Layanan Kereta Api di Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 127–145. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.126>
- Nilsson Johanna dan Wall. (2017). *Online Customer experience, Satisfaction and Repurchase intention for Online Clothing Retailing*. University of Gothenburg School of Business, Economics, and Law.
- Ningsih, A., & Hurnis, D. (2023). Pengaruh Customer Experience, Customer Expectation Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty D' Besto Chicken & Burger. *Jesya*, 6(2), 2219–2229. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1240>
- Oktafiani, H., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan dan Persepsi kegunaan terhadap kepuasan Pelanggan E-Wallet X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 562–576.
- Pawirosumarto, S. (2016). Pawirosumarto 416 - 433 MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume VI, No. 3, Okt 2016. *Ilmiah Manajemen*, VI(3), 416–433. <https://core.ac.uk/reader/293654210>
- Putra, D.N.G., & Raharjo, S. T. (2022). Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Putri, A., & Zulvia, P. (2025). Eksplorasi Perilaku Pengguna Aplikasi Access by

KAI dalam Pemesanan Tiket Kereta Api Lokal Bandung Raya : Penerapan Modifikasi Model UTAUT. *Jurnal Perkeretaapian Indonesia (Indonesian Railway Journal)*, 9(1), 1–14. www.kai.id

Rizkia, N. D., et al. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis*. CV Intelektual Manifest Media.

Rosita, S., Hapsari, N., Angelina, Z., & Taryana, A. (2025). PENINGKATAN CUSTOMER EXPERIENCE PADA SISTEM PENUKARAN TIKET KONSER KPOP DENGAN PENDEKATAN DESIGN THINKING. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(2), 1874–1889.

Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67.

Seligman, M. E. P. (2018). The hope circuit: A psychologist's journey from helplessness to optimism. *Hachette UK*.

Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Gopay Dikota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1).

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan: untuk menaikkan pangsa pasar*.

Suryani, D., Ermansyah, E., & Alsukri, S. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1(1), 11–19. <https://doi.org/10.57152/ijbem.v1i1.171>

Suryati, L. (2025). Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Access by KAI). *Universitas Putra Bangsa*.

T. Vu. (2021). *Service Quality And Its Impact On Customer Satisfaction*.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). Pemasaran Strategik Domain, Determinan, Dinamika Edisi 4. In *Andi*.
- Wang, Z., & Li, H. (2016). Factors Influencing Usage of Third Party Mobile Payment Services in China: An Empirical Study. *UPPSALA Universitet*, 1–52. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:942476/FULLTEXT01.pdf>
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & van Oppen, C. (2009). Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177–195.
- Widayanti, R., Muslih, B., & Artikel, I. (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.
- Widya, K. J. (2021). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap customer satisfaction melalui customer experience quality sebagai variabel intervening pada pengguna BCA mobile di Surabaya. *Widya Mandala Surabaya Catholic University*.
- Winayu, N. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Effectiveness Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce Forum Jual Beli Kaskus. *Skripsi UNY*.
- Wulandari, V. S., Dimyati, 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.