

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amarullah, A., et al. (2022). Pengaruh eWOM terhadap purchase intention dengan trust sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 45-58.
- Ananda, R. K., Efendi, A., & Septiani, W. (2023). Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap keputusan pembelian tiket kereta api (Studi pada pengguna KAI Access di Provinsi Lampung). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(11), 919-928.
- Ana, D., Nisak, K., & Astutiningsih, S.E. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Merek, Harga, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Produk Simpati Telkomsel*. 7(1), 41-48.
- Ariyani, N. D. B., Sudrajat, R., & Suryadi, H. (2024). Pengaruh online customer rating dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui mediasi e-trust pada produk pakaian Shopee dalam bentuk buku karya ilmiah. Telkom University.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas. (2024). *Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin (ribu jiwa) di Kabupaten Banyumas*, 2024. <https://banyumaskab.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw%3D%3D/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa--di-kabupaten-banyumas--2024.html>
- Bryk, A.S dan Schneider, B. 1996. *Social Trust : A Moral Resources For School Improvement*. Washington DC: US Departemen Education.
- Chandra, M. D., & Zuliestiana, D. A. (2021). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket online kereta di KAI Access. *e-Proceeding of Management*, 8(2), 921-934.
- Detik News. (2025, April). "Diskon Tiket Kereta Api Spesial Lebaran 25% Silaturahmi Mudik". <https://news.detik.com>.
- Dwiastutiningsih, R., Fertiaz, A. Y., & Suwardi. (2024). Analisis pengaruh promosi, harga, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Traveloka. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 86-95.

- GoodStats Data. (2025). *Jumlah penumpang kereta api tembus 49 juta per Oktober 2025*. <https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-penumpang-kereta-api-tembus-49-juta-per-oktober-2025-L2RzC> diakses 7 Desember 2025.
- Ganesan, Shankar. 1995. Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships, *Journal of Marketing*. Vol. 58, 1-19.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online, Semarang. Universitas Diponegoro.
- 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.
- Hermawan, A. (2021). Marketing Communication. Prenandamedia Group.
- Hudatama, B. I., Ngatno, & Nurseto, S. (2023). Pengaruh promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan merek sebagai variabel intervening (Studi pada pelanggan baru Indihome di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 150-165.
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serele Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17, 329-339.
- Kesdu, N. K. H., & Susila, I. (2024). The influence of price perceptions and service quality on KAI Access online ticket purchasing decisions with trust as mediation. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 26(2), 324-333.
- Kompas Money. (2025, Feb-Mar). "KAI Hapus Fitur Pencarian Stasiun: Overload 2,89 Juta Kursi Lebaran". <https://money.kompas.com>.
- Kotler, dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta:Erlangga. P125
- Kotler, Philip dan Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 13, PT. Indeks, Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller K. J. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kumala, D.C., Pranata, J. W., & Thio, S. *Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, trust, dan security terhadap minat penggunaan gopay pada generasi x di surabaya*. 6(1), 19-29.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.

- Laudon, K. C., & Traveler, C.G. (2021). *E-Commerce 2021: Business, Technology, Society*. Pearson Education
- Layla, F. H. (2025). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian tiket kereta api online pada penggunaan platform "KAI Access" tahun 2023. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 14(1), 1-15.
- Malau, H. (2017). *Marketing, Management of Distribution/Marketing, Manajemen Distribusi* (herman malau (ed.)).
- Nugroho J Setiadi, 2018, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta.
- PRFM News. (2025, 16 Feb). "Gangguan Pemesanan Tiket Lebaran 2025: Error Server Access by KAI". <https://prfmnews.pikiran-rakyat.com>.
- PT Kereta Api Indonesia (Persero). (2025). Access by KAI catat 12,6 juta transaksi semester I 2025, dominasi penjualan tiket kereta api.
- Randi. 2018. *Teori Penelitian Terdahulu*. Jakarta: Erlangga.
- Ristiyanti, & Murdo, Y. (2021). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Online Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26 (1), 99-108.
- Setiadi, Nugroho J. (2010) *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4, Edisi Revisi. Jakarta: Kencana
- Siagian, R., & Cahyani, D. (2014). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 123-135.
- Simamora, A. M., & Zuhra, S. E. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian pada konsumen TikTok Shop di Banda Aceh dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(3), 637-652. E-ISSN: 2598-635X.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoretik dan Praktik* (Monalisa (ed.)). PT Raja Grafindo Persada.
- Sukonco, Sampir Adrean. (2018). *New Komunikasi Pemasaran Teori dan Aplikasinya*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2010). *Statistik Nonparametrik untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi; Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tabunan, Krystia dan Ibu Widiyanto (2012) *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto*. *Diponegoro Journal Of Manajemen* Vol.1 (2) 58-66).
- Wahyudi, Arfina Nur (2022). Pengaruh Kompetensi, Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Perawat Ruang Multazam RS PKU Muhammadiyah Gombong. Skripsi Sarjana. Kebumen: Universitas Putra Bangsa.

- Wardhani, C. K. E. (2024). Pengaruh E-Trust, Website Quality, E-Service Quality, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Teknologi dan Edukasi Audit Risiko*, 5(1).
- Yudhistira, V., & Patrikha, F. D. (2024). Pengaruh promosi penjualan dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian dengan variabel kepercayaan sebagai mediator (Studi pada produk fashion online di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1237-1243.

