

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini* (Vol. 3, Issue 2). <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106>
- Access By KAI. (2023). *Ulasan Pengguna Aplikasi Access By KAI*. Play.Google.Com. <https://play.google.com/store/search?q=access+by+kai&c=apps&hl=en-ID>
- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). *Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee*. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 178–189. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/makreju/article/view/1031%0Ahttps://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/makreju/article/download/1031/834>
- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang)*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.184>
- Aisyah, D., & Engriani, Y. (2019). *Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, dan e-WOM terhadap Minat Beli pada Situs Jual Beli Online Tokopedia yang Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan*. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(4), 48–59. <https://doi.org/10.24036/jkmw0278990>
- Alifia, F. T., Ika, N., & Fitriyah, Z. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Online Store Sociolla*. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2), 909–917. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i2.1331>
- Alistriwahyuni, N. (2019). *Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna i-Saku di Indomaret*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 473–478.
- Alvinayanti, N. M. A. E., Suardhika, I. N., & Hendrawan, I. G. Y. (2022). *Peran Social Media Marketing, Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Informasi Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Online Dalam Era New Normal (Studi Kasus pada E-Commerce Shopee di Kota Denpasar)*. *Journal Unmas*, 3(3), 736–751. [149](https://e-</a></p></div><div data-bbox=)

[journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/5645](http://journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/5645)

Arianto, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Widina Bhakti Persada Bandung.

Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah*. Yayasan Prima Agus Teknik.

Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO*. *Jurnal Manajemen STEI*, 3 (2)(02), 2442–4080. [www.bi.go.id/id/statistik](http://www.bi.go.id/id/statistik)

Fauzi, A., & dkk. (2022). *Metodologi Penelitian*. In *Pena Persada*.

Febriyani, D. A. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa UST Yogyakarta Pengguna Zalora*. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 53(9), 1689–1699.

Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Fitri, S., & Susanti, F. (2023). *Harga, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa STKIP Dan STIE Widyaswara Indonesia Solok Selatan)*. 1(2).

Guslan, D., & April Yani, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Informasi, Harga Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen di Zalora*. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(1), 24–36. <https://doi.org/10.46369/logistik.v11i1.1375>

Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani, R. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasipada Mahasiswa Universitas Negeri Padang*. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 794. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5658>

Hardani, Auliya, N. H., Andrian, H., Fardani, R. A., & Ustiawaty, J. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.

Indonesiabaik.id. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi*. Indonesiabaik.Id. <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.

Kai.id. (2023). *Soft Launching Access by KAI, KAI Tingkatkan Fitur dan Layanan KAI Access*. Wwww.Kai.Id. [https://www.kai.id/information/full\\_news/5652-soft-launching-access-by-kai-kai-tingkatkan-fitur-dan-layanan-kai-access](https://www.kai.id/information/full_news/5652-soft-launching-access-by-kai-kai-tingkatkan-fitur-dan-layanan-kai-access)

Kurniawati, V., & Azizah, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas*

- Layanan, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Variabel Intervening Keamanan. Journal of Management & Business*, 6(1), 662–669. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3076>
- Mahar, S. R., Kustiyah, E., & Damayanti, R. (2020). *Kepercayaan, Kemudahan Transaksi Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Keretaapi Secara Online (Studi Kasus pada Aplikasi KAI Access). Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(3), 1–7.
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Jurnal EKOBIS*, 19(2), 203–213. <http://www.apjii.or.id>
- Meiryani, S. A. M. M. C. (2021). *Memahami Composite Reliability Dalam Penelitian Ilmiah. Binus University School of Accounting*.
- Mustaqor, A., & Winanto, S. (2022). *Pengaruh Payment Gateway dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Etika Konsumsi Islam Sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus Produk Mukenah Dalanova, Widiping. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6413491>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*.
- Nurlinda, R. A. (2018). *Model Purchase Intention Sebagai Intervening Variable dari Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop. Forum Ilmiah*, 15, 36–47.
- Prabandini, R. T., & Rachmawati, I. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli Sociolla. Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 19–28. <https://doi.org/10.29313/performa.v17i1.7890>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Purbohasuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. Jurnal Bisnis Terapan*, 6(3), 255–264. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>
- Putra, Y. F. P., & Muhlis. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Warkop 89 Mamuju. Movere Journal*, 2(1), 124–139. <https://doi.org/10.53654/mv.v2i1.96>
- Rainanto, B. H. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Kesatuan Press.
- Rarasati, S. A., & Farida, S. N. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Di Marketplace Tokopedia. Journal of Management & Business*, 6(1), 774–785. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3736>
- Ridwan, M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). *How Trust and Quality Of Information Affection Buying Interest and Purchasing Decisions? (study*

- on Shopee customers in Samarinda*). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(1), 95–102.
- Romla, S., & Ratnawati, A. (2018). *Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 59. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.1.59-70>
- Rosdiana, Nuraisyiah, Nurdiana, & Mustari. (2022). *Manajemen Pemasaran* (T. Media (ed.)). Tahta Media Group.
- Safrika, Lubis, R., & Idris, S. (2018). *Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Fashion Online Di Banda Aceh*. *Jurnal Sains Riset*, 8(2), 20–27. <https://doi.org/10.47647/jsr.v8i2.37>
- Sahir, S. H. (2022). *Metode Penelitian*. KBM Indonesia.
- Saputra, A., & Ovan (2020). *Cami: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sarazkha, M. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Persepsi Kemudahan Dan Ketepatan Waktu Penggunaan E-filing Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi* (Vol. 53, Issue 9). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Septiani, L. (2023). *KAI Catat 61% Transaksi Tiket Kereta Api Berasal dari Aplikasi*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/lavinda/digital/649ace7a2c82b/kai-catat-61-transaksi-tiket-kereta-api-berasal-dari-aplikasi>
- 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*, 11(3), 605–613. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34854>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi.
- Sholikah, Mundzir, A., Y, N., Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., Purwaningsih, N., Angmalisang, S. I., Riorini, S. V., Wiliana, E., Depari, G. S., Ekopriyono, A., Mahmud, Pujiastuti, N. S., & Rahajeng, E. (2021). *Manajemen Pemasaran*. In *Manajemen Pemasaran*.
- Sihombing, P. R., & Arsani, A. M. (2022). *Aplikasi SmartPLS untuk Statistisi Pemula*. PT Dewangga Energi Internasional.
- Suhendar, A., Ramadani, P., Dewi, P. S., Lutfi, R., & Brahmana, S. T. (2023). *Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Pelayanan Terhadap Kepuasan Penggunaan ShopeePay*. *Jurnal*

INTEKNA, 23(1), 99–107.

- Sundah, F., Tecoalu, M., & Wahyoedi, S. (2022). *The Effect Of Trust, Price, And Ease Of Transaction On Buying Interest And Their Implications On Purchase Decisions Study PT. Indonesia Maybank Finance Online Customer*. *International Journal of Social Science, Educational, Economics, Agriculture Research, and Technology (IJSET)*, 2, 257–261.
- Supartono. (2022). *Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19*. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 210–218.
- Susetyo, B., & Cahyadi, N. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Untuk Membeli Sebagai Variable Intervening*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6342–6356. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i3.2806>
- Syahniar, A. T., Herlambang, T., & Puspitadewi, I. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman*. *Universitas Muhammadiyah Jember*, 40.
- Syifa, A. N., & Maulani, T. S. (2022). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Tiket Kereta Api Secara Online Menggunakan Aplikasi KAI Access (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bandung)*. *Banking and Management Review*, 10(2), 1425–1442. <https://doi.org/10.52250/bmr.v10i2.443>
- Taan, H. (2021). *Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen*. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i1.19502>
- Wardhana, G. N. (2018). *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kemudahan Pengisian Siam (Sistem Informasi Akademik Mahasiswa) Terhadap Kepuasan Mahasiswa*. [http://repository.ub.ac.id/162115/1/Girindra Nandi Wardhana.pdf](http://repository.ub.ac.id/162115/1/Girindra%20Nandi%20Wardhana.pdf)
- Widhiani, A., & Idris. (2018). *Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Situs Bukalapak (Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)*. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1–6.
- Widiyanti, W. (2020). *Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok*. *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.