

DAFTAR PUSTAKA

- Alda Tria. (2022). Pengaruh Harga, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11.
- Apriani, F. Y. (2022). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kualitas Web Terhadap Keputusan Pembelian yang di mediasi oleh Kepercayaan Konsumen. <http://repository.stei.ac.id/8727/3/3>. BAB II.pdf
- Aprileny, I., Wati, W. T., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 39–47. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.330>
- Ari Apriani, Cristina Catur Widayati, R. V. L. (2021). The Effect of Price Perception, Service Convenience, Service Quality and Brand Equity On Ticket Purchase Decisions During Covid-19 Pandemic Through Consumer Satisfaction as A Mediating Variable. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 7(8). <http://dx.doi.org/10.33642/ijbass.v8n1p4>
- Artameviah, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Baehaqi, M. A., Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Customer Satisfaction dan Keputusan Pembelian

Konsumen. *Widya Manajemen*, 4(1), 21–33.

<https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1.1878>

Commuterline.id. (2023). *Volume Pengguna Commuter Line Wilayah 8 Surabaya Naik 11% di Hari Pertama Gapeka 2023*. CommuterLine.Id.

<https://commuterline.id/informasi-publik/berita/volume-pengguna-commuter-line-wilayah-8-surabaya-naik-11-di-hari-pertama-gapeka-2023>

Commuterline.id. (2024). *Sukses layani 878 Ribu Lebih Pengguna, KAI Commuter Wilayah 8 Surabaya Catat Tren Kenaikan Volume Pengguna 6% Pada Masa*

Angkutan Lebaran 2024. Commuterline.Id. <https://commuterline.id/informasi-publik/berita/sukses-layani-878-ribu-lebih-pengguna-kai-commuter-wilayah-8-surabaya-catat-tren-kenaikan-volume-pengguna-6-pada-masa-angkutan-lebaran-2024>

deliyanti santoso. (2020). *KERETA API (Studi Kasus Penumpang Kereta Api*

Joglosemarkerto) SKRIPSI JURUSAN EKONOMI SYARI ' AH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO. 93.

Dinka Wardah Robiah, M. N. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.235>

Fakhrudin&Fiernaningsih. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman

Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Lkd Multi Industri Di Kota Batam. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.

Fanny Anggraeny Putri, S. S. I. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818.
<https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>

Febrianti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 437–440. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.148>

Fitrianing Putri Ramadhani, K. (2019). PENGARUH HARGA, KEBUTUHAN, SISTEM PEMBELIAN TIKET ONLINE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA KERETA API DI STASIUN SURABAYA GUBENG. *Estuarine, Coastal and Shelf Science*.

Fuadi, S., Wijayanti, E., & Suyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada Pt.Telkom Metro. *Kalianda Halok Gagas*, 4(2), 144–157.
<https://doi.org/10.52655/khg.v4i2.30>

Grandhis, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(3),

237. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i3.8633>

KAI Commuter. (2023a). *KAI Commuter Sesuaikan Kapasitas Pengguna Commuter Line Wilayah 8 Surabaya Sesuai Aturan Terbaru.*

<https://commuterline.id/informasi-publik/berita/kai-commuter-sesuaikan-kapasitas-pengguna-commuter-line-wilayah-8-surabaya-sesuai-aturan-terbaru>

KAI Commuter. (2023b). *GAPEKA 2023 di Wilayah 8 Surabaya dan Sekitarnya, Commuter Line Penataran Hanya Sampai Stasiun Blitar.* KAI Commuter.

<https://commuterline.id/informasi-publik/berita/gapeka-2023-di-wilayah-8-surabaya-dan-sekitarnya-commuter-line-penataran-hanya-sampai-stasiun-blitar>

Kemenhub. (2024). *Jumlah Angkutan Penumpang Umum di Semua Moda Kembali Mengalami Peningkatan pada H+1 Lebaran.*

<https://www.dephub.go.id/post/read/jumlah-angkutan-penumpang-umum-di-semua-moda-kembali-mengalami-peningkatan-pada-h-1-lebaran>

Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Sukoharjo. *Maker : Jurnal Manajemen*, 7(May), 81–94.

Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Pearson* (Vol. 53, Issue 9).

Laila Putri Shalihah, & Titin Hargyatni. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Argo Lawu Di Stasiun Balapan Solo. *Manajemen*, 2(2), 141–149.

<https://doi.org/10.51903/manajemen.v2i2.176>

- Logee.id. (2023). *Hari Kereta Api Nasional, Ini Perjalanan Sejarah PT KAI di Indonesia*. Logee. <https://logee.id/feature/hari-kereta-api-nasional-ini-perjalanan-sejarah-pt-kai-di-indonesia-yDff0?hl=id>
- M Mariani. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian, 2018*, 32–41.
- Malau, H. (2020). “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Santosa Kota Banjar. 1, 1–67.
- Manihuruk, B. K. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Tiket.com (Studi Kasus Masyarakat Kota Medan). *Jurnal Penelitian, 1*(1), 1–30.
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- MUKTI, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen, 10*(1), 229–246. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- Nisa’, C. (2022). *PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET*

KERETA API PADA APLIKASI KAI ACCESS (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang).

Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 13–37.

Nuzulia, A. (2022). BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., September, 5–24.

Pamungkas, A. B. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI TIKET PESAWAT ONLINE DI TRAVELOKA (Studi pada Pengguna Traveloka Klaten). *Journal of Engineering Research*.

Rahmawati, A., & Maskur, A. (2023). The Influence Of Product Quality, Perceived Price And Promotion On Purchasing Decisions At PT. Nusantara Sakti, Mijen Branch, Semarang City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 3171–3179. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Rayhan, A. W., & Fauziah Aryza. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *MAKREJU:Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 178–189.

- Setiyawan, A. N., Utami, I. W., & Saputro, F. W. (2023). Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Minat Beli Konsumen di Dodolan Coffee Solo. *Jurnal Rekayasa Proses Dan Industri Terapan*, 1(3), 155–172.
- 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>
- Sumarsid, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Suyar, A. S., Azhmy, M. F., & Yolanda, L. (2023). Pengaruh celebrity endorse, kemudahan transaksi, desain website, promosi online, testimoni dan keamanan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kalangan mahasiswa. *Insight Management Journal*, 3(3), 239–251. <https://doi.org/10.47065/imj.v3i3.266>
- Tecoalu, M., Wahyoedi, S., & Kustiawan, E. (2021). The Effect of Ease of Transaction and Service Quality on Purchasing Decisions Mediated by Consumer Satisfaction (Studies on Okeped Jabodetabek Users). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(2), 33–45. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i2.586>
- Vania Nurshafira Ernando, & Faiz Albanna. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Melalui

Traveloka. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 346–354.

<https://doi.org/10.55606/jaem.v2i3.370>

Wahyuningsih, S. (2022). Pengaruh Harga, Cita Rasa, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Angkringan Acil Jakarta Pusat. *Skripsi*, 2018, 32–41.