

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, I. P., & Widodo, A. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Loyalty Pada Aplikasi Kai Access Melalui E-Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 2, Hlm 1-10.
- Artameviah, R. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi pada Konsumen Shopee di Jakarta)*. SKRIPSI. STIE Indonesia Jakarta.
- Barkah, & Nabila, M. E. (2021). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, dan E-WOM Terhadap E-Satisfaction Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Pontianak. *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*, 269–277.
- Candra Alfarizi, D. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi KAI ACCES (AKSES KERETA API INDONESIA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 10(2).
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vol 3(1), Hlm 148-159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Gunawan, D. A., Istanto, Y., & Kusmantini, T. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mobile Banking Bpd Diy. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Vol 4(2), Hlm 55-62.
- Indonesia, K. A. (2023). *Soft Launching Access by KAI, KAI Tingkatkan Fitur dan Layanan KAI Access*. 07 Juli. [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)
- Klobility. (2021). *Perkembangan Proses Digitalisasi*. 5 Februari. <https://www.klobility.id/post/perkembangan-proses-digitalisasi>
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *YUME : Journal of Management*, Vol 4(1), Hlm 138-149. [www.Marketeters.com](http://www.Marketeters.com)
- Librianty, A. (2022). *Digitalisasi Layanan KAI Disebut Jadi yang Tersukses di BUMN*. 02 Maret. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4496218/digitalisasi-layanan-kai-disebut-jadi-yang-tersukses-di-bumn>
- Maharani, A., & Farhan Saputra. (2021). Relationship of Investment Motivation, Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest. *Journal of Law, Politic and Humanities*, Vol 2(1), Hlm 23-32.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Vol 3(2), Hlm 716-727.

- Natadirja, M., & Pasaribu, L. H. (2022). E-Loyalty Analysis on Digital Banking Application Bank Jago. *Enrichment: Journal of Management*, Vol 12(2), Hlm 1473-1477.
- Prakosa, D., & Pradhanawati, A. (2020). PENGARUH E-TRUST DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING ( STUDI KASUS PADA PENGGUNA TOKOPEDIA DI KOTA SEMARANG ) Pendahuluan Kerangka Teori. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 9(4), Hlm 457-464.
- Rahman, S. R., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya). *Journal of Management & Business*, 6(1), 1304–1314.
- Riyanto, A. D. (2023). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Rojiqin, M. K., Hadi, S. N., & Utomo, Y. T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction 1 Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Prespektif Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, Vol 2(4), Hlm 1-16.
- Samara, A., & Metta, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jura : Jurnal Riset Akuntansi*, Vol 1(2), Hlm 249-260.
- Santosa, S., & Wahyuni, D. u. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada KAI Access. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 9(8), Hlm 1-20.
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 10(No 5), Hlm 1-17.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol 31(02), Hlm 31-41.
- Sutisna, M. F. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pada Website Lazada.Co.Id Yang Dimediasi Oleh Variabel E-Satisfaction (Studi Pada Konsumen Lazada Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol 6(2), Hlm 1-118.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, Vol 5(1), Hlm 67.

- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Ulfa, R. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman, Vol 6115*, Hlm 196-215.
- Veryani, F., & Andarini, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB, Vol 12(2)*, Hlm 125-131.
- Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk ( Product Life Cycle ). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik, Vol 4(1)*, Hlm 84-90.