

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Bsd Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 29–36. <https://doi.org/10.32493/Jee.V3i1.7272>
- Ayuningtiyas, K., & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi. *Journal Of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165.
- Bakhtiar. (2021). *Secara Online Pada Pengguna Media Sosial Facebook Di Kecamatan Arut Selatan Kotawaringin Barat*. 9(2), 83–92.
- Bhatti Scholar, A. (2018). *Science Arena Publications International Journal Of Business Management Sales Promotion And Price Discount Effect On Consumer Purchase Intention With The Moderating Role Of Social Media In Pakistan*. 3(4), 50–58. www.sciarena.com
- Dewi, N. D. (2019). Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian secara Online menggunakan Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo). *Jurnal Ekomaks : Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 8(1), 25–32. <https://doi.org/10.33319/Jeko.V8i1.29>
- Fransiska Vania Sudjatmika. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Ekonomi Bisnis*, 17(1), 1–12. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pe/article/view/86/49>
- Gerung, C. J., & Loindong, J. S. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229. <https://doi.org/10.35794/Emba.V5i2.16521>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (Cetakan IX). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumanti, T. A., Moeljadi, & Utami, E. S. (2018). *Metode Penelitian Keuangan. Mitra Wacana Media*.

- Hasbiyadi, H., Mursalim, M., Suartini, S., Djunaid, S., & Masrum, A. A. (2017). Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Samata Sejahtera pada PT. Sungai Saddang Sejahtera. *Jurnal Ilmiah Bongaya*, 2(2), 57-64.
- Heni, D. A., Mursito, B., & Damayanti, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(2), 146–150.
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/Jmdk.V6i2.2560>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/Mjm.V6i1.143>
- Irawan, I. A. (2018). Effect Of Trust, Convinience, Security And Quality Of Service On Online Purchase Decision (Consumer Case Study In Tangerang Selatan Area). *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 114–122. <https://doi.org/10.24912/Je.V23i1.337>
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Lazada Snk © 2019 Published By Umsu (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Feb Umsu). *Jurnal Kewirausahaan*, 1(1), 128–137.
- Kusumawhardani, A. A., & Rinawati, R. (2018). Promosi Aplikasi Kai Access Dengan Minat Beli Tiket Online. 160–165.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com. *Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas*, 6(1), 1–8.
- Mahar Sonnya Romadifa, Enykestiyah, & Damayanti, R. (2020). Kepercayaan, Kemudahan Transaksi Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Secara Online (Studi Kasus Pada Aplikasi Kai Access). *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(3), 220–226.
- Maskuri, M. A., Kurniawan, E. N., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019). Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 139.

<https://doi.org/10.33370/Jmk.V16i2.348>

- Moniharapon, V. S. S. L. M. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1). <https://doi.org/10.35794/Emba.V7i1.22916>
- Muhammad Difa Chandra, D. A. Z. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Kereta Di Kai Access. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 8(2), 5–24.
- Mulyadi, A., Eka, D., & Naillis, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada*, 2, 87–94.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Nasution, H. F. (2018). Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada Febi Iain Padangsidimpuan). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v4i1.1082>
- Nawangsari, S., & Kamayanti, Y. (2018). Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan , Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram. *Konferensi Nasional Sistem Informasi 2018 Stmik Atma Luhur Pangkalpinang*, 8–9, 8–9.
- Nawangsari, S., Wibowo, E. P., & Budiarto, R. (2018). Empirical Study On Consumer Acceptance Of Mobile Applications In Jakarta Indonesia. *Proceedings Of The 2nd International Conference On Informatics And Computing, Icic 2017, 2018-Janua(February 2019)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/Iac.2017.8280575>
- Prayudha, B. T. (2019). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tokopedia.Com. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–17.

- Rachmawati, D., Shukri, S., Ferdous Azam, S. M., & Khatibi, A. (2019). Factors Influencing Customers' Purchase Decision Of Residential Property In Selangor, Malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348. <https://doi.org/10.5267/J.Msl.2019.5.016>
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Sistem Informasi 2019*, 3(September), 1617–1625.
- Rafidah, I. (2017). Analisis Keamanan, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–17.
- 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>
- Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 474–487.
- Septa Diana Nabella. (2021). Improve Consumer Purchasing Decisions Through Quality Of Service, Promotion And Quality Of Information At Pt. Ng Tech Supplies. *International Journal Of Science, Technology & Management*, 2(3), 880–889. <https://doi.org/10.46729/Ijstm.V2i3.210>
- Shodiq, A. F., Hidayatullah, S., & Ardianto, Y. T. (2018). Influence of design, information quality and customer services website on customer satisfaction. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 9(12), 746-750. <http://www.ijser.org>
- Sholihat, A., & Rummyeni. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 5(1), 1–15.
- Sitompul, S. S., Chrispin, G., & Hamzah, M. L. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Battery Sepeda Motor. *Invest : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 27–37. <https://doi.org/10.55583/Invest.V1i1.18>

Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/Mandiri.V4i1.99>

Suliyatno. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi* (A. Cristian (Ed.); 1st Ed.). Yogyakarta; Andi Offset.

Tyas, P., Winardi, A. A., & Nurhasanah, N. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kemudahan Pada Situs Jual Beli Online. *Journal of Economic*, 10(1), 61-72.

Wahyuni, S., Herry Irawan, Endang, I., & Sofyan. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Situs Online Fashion Zalora.Co.Id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(2), 17. <http://eprintslib.ummgl.ac.id/id/eprint/1978>

Zulkarnaen, A. G., & Soekotjo, H. (2017). Pengaruh Brand Ambassador , Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo V5 Plus. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 6(11), 1–15.

Data Jumlah Mahasiswa [Internet]. Tersedia dalam: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>, [Accessed 27 Februari 2022]

Jumlah Orang Yang Terhubung Jaringan Internet di Indonesia [internet]. Tersedia dalam: <https://apjii.or.id/survei2019x>, [Accessed 27 Februari 2022]

Jumlah Pengguna dari Aplikasi KAI Acces di Indonesia [internet]. Tersedia dalam: <https://www.republika.co.id/>, [Accessed 27 Februari 2022]

Program Loyalitas Railpoint dan kemudahan pembayaran di KAI Access Tersedia dalam: <https://www.kai.id/>, [Accessed 27 Februari 2022]