

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia Sovia Pramudita, R. E. A. (2020). *E-Service Quality Dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Website Traveloka.Com*.
- Alfarizi, D C Rismawati, R. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Kai Acces (Akses Kereta Api Indonesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(2).
- Andriyani, K. (2020). Pengaruh Perilaku, Usia, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Melalui Aplikasi Kai Access Pada Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan. In *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas*
- Aprilia, I. E., Putri, A. B., & Sanusi, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung.
- Asnawi, A., Arfani, M., Priyanto, P., Kamariyah, S., & Dwijosusilo, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Website (Webqual) Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 7(1).
- Devy Kurniawati, A. (2022). Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Kemudahan Transaksi, Kepercayaan Dan Online Review Customer Pada Aplikasi Tokopedia (Studi Di Kota Surakarta).
- Dinata, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Akses Kemudahan Pencarian Kemudahan Evaluasi Kemudahan Atensi Kemudahan Transaksi Kemudahan Kepemilikan.
- Fauzan, M. I. (2022). Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID.
- Kristanti¹, Y. K., Suyatno², A., & Indra Hastuti. (2024). Menurut Gunawan (2022) Keputusan Pembelian Merupakan Sebuah Proses Dimana Konsumen Mengenal Masalahnya, Mencari Informasi Mengenai Produk Atau Merek Tertentu.
- Mohammad Dino Aulianto Putra, Y. P. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Gopay.

- Nunik Restuti, M. K. (2022). (2022). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee.
- Nurayni, D., & Widiartanto. (2019). Pengaruh E-Service Quality, E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap Customer Loyalty Pengguna Aplikasi Mobile Kai Access (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mobile Kai Acces Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.
- Pradana, M. (2024). Perilaku Konsumen Era Digital.
- Riyadi, S. A. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* Dan Brand Image Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Pada Pengguna Tiktok Shop.
- Sugiyono. (2017). Sumber data primer dan sekunder
- Sugiyono. (2017). Teknik Pengambilan Sampel
- Sagala Maradat, N. C. R. I. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Layanan Gofood Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro Semarang).
- Sugiyono. (2018). Urutan Skala Likert
- Setyowati, D. (2020). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Situs Bukalapak Di Kota Semarang).
- Sugiyono. (2017). Interpretasi Koefisien korelasi
- Shabilla, P. A. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Traveloka Di Semarang).
- Sugiarta. (2024). Kurva Uji T & F.
- Sugiyono. (2014). Prosedur *Explanatory Research*
- Tampubolon, E. P. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Online Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Lazada Di Kota Semarang.
- Wicaksono, I. T. (2020). Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Penggunaan Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Aplikasi Di Semarang).

- Widyaningrum, P. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berlangganan Pada Layanan Video On Demand
- Faruk Ulum1), R. M. (2018). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. 12, 68–72.
- (2022), S. S. (2022). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Market Place Shopee, Kota Ternate). 12.
- Willy, W. (2018). Analisis Fashion Brand Terhadap Perilaku Konsumen Wanita Pengguna Sosial Media Di Surabaya Barat.
- Wisnu Rayhan Adhitya, 1, A. F. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama).
- Amelia Eva Chrisanta, N. R. (2022). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada E-Commerce Shopee.
- Ayuningtyas, F. D., & Zaini, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Grab Kategori Grabfood. 7.
- Nova Syafrianita, 2muhammad Asnawi, 3al Firah. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Pada Cv. Syabani Di Pusat Pasar Medan.
- Dinata, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Akses Kemudahan Pencarian Kemudahan Evaluasi Kemudahan Atensi,
- Saputra, O. D., Wijastuti, S., & Sulistiyono, M. N. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Kereta Api Indonesia (Studi Kasus Pada Pelanggan Kereta Prambanan Ekspres). Jurnal Ganeshwara.