

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Agung, N. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Danang, & Sunyoto. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fidel, M. (2005). *Perencanaan Transportasi untuk Mahasiswa, Perencana Praktisi*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. (2002). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Istijanto. (2009). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Kotler, P. (2013). *Dasar-Dasar Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Pratama, & Pratama, I. A. (2015). *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce*. Bandung: Informatika.
- Priyatno. (2014). *Analisis dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Schiffman, K. (2013). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Setiadi, & Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Shrimp. (2003). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta.

- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Hipotesis Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Penelitian Kuantitatif Populasi dan Sampel*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Skala Pengukuran*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Tahapan Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2016). *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan. (2003). *Perilaku Konsumen, Toeri dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1998). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 2*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi ke 12*. PT Indeks.
- Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Data Sekunder*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid I*. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Pamungkas, I. N. (2016). *IMC"0"LOGY*. Yogyakarta: Deepublish.
- Purbo, O. W., & Wahyudi, A. A. (2001). *Mengenal eCommerce*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Gavamedia.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Pendekatan Praktis - Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi ke-5 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2010). *Manajemen Penelitian*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Pers.
- Sunyoto, D. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi Yogyakarta*: CAPS.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*. Yogyakarta: CAPS.
- Taniredja, T., & Mustadifah, H. (2012). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal dan Skripsi

- Surya Destian, (2017). **“Pengaruh perilaku konsumen (faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis) terhadap Keputusan Pembelian Online pada situs MODIFIKASI.COM di Kota Bandung.”**
- Marheni Eka Saputri, (2016). **“Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia.”**
- Karina Septiani Nurindah dan Retno Setyorini, ST.,MM., (2016). **“Pengaruh Peri Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Damri Unit Angkutan Bus Kota Bandung.”**

- Arum Laksita¹, Bethani Suryawardani, SE., MM, (2018). **“Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap E-Customer Satisfaction melalui Aplikasi New KAI Acces Pada PT Kereta Api Indonesia DAOP 2 Bandung.”**
- Mike Simpson and Anthony J. Docherty, (2004). **“E-commerce adoption support and advice for UK SMEs.”**
- Rita, (2018). **“Pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk Oriflame di Makasar.”**
- Rian Piarna, (2014). **“Pengaruh Sumber Informasi dan Kualitas Website terhadap Kepercayaan Pelanggan dalam menentukan Keputusan Bertransaksi pada E-Commerce (Studi pada pelanggan E-Commerce Indonesia).”**
- Kurniati, R. R., & Junaida, D. (2019). **PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BELANJA ONLINE SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN BELANJA ONLINE MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM MALANG). JIAGABI, 8(3), 154-162**
- Bayu Prihantoko, (2011). **“Pengaruh Benefit M-Commerce Terhadap Value M-Channel dan Dampaknya Terhadap Intention to Use Pada Transaksi SMS Banking Mandiri di Bandung.”**
- Fachmi, M. I., & Astuti, S. R. T. (2016). **Analisis Kemenarikan Desain Website, Reputasi Vendor, Dan Persepsi Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Dengan Persepsi Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. Diponegoro Journal of Management, 5(3), 657-673.**
- Taufan F, (2012). **“Pengaruh Pembangunan Aplikasi M-Commerce Berbasis Wireless Application Protocol (Studi kasus : Dete Steel Contruction).”**

- Arista Milka Nasrul, (2014). **“Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Jahanshahi, Asghar Afshar, Alireza Mirzaie, and Amin Asadollahi. "Mobile commerce beyond electronic commerce: Issue and challenges." Asian Journal of Business and Management Sciences 1.2 (2011): 119-129.**
- Jahanshahi, A. A., Mirzaie, A., & Asadollahi, A. (2011). **Mobile commerce beyond electronic commerce: Issue and challenges. Asian Journal of Business and Management Sciences, 1(2), 119-129.**
- JAHANSHAH, Asghar Afshar; MIRZAIE, Alireza; ASADOLLAHI, Amin. **Mobile commerce beyond electronic commerce: Issue and challenges. Asian Journal of Business and Management Sciences, 2011, 1.2: 119-129.Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa.”**
- Fani, S. A. (2016). **Pengaruh komunikasi Pemasaran Terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha V-Ixion (Studi Pada PT. Lautan Teduh Interniaga).**
- Pakel, D., Andreswari, R., & Al Anshary, F. M. (2018). **Pengembangan Aplikasi Mobile Commerce Jasa Dekorasi Berbasis Android Pada Startup Balon Partner. eProceedings of Engineering, 5(2).**
- Hatta, N. (2018). **Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Citraland Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).**
- Alhasanah, J. U. (2014). **Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen Www. getscoop. com). Jurnal Administrasi Bisnis, 15(2)**

- Sastika, W. (2016). **Analisis Pengaruh Kualitas Website (Webqual 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Website E-Commerce Traveloka. In Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi.**
- Mahkota, A. P. (2014). **Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). Jurnal Administrasi Bisnis, 8(2).**
- Rachmadhita, Y. (2019). **PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KLINIK KECANTIKAN (STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF PADA KONSUMEN LARISSA AESTHETIC CENTER YOGYAKARTA) (Doctoral dissertation, Universitas Ahmad Dahlan).**
- Wandanaya, A. B. (2012). **Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk. Creative Communication and Innovative Technology Journal, 5(2), 174-185.**
- Purba, R. S., & Hidayat, R. (2016). **Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Telkom University Pada Tahun 2016). eProceedings of Applied Science, 2(2)**
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). **Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. Journal of Applied Business Administration, 2(1), 152-165.**
- Densa, E. P. B., & Nurnida, I. (2016). **Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Cd Jkt48 Di Bandung. eProceedings of Management, 3(3).**
- Weenas, J. R. (2013). **Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(4).**

- PUTRA, H. P. (2017). **Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Steam Valve Di Kota Bandung).**
- Rihardiansyah, M. R., Trianasari, N., & Kusumahadi, K. (2019). **Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (studi Kasus Pada Www. djavaholiday.com).** *eProceedings of Management*, 6(2).
- Chotimah, N. (2019). **PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA APLIKASI MOBILE SHOPEE.** *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 3(1), 63-72.
- Xiaojun, D., Junichi, I., & Sho, H. (2004). **Unique features of mobile commerce.** *Journal of Electronic Science and Technology*, 2(3), 205-210.
- Clarke III, I. (2001). **Emerging value propositions for m-commerce.** *Journal of business strategies*, 18(2), 133.
- Ardyanto, D. (2015). **Pengaruh kemudahan dan kepercayaan menggunakan E-commerce terhadap keputusan pembelian online (Survei Pada Konsumen www. petersaysdenim.com).** *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(1).
- Venkatesh, V., Ramesh, V., & Massey, A. P. (2003). **Understanding usability in mobile commerce.** *Communications of the ACM*, 46(12), 53-56.
- Chan, S. S., Fang, X., Brzezinski, J. R., Zhou, Y., Xu, S., & Lam, J. (2002). **Usability for mobile commerce across multiple form factors.** *J. Electron. Commerce Res.*, 3(3), 187-199.
- AlShaali, S., & Varshney, U. (2005). **On the usability of mobile commerce.** *International Journal of Mobile Communications*, 3(1), 29-37.

Cyr, D., Head, M., & Ivanov, A. (2006). **Design aesthetics leading to m-loyalty in Jahanshahi, A. A., Mirzaie, A., & Asadollahi, A. (2011). Mobile commerce beyond electronic commerce: Issue and challenges. Asian Journal of Business and Management Sciences, 1(2), 119-129. mobile commerce. Information & manaSgement, 43(8), 950-963.**

Okazaki, S. (2005). **New perspectives on m-commerce research. Journal of Electronic Commerce Research, 6(3), 160.**

Balasubraman, S., Peterson, R. A., & Jarvenpaa, S. L. (2002). **Exploring the implications of m-commerce for markets and marketing. Journal of the academy of Marketing Science, 30(4), 348-361.**

Website

<http://kai.id/>, diakses Oktober 2019

www.bps.go.id, diakses Oktober 2019

APJJI (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), diakses Oktober 2019

Data Internal PT. Kereta Api Indonesia Daop 8 Surabaya.

Divisi Hubungan Masyarakat , 2019