

DAFTAR PUSTAKA

- Afida, N. I., Imamah, S. N., Wijanarko, P., Prayoga, I., & Florensiano, P. D. A. (2024). Strategi Pelayanan Melalui Pemanfaatan Teknologi Oleh PT KAI Dalam Penyediaan Jasa Transportasi di Indonesia. *Kalijaga: Jurnal Penelitian Multidisiplin Mahasiswa*, 1(2), 27-32.
- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2021). Manfaat pemasaran media sosial instagram pada pembentukan brand awareness toko online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(02), 215-222.
- Afizha, J., & Kholik, A. (2021). Penerapan Komunikasi Efektif 7C Dalam Pelayanan Informasi Publik Oleh Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang Jakarta II. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 3(3), 111-125.
- Akbar, A. V. R., Suryanto, T. L. M., & Safitri, E. M. (2020, November). Analisis User Experience Pengguna Aplikasi KAI ACCESS Menggunakan Metode IPA (Studi Kasus: Masyarakat Surabaya). In *Prosiding Seminar Nasional Informatika Bela Negara* (Vol. 1, pp. 181-187).
- Al Jabar, H. (2023). Persepsi Masyarakat Terhadap Pembayaran Digital Pada Transportasi Umum. *Jmts: Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 995-1004.
- Alfianto, M. A., Rihhadatul'Ais, A., Syafiqah, I. N., Saputro, M. A., & El Farouq, Z. U. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Memperkuat Brand Awareness Pekan Raya Jakarta (PRJ). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 20760-20765.

- Apriliani, E. D. (2019). *Strategi Komunikasi Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Resmi Perusahaan (New Kai Access)* (Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Arif, A & Imran, A (2018). “Analisis Strategi Komunikasi Krisis Humasda Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasional 2 Bandung. *Jurnal Al-Fuad*, 1(2).
- Arifin, B. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Da’i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 159-178.
- Arsip Dokumen PT KAI (Persero). (2022). *Company Profile PT KAI 2022*. 1–23.
- Badan Pusat Statistik. (2018-2020). Data penduduk kota Bandung.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Buku Perkembangan Transportasi Nasional* Bumi Aksara, 2013), hal. 88.
- Cialdini, R. B., & Cialdini, R. B. (2007). *Influence: The psychology of persuasion* (Vol. 55, p. 339). New York: Collins.
- Effendy, O. U. (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- García-Avilés, J. A. (2020). Diffusion of innovation. *The international Encyclopedia of media psychology*, 1(8).
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hal. 88.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan & Strategi*, (Kab.Bandung: PT Remaja Rosdakarya).

- Hutagalung, I. (2016). Disonansi kognitif pada perilaku seks pranikah. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(2), 71-80.
- Hwang, G. J. (2014). Definition, framework and research issues of smart learning environments-a context-aware ubiquitous learning perspective. *Smart Learning Environments*, 1, 1-14.
- Jalaludin Rakhmat, Psikologi Komunikasi (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1985).
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2, 60-68.
<http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/komdik/article/view/65/60>
- Lee, C. C., Lee, L. W., & Lim, H. S. (2019). Factors affecting over-the-top services: an expanded technology acceptance model. *International Journal of Interdisciplinary Research*, 8(1), 1-20.
- Magreza, A. R., Sadono, T. P., & Pratiwi, N. M. I. (2023). Strategi Public Relations Pt. Dana Purna Investama Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Proceeding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi*, 1, 1-8. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/view/1630>
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2019). *Social marketing: Behavior change for social good*. Sage Publications.
- Liliweri, A. *Komunikasi Antar Pribadi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, 1991) h. 13.

- Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital. *Medium*, 9(1), 58-80.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nida, F. L. K. (2014). Persuasi dalam media komunikasi massa. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "AT-TABSYIR,"* 2(2), 77–95.
- Nugroho, D. (Universitas S., & Saputro, P. (Universitas S. (2020). Upaya-Upaya Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pertamina Lubricants Region IV Semarang. *Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Semarang*, 18(9), 1689–1699.
- Perdana, B. B. (2023). Analisis Penggunaan Kai Access Dalam Meningkatkan Efisiensi Manajemen Layanan Pelanggan: Studi Kasus Pada PT KAI (Persero). *Jurnal Economina*, 2(7), 1777-1788.
- Petty, R.E & Brinol, P. (2014). Embodied persuasion: Fundamental processes by which bodily responses can impact attitudes. Bachelor Thesis, Cambridge University Press.
- Pratama, S. D., & Syaodih, E. (2021). Analisis Perilaku Konsumen dalam Memanfaatkan Aplikasi KAI Access. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 3(1), 20-27.
- Privariandito, B. (2018). Strategi Komunikasi Humas PT Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 1 Jakarta (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Strategi Komunikasi Humas PT KAI Daop 1 Jakarta dalam Mensosialisasikan Bahaya Pelemparan Batu dan Menerobos Palang Pintu Kereta).

Public Relation KAI, T. (2021, Mei 29). Beragam Fitur KAI Access, Permudah

Pelanggan Menggunakan KA. Retrieved from kai.id/:

Publik. *Jurnal Administrasi Publik*, 12(1).

Rachmad, Y. E., Rahman, A., Judijanto, L., Pudjiarti, E. S., Runtunuwu, P. C. H.,

Lestari, N. E., ... & Mintarsih, M. (2024). *Integrasi metode kuantitatif dan*

kualitatif: Panduan praktis penelitian campuran. PT. Green Pustaka

Indonesia.

Rachmadi. (2011). Proses Public Relations Pt. Kai Pusat Bandung Dalam

Pengelolaan Media Internal “Tabloid Kontak ” Program Studi Ilmu

Komunikasi , Fakultas Komunikasi dan Bisnis , Universitas Telkom Jl .

Telkomunikasi Terusan Buah Batu , Bandung Jawa Barat 40257 Email :

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis,

Universitas Telkom, 2(2), 2302–2303.

<https://core.ac.uk/download/pdf/299901722.pdf>

Rahman, N. F., & Hariyanto, D. (2024). Strategi Marketing Public Relation PT.

Kereta Api Indonesia dalam Meningkatkan Pengguna KAIPay. *Al Qalam:*

Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, 18(4), 2533-2547.

Ramadhona, C. F., Pinontoan, N. A., Jati, R. P., & Lestari, R. (2024). Analisis

Komunikasi Pariwisata dalam Adopsi E-commerce pada Komunitas

Lokal: Studi Kasus Desa Ngargoretno. *Innovative: Journal Of Social*

Science Research, 4(4), 1440-1450.

- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. In *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 432-448). Routledge.
- Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi (Communication Management A Communication Approach). *JURNAL SIMBOLIKA*, 6(2), 152–162.
<https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.4069>
- Saraswati, A., & Prihadini, D. (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi Deskriptif Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat). *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 54-60.
- Septiana, T. (2021). Sistem Informasi Pemesanan Tiket Online Pada Stasiun Kereta Api Kecamatan 2x11 Kayu Tanam. *ELECTRICIAN–Jurnal Rekayasa dan Teknologi Elektro*, 15(2), 123-133. 6(2), 152–162.
- Setiawati, H. (2019). *Komunikasi Persuasif Riba Crisis Center Dalam Sosialisasi Gerakan anti Riba* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Singer, J. B. (2018). Transmission creep: Media effects theories and journalism studies in a digital era. *Journalism Studies*, 19(2), 209–226.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1186498>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&B*, Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sulistiyastuti, I. A. A. (2020). *Strategi Komunikasi Persuasif Gojek Dalam Menarik Minat Pelanggan (studi kasus Gojek di Wilayah Ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Venkatesh, V dan F.D. Davis. 1996. "A Model of The Antecedents of Perceived Ease of Use = Development and Test", *Decision Science* Vol. 27, h. 451-481.
- Yasfi, Z. (2018). *Strategi Customer Relationship Management PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 6 Yogyakarta Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api*.
- Yusuf, Y., & Ulumul, J. (2019). *Peran Public Relations Garuda Indonesia dalam mempromosikan pesawat Airbus A330-200 kepada pelanggan*. 4, 1–18.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.