

---

## Strategi Pelayanan PT KAI Daop IX Jember Melalui Aplikasi Access By KAI

Sandy Dharma Samudra<sup>1</sup>®, Yuslinda Dwi Handini<sup>2</sup>, I Ketut Mastika<sup>3</sup>,  
Sandhika Cipta Bidhari<sup>4</sup>®

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

<sup>4</sup> Politeknik Negeri Jakarta Jurusan Akuntansi DIV Keuangan dan Perbankan

### **Abstract**

*Digital marketing is a concept that can be carried out by all types of companies in the current digital era. The company that has implemented the digital marketing concept is PT KAI by creating a digital-based train ticket booking application called Access by KAI. This research was conducted using a descriptive qualitative research approach PT KAI created a digital-based service strategy such as the Access by KAI application by providing several menus and features that are fast and easy to use for customers when making train ticket purchase transactions using the Access By KAI application.*

**Keywords:** Access By KAI, Strategic Services, Digital Marketing

### **Abstrak**

*Digital marketing merupakan suatu konsep yang dapat dilakukan oleh seluruh jenis perusahaan pada era digital saat ini. Perusahaan yang telah menerapkan konsep digital marketing yaitu PT KAI dengan menciptakan aplikasi pemesanan tiket kereta api berbasis digital diberi nama Access by KAI. Penelitian ini dilakukan menggunakan jenis pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. PT KAI menciptakan strategi pelayanan berbasis digital seperti aplikasi Access by KAI dengan menyediakan beberapa menu dan fitur yang cepat dan mudah digunakan bagi para pelanggan pada saat melakukan transaksi pembelian tiket kereta api menggunakan aplikasi Access By KAI.*

**Kata kunci:** Access By KAI, Strategi Pelayanan, Digital Marketing

---

® [sandydharma20@gmail.com](mailto:sandydharma20@gmail.com)

® [sandhika.ciptabidhari@akuntansi.pnj.ac.id](mailto:sandhika.ciptabidhari@akuntansi.pnj.ac.id)

## 1. PENDAHULUAN

Masyarakat saat ini telah mampu berpikir dengan cara yang lebih efektif dan efisien dalam melakukan sebuah aktivitas. Terlebih lagi dalam memilih transportasi umum dimana seluruh jenis transportasi umum yang ada di Indonesia saat ini sudah mulai menunjukkan perkembangan dari segi pelayanan maupun fasilitas dalam transportasi itu sendiri. Perkembangan teknologi informasi membuat perusahaan untuk selalu menciptakan sebuah inovasi kreatif dan menciptakan strategi unik dalam melakukan persaingan agar mampu bertahan ditengah keadaan bisnis yang sangat ketat saat ini. Menciptakan sebuah inovasi guna melakukan persaingan dengan memanfaatkan teknologi atau menerapkan komponen digitalisasi oleh perusahaan dinilai lebih modern dari pada perusahaan yang hanya menggunakan cara bersaing tradisional. Perusahaan jasa transportasi seperti kereta api memanfaatkan mobile application dengan alasan melihat mobilitas penduduk Indonesia semakin cepat dengan banyaknya kesibukan yang dihadapi pada setiap individu sangat memungkinkan untuk menerapkan sistem digitalisasi dalam prosesnya.

Tabel 1. Daftar aplikasi pembelian tiket online.

No	Nama aplikasi
1	Traveloka
2	Trivago
3	Tripadvisor
4	Pegipegi
5	<i>Access by KAI</i>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2023)

Pada tabel 1.1 menunjukkan terdapat beberapa pilihan aplikasi dalam melakukan transaksi pembelian tiket transportasi umum khususnya kereta api secara online. Aplikasi yang dapat melakukan transaksi pembelian tiket secara online seperti Traveloka, Trivago, Tripadvisor, Pegipegi, Access by KAI.

Smartphone saat ini digunakan sebagai alat dan menjadi andalan bagi semua orang dalam melakukan aktivitas apapun seperti komunikasi, mencari informasi bahkan melakukan pemesanan tiket kereta api dengan memanfaatkan jaringan internet yang memiliki kelebihan dapat diakses di mana pun dan kapan pun sesuai kebutuhan dari setiap individu. Menurut Pressman dan Bruce (2014), Aplikasi mobile adalah aplikasi yang telah dirancang khusus untuk platform mobile (misalnya IOS, Android, atau Windows Mobile). Layanan atau fasilitas yang tersedia dalam aplikasi mobile dapat dialih fungsikan pada personal computer atau (PC). Terdapat beberapa platform mobile application seperti Play Store, App Store, Windows Phone, BlackBerry Application World yang digunakan sebagai media untuk mengakses mobile application. Access by KAI sendiri memiliki pengguna pada Play Store dan App Store karena platform tersebut terdapat pada smartphone yang sedang ramai atau banyak penggunanya untuk saat ini.

Tabel 2. Jumlah unduhan Access by KAI pada platform mobile application

Platform	Jumlah Unduhan
PlayStore	10 juta unduhan
AppStore	1,8 juta unduhan

Data diolah oleh Peneliti (2023)

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa dari kedua platform mobile application Play Store kurang lebih 10 juta unduhan dan App Store kurang lebih 1,8 juta unduhan. Angka tersebut juga memicu terhadap pesatnya pengguna aplikasi Access by KAI demi menunjang kebutuhan para pelanggan kereta api di Indonesia pada era saat ini. PT KAI menerbitkan sebuah aplikasi pemesanan tiket kereta api pada 4 September 2014. Fitur atau fasilitas yang terdapat pada aplikasi Access by KAI pada saat pertama kali diluncurkan hanya dapat digunakan sebagai pemesanan tiket kereta api jarak jauh. Perkembangan teknologi, informasi, komunikasi memberikan dampak bagi aplikasi Access by KAI yang sedang digunakan pada saat ini.

Fitur yang tersedia akibat perkembangan teknologi dan PT KAI melakukan inovasi pada aplikasi Access by KAI yaitu dapat melakukan pemesanan kereta api lokal, membatalkan dalam pembelian tiket kereta api, dapat mengubah nomor kursi dan waktu pemberangkatan kereta api, cek kode booking tiket, electronic boarding pass, riwayat pemesanan tiket, serta fitur layanan tes covid-19 yang sedang dibutuhkan pada saat ini. Pembelian tiket pada aplikasi Access by KAI juga menyediakan banyak pilihan pembayaran tiket melalui kartu kredit, ATM, Minimarket, Internet Banking dan E-Money Link Aja. Access by KAI sendiri memberikan sebuah kepercayaan kepada para penggunanya untuk tetap mengakses dengan mudah tanpa khawatir terhadap penipuan melalui moto “beli tiket semudah update status”.

Tabel 3. Data transaksi tiket kereta api DAOP IX Jember 2023

Transaksi	Jumlah
<i>Access by KAI</i>	5.116 Transaksi
Loket	2.660 Transaksi
Vending Machine	74 Transaksi

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 1.3 Access by KAI menjadi dengan jumlah transaksi paling tinggi mencapai 5.116 transaksi pada bulan Januari hingga Juli 2023. Kemudahan, keamanan dan kecepatan dalam melakukan transaksi pembelian tiket kereta api menggunakan Access by KAI menjadi keunggulan tersendiri dalam setiap prosesnya bila dibandingkan dengan kelima pilihan transaksi lainnya.

## 2. METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Pada penelitian ini menjelaskan bagaimana Strategi Pelayanan PT KAI DAOP IX Jember Melalui Aplikasi Access by KAI. Penelitian akan memberi gambaran secara detail dan mendalam terkait bagaimana Strategi Pelayanan PT KAI DAOP IX Jember Melalui Aplikasi Access by KAI.

#### Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu Penelitian ini dilakukan pada bulan September hingga Oktober 2023 di Kantor PT KAI Jl. Dahlia, Pagah, Jemberlor, Patrang, Jember.

#### Objek dan Fokus Penelitian

Peneliti memfokuskan penelitian analisis aplikasi Access by KAI karena objek tersebut merupakan target utama yang digunakan peneliti untuk memperoleh data penelitian.

#### Pengumpulan Data Penelitian

Peneliti menggunakan wawancara mendalam (in-depth interview), observasi, studi dokumentasi, dan triangulasi dalam proses pengumpulan data pada penelitian.

#### Penentuan Informan

Penentuan informan pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan secara sengaja, peneliti melakukan pemilihan informan sendiri, tidak melakukan secara acak. Peneliti memilih (key informan) dalam penelitian ini, dimana peneliti memilih beberapa informan kunci yang dianggap mampu memberikan data-data, informasi yang detail, akurat, tepercaya baik berupa pernyataan, keterangan atau data-data yang dapat membantu memahami persoalan atau permasalahan tersebut.

Peneliti juga memilih informan pelanggan? pendukung sebagai data tambahan penelitian.

#### Tahap Keabsahan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Metode pengumpulan data dengan berbagai teknik tersebut termasuk dalam uji keabsahan data yaitu triangulasi teknik. Penelitian ini menggunakan triangulasi teknik dan sumber. Peneliti menggunakan triangulasi teknik karena peneliti menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data dan menggunakannya untuk mendapatkan data dari sumber yang sama, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

#### Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kegiatan analisis domain dan taksonomi.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil dari penelitian, PT KAI telah menerapkan bentuk dari digital marketing. Access by KAI adalah bentuk penerapan digital marketing yang dilakukan oleh PT KAI.

Tabel 4. Model Analisis Domain Strategi Pelayanan PT KAI DAOP IX Jember Melalui Aplikasi Access By KAI

<b>Domain</b>	<b>Hubungan Sistematis</b>	<b>Pertanyaan Struktural</b>
Gambaran Umum Access by KAI	Fasilitas Access by KAI	Apa saja keseluruhan fasilitas atau fitur dari Access by KAI yang diberikan kepada pelanggan?

Sumber: Sugiyono (2014)

Analisis domain yang digunakan peneliti merujuk pada fitur yang diberikan aplikasi Access by KAI kepada pelanggan sebagai strategi pelayanan sehingga peneliti dapat fokus pada objek yaitu Access by KAI.

Tabel 5. Model Analisis Taksonomi Strategi Pelayanan PT KAI DAOP IX Jember Melalui Aplikasi Access By KAI

<b>Bidang</b>	<b>Bentuk</b>	<b>Deskripsi Kegiatan</b>
Strategi Pelayanan PT KAI DAOP IX Jember Melalui Aplikasi Access By KAI	Digital Device	Digital device bentuk interaksi antar manusia dalam sebuah bisnis dengan memanfaatkan ponsel pintar, tablet, laptop, komputer melalui jejaring atau internet.
	Digital Platforms	Digital platforms Menjadi prasarana untuk Melakukan proses pemasaran digital yang terjadi pada digital device Melalui layanan online seperti website maupun aplikasi.
	Digital Media	Terdapat komunikasi Maupun interaksi yang Berbeda seperti iklan, email dan pesan, pencarian, dan jejaring sosial.
	Digital Data	Digital data berperan Dalam mempoleh data profil pengguna serta history interaksi yang dilakukan pada suatu bisnis.
	Digital Technology	Digital Technology Digunakan guna menciptakan pengalam interaksi yang disuguhkan

---

kepada pengguna pada website maupun aplikasi pada suatu bisnis.

---

Sumber: Chaffey dan Fiona (2016)

Analisis taksonomi yang digunakan peneliti merujuk pada pemasaran digital (5D) yang dikemukakan oleh Chaffey dan Fiona (2016), yaitu digital device, digital platforms, digital media, digital data, dan digital technology dengan acuan pada domain yang digunakan dan fokus pada aplikasi digital yaitu Access by KAI.

PT KAI sangat serius dalam menciptakan keunggulan bersaing transportasi umum di Indonesia. Transportasi kereta api dapat dipercaya dan diandalkan oleh para masyarakat dalam memilih sebuah transportasi umum. Menerbitkan sebuah aplikasi berbasis digital disebut dengan Access by KAI pada 4 September 2014 dengan tujuan menghadirkan kemudahan kepada para pelanggan dalam melakukan transaksi tiket kereta api secara online. Tidak hanya layanan pemesanan tiket kereta api, kini Access by KAI juga mendukung pemesanan dan informasi layanan terkait kereta api. Aplikasi adalah perangkat lunak yang digunakan untuk tujuan tertentu, seperti mengolah dokumen, mengatur Windows, permainan (game), dan sebagainya (Rachmad Hakim S, 2018).

Perkembangan aplikasi Access by KAI dari versi pertama hingga versi keempat yang telah digunakan hingga saat ini tentu terdapat banyak tampilan dan fitur-fitur di dalamnya. Fitur merupakan suatu produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda adanya fitur berfungsi memilih suatu produk yang diinginkannya (Schmitt, 2010). Access by KAI memiliki beberapa menu bagian didalamnya terdapat fitur yang digunakan oleh pelanggan. Beberapa menu Access by KAI yaitu menu beranda, kereta, tiket saya, promo dan akun. Menu beranda pada aplikasi Access by KAI merupakan salah satu menu utama dan juga menu yang sangat berguna bagi pelanggan dengan beberapa fitur penting di dalamnya. Menu kereta pada aplikasi Access by KAI merupakan sebuah menu yang diperuntukan khusus untuk memesan tiket kereta. Berbeda dengan menu beranda yang memiliki fitur lainnya.

Menu kereta pada Access by KAI memang difungsikan sebagai fitur secara khusus memesan tiket kereta. Menu tiket saya pada Access by KAI merupakan sebuah menu dengan beberapa fitur untuk melakukan cek tiket kereta bagi pelanggan. Pelanggan dapat terbantu dengan menu tiket saya jika ingin melakukan periksa pada transaksi yang telah berlalu atau sebelum bayar. Menu promo pada Access by KAI merupakan menu yang diberikan untuk pelanggan oleh PT KAI sehingga informasi terkait promo yang sedang berlangsung dapat diketahui oleh pelanggan secara langsung. Access by KAI memiliki menu terakhir yang difungsikan untuk pelanggan sebagai fitur akun pribadi yaitu menu akun. Pada menu akun pelanggan dapat memanfaatkan fiturnya guna memberikan keamanan dan kenyamanan akun Access by KAI yang telah digunakan.

Perusahaan tentu memiliki sebuah keunggulan dalam menciptakan barang maupun pelayanan pada bidang jasa untuk memenuhi target yang akan dicapai. Keunggulan kompetitif adalah keunggulan atas kompetisi yang ada yang tidak dapat dilakukan oleh kompetitor dan dapat diterapkan dalam jangka waktu yang lama (Pakpahan, 2016). PT KAI menciptakan strategi pelayanan berbasis digital yaitu aplikasi Access by KAI. Terdapat beberapa keunggulan yang diciptakan oleh PT KAI dalam aplikasi Access by KAI dan tidak dimiliki pada aplikasi pemesanan tiket kereta api

lainnya yaitu tiket Go Show, tiket tarif khusus KA Komersial, Live Tracking, Loyalty Point, dan Fitur RailFood.

Access by KAI dapat dioperasikan oleh pelanggan setiap saat tanpa batasan waktu. Perangkat digital yang dapat digunakan oleh pelanggan dalam mengakses aplikasi Access by KAI yaitu Smartphone (Android,IOS) dan Personal Computer, Laptop (Windows) menggunakan laman browser. Spesifikasi dari beberapa perangkat digital yang dapat digunakan dalam mengakses aplikasi Access by KAI oleh pelanggan tentu berdampak pada kinerja penggunaan. Pelanggan pertama yaitu Ibu Julyetta mengungkapkan jika Access by KAI pada update versi terbaru saat ini cukup rumit dari versi aplikasi yang sebelumnya dari segi tampilan, tetapi untuk versi terbaru saat ini memiliki kelebihan fitur dibanding dengan versi sebelumnya yaitu fitur tiket kereta listrik, fitur pembelian pulsa, paket data, dan fitur pembayaran listrik. Ibu Julyetta sering menggunakan fitur yang ada pada Access by KAI untuk melakukan pembelian tiket kereta api antar kota maupun kereta api lokal. Access by KAI menurut Ibu Julyetta memiliki manfaat baginya karena tidak perlu untuk datang ke stasiun saat melakukan pembelian tiket kereta api.

Access by KAI untuk update versi terbaru saat ini memang memiliki tampilan yang sangat berbeda dari versi yang sebelumnya. Mulai dari segi tampilan warna, tata letak menu maupun fitur, serta penambahan fitur yang baru telah ditampilkan pada Access by KAI untuk versi terbaru saat ini. Pelanggan kedua yaitu Bapak Aria mengungkapkan jika Access by KAI pada update versi terbaru saat ini cukup menarik dan ramai dari segi tampilan serta semakin banyak untuk fitur yang baru. Bapak Aria menggunakan Access by KAI untuk melakukan transaksi pembelian tiket kereta api antar kota dan kereta api lokal. Fitur terbaru dari Access by KAI juga sempat dijajal oleh Bapak Aria yaitu fitur pembelian pulsa. Manfaat dari adanya Access by KAI juga dirasakan oleh Bapak Aria yaitu sangat mudah jika ingin melakukan pembelian tiket kereta api secara online tanpa harus datang ke stasiun.

Ibu Julyetta selaku pelanggan pertama mengungkapkan jika Access by KAI terasa aman saat digunakan dalam bertransaksi pembelian tiket kereta api karena terhubung langsung oleh pihak resmi dari PT KAI, hal tersebut yang membuat Ibu Julyetta terus menggunakan Access by KAI pada setiap melakukan transaksi pembelian tiket kereta api. Access by KAI dapat diakses kapanpun dan dimanapun selama terdapat koneksi internet yang baik. Terdapat hal yang membuat Access by KAI tidak dapat diakses seperti pada saat maintenance. Pelanggan yang ingin melakukan transaksi menggunakan Access by KAI tentu membutuhkan sebuah sarana dalam penggunaannya. Sarana adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan melancarkan pelaksanaan usaha yang berupa benda maupun uang (Arikunto dan Yuliana, 2012).

Sarana yang digunakan pelanggan untuk mengakses Access by KAI yaitu Smartphone (Android,IOS) dan Personal Computer, Laptop (Windows) melalui browser. Sarana yang digunakan Ibu Julyetta tergolong High Performance yaitu Iphone 11. Iphone 11 Memiliki spesifikasi dengan RAM 4GB dan menggunakan Prosesor BionicA13 sehingga menimbulkan kinerja yang sangat maksimal untuk melakukan akses aplikasi Access by KAI. Bapak Aria selaku pelanggan kedua dalam mengakses aplikasi Access by KAI menggunakan Smartphone Oppo Reno 6 yang termasuk kedalam golongan menengah. Oppo Reno 6 Memiliki spesifikasi dengan RAM 8GB dengan prosesor Snapdragon 720G. Menurut Bapak Aria Smartphone yang digunakan tersebut sudah cukup untuk melakukan akses pada aplikasi Access by KAI.

#### 4. KESIMPULAN

Peneliti telah mendapatkan suatu kesimpulan dalam penelitian ini dari serangkaian wawancara dan telah dilakukan olah data bahwa, Access by KAI memiliki beberapa fitur yang dapat membantu memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian tiket kereta api secara cepat serta dapat digunakan setiap saat tanpa ada batasan waktu dan tempat selagi masih terdapat koneksi internet. Keunggulan dari aplikasi Access by KAI berupa promosi yang diberikan kepada pelanggan berupa potongan harga tiket pada aplikasi Access by KAI untuk tiket Go Show dan tiket tarif khusus KA Komersial. Selain promosi juga terdapat beberapa fitur unggulan dari Access by KAI yaitu fitur Live Tracking, Loyalty Point, Rail Food. Pelanggan pengguna aplikasi Access by KAI paling sering menggunakannya hanya untuk melakukan transaksi pembelian tiket kereta api pada menu beranda aplikasi serta pelanggan pengguna Access by KAI merasa percaya atas kemampuan aplikasi dalam menjaga keamanan dan privasi data setiap pelanggannya karena data terhubung pada PT KAI. Sarana dalam mengakses Access by KAI yang dapat digunakan oleh pelanggan yaitu perangkat digital berupa Smartphone (Android,IOS) dan Personal Computer, Laptop (Windows) melalui browser.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Artikel Jurnal

- Anindira, R. A., & Imran, A. I. 2021. Strategi Dan Implementasi Customer Relationship Management Melalui Aplikasi Kai Access Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pt. Kai. *eProceedings of Management*, 8(4).
- Purba, M. M. 2021. Pemesanan Tiket Kereta Api Online (E- Ticketing) Menggunakan Aplikasi KAI Access. *JSI (Jurnal Sistem Informasi) Universitas Suryadarma*, 6(2), 175-194.

##### Buku

- Buyens, Jim. 2001. *Web Database Development*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ching-Chin Chen., Bruce C.Y. Lee., & Ping-Lung Huang. 2019. *The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in B2B Technology Service Industry*.
- DeLone, W.H., dan McLean, E.R. 2003. *Information Systems Success : The Quest for the Dependent Variable*. *Information Systems Research*, pp. 60-95.
- Dirga Surya, A., & Novri, H. 2020. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Tiket Kereta Api Online (KAI Access) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Stasiun Kertapati Palembang Dengan Menggunakan Metode Service Quality (Serqual) (Doctoral dissertation, Universitas Bina Darma)*.
- Handayani, R., Rosyidi, I., & Tresnawaty, B. 2020. Strategi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Mempertahankan Eksistensi Aplikasi KAI Access. *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat*, 3(4), 369-388.
- Hapsari, Y. T. 2022. *Kualitas Teknologi Layanan Mandiri Aplikasi KAI Access (Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia Persero Daop 9 Jember)*. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 429-436.
- Herlambang, S. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.



- Kotler, P. & Amstrong. 2008. Prinsip- Prinsip Pemasaran. jilid 1. (ed.ke-12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Larasati, A. S. A., Nugraha, H. S., & Widayanto, W. 2021. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi KAI Access di Semarang)/49/adbis/2021 (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science).
- Moleong. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Roger S. Pressman, Bruce R. Maxim. - 8th ed. 2014. Software Engineering: A Practitioner's Approach 2 Penn Plaza, New York.
- Salim dan Syahrur. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Citapustaka Media.
- Siti, A. S. W. (2021). Analisis Kepuasan Penggunaan Aplikasi Kai Access Dalam Melakukan Pembelian Dan Pembatalan Tiket Kereta Api (Studi Kasus pada PT. Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang).
- Sudaryo, Yoyo dan Nunung Ayu Sofiati. 2020. Digital Marketing dan Fintech di Indonesia. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Susanto, GM. 2017. The Power of Digital Marketing. Jakarta.