

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero).....	2
Gambar 1.2 Nilai Utama PT. Kereta Api Indonesia (Persero).....	3
Gambar 1.3 Gambaran Indikator Digital Utama Negara Indonesia.....	5
Gambar 1.4 Grafik Pertumbuhan dan Prediksi Nilai Sektor Transportasi Indonesai Tahun 2016-2019.....	6
Gambar 1.5 Perbedaan Tampilan Aplikasi KAI <i>Access</i> 2014 dan 2019.....	9
Gambar 1.6 Keluhan pengguna aplikasi KAI <i>Access</i>	11
Gambar 1.7 Presentase Alasan Menggunakan Aplikasi KAI <i>Access</i>	15
Gambar 1.8 Penilaian terhadap KAI <i>Access</i> pada <i>Google Play</i>	16
Gambar 1.9 Presentase <i>Channel Eksternal</i> Untuk Pembelian Tiket Kereta Api...	19
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	54
Gambar 3.2 Klasifikasi Kategori Penilaian Presentase dalam Garis Kontinum....	59
Gambar 3.3 Struktur Model Penelitian.....	62
Gambar 3.4 Model Analisis Persamaan Struktural.....	67
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	73
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Membeli Tiket Kereta di Aplikasi Dalam Sebulan.....	74
Gambar 4.6 Posisi Variabel <i>E-Servie Quality</i> (X) pada Garis Kontinum.....	77
Gambar 4.7 Posisi Variabel <i>E-Customer Satisfaction</i> pada Garis Kontinum.....	80
Gambar 4.8 Posisi Variable <i>E-Customer Loyalty</i> (Y) pada Garis Kontinum.....	84
Gambar 4.9 <i>Path Diagram Outer Model</i>	85

Gambar 4.10 Hasil <i>Outer Model</i>	87
Gambar 4.11 <i>Path Diagram Inner Model (Bootstrapping)</i>	91
Gambar 4.12 <i>Path Diagram E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction</i>	93
Gambar 4.13 <i>Path Diagram E-Service Quality terhadap E-Customer Loyalty</i>	94
Gambar 4.14 <i>Path Diagram E-Customer Satisfaction terhadap E-Customer Loyalty</i>	95
Gambar 4.15 <i>Path Diagram E-Service Quality terhadap E-Customer Loyalty Melalui E-Customer Satisfaction</i>	96