

Analisis Penerimaan Pengguna Terhadap Layanan *Mobile Ticketing* dengan Pendekatan TAM dan TRA (Studi Kasus: KAI *ACCESS*)

Yemi Fitriana¹, Aries Dwi Indriyanti²

^{1,2}Jurusan Teknik Informatika/Sistem Informasi, Universitas Negeri Surabaya)

¹yemi.17051214013@mhs.unesa.ac.id

²ariesdwi@unesa.ac.id

Abstrak— KAI Access merupakan sebuah aplikasi *mobile* yang digunakan untuk pemesanan tiket kereta api baik jarak dekat atau jarak jauh secara *online*. KAI Access juga merupakan solusi pada masa *covid-19* untuk meminimalisir kontak fisik antara petugas dan *customer*. Saat ini perusahaan berupaya untuk terus melakukan pengembangan terkait dengan fitur-fitur supaya KAI Access menjadi solusi yang efektif dan efisien untuk pemesanan tiket secara *online*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang memberikan pengaruh penerimaan pengguna layanan KAI Access menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Reasoned Action* (TRA) menggunakan metode penelitian kuantitatif. Untuk mengetahui seberapa produk tersebut untuk dapat diterima oleh konsumen maka perlu dilakukan penelitian terkait dengan penerimaan teknologi. Penerimaan pengguna tersebut dapat diketahui melalui respon yang baik terhadap niat pengguna dan perilaku dalam menggunakan produk yang diketahui dari jawaban 95 responden yang merupakan pengguna KAI Access, berdomisili di Jawa Timur dan rata-rata pengguna adalah seorang mahasiswa. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji outer model, uji inner model, dan uji hipotesis. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program *SmartPls* 3.0. Penilaian mengenai indikator menggunakan skala likert yang dimulai dari angka 1 yang berarti sangat tidak setuju hingga angka 5 sangat setuju. Sehingga diperoleh hasil penelitian bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness*, *Perceived Usefulness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*, *Perceived Ease of Use* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*, dan *Behavior Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*.

Kata Kunci— KAI Access, TAM, TRA, BI, ATU, *Mobile Ticketing*

I. PENDAHULUAN

Indonesia berupaya mengembangkan layanan berbasis teknologi dengan optimal. Hal tersebut ditunjukkan dengan munculnya inovasi dibidang teknologi yang dapat membantu penggunaannya untuk dapat menuntaskan tugas secara efektif

dan efisien. Kemajuan teknologi tersebut didukung dengan besarnya penggunaan *smartphone* yang ada di Indonesia. Menurut kominfo jumlah pengguna aktif *smartphone* pada 2018 mencapai 100.000.000 jiwa dengan latar belakang yang berbeda[1]. *Gadget* sudah hampir digunakan oleh semua kalangan masyarakat seperti pekerja perusahaan, Pelajar, dan Pengangguran. Besarnya penggunaan *smartphone* tersebut memicu perusahaan-perusahaan milik negara maupun swasta untuk beradaptasi dengan teknologi dengan tujuan agar dapat meningkatkan layanan yang diberikan. Pemanfaatan teknologi tersebut telah diadopsi oleh berbagai bidang. Salah satu bidang yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pelayanannya yaitu layanan transportasi umum yang dimiliki oleh PT KAI dibawah Badan Milik Negara (BUMN). Salah satu angkutan umum yang digemari oleh masyarakat umum adalah kereta api karena akses yang mudah dan biaya yang terjangkau. Penerapan teknologi untuk meningkatkan layanan transportasi tersebut adalah hadirnya KAI Access yaitu sebuah aplikasi *mobile* yang digunakan untuk pemesanan tiket kereta api baik jarak dekat atau jarak jauh secara *online*. Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Hafiz melalui KAI Access PT KAI dapat memberikan layanan dan dapat melakukan pengembangan aplikasi KAI Access dengan memberikan fitur yang *user friendly* sehingga menjadi solusi dalam melakukan pemesanan tiket secara *online* [2]. Menurut Parno dalam Website resmi Pemerintah Jawa Barat untuk mencegah dan menghindari timbulnya penyebaran *covid-19*, petugas loket hanya melayani penjualan tiket 3 jam sebelum keberangkatan pada stasiun besar yang ada di suatu wilayah apabila masih ada persediaan tempat duduk. Artinya PT KAI berusaha mengoptimalkan penggunaan aplikasi dalam pemesanan tiket dan hanya melayani pembelian tiket secara *offline* secara terbatas [3]. PT KAI masih melayani pembelian tiket secara konvensional seperti pembelian tiket pada loket stasiun meskipun dengan jumlah dan waktu yang terbatas. Hal tersebut dilakukan karena masih ada masyarakat yang belum beradaptasi dan menerima transaksi secara online. Menurut Ebis beberapa masyarakat kurang menerima adaptasi teknologi dikarenakan khawatir dengan aman atau tidaknya

informasi pribadi yang dimiliki [4]. Beberapa faktor yang menjadi pengaruh untuk seseorang menggunakan teknologi menurut teori Davis (1989) terdapat 2 faktor yang menjadi mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan penerimaan atau penolakan teknologi yaitu persepsi terhadap kegunaan *perceived usefulness* dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of used*). *Perceived usefulness* merupakan suatu tingkatan yang menyebabkan seseorang akan menganggap dengan adanya suatu sistem dapat mengoptimalkan aktivitasnya. Sedangkan *perceive ease of use* yaitu ketika seseorang yakin dengan adanya sistem maka tidak perlu usaha atau *effort* yang lain. Penelitian ini akan dilakukan pengamatan terkait faktor-faktor yang menjadi pengaruh penerimaan customer KAI dalam menggunakan KAI *Access* di Jawa Timur. Pemangamatan dalam penelitian ini berdasarkan pada variabel di dalam metode TAM dan TRA dengan analisis yang digunakan adalah PLS-SEM. Menurut Kurniawan Tujuan pengembangan *Technology of Acceptance Model* yaitu suatu dasar untuk membuat penelusuran terkait dengan pengaruh dari faktor eksternal terhadap *belief*, *attitude*, dan *purpose* menggunakan komputer [5]. Sedangkan menurut Pratiwi, *Theory of Reasoned Action* merupakan sebuah konseptual untuk memprediksi kinerja individu dalam berperilaku yang memberikan konsep untuk memperkirakan perfoma individu dalam berperilaku seperti teori Fishbein dan Ajzen yang merupakan pengembang konsep tersebut yang di sebutkan ada 2 hal yang mempengaruhi niat dalam berperilaku yaitu sikap individu terhadap perilaku, norma subjektif sikap pada perilaku sebagai faktor individu, sehingga akan memberikan pengaruh terhadap sejumlah keyakinan individu yang menyebabkan jika melakukan suatu perilaku tersebut (*behavioral believebah*) akan menjadi pertimbangan berdasarkan penilaian yang dilakukan setiap individu terhadap hasil yang diperoleh ketika seseorang melakukan perilaku tersebut[6]. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cho, Christina Chi, & Weisheng Chiu Tujuan dari penggunaan TAM adalah menyediakan pemahaman tentang penerimaan teknologi melalui perilaku pengguna, pada penelitian tersebut dijelaskan juga bahwa kemudahan menggunakan dan manfaat yang diterima berpengaruh dalam mendorong keinginan individu untuk menjadi pengguna teknologi [7]. Selain itu, menurut Zang dan Li hasil penelitian menunjukkan bahwa perpanjangan TAM memberikan penjelasan yang baik tentang penerimaan komputer tablet siswa k12 dijelaskan juga bahwa TAM adalah metode penggunaan komputer yang sederhana, mudah, dan paling kuat [8]. TAM mempengaruhi sikap pengguna terhadap kegunaan & niat [7]. Metode TAM berasal dari TRA yang telah diterima secara luas sebagai model dalam memahami perilaku penggunaan teknologi. Pengembangan TRA

didalamnya menganalisis faktor yang menjadi pengaruh individu dan niat berperilaku dan melakukan perilaku secara actual. Penelitian yang dilakukan oleh Cheah menunjukan penerimaan yang dilakukan oleh konsumen bank terhadap layanan *mobile banking* ditentukan oleh beberapa faktor terkait dengan kegunaan dan kemudahan sehingga berpengaruh pada *attitude towards use* dan *behavioral intention* [2]. Ramayah menjelaskan bahwa *attitude towards* dan *subjective norm* memiliki hubungan yang positif langsung dengan niat berperilaku yang dipengaruhi oleh variabel TAM [9]. Melalui penelitian-penelitian yang sudah dilakukan diketahui bahwa penerimaan teknologi dapat dipengaruhi oleh persepsi penggunaan terhadap manfaat dan persepsi pengguna terhadap penggunaan memberikan pengaruh terhadap sikap penggunaan (*attitude towars using*) dan perilaku pengguna (*behavioral intention*). Menurut Wibowo metode TAM diadopsi dari model TRA dimana aktivitas beralasan yang menunjukan reaksi & persepsi seseorang dengan suatu hal yang akan menjadi penentu sikap & perilaku seseorang[10]. Sejalan dengan pernyataan tersebut penelitian ini berfokus terhadap indentifikasi faktor-faktor penerimaan teknologi yang dipengaruhi oleh sikap, niat dan perilaku seseorang hal tersebut yang mendasari untuk menggunakan TAM dan TRA sebagai metode penelitian. Menurut Prehanto untuk menghasikan sebuah informasi berupa rekomendasi yang berguna akan digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan [11].

II. METODE

A. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif memiliki tujuan agar didapatkan bukti sebab akibat antar variabel-variabel. Metode yang paling tepat dapat penelitian ini yaitu dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif akan memberikan hasil suatu penelitian yang dengan data berupa angka. Sehingga dilakukan pengumpulan data secara terstruktur dimana data diperoleh melalui kuisisioner dengan memberikan kuisisioner yang telah disusun. Kuisisioner tersebut dilakukan secara tidak langsung melalui *google form*, peneliti menggunakan template *google form* yang terdiri dari pilihan menu praktis yang dapat dijadikan langsung atau dipilih kesesuaiannya. Media *google form* digunakan sebagai platform juga bertujuan untuk menghindari interaksi fisik pada masa pandemi. Kuisisioner dalam penelitian ini berjumlah 19 soal yang diperoleh dari 4 variabel yang digunakan menggunakan skala likert 5 dengan nilai 1-5, dimana nilai 1 berarti sangat tidak setuju, nilai 2 tidak setuju, nilai 3 Netral, nilai 4 Setuju, nilai 5 Sangat setuju. Dari nilai yang paling kecil.

B. Populasi dan Sampel

Menurut Kuncoro Populasi yaitu suatu kejadian yang membuat orang tertarik untuk mempelajari yang terdiri dari sekelompok elemen lengkap dengan objek tertentu yang dapat

dijadikan objek penelitian [12] hal tersebut dikenal dengan istilah populasi. Sehingga pengertian Populasi sendiri adalah objek atau subjek yang ditetapkan untuk kemudian dapat dipejari dan didapatkan suatu kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna KAI *Access* di wilayah Jawa Timur.

Penelitian ini menggunakan Teknik penarikan sampel nonprobability sampling. Pada suatu populasi tidak semua berpeluang untuk menjadi sampel sehingga penelitian ini menggunakan judgement sampling, Populasi yang digunakan yaitu pengguna KAI *Access* yang berada di wilayah Jawa Timur.

Beberapa kriteria sebagai acuan dalam pemilihan sampel yang sesuai antara lain:

1. Pelanggan KAI yang pernah atau sedang menggunakan KAI *Access*
2. Pengguna berdomisili Jawa Timur

Pada jumlah sampel yang digunakan yang representative menurut teori hair et al Cooper dan Schindler, 2008 tergantung dengan banyaknya indikator dikali 5-10. Sehingga berdasarkan perhitungan tersebut sampel minimum untuk penelitian sebanyak 95 sampel responden.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini yaitu:

- H1 : *Perceived Ease of Use* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* pengguna KAI *Access* di Jawa Timur.
- H2 : *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Use* pengguna KAI *Access* di Jawa Timur.
- H3 : *Perceived Ease of Use* memberikan pengaruh positif terhadap *Attitude Toward Use* pengguna KAI *Access* di Jawa Timur.
- H4 : *Attitude Toward Using* memberikan pengaruh positif terhadap *Behavior Intention* pengguna KAI *Access* di Jawa Timur.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Instrumen

Suatu tingkat ketepatan dan kebenaran alat ukur yang digunakan disebut dengan validitas. Pada suatu penelitian Instrumen dapat dikatakan valid jika memiliki nilai yang bisa digunakan untuk mengetahui data yang valid untuk mengukur objek penelitian Melalui pernyataan tersebut sehingga bisa disimpulkan bahwa suatu instrument dapat digunakan untuk mengukur

Ketika instrument tersebut valid untuk mengukur suatu data dan tepat dengan apa yang diukur. Setiap soal yang ada dalam instrument digunakan untuk mengukur pengetahuan. Indikator validitas yang dinilai adalah kesesuaian indikator dengan setiap soal, ketepatan soal dengan setiap indikator diteliti, kejelasan pada gambar dan bahasa pada setiap pertanyaan, kelayakan pertanyaan yang digunakan untuk sampel, dan kesesuaian antara materi atau konsep yang diuji. Pada tahap uji validitas peneliti menyebarkan kuisioner

kepada 30 respondem sehingga diperoleh skor pada setiap variable yang menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan pada setiap variabel skor validitas yang dimiliki di atas r-tabel (0,462), jika skor tersebut melebihi 0,462 maka dapat dinyatakan seluruh pernyataan valid. Peneliti menggunakan r-tabel dengan $n=30$ ($df= n-2$) yang digunakan sebagai Batasan sehingga didapatkan nilai r-tabel sebesar 0,462. Apabila nilai yang dimiliki Pearson Correlation > nilai r-tabel maka dianggap valid, apabila nilai kurang dari r-tabel maka dianggap pernyataan dianggap tidak valid.

Uji validasi pada setiap variable diketahui sebagai berikut:

TABEL I
TABEL PEARSON CORRELATION PU

Indikator	<i>Pearson Correlation</i>	r-tabel
PU_1	0,831	0,462
PU_2	0,905	
PU_3	0,858	
Skor PU	1	

Tabel PU menunjukkan bahwa nilai dari Pearson Correlation pada variable PU dari pernyataan 1 sampai 3 valid yang ditunjukkan dari *Pearson Correlation* > r-tabel oleh karena itu dapat variabel PU valid.

TABEL II
TABEL PEARSON CORRELATION PEOU

Indikator	<i>Pearson Correlation</i>	r-tabel
PEOU 1	0,867	0,462
PEOU 2	0,908	
PEOU 3	0,916	
PEOU 4	0,85	
Skor PEOU	1	

Tabel PEOU menunjukkan bahwa nilai dari *Pearson Correlation* pada variable PEOU dari pernyataan 1 sampai 4 valid yang ditunjukkan dari *Pearson Correlation* > r-tabel oleh karena itu variabel PEOU valid.

TABEL III
TABEL PEARSON CORRELATION ATU

Indikator	Pearson Correlation	r-tabel
ATU_1	0,869	0,462
ATU_2	0,897	
ATU_3	0,869	
ATU_4	0,892	
ATU_5	0,753	
ATU_6	0,886	
Skor ATU	1	

Tabel ATU tersebut menunjukkan bahwa nilai dari *Pearson Correlation* pada variable ATU dari pernyataan 1 sampai 6 valid yang ditunjukkan dari *Pearson Correlation* > r-tabel oleh karena itu variabel ATU valid.

TABEL IV
TABEL PEARSON CORRELATION BI

Indikator	Pearson Correlation	r-tabel
BI_1	0,888	0,462
BI_2	0,719	
BI_3	0,845	
BI_4	0,894	
BI_5	0,785	
BI_6	0,901	
Skor BI	1	

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai dari *Pearson Correlation* pada variable BI dari pernyataan 1 sampai 6 valid yang ditunjukkan dari *Pearson Correlation* > r-tabel oleh karena itu variabel BI valid.

B. Hasil Uji Reliabel

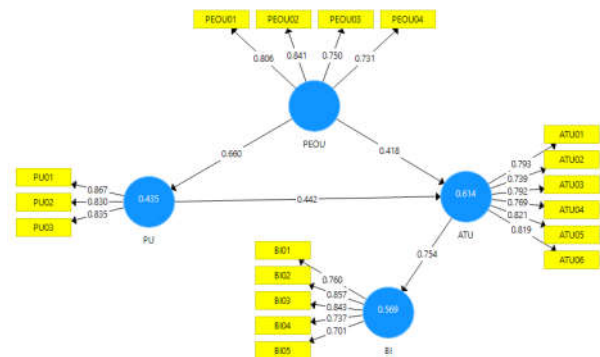
Untuk membuktikan bahwa pernyataan-pernyataan yang ada di dalam kuisioner tersebut konsisten atau tidak dapat diketahui dengan Uji Reliabilitas. Konsistensi pada setiap pernyataan dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha*. Apabila nilai *Cronbach Alpha* > r-tabel (0,462) pernyataan tersebut dapat dikatakan reliabel. Hasil pengujian terhadap reliabilitas dari keempat variabel dapat diketahui melalui gambar berikut:

TABEL V
TABEL UJI RELIABEL

Indikator	Cronbach's Alpha	N of Items
PU	0,797	3
PEOU	0,907	4
ATU	0,927	6
BI	0,904	3

C. Hasil Uji Outer Model

Tahap purifikasi dalam suatu model pengukuran harus dilakukan dengan tujuan agar sebuah konsep dapat diteliti dan diuji dalam suatu model yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dan validitas dalam suatu model. Beberapa pengujian melalui outer model yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Average Varian Extracted*, *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Penelitian ini menggunakan analisis Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan program SmartPLS 3.0. Pengukuran ini dilakukan untuk mengukur validitas dan reliabilitas data. Indikator yang ada pada setiap *construct* yaitu PU, PEOU, ATU, dan BI yang memiliki sifat reflektif sehingga dapat dilihat anak panah pada perancangan outer model dari arah konstruk menuju indikator. Hasil uji outer model dapat dilihat dari:



Gbr. 1 Hasil Uji Outer Model

1). Hasil Uji Convergen Validity

Indikator dapat dinyatakan valid apabila mempunyai nilai dari faktor loading > 0,7. Gambar 8 merupakan hasil nilai faktor loading pada variabel PU, PEOU, ATU, dan BI. Pada tahap uji faktor loading yang dilakukan pertama kali terdapat satu indikator dengan nilai dibawah 0.7 pada variabel BI06, sehingga peneliti menghilangkan indikator tersebut dan diperoleh hasil seperti yang ada pada gambar dibawah ini.

TABEL VI
NILAI FAKTOR LOADING

Indikator	Nilai faktor loading	Keterangan
PU01	0,867	Valid
PU02	0,83	Valid
PU03	0,835	Valid
PEOU01	0,806	Valid
PEOU02	0,841	Valid
PEOU03	0,75	Valid
PEOU04	0,731	Valid
ATU01	0,793	Valid
ATU02	0,739	Valid
ATU03	0,792	Valid
ATU04	0,769	Valid
ATU05	0,821	Valid
ATU06	0,819	Valid
BI01	0,76	Valid
BI02	0,857	Valid
BI03	0,843	Valid
BI04	0,737	Valid
BI05	0,701	Valid

Tahap purifikasi dalam model pengukuran harus dilakukan agar suatu konsep dapat diteliti dan diuji dalam suatu model yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dan validitas dalam suatu model. Beberapa pengujian melalui outer model yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Average Varian Extracted*, *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Pada penelitian ini menggunakan analisis Partial Least Square (PLS) dengan program SmartPLS 3.0. Pengukuran ini dilakukan untuk mengukur validitas dan reliabilitas data. Indikator yang ada pada masing-masing *construck* yaitu PU, PEOU, ATU, dan BI bersifat reflektif sehingga anak panah pada perancangan outer model dari arah *construck* menuju indikator.

2). Average Varian Extracted (AVE)

TABEL VII
NILAI AVE

Variabel	AVE	Akar AVE
PU	0,623	0,78930349
PEOU	0,612	0,782304289
ATU	0,613	0,782943165
BI	0,713	0,844393273

Average Varian Extracted (AVE) adalah pengujian yang digunakan untuk melihat validitas pada suatu konstruk. Pengujian yang dilakukan pada AVE dikatakan valid jika $AVE > 0.5$.

3). Discriminant Validity

Discriminant Validity dapat diketahui melalui nilai pada *cross loading* pengukuran dengan indikator. Jika indikator mempunyai nilai *cross loading* paling besar besar daripada nilai variabel lainnya maka model memiliki *Discriminant Validity* yang baik.

TABEL VIII
NILAI DISCRIMINANT VALIDITY

Indikator	PU	PEOU	ATU	BI
PU01	0,867	0,528	0,635	0,491
PU02	0,83	0,525	0,542	0,497
PU03	0,835	0,611	0,634	0,574
PEOU01	0,512	0,806	0,542	0,614
PEOU02	0,602	0,841	0,644	0,702
PEOU03	0,362	0,75	0,461	0,444
PEOU04	0,548	0,731	0,548	0,372
ATU01	0,654	0,644	0,793	0,605
ATU02	0,573	0,556	0,739	0,487
ATU03	0,501	0,5	0,792	0,518
ATU04	0,549	0,522	0,769	0,6
ATU05	0,627	0,578	0,821	0,63
ATU06	0,484	0,551	0,819	0,71
BI01	0,537	0,589	0,726	0,76
BI02	0,587	0,643	0,633	0,857
BI03	0,496	0,564	0,566	0,843
BI04	0,365	0,46	0,479	0,737
BI05	0,79	0,398	0,474	0,701

Hasil dari pengujian yang disajikan pada gambar tersebut menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *discriminant validity* yang baik karena nilai dari *cross loading* pada setiap memiliki nilai terbesar dibandingkan dengan nilai variabel yang lain.

D. Uji Inner Model

1). R-Square

R-Square dapat dilihat pada pengujian inner model. Model struktural dievaluasi menggunakan *R-Square* yang digunakan sebagai pengukur perbedaan antara variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai *R-Square* dan nilai coefficient path digunakan untuk mengevaluasi inner model. Setelah pengolahan data sehingga dapat diketahui nilai R-square sebagai berikut:

TABEL IX
NILAI R-SQUARE

Variabel	R-Square
PU	0,614
ATU	0,569
BI	0,435

Melalui tabel tersebut dapat diketahui nilai R-Square variabel *Perceived Usefulness* (PU) sebesar 0.614, yang artinya presentase variasi data pada variabel PU dan ATU sebesar 61,4% sedangkan sisanya sebesar 38.6% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Selain itu nilai R-Square pada variabel *Attitude Toward Use* (ATU) sebesar 0.569, yang artinya presentase variasi data pada variabel PU dan BI adalah 56.9% sedangkan 43.1% yang dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini. Nilai R-Square *Behavior Intention* (BI) sebesar 0,435, yang artinya persentase pada variabel ATU dan BI sebesar 43,5% sedangkan 56,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2 PU) \times (1 - R^2 ATU) \times (1 - R^2 BI) \quad (1) \\ = 1 - ((0,386) \times (0,431) \times (0,565)) = 1 - 0.094 = 0.906 = 90,6 \%$$

Dari hasil perhitungan Q^2 diketahui nilai Q^2 sebesar 0.906 artinya bahwa nilai pada observasi yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya mempunyai ketepatan sebesar 90,6% sehingga dikatakan *goodness of fit* pada penelitian ini karena semakin tinggi nilai yang dihasilkan semakin baik *goodness of fit*.

2). Uji Hipotesis

Hipotesis pada penelitian diterima jika nilai t-statistik > t-tabel pada tingkat kesalahan 5% yaitu 1.96. berikut merupakan nilai *path coefficients* dan nilai T-Statistik yang dihasilkan dengan menggunakan SmartPS 3.0. Sehingga dapat diketahui hasil sebagai berikut:

TABEL X
HASIL UJI HIPOTESIS

Model Struktural	<i>Path Coefficients</i>	t-Hitung	Hasil
PEOU -> PU	0,66	8.692	Diterima
PU -> ATU	0,442	4.788	Diterima
PEOU -> ATU	0,418	3.991	Diterima
ATU -> BI	0,754	14.796	Diterima

- 1) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* pengguna KAI Access di Jawa Timur
Koefisien pengaruh pada variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* sebesar 0.660 (positif) dengan nilai t-statistik sebesar 8.692. Nilai t-statistik harus > t-tabel sehingga diperoleh nilai 8.692 > 1.96 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*. Sehingga, berdasarkan hasil tersebut H1 yang menduga *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* pengguna KAI Access diterima.
- 2) *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Use* pengguna KAI Access di Jawa Timur.

Koefisien pengaruh pada variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Use* sebesar 0.442 (positif) dengan nilai t-statistik sebesar 4.788. Nilai t-statistik harus > t-tabel sehingga diperoleh nilai 4.788 > 1.96. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Use*. Sehingga, berdasarkan hasil tersebut H2 yang menduga *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Use* pengguna KAI Access diterima.

- 3) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Use* pengguna KAI Access di Jawa Timur.
Koefisien pengaruh pada variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Use* sebesar 0.418 (positif) dengan nilai t-statistik sebesar 3.991. Nilai t-statistik harus > t-tabel sehingga diperoleh nilai 3.991 > 1.96. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Use*. Sehingga, berdasarkan hasil tersebut H2 yang menduga *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Use* pengguna KAI Access diterima.
- 4) *Attitude Toward Use* berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* pengguna KAI Access di Jawa Timur.
Koefisien pengaruh pada variabel *Attitude Toward Use* terhadap *Behavioral Intention* sebesar 0.754 (positif) dengan nilai t-statistik sebesar 14.796. Nilai t-statistik harus > t-tabel sehingga diperoleh nilai 14.796 > 1.96. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Attitude Toward Use* terhadap *Behavior Intention*. Sehingga, berdasarkan hasil tersebut H2 yang menduga *Attitude Toward Use* berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* pengguna KAI Access diterima.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 95 responden yang sudah pernah menggunakan KAI Access untuk pemesanan tiket. Berdasarkan usia diketahui bahwa responden berusia 17-25 tahun dan berprofesi sebagai mahasiswa. Dari hasil penelitian tersebut sehingga dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain:

1. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* pengguna KAI Access di Jawa Timur karena memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0.660 dan t-statistik 8.692 dengan tingkat signifikan 0.00.
2. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Use* pengguna KAI Access di Jawa Timur karena memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0.442 dan t-statistik 4.788 dengan tingkat signifikan 0.00.
3. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Use* pengguna KAI Access di Jawa Timur karena memiliki *path coefficient* sebesar 0.418 dan t-statistik 3.991 dengan tingkat signifikan 0.00.
4. *Behavior Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Use* pengguna KAI Access di

Jawa Timur karena memiliki *path coefficient* sebesar 0.754 dan t-statistik 14.796 dengan tingkat signifikan 0.00.

V. SARAN

Berkaitan dengan kesimpulan yang sudah didapatkan sehingga saran dalam penelitian ini adalah:

1. Pada layanan pengembangan transportasi berbasis teknologi perusahaan perlu untuk mempertimbangkan *Perceived Ease of Use* yang berkaitan dengan indikator jelas dan mudah dipahami. Dari penelitian yang sudah didapat diketahui bahwa jelas dan mudah dipahami mendapatkan tanggapan yang rendah dibandingkan dengan indikator yang lain. Oleh karena itu, hendaknya perusahaan membuat fitur-fitur yang ada dalam aplikasi KAI Acces bersifat *user friendly* sehingga memudahkan pengguna
2. Perusahaan dapat meningkatkan hal-hal yang berkaitan dengan penerimaan pengguna untuk meningkatkan intensi pengguna karena kemudahan dan kegunaan memberikan pengaruh yang besar terhadap *attitude toward using* dan *attitude toward using* memberikan pengaruh pada *behavior intention*. Sehingga dalam memberikan inovasi layanan perusahaan dapat memperhatikan latar belakang pengguna yang mempengaruhi penerimaan mereka terhadap teknologi yang baru.
3. Dalam hal penelitian, Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan responden yang beragam sehingga dapat mengetahui tingkat penerimaan teknologi KAI Access secara lebih luas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

REFERENSI

- [1] Rahmayani, Indah. "Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia". Diakses 3 Juni 2020. [http://www.Kementerian_Komunikasi_dan_Informatika\(kominfo.go.id\)](http://www.Kementerian_Komunikasi_dan_Informatika(kominfo.go.id)).
- [2] Saputra, H. S. (2013). "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan KAI Acces di Kota Malang". *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- [3] Parno.2020. "KAI Optimalkan Layanan Tiket Online", *Website Resmi Pemerintah Provinsi Jawa Barat*. Diakses 16 Desember 2020. <https://jabarprov.go.id/index.php/news/40617/2020/12/16/KAI-Optimalkan-Layanan-Tiket-Online>

- [4] Ebis, Socmed. 2016. "7 Alasan Masyarakat Ragu Belanja Online". Diakses 2 Januari 2021. <https://www.smartbisnis.co.id/content/read/belajar-bisnis/7-alasan-masyarakat-ragubelanja-online>.
- [5] Kurniawan, Samuel & aparinto, E. (2013). "Analisis Penerimaan terhadap Layanan M-Banking dengan Menggunakan Pendekatan TAM dan TRA". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1).
- [6] Pratiwi, E. D. (2016). "Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Instagram dengan The Theory of Reasoned Action Menggunakan AMOS 21". *Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI*, 2(1), 68–77. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jtk/article/view/364/273>
- [7] Cho et al. (2020). "Understanding sustained usage of health and fitness apps: Incorporate the technology acceptance model with the investment model". In *Technology in Society* (Vol. 63). Elsevier Ltd.
- [8] Zheng & Li(2020). "What drives students' intention to use tablet computers: An extended TAM method". *International Journal of Educational Research*, 102(November 2019),101612.
- [9] Ramayah & Rangel (2009). "Decomposed TAM to explain intention to use Internet stock trading among Malaysia investor".
- [10] Wibowo, A. (2008). "Perilaku Pengguna Sistem Informasi". *Jurnal UBL, Universitas Budi Luhur, Jakarta*,9.
- [11] Informatika, J. T., Surabaya, U. N., Informatika, D. M., Informasi, F. T., Asy, U., Sebuahdsaya, F., Indonesia, J., Prehanto, D. R., Indriyanti, A. D., Permadi, G. S., Asy, U., Indonesia, J., Vitadiar, T. Z., Informatika, D., Informasi, F. T., & Hasyim, U. (2020). *Jurusan Teknik Informatika* ,
- [12] Kuncoro, M. (2011). "Metode kuantitatif; Teori dan aplikasi untuk bisnis dan ekonomi". Yogyakarta: STE YKPN.