

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEMUDAHAN PEMBAYARAN, FITUR LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI ACCESS BY KAI

Pipit Ermawati¹⁾, Apriyanti²⁾

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

Email: pipitermawati2516@gmail.com

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: kelip.apriyanti@unipma.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh kemudahan penggunaan, kemudahan pembayaran, fitur layanan, kepuasan konsumen dan keputusan penggunaan. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 375 responden. Pengambilan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan alat uji berupa aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kemudahan penggunaan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Penggunaan, (2) Kemudahan pembayaran memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Penggunaan, (3) Fitur layanan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Penggunaan, (4) Kepercayaan konsumen memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Penggunaan.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Kemudahan Pembayaran, Fitur Layanan, Kepuasan Konsumen, Keputusan Penggunaan

Abstract

The purpose of this study was to determine whether there is an effect of ease of use, ease of payment, service features, customer satisfaction and usage decisions. The research method used

is a quantitative approach. The sample of this research was 375 respondents. Data collection using questionnaires and interviews. The data analysis technique uses a test tool in the form of the SPSS application. The results of this study indicate that (1) ease of use has a significant and positive effect on usage decisions, (2) ease of payment has a significant and positive effect on usage decisions, (3) service features do not have a significant and positive effect on usage decisions, (4) consumer trust has a significant and positive effect on usage decisions.

Keywords: *Ease of Use, Ease of Payment, Service Features, Customer Satisfaction, Usage Decision.*

A. PENDAHULUAN

Tingginya penggunaan internet di Indonesia menjadi pemicu perusahaan untuk mengikuti kemauan dari pemerintahan dan masyarakat yaitu dengan memunculkan beragam jenis application mobile yang dapat dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan, pengantar jasa, pembelian barang dan pembelian tiket. Menurut Peni (2016) dalam (Suwondo et al., 2017), aplikasi mobile adalah aplikasi perangkat lunak yang dibuat khusus untuk dijalankan didalam tablet dan juga smartphone. Salah satu application mobile yang mulai muncul adalah application mobile dalam pembelian e-ticket.

Pada mudik lebaran tahun 2024 minat masyarakat mudik dengan Kereta Api antarkota menjadi pilihan tertinggi. Berdasarkan hasil survei prediksi pergerakan masyarakat selama lebaran tahun 2024, yang dilakukan oleh badan kebijakan transportasi yang bekerja sama dengan badan pusat statistik, kementerian komunikasi dan informatika. Dalam melakukan keputusan untuk menggunakan suatu produk/aplikasi, konsumen akan melalui beberapa tahap. Selanjutnya konsumen mengevaluasi serta mencari manfaat tertentu dari suatu produk bagi kebutuhan mereka, hingga akhirnya konsumen akan membentuk preferensi atas produk tersebut dan berujung pada keputusan penggunaan (Kotler et al., 2007).

Selain faktor kemudahan penggunaan, kemudahan pembayaran, dan juga fitur layanan, faktor lain yang tidak kalah penting dan juga perlu diperhatikan oleh perusahaan jasa yaitu kepercayaan konsumen. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Aprilia & Susanti, 2022) mengatakan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan fitur layanan dan promosi masing masing memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan.

Selanjutnya faktor lain yang dapat memengaruhi konsumen untuk menggunakan suatu aplikasi *Access by KAI* yaitu fitur layanan yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. Selain itu, setiap transaksi pemesanan tiket KA jarak jauh komersial akan mendapatkan Railpoint. Railpoint tersebut dapat ditukarkan dengan tiket KA komersial dengan memenuhi syarat dan ketentuan tertentu *kompass.com* (2023), berlaku bagi pengguna premium bisa memanfaatkan fitur ini sehingga masyarakat lebih percaya untuk menggunakan aplikasi *Access by KAI* dan membedakan aplikasi *Access by KAI* dengan aplikasi pemesanan tiket yang lain.

Selain itu, kepercayaan seseorang terhadap teknologi juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan seseorang menggunakan suatu teknologi, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Saraswati & Baridwan, 2012) mengungkapkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan sistem e-commerce karena kepercayaan merupakan faktor penting yang menjadikan pertimbangan seseorang dalam memilih untuk menggunakan *e-commerce*, semakin tinggi kepercayaan yang ada dalam diri seseorang maka akan semakin tinggi pula minat yang akan diberikan seseorang kepada penyedia layanan *e-commerce*.

B. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Madiun pengguna aplikasi *Access by KAI*, dalam penelitian ini jumlah populasi sebanyak 6.156 pengguna aplikasi *Access by KAI*. Jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 375

responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode pengolahan data menggunakan computer dengan software SPSS (Statistical Package For Social Sciences).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas berpedoman pada nilai r tabel dan r hitung. Apabila $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka indikator dinyatakan valid. Dan sebaliknya jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka indikator dinyatakan tidak valid.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel

Item Variabel	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
	r hitung> r tabel		
X1.1	1,000	0,10115	Valid
X1.2	0,407	0,10115	Valid
X1.3	0,201	0,10115	Valid
X1.4	0,196	0,10115	Valid
X1.5	0,273	0,10115	Valid
X1.6	0,162	0,10115	Valid
X1.7	0,124	0,10115	Valid
X1.8	0,172	0,10115	Valid
X2.1	1,000	0,10115	Valid
X2.2	0,428	0,10115	Valid
X2.3	0,332	0,10115	Valid
X2.4	0,255	0,10115	Valid
X2.5	0,180	0,10115	Valid
X2.6	0,206	0,10115	Valid
X2.7	0,161	0,10115	Valid
X2.8	0,265	0,10115	Valid
X3.1	1,000	0,10115	Valid
X3.2	0,488	0,10115	Valid
X3.3	0,255	0,10115	Valid
X3.4	0,238	0,10115	Valid
X3.5	0,239	0,10115	Valid
X3.6	0,120	0,10115	Valid
X3.7	0,115	0,10115	Valid
X3.8	0,165	0,10115	Valid
X4.1	1,000	0,10115	Valid

X4.2	0,487	0,10115	Valid
X4.3	0,293	0,10115	Valid
X4.4	0,238	0,10115	Valid
X4.5	0,259	0,10115	Valid
X4.6	0,253	0,10115	Valid
X4.7	0,301	0,10115	Valid
X4.8	0,319	0,10115	Valid
Y.1	1,000	0,10115	Valid
Y.2	0,544	0,10115	Valid
Y.3	0,281	0,10115	Valid
Y.4	0,327	0,10115	Valid
Y.5	0,188	0,10115	Valid
Y.6	0,263	0,10115	Valid
Y.7	0,278	0,10115	Valid
Y.8	0,204	0,10115	Valid

Sumber: SPSS21, 2024

Berdasarkan hasil validitas pada tabel 1 di atas, mampu terlihat bahwasanya seluruh uji pada soal semua variabel menunjukkan bahwa seluruh data yaitu sebanyak 40 soal angket adalah valid. Hal tersebut memenuhi persyaratan yaitu memiliki nilai r tabel 0,10115, maka seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu diterapkan dan dapat terpercaya dalam data penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Kuisisioner dapat dikatakan reliabel apabila hasil dari pengukuran menunjukkan hasil yang sama dan stabil atau konsisten dalam kurun waktu yang berbeda. Dalam pengujian reliabilitas dapat mengacu pada nilai *Conbach Alpha* (α), dimana variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki *Conbach Alpha* (α) $> 0,7$ (Ghozali, 2018).

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Hitung	CronbachAlpha	Keterangan
X1	0,739	0,7	Reliabel
X2	0,748	0,7	Reliabel
X3	0,793	0,7	Reliabel

X4	0,800	0,7	Reliabel
Y	0,801	0,7	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa seluruh variabel mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7 sehingga seluruh kuesioner pada variabel penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Model regresi yang baik jika dapat menghasilkan distribusi data normal atau yang mendekati normal dengan signifikansi $> 0,05$ atau 5% (Ghozali, 2018).

Tabel 3. Uji Normalitas

N	P-Value	Taraf Signifikan	Keputusan
375	0,213	0,05	Distribusi Normal

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan uji *KolmogorovSmirnov* diperoleh temuan penelitian bahwa model regresi mempunyai residual yang berdistribusi normal, temuan ini dibuktikan dengan koefisien sig = 0.213 > 0.05 .

Uji Multikolinieritas

Cara melihat apakah terjadi penyimpangan atau tidak adalah dengan memperhatikan jika nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 , maka dapat dikatakan terjadinya multikolinieritas. Sebaliknya jika nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 , maka dapat dikatakan tidak ada terjadinya multikolinieritas (Ghozali, 2018).

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Variabel	N	Nilai Tolerance	VIF	Keputusan

X1	375	0,692	1,446	Tidak ada terjadinya multikolinieritas
X2	375	0,652	1,535	Tidak ada terjadinya multikolinieritas
X3	375	0,596	1,677	Tidak ada terjadinya multikolinieritas
X4	375	0,594	1,683	Tidak ada terjadinya multikolinieritas

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh temuan uji Multikolinieritas yang disajikan di atas, maka diperoleh temuan penelitian sebagai berikut:

- 1) Variabel kemudahan penggunaan bebas dari masalah Multikolinieritas, temuan ini di buktikan dengan koefisien $VIF = 1,446 < 10$
- 2) Variabel kemudahan pembayaran bebas dari masalah Multikolinieritas, temuan ini di buktikan dengan koefisien $VIF = 1,535 < 10$
- 3) Variabel fitur layanan bebas dari masalah Multikolinieritas, temuan ini di buktikan dengan koefisien $VIF = 1,677 < 10$
- 4) Variabel kepercayaan konsumen bebas dari masalah Multikolinieritas, temuan ini di buktikan dengan koefisien $VIF = 1,683 < 10$

Uji Heteroskedastistas

Jika dari satu penelitian dengan penelitian lain memiliki kesamaan varian dari residual maka hal itu disebut homoskedastistas. Terbebas dari masalah heterokedastisidias dilihat dengan koefisien $\text{sig} > 0.05$.

Tabel 5. Uji Heteroskedastistas

Varibel	N	P-Value	Taraf Signifikan	Keputusan
X1	375	0,113	> 0.05	Bebas dari masalah Heteroskedastididas
X2	375	0,112	> 0.05	Bebas dari masalah Heteroskedastididas

X3	375	0,191	> 0.05	Bebas dari masalah Heteroskedastididas
X4	375	0,880	> 0.05	Bebas dari masalah Heteroskedastididas

Sumber: SPSS21, 2024

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh hasil uji Heteroskedastistitas menggunakan *glejser* sebagai berikut:

- 1) Variabel kemudahan penggunaan bebas dari masalah Heteroskedastistitas, temuan ini dibuktikan dengan koefisien sig = 0.113 > 0.05
- 2) Variabel kemudahan pembayaran bebas dari masalah Heteroskedastididas temuan ini dibuktikan dengan koefisien sig = 0.112 < 0.05.
- 3) Variabel fitur layanan bebas dari masalah Heteroskedastididas temuan ini dibuktikan dengan koefisien sig = 0.191 > 0.05.
- 4) Variabel kepercayaan konsumen bebas dari masalah Heteroskedastididas temuan ini dibuktikan dengan koefisien sig = 0.880 > 0.05.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan apabila peneliti ingin memprediksi perubahan variabel terikat (Y) yang dijelaskan atau dihubungkan oleh dua atau lebih variabel bebas (X) sebagai faktor predictor yang dimanipulasi. Dapat dikatakan bahwa nilai variabel Y ditentukan berdasarkan nilai-nilai dari variabel X yang terdiri dari dua atau lebih variabel. Menurut Ghazali, (2018) analisis regresi berganda dilakukan apabila penelitian memiliki jumlah variabel bebas minimal dua variabel.

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	N	B	Std. Error	Beta	Nilai t	Sig
X1	375	0,211	0,054	0,180	3,942	0,000
X2	375	0,177	0,045	0,184	3,924	0,000
X3	375	0,252	0,045	0,274	5,580	0,000

X4	375	0,213	0,046	0,229	4,654	0,000
Y	375	4,269	1,466		2,912	0,004

Sumber: SPSS21, 2024

Dari tabel diatas hasil perhitungan variabel bebas dapat disusun dalam model berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 4,269X_1 + 0.211X_2 + 0.177X_3 + 0.252X_4 + e$$

Keterangan:

Y	=Keputusan penggunaan
α	=Konstanta
$\beta_1 - \beta_4$	=Koefisien regresi Variabel X_1, X_2, X_3, X_4
X_1	= Kemudahan penggunaan
X_2	= Kemudahan pembayaran
X_3	= Fitur layanan
X_4	= Kepercayaan konsumen
e	=Error/residual

Berdasarkan persamaan yang dirumuskan di atas maka dapat di tuliskan hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

- 1) Ketika keseluruhan variabel bebas yang digunakan pada penelitian bernilai konstan atau 0, maka keputusan penggunaan akan mempunyai koefisien sebesar 4,269.
- 2) Setiap kenaikan satu satuan pada variabel kemudahan penggunaan, dan variabel lain bernilai konstan atau 0, maka keputusan penggunaan akan mengalami kenaikan sebesar 0.211.
- 3) Setiap kenaikan satu satuan pada variabel kemudahan pembayaran, dan variabel lain bernilai konstan atau 0, maka keputusan penggunaan akan mengalami kenaikan sebesar 0.177.
- 4) Setiap kenaikan satu satuan pada variabel fitur layanan, dan variabel lain bernilai konstan atau 0, maka keputusan penggunaan akan mengalami kenaikan sebesar 0.252.

5) Setiap kenaikan satu satuan pada variabel kepercayaan konsumen, dan variabel lain bernilai konstan atau 0, maka keputusan penggunaan akan mengalami kenaikan sebesar 0.213.

Uji t

Uji t ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel kemudahan penggunaan, kemudahan pembayaran, fitur layanan, kepercayaan konsumen dan keputusan penggunaan secara parsial. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan derajat kepercayaan $\alpha = 0,05$.

Tabel 7. Uji t

Variabel	N	Koefisien Beta	t Hitung	Sig	Taraf Sig	Keputusan
X1	375	0,211	3,942	0,000	0,05	Berpengaruh signifikan
X2	375	0,177	3,924	0,000	0,05	Berpengaruh signifikan
X3	375	0,252	5,580	0,000	0,05	Berpengaruh signifikan
X4	375	0,213	4,654	0,000	0,05	Berpengaruh signifikan

Sumber: SPSS21, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan di atas, diperoleh temuan sebagai berikut:

- 1) Variabel kemudahan penggunaan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, temuan ini dibuktikan dengan koefisien beta = 0.211 serta koefisien sig = $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menerima H_1 yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.
- 2) Variabel kemudahan pembayaran memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Penggunaan, temuan ini dibuktikan dengan koefisien beta = 0.177 serta koefisien sig = $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menerima H_2 yang menyatakan bahwa kemudahan pembayaran berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

- 3) Variabel fitur layanan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Penggunaan, temuan ini dibuktikan dengan koefisien beta = 0.252 serta koefisien sig = 0.000 < 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menerima H_3 yang menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.
- 4) Variabel kepercayaan konsumen memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Penggunaan, temuan ini dibuktikan dengan koefisien beta = 0.213 serta koefisien sig = 0.000 < 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menerima H_4 yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besar sumbangsih pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi

N	R	Rsquare	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
375	0,685 ^a	0,469	0,463	3,05291

Sumber: SPSS21, 2024

Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh temuan penelitian bahwa variabel bebas yang digunakan memberikan pengaruh sebesar 46,9%, yang dibuktikan dengan Rsquare = 0.469.

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis data mengenai Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemudahan Pembayaran, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Konsumen, Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *Access by* KAI Pada Masyarakat Kota Madiun dapat di ambil Kesimpulan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *Access by* KAI, Kemudahan Pembayaran berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *Access by* KAI, Fitur Layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan

Aplikasi *Access by KAI*, Kepercayaan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *Access by KAI*.

E. SARAN

Berdasarkan dari keterbatasan yang ada, penelitian ini dimasa mendatang diharapkan bisa melakukan penelitian dengan beberapa pertimbangan, diantaranya: Terus tingkatkan kemudahan penggunaan lakukan evaluasi secara berkala terhadap antarmuka pengguna dan aliran kerja aplikasi untuk memastikan kemudahan penggunaan yang optimal, Perluas fitur layanan tambahkan fitur-fitur baru yang relevan dengan kebutuhan pengguna, seperti integrasi dengan transportasi umum lainnya, pemesanan hotel dan wisata, serta layanan pelanggan yang lebih baik, Tingkatkan keamanan dan kepercayaan, dengan jamin keamanan data pengguna dan implementasikan mekanisme verifikasi yang kuat untuk membangun kepercayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*. Jakarta : PT. Indeks.
- Saraswati, P., & Baridwan, Z. (2012). Penerimaan Sistem E-Commerce : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1–16.
- Suwondo, A., Sarana, & Marjana, F. I. (2017). Analisis Pengaruh E-Kepuasan Pelanggan Terhadap E-Loyalitas Pelanggan KAI Access Berdasarkan E-Servqual Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang. *Prosiding Sentrinov*, 3(1), 3–10.