



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 9970-9981

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh *Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Security, Dan Trust* Terhadap *Intention To Use* Aplikasi *Access By Kai*
(Survei pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Dewi Puspita Waluyaningtyas¹, Dwi Hari Laksana²✉

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran", Yogyakarta

Email: dhlaksana@upnyk.ac.id² ✉

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menentukan apakah variabel *perceived ease of use, perceived usefulness, security, dan trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use* aplikasi *Access by KAI* di kalangan mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan mendistribusikan kuesioner kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, seluruh variabel berpengaruh positif terhadap *intention to use Access by KAI* untuk pembelian tiket kereta api bagi mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dari keempat variabel tersebut, *perceived ease of use* merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi niat mahasiswa DIY untuk menggunakan aplikasi *Access by KAI* untuk pembelian tiket kereta api.

Kata kunci: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Security, Trust, Intention to Use, aplikasi Access by KAI*.

Abstract

This research was conducted to determine whether the variables of *perceived ease of use, perceived usefulness, security, and trust* have a significant influence on the *intention to use* the *Access by KAI* application among students in the Special Region of Yogyakarta. This study employed a quantitative research approach by distributing questionnaires to 100 respondents. The results indicate that, partially, all variables have a positive impact on the *intention to use Access by KAI* for purchasing train tickets among students in the Special Region of Yogyakarta. Among these four variables, *perceived ease of use* is the most dominant factor influencing the intention of DIY students to use the *Access by KAI* application for train ticket purchases.

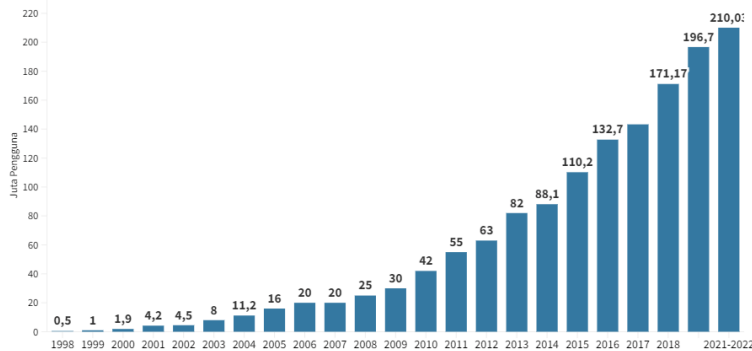
Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Security, Trust, Intention to Use, Access by KAI Apps*.

PENDAHULUAN

Proses globalisasi, yang memengaruhi berbagai sektor, terutama memberikan dampak signifikan pada industri Teknologi Informasi (TI), menyebabkan peningkatan yang besar dalam penggunaan internet secara global. Berdasarkan data dari *International Telecommunication Union* (ITU), jumlah pengguna internet global mencapai 5,3 miliar pada tahun 2022, yang setara dengan 66% dari total populasi dunia (Mutiara, 2023). Di Indonesia, perkembangan infrastruktur internet yang terus berlangsung telah menghasilkan peningkatan jumlah pengguna sebesar 2,77%, mencapai 215,63 juta pada periode tahun 2022-2023. Jumlah ini mewakili 78,19% dari total populasi negara, meningkat dari 77,02% pada periode tahun 2021-2022 (Sadya, 2023).

Gambar 1

Jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 1998-2023



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Peningkatan jumlah pengguna internet dan kemajuan teknologi telah membuka peluang untuk adopsi pembayaran non-tunai, yang didorong oleh Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat nomor 16/PRT/M/2017 di Indonesia. Peraturan ini mewajibkan penggunaan *e-toll* atau *e-money* untuk transaksi tol, memicu pergeseran menuju pembayaran non-tunai (Kumala et al., 2020). Sebagai hasilnya, aplikasi pemesanan *online* dengan opsi pembayaran jarak jauh seperti *m-banking* dan QRIS berkembang pesat, menyediakan berbagai produk seperti pemesanan kamar hotel, tiket pesawat, dan sebagainya. Persaingan sengit antar penyedia telah mendorong munculnya fitur inovatif dan promosi untuk menarik perhatian pelanggan. Meskipun menarik, pengguna diharapkan untuk dengan cermat mempertimbangkan berbagai faktor sebelum menggunakan aplikasi pemesanan *online*.

Pengguna memiliki harapan bahwa teknologi akan mempermudah tugas dan melindungi mereka dari manipulasi data. Sumadi et al. (2022) menyoroti keuntungan aplikasi pemesanan online, termasuk pembayaran cepat, bebas mata uang, dan efisiensi transaksi bernilai kecil. Sejalan dengan peningkatan harapan terhadap transaksi yang lancar, teori penerimaan teknologi, seperti Technology Acceptance Model (TAM) yang diusulkan oleh (Christopher et al., 2022), semakin populer. Faktor kunci yang mempengaruhi penerimaan mencakup persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Davis (1989) mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai keyakinan akan kesederhanaan suatu sistem. Faktor ini sangat krusial karena beberapa individu cenderung menghindari aplikasi pemesanan *online* karena khawatir akan kerumitan dalam proses pembelian.

Perceived usefulness, sebagaimana konseptualisasi oleh Davis (1989), mencerminkan keyakinan

individu terhadap kemampuan suatu sistem atau aplikasi untuk meningkatkan efektivitas dan kinerja pekerjaan mereka. Dalam konteks Indonesia, meningkatnya penetrasi pengguna internet menggambarkan transformasi perilaku konsumen yang semakin cenderung memilih produk atau aplikasi yang tidak hanya efisien namun juga memberikan nilai tambah yang nyata. Implikasinya, sukses dalam ranah bisnis digital tidak hanya ditentukan oleh inovasi teknologi semata, tetapi juga melalui pengembangan aplikasi yang mampu memberikan solusi konkret terhadap kebutuhan dan tantangan di masyarakat.

Sebuah penelitian yang diadakan oleh Seetharaman et al. (2017) dan kajian terkini oleh Chawla & Joshi (2019) menegaskan bahwa penerimaan teknologi tidak terbatas pada *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* semata. Faktor-faktor seiringan seperti keamanan dan kepercayaan juga memegang peran krusial dalam dinamika adopsi teknologi. *Security*, sebagai contoh, memainkan peran sentral dalam transisi menuju pembayaran elektronik, di mana konsumen, dengan cermat, mempertimbangkan sejauh mana aplikasi dapat memberikan perlindungan terhadap data pribadi mereka ketika terlibat dalam transaksi daring.

Menurut G. Barnes (2003), *trust* mencerminkan keyakinan ontologis individu bahwa mereka akan menemukan tujuan atau kualitas yang diinginkan dari agen lain, bukan semata-mata disebabkan oleh rasa takut atau ketidakpastian mereka. Dalam konteks teknologi baru, harapan konsumen terfokus padaantisipasi inovasi untuk dapat memuaskan ekspektasi mereka. Walau demikian, kegagalan suatu teknologi dalam memenuhi harapan dapat menghasilkan ketidakberhasilan dan kekecewaan. Konsep *trust* juga memiliki peran epistemologis yang signifikan dalam membantu konsumen mengelola risiko, terutama dalam situasi ketidakpastian (Kim et al., 2008). Oleh karena itu, *trust* yang ditempatkan oleh pembeli terhadap struktur dan aktor ekosistem *online*, seperti situs *web* dan penjualnya, menjadi aspek kritis yang menjadi fokus dalam kajian ini, sejalan dengan penelitian sebelumnya (Badir & Andjarwati, 2020).

Terkait dengan fenomena yang telah dijelaskan di atas, peneliti memilih untuk mengambil *Access byKAI* sebagai objek penelitian. Aplikasi *Access byKAI* merupakan hasil dari upaya perbaikan yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) untuk memberikan solusi modern kepada masyarakat, dengan tujuan mempermudah perjalanan kereta api melalui fitur-fitur inovatif. Transformasi aplikasi ini didasarkan pada umpan balik pelanggan dari *Playstore*, *App Store*, *contact center* CC121, survei kepuasan pelanggan, serta masukan dari konsultan KAI. *Access byKAI* akan menampilkan desain yang lebih segar, muda, dan dinamis, sambil menyederhanakan proses pemesanan. Aplikasi ini tidak hanya menyediakan layanan penjualan tiket kereta api, tetapi juga dilengkapi dengan berbagai fitur tambahan untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan pelanggan KAI. Pengguna *Access by* dapat menikmati berbagai keuntungan, seperti kemudahan penggunaan, layanan khusus untuk anggota premium, serta terus-menerus mendapatkan inovasi terbaru. Keunggulan ini terbukti dengan tidak adanya biaya tambahan bagi pelanggan saat melakukan pembelian tiket. *Access byKAI* juga menawarkan berbagai opsi pembayaran, mulai dari *LinkAja!*, *direct debit*, QRIS, hingga metode pembayaran lainnya. Selain itu, fitur *e-boarding pass* yang disediakan oleh *Access by* KAI memungkinkan pelanggan untuk tidak repot mencetak tiket sebelum waktu keberangkatan.

Penelitian ini memilih Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai lokasi penelitian dengan mempertimbangkan pertumbuhan yang signifikan pada jumlah penumpang kereta api dari wilayah ini, yang

terus meningkat dari tahun ke tahun. Menurut data yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Daerah Istimewa Yogyakarta, angka penumpang kereta api dari seluruh stasiun di DIY mencapai 303.000 untuk KRL/KRD dan 572.000 untuk non KRL/KRD hingga bulan Juni 2023. Fenomena ini mencerminkan dinamika transportasi publik yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat DIY.

Penting untuk dicatat bahwa salah satu penyumbang utama pada peningkatan jumlah penumpang kereta api di DIY adalah generasi Y dan Z, terutama di kalangan mahasiswa. DIY, yang dikenal sebagai kota pelajar menurut penelitian oleh (Priatmojo, 2022), menarik perhatian sebagai pusat pendidikan yang menawarkan berbagai institusi pendidikan tinggi dan program studi. Oleh karena itu, mahasiswa memainkan peran yang signifikan dalam penggunaan layanan transportasi, khususnya aplikasi *Access by KAI*.

Tabel 1
Data Jumlah Penumpang KRL/KRD di DIY Tahun 2023

Stasiun	Jumlah Penumpang Angkutan Kereta Api di Daerah Istimewa Yogyakarta (ribu orang)											
	KRL/KRD											
	2023											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agt	Sep	Okt	Nov	Des
Wates	3,78	5,77	6,56	6,12	5,51	4,59	-	-	-	-	-	-
Yogyakarta	150,31	130,39	150,64	183,51	189,25	201,30	-	-	-	-	-	-
Lempuyangan	50,32	46,46	55,08	53,43	62,09	65,94	-	-	-	-	-	-
Maguwo	24,52	22,48	27,00	26,31	29,71	31,28	-	-	-	-	-	-
Yogyakarta International Airport	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	228,92	205,09	239,28	269,37	286,56	303,11	-	-	-	-	-	-

Tabel 1
Data Jumlah Penumpang Non-KRL/KRD di DIY Tahun 2023

Stasiun	Jumlah Penumpang Angkutan Kereta Api di Daerah Istimewa Yogyakarta (ribu orang)											
	Non-KRL/KRD											
	2023											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agt	Sep	Okt	Nov	Des
Wates	18,10	15,69	17,76	28,61	25,65	26,75	-	-	-	-	-	-
Yogyakarta	295,23	246,21	253,67	278,99	301,01	332,58	-	-	-	-	-	-
Lempuyangan	105,52	86,12	79,12	97,42	101,01	116,58	-	-	-	-	-	-
Maguwo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Yogyakarta International Airport	76,24	72,59	77,27	88,26	110,34	96,19	-	-	-	-	-	-
Total	495,09	420,60	427,82	493,28	538,01	572,09	-	-	-	-	-	-

Sumber: Data BPS Provinsi D. I. Yogyakarta bulan Januari-Juni 2023

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, keamanan, dan kepercayaan terhadap aplikasi *Access by KAI* menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menambahkan variabel *security* dan *trust* dalam menilai *intention to use*. Tujuannya adalah untuk melihat sebesar apa pengaruh aspek-aspek di atas terhadap niat penggunaan aplikasi *Access by KAI*. Selain itu, sudah banyak yang meneliti terkait persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, keamanan, dan kepercayaan, namun belum ada yang meneliti aplikasi *Access by KAI* sebagai objeknya. Berdasarkan

uraian latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian, "Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Security*, dan *Trust* terhadap *Intention to Use* Aplikasi *Access by KAI* (Survei pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)".

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel *perceived ease of use* (X1), *perceived usefulness* (X2), *security* (X3), *trust* (X4), dan *intention to use* (Y).

Pengukuran

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 1-5 seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 3
Skala Likert

Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan metode kuantitatif untuk menganalisis dampak variabel-variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *security*, dan *trust* terhadap *intention to use* aplikasi *Access by KAI* di kalangan mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Proses pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda, dan data yang diperoleh dianalisis secara rinci dengan menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

Sampel yang diambil menjadi bagian representatif dari populasi yang menjadi fokus penelitian, yaitu seluruh mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Proses ini didasarkan pada formulasi rumus Slovin, yang diaplikasikan untuk menentukan jumlah sampel yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Rumus Slovin yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel

Z: *Score* pada tingkat tertentu, nilai Z = 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%

Moe: *Margin of error* atau tingkat kesalahan maksimum (10%)

Dari rumus di atas, maka besaran sampel dapat diperoleh sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,04 = 97, \text{ atau dibulatkan menjadi } 100$$

Maka besaran sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebesar 100 responden. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pengguna aplikasi *Access by KAI* dan pernah melakukan transaksi pembelian tiket melalui aplikasi *Access by KAI*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Penelitian

Tabel 4

Karakteristik Responden

Kategori	Detail	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	67	67%
	Laki-Laki	33	33%
Usia	17-20	52	52%
	21-24	48	48%
Asal Universitas	UGM	28	28%
	UNY	9	9%
	UII	16	16%
	UMY	8	8%
	UAD	11	11%
	UPNVY	10	10%
	UIN SUKA	5	5%
	Amikom Yogyakarta	4	4%
	ISI Yogyakarta	3	3%
	STIE YKPN Yogyakarta	2	2%
	Atma Jaya Yogyakarta	3	3%
UTY	1	1%	

Tahun Angkatan	2018	1	1%
	2019	9	9%
	2020	29	29%
	2021	21	21%
	2022	20	20%
	2023	20	20%

Sumber: Data diolah (2023)

Pada penelitian ini, sebanyak 100 mahasiswa telah diikutsertakan sebagai partisipan, dengan komposisi 67% perempuan dan 33% laki-laki. Analisis karakteristik responden menunjukkan bahwa sebanyak 52 responden berusia 17-20 tahun, sementara 48 responden berusia 21-24 tahun. Dari total 100 responden, terdapat 28 mahasiswa dari UGM, 16 mahasiswa dari UII, 11 mahasiswa dari UAD, 10 mahasiswa dari UPNVY, 9 mahasiswa dari UNY, 8 mahasiswa dari UMY, 5 mahasiswa dari UIN SUKA, 4 mahasiswa dari Amikom Yogyakarta, 3 mahasiswa dari ISI Yogyakarta, 3 mahasiswa dari Atma Jaya Yogyakarta, 2 mahasiswa dari STIE YKPN Yogyakarta, dan 1 mahasiswa dari UTY. Mayoritas responden berasal dari Angkatan 2020 dengan jumlah sebanyak 29 orang.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use</i>	X1.1	0,894	0,361	Valid
	X1.2	0,904	0,361	Valid
	X1.3	0,880	0,361	Valid
	X1.4	0,914	0,361	Valid
<i>Perceived Usefulness</i>	X2.1	0,704	0,361	Valid
	X2.2	0,818	0,361	Valid
	X2.3	0,679	0,361	Valid
	X2.4	0,718	0,361	Valid
	X2.5	0,761	0,361	Valid
<i>Security</i>	X3.1	0,858	0,361	Valid
	X3.2	0,895	0,361	Valid
	X3.3	0,779	0,361	Valid
	X3.4	0,820	0,361	Valid
<i>Trust</i>	X4.1	0,825	0,361	Valid
	X4.2	0,898	0,361	Valid
	X4.3	0,897	0,361	Valid
<i>Intention to Use</i>	Y.1	0,832	0,361	Valid

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
	Y.2	0,862	0,361	Valid
	Y.3	0,675	0,361	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan pada uji validitas pada tabel 5 di atas, nilai r hitung dari masing-masing item di atas r tabel (0,361). Dengan begitu maka item pengukuran tersebut dapat dikatakan valid.

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,839	> 0,70	Reliabel
<i>Perceived Usefulness</i>	0,788	> 0,70	Reliabel
<i>Security</i>	0,825	> 0,70	Reliabel
<i>Trust</i>	0,854	> 0,70	Reliabel
<i>Intention to Use</i>	0,823	> 0,70	Reliabel

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan

hasil uji reliabilitas pada tabel 6 di atas, nilai *Cronbach Alpha* > 0,7, sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan pada penelitian reliabel dan diterima.

Hasil Analisis Data

a. Uji F

Tabel 7
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	173.706	4	43.426	29.066	.000 ^b
	Residual	141.934	95	1.494		
	Total	315.640	99			
a. Dependent Variable: Intention to Use (Y)						
b. Predictors: (Constant), Trust (X4), Perceived Usefulness (X2), Security (X3), Perceived Ease of Use (X1)						

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi dari hasil penelitian ini lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka dapat diartikan *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *security*, dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pengguna aplikasi *Access by KAI*.

b. Regresi Linier Berganda

Tabel 8
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Ket
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0,908	1,407		0,646	0,520	
Perceived Ease of Use (X1)	0,187	0,055	0,294	3,416	0,001	Sig
Perceived Usefulness (X2)	0,091	0,041	0,158	2,220	0,029	Sig
Security (X3)	0,199	0,058	0,289	3,443	0,001	Sig
Trust (X4)	0,315	0,075	0,353	4,219	0,000	Sig
a. Dependent Variable: Intention to Use (Y)						

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda di atas, dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,908 + 0,187X1 + 0,091X2 + 0,199X3 + 0,315X4$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1) Nilai Konstanta

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui nilai konstanta yang diperoleh sebesar 0,908. Artinya, apabila variabel bebas yaitu *perceived ease of use* (X1), *perceived usefulness* (X2), *security* (X3), dan *trust* (X4) dianggap konstan atau tidak ada perubahan, maka *intention to use* menjadi sebesar 0,908.

2) *Perceived Ease of Use* (X1)

Nilai koefisien beta pada variabel *perceived ease of use* sebesar 0,187, yang artinya setiap perubahan variabel *perceived ease of use* sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan *intention to use* sebesar 0,187 satuan dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap.

3) *Perceived Usefulness* (X2)

Nilai koefisien beta pada variabel *perceived usefulness* sebesar 0,091, yang artinya setiap perubahan variabel *perceived usefulness* sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan *intention to use* sebesar 0,091 satuan dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap.

4) *Security* (X3)

Nilai koefisien beta pada variabel *security* sebesar 0,199, yang artinya setiap perubahan variabel *security* sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan *intention to use* sebesar 0,199 satuan dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap.

5) *Trust* (X4)

Nilai koefisien beta pada variabel *trust* sebesar 0,315, yang artinya setiap perubahan variabel *trust* sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan *intention to use* sebesar 0,315 satuan dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap.

c. Uji Parsial (t)

1) Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use*

Perceived ease of use diperoleh taraf signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pada mahasiswa pengguna aplikasi *Access by KAI* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2) Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use*

Perceived usefulness diperoleh taraf signifikansi sebesar $0,029 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pada mahasiswa pengguna aplikasi *Access by KAI* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3) Pengaruh *security* terhadap *intention to use*

Security diperoleh taraf signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *security* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pada mahasiswa pengguna aplikasi *Access by KAI* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

4) Pengaruh *trust* terhadap *intention to use*

Trust diperoleh taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *trust* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pada mahasiswa pengguna aplikasi *Access by KAI* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 ^a	.550	.531	1.222
a. Predictors: (Constant), Trust (X4), Perceived Usefulness (X2), Security (X3), Perceived Ease of Use (X1)				

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,531 atau 53,1%. Artinya, 53,1% variasi dari *intention to use* dapat dijelaskan oleh keempat variabel independent yang terdiri dari *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *security*, dan *trust*. Sedangkan sisanya 46,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti.

SIMPULAN

Hasil analisis yang diperoleh dari penelitian ini mengungkapkan bahwa pada populasi mahasiswa yang menggunakan aplikasi *Access by KAI* di Daerah Istimewa Yogyakarta, faktor-faktor seperti *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *security*, dan *trust* secara simultan dan bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *intention to use* aplikasi tersebut. Penelitian ini secara khusus mengamati bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *security*, dan *trust* masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Dalam konteks analisis variabel, temuan menunjukkan bahwa *perceived ease of use* penggunaan menduduki peringkat tertinggi dengan nilai rata-rata yang signifikan dibandingkan dengan variabel lainnya, yakni manfaat yang dirasakan, keamanan, dan kepercayaan dalam konteks penggunaan aplikasi *Access by KAI*. Hasil ini mencerminkan keunggulan perusahaan dalam menyediakan layanan yang mudah digunakan, merangsang *intention to use*, dan mendukung kenyamanan pengguna.

Saran untuk penelitian mendatang dapat berfokus pada eksplorasi lebih lanjut terhadap dinamika *perceived ease of use*, melibatkan parameter tambahan yang mungkin memengaruhi pengalaman pengguna, serta mengeksplorasi strategi pengembangan produk dan layanan yang dapat lebih meningkatkan *security*, dan *trust* pengguna. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih efektif menanggapi preferensi pengguna dan meningkatkan kualitas layanannya.

Kesimpulannya, penelitian ini tidak hanya menyumbangkan wawasan baru terkait faktor-faktor yang mempengaruhi *intention to use* aplikasi *Access by KAI* di kalangan mahasiswa, tetapi juga memberikan landasan untuk pengembangan kebijakan dan strategi yang lebih terfokus guna meningkatkan penerimaan dan kepuasan pengguna dalam penggunaan aplikasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer Attitude and Intention to Adopt Mobile Wallet in India-An Empirical Study. *International Journal of Bank Marketing*.
- Christopher, A., Tirtana, A., & Aditya, A. (2022). Analisis Tingkat Penerimaan Aplikasi BCA Mobile di Kota Malang Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Teknoinfo*, 16(2). <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknoinfo/index>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- G. Barnes, J. (2003). *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>

- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust dan Security terhadap Minat Penggunaan GoPay pada Generasi X Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmhot.6.1.19-29>
- Mutiara, A. (2023, January 12). *Tren Pengguna Internet Dunia Terus Meningkat, Bagaimana RI?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230112114124-128-404935/tren-pengguna-internet-dunia-terus-meningkat-bagaimana-ri>
- Priatmojo, G. (2022, September 23). *58 Persen Pengguna KA Kaum Milenial, Kereta Taksaka Layani Hype Trip*. Suarajogja.Id. <https://jogja.suara.com/read/2022/09/23/130559/58-persen-pengguna-ka-kaum-milenial-kereta-taksaka-layani-hype-trip>
- Sadya, S. (2023, March 9). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>
- Seetharaman, A., Nanda Kumar, K., Palaniappan, S., & Weber, G. (2017). Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore. *Journal of Applied Economics and Business Research JAEBR*, 7(2), 116–136.
- Sumadi, Romdhoni, A. H., & Fatakhurrohimi. (2022). Analisis Faktor Kepercayaan, Manfaat dan Keamanan terhadap Minat Penggunaan E-Money dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat di Boyolali). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2195–2201. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5976>