

# Eksplorasi Perilaku Pengguna Aplikasi *Access by KAI* dalam Pemesanan Tiket Kereta Api Lokal Bandung Raya : Penerapan Modifikasi Model UTAUT

Arnetta Supriantono Putri<sup>1</sup>, Pepi Zulvia<sup>2</sup>

Politeknik STIA LAN Bandung<sup>1,2</sup>

Corresponding Author : [pepi.zulvia@poltek.stialanbandung.ac.id](mailto:pepi.zulvia@poltek.stialanbandung.ac.id)

## ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi perilaku pengguna aplikasi *Access by KAI* yang dikembangkan oleh PT KAI untuk memfasilitasi pemesanan tiket kereta api, dengan fokus pada rute lokal Bandung Raya. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan modifikasi model UTAUT untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan aplikasi dalam konteks layanan transportasi publik di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner yang melibatkan 145 responden yang dipilih secara *accidental sampling*. Hasil analisis menunjukkan bahwa Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Pengalaman Pengguna, dan Desain Estetika Minimalis memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Niat Berperilaku, yang pada gilirannya memengaruhi Perilaku Penggunaan aplikasi. Namun, Kondisi Memfasilitasi tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna, menyoroti dominasi faktor personal dan persepsi pengguna. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan menekankan pentingnya peningkatan pengalaman pengguna dan desain aplikasi yang lebih intuitif sebagai strategi untuk meningkatkan loyalitas pengguna *Access by KAI*. PT KAI disarankan untuk fokus pada perbaikan antarmuka, penambahan fitur, peningkatan kecepatan dan stabilitas aplikasi, serta pengumpulan umpan balik pengguna secara berkala untuk memastikan aplikasi terus memenuhi kebutuhan pengguna.

*Kata kunci: Access by KAI, Layanan Transportasi Publik, Perilaku Pengguna*

## ABSTRACT

*This study explores the user behavior of the Access by KAI application developed by PT KAI to facilitate train ticket bookings, with a focus on the local Bandung Raya route. The novelty of this study lies in the use of Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS), incorporating a modification of the UTAUT model, to identify factors influencing the intention and behavior of using the application within the context of public transportation services in Indonesia. The study employs a quantitative approach, with primary data collected through a questionnaire involving 145 respondents selected through accidental sampling. The results of the analysis show that Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, User Experience, and Minimalist Aesthetic Design have a significant positive effect on Behavioral Intention, which in turn affects Application Usage Behavior. However, Facilitating Conditions do not have a significant effect on user behavior, highlighting the dominance of personal factors and user perceptions. This study contributes to the literature by emphasizing the importance of improving user experience and creating a more intuitive application design as strategies to increase user loyalty to Access by KAI. PT KAI is advised to focus on enhancing the interface, adding relevant features, improving the speed and stability of the application, and regularly collecting user feedback to ensure that the application continues to meet user needs.*

*Keywords: Access by KAI, Public Transportation, Behavioral Intention*

## 1 PENDAHULUAN

PT Kereta Api Indonesia (KAI) merupakan entitas utama dalam sektor perkeretaapian di Indonesia di bawah naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), terutama dalam layanan angkutan penumpang dan barang. Sebagai operator kereta api nasional, PT KAI memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan kelancaran mobilitas masyarakat di berbagai wilayah,

termasuk area metropolitan seperti Bandung. Kereta Lokal Bandung, yang berada di bawah manajemen Daerah Operasi (DAOP) II Bandung, adalah salah satu layanan unggulan yang dioperasikan oleh PT KAI. Layanan ini sangat penting bagi penduduk di kawasan Bandung dan sekitarnya, dengan rute-rute yang menghubungkan berbagai kota dan daerah di Jawa Barat. Melalui pelayanan kereta lokal ini, PT KAI tidak hanya memfasilitasi kebutuhan transportasi harian tetapi juga berperan dalam mengurangi kemacetan

jalan raya dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dengan menyediakan transportasi yang aman, nyaman, dan terjangkau.



Gambar 1. Data Jumlah Penumpang Kereta Api Lokal Daop II Bandung

Berdasarkan data yang diperoleh dari unit Angkutan Penumpang DAOP II Bandung menjelaskan terjadi peningkatan volume penumpang setiap tahunnya secara signifikan dan konsisten, yang menekankan pentingnya peran transportasi kereta api lokal dalam mendukung mobilitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Kereta api lokal DAOP II Bandung melayani empat relasi dengan frekuensi perjalanan yang tinggi. Di antara relasi yang ada, kereta api lokal Bandung Raya menjadi prioritas operasional dengan 35 perjalanan per hari. Peningkatan jumlah penumpang kereta api ini biasanya mencapai puncaknya pada musim liburan sekolah dan perayaan hari raya besar.

Dengan integrasi komputasi, komunikasi, dan pengolahan informasi yang semakin terhubung, kita dituntut untuk terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi [1]. Perkembangan teknologi yang pesat telah mengubah cara kerja dari proses manual menjadi digital, yang kini digunakan secara luas di seluruh dunia [2]. Seiring dengan transformasi digital yang cepat, teknologi informasi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, memunculkan aplikasi mobile yang mempermudah berbagai aktivitas, termasuk di sektor transportasi. Aplikasi sebelumnya, KAI Access, berhasil memberikan motivasi kepada konsumen dan menciptakan pengalaman positif yang mendorong mereka untuk aktif menggunakan aplikasi tersebut karena kemudahan penggunaannya [3]. Hal ini juga terbukti, pada pelayanan pembelian tiket melalui KAI Access khususnya kereta lokal mendapatkan respon positif dari masyarakat [4]. Di situs resminya, [www.kai.id](http://www.kai.id), PT KAI berkomitmen untuk terus berinovasi sebagai bagian dari upaya digitalisasi, dengan memberikan kemudahan kepada pelanggan melalui aplikasi yang dapat diakses dengan mudah. Untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi, PT KAI secara berkala melakukan pembaruan aplikasi dengan mengembangkan dan meningkatkan fitur-fitur,

termasuk perubahan nama dari KAI Access menjadi Access by KAI.

Pada 10 Agustus 2023, PT KAI meluncurkan aplikasi Access by KAI sebagai penyempurnaan dari aplikasi sebelumnya. Inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi dengan menyediakan pengalaman pengguna yang lebih baik. Fokus utama dari aplikasi baru ini adalah generasi milenial dan generasi Z, dengan harapan dapat memperkuat keterlibatan mereka dalam memanfaatkan layanan transportasi massal kereta api. Access by KAI diharapkan menjadi solusi modern yang memudahkan penumpang dalam mengakses layanan digital, baik untuk merencanakan perjalanan maupun memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain fitur pemesanan tiket, aplikasi ini juga menawarkan berbagai layanan tambahan, seperti pelacakan langsung (*live tracking*), perencana perjalanan (*trip planner*), pembatalan tiket, pendaftaran pengenalan wajah (*face recognition*), transfer tiket penumpang, layanan pembayaran PPOB (*Payment Point Online Bank*), dan fitur-fitur lainnya. Dengan pembaruan antarmuka yang lebih segar dan modern, Access by KAI mengintegrasikan seluruh layanan dalam satu sistem yang komprehensif. Transformasi ini bertujuan untuk mempermudah akses layanan digital bagi penumpang kereta api. Langkah ini diambil sebagai respons terhadap meningkatnya permintaan untuk digitalisasi, berdasarkan hasil survei kepuasan pelanggan, ulasan di *App Store* dan *Play Store*, serta masukan dari *Contact Center CC121* dan konsultan KAI.

Menurut informasi yang terdapat pada profil perusahaan dan berita di situs resmi PT KAI pada tahun 2023 ([www.kai.id](http://www.kai.id)), sejak 1 September 2019, tiket untuk kereta api lokal dapat dibeli melalui Aplikasi KAI Access atau di loket stasiun. Namun, mulai 1 Agustus 2023, semua layanan pemesanan tiket kereta api lokal hanya dapat diakses melalui aplikasi Access by KAI. Dengan kebijakan baru ini, calon penumpang dapat memesan tiket hingga 7 hari sebelum keberangkatan dan melakukan reservasi dari mana saja tanpa perlu mengantri di loket stasiun. Penjualan tiket kereta api lokal di loket stasiun kini hanya tersedia untuk lansia berusia 50 tahun ke atas, ibu hamil, atau penyandang disabilitas, khusus untuk pembelian tiket go-show (mulai 3 jam sebelum jadwal keberangkatan), dan hanya jika masih tersedia kapasitas penumpang.

Pengalaman pengguna terhadap aplikasi Access by KAI tampaknya kurang memuaskan, seperti yang terlihat dari rating per 25 April 2024. Aplikasi ini memperoleh rating 1,4 dari 5 bintang di App Store dan 2,2 dari 5 bintang di Google Play Store. Ulasan pengguna yang negatif mendukung temuan ini, dengan banyak keluhan terkait kewajiban pemesanan tiket melalui aplikasi

untuk perjalanan dengan kereta api lokal Bandung Raya. Beberapa keluhan yang sering muncul termasuk kesulitan dalam mendaftar sebagai anggota aplikasi, masalah saat melakukan pemesanan tiket dalam waktu singkat, kinerja aplikasi yang lambat pada beberapa *smartphone*, pemotongan saldo pembayaran tanpa mendapatkan tiket, serta berbagai masalah lainnya. Berdasarkan keluhan tersebut, tampak jelas bahwa aplikasi ini masih belum memenuhi ekspektasi pengguna.

Dalam mengeksplorasi perilaku pengguna terhadap teknologi informasi, berbagai metode evaluasi dapat digunakan. Pertama, *Theory of Reasoned Action* mengemukakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat untuk bertindak. Kedua, *Theory of Planned Behavior* menilai bagaimana persepsi kontrol, yang dipengaruhi oleh keyakinan terhadap kontrol yang dimiliki pengguna, dapat memengaruhi niat dan perilaku mereka. Selanjutnya, *Technology Acceptance Model* (TAM) berfokus pada pemahaman faktor-faktor yang berdampak pada penggunaan dan penerimaan aplikasi. Berdasarkan penelitian sebelumnya [3], TAM digunakan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan dan penerimaan aplikasi KAI *Access*. Namun, TAM dianggap kurang komprehensif karena tidak memperhitungkan pengaruh sosial terhadap adopsi teknologi, serta tidak mempertimbangkan kendala-kendala yang mungkin menghalangi niat pengguna. Terakhir, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan model yang lebih menyeluruh dalam menjelaskan alasan di balik penolakan atau penerimaan teknologi dari berbagai sudut pandang.

Mengingat latar belakang dan pertimbangan yang telah dijelaskan, penelitian ini menekankan pentingnya mengeksplorasi perilaku pengguna terhadap Aplikasi *Access by KAI*. Memahami perilaku ini sangat penting untuk memastikan bahwa aplikasi yang dikembangkan dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan diterima dengan baik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi PT KAI untuk meningkatkan layanan mereka dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan aplikasi berdasarkan pengalaman pengguna.

## 2 KAJIAN LITERATUR

### 2.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai pemikiran dan tindakan manusia yang melibatkan berbagai aktivitas yang dilakukan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka [5]. Rantai aktivitas ini mencakup berbagai proses

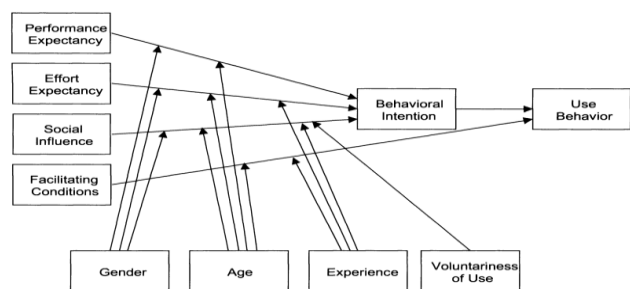
psikologis yang berbeda yang mengarah pada penciptaan nilai-nilai tertentu, seperti pikiran, perasaan dan perilaku. Penelitian ini memfokuskan perhatian pada pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan mengeksplorasi perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi. Respon pengguna terhadap sebuah aplikasi dapat mencerminkan sikap positif maupun negatif terhadapnya[6]. Kehadiran sistem teknologi informasi telah memiliki dampak signifikan pada organisasi, tidak hanya pada tingkat organisasi itu sendiri, tetapi juga dalam proses bisnis dan transaksi yang melibatkan organisasi tersebut[7].

Untuk melakukan eksplorasi perilaku konsumen dalam penelitian ini diwakili oleh variabel berikut ini:

1. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*): Keyakinan bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerja pengguna, meliputi persepsi kegunaan, motivasi ekstrinsik, kesesuaian pekerjaan, keuntungan relatif, dan ekspektasi hasil.
2. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*): Kemudahan penggunaan sistem yang mempengaruhi seberapa banyak usaha (energi dan waktu) yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas, mencakup persepsi kemudahan penggunaan, kompleksitas, dan kejelasan teknologi.
3. Pengaruh Sosial (*Social Influence*): Dampak orang lain terhadap keputusan penggunaan aplikasi, termasuk norma subjektif, faktor sosial, dan citra sosial yang berkaitan dengan penggunaan teknologi.
4. Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*): Keyakinan bahwa infrastruktur dan dukungan yang diperlukan untuk menggunakan sistem tersedia, mencakup kondisi memfasilitasi, kompatibilitas, dan persepsi kontrol perilaku.
5. Niat Berperilaku (*Behavioral Intention*): Keinginan atau niat seseorang untuk terus menggunakan aplikasi, dipengaruhi oleh keyakinan pada kinerja, kemudahan penggunaan, dan dukungan lingkungan.
6. Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*): Frekuensi atau intensitas penggunaan teknologi, yang dipengaruhi oleh niat pengguna dan kepuasan terhadap sistem.
7. Desain Estetika dan Minimalis (*Aesthetic and Minimalist Design*): Penyajian informasi dengan desain yang menarik secara visual, yang dapat meningkatkan persepsi manfaat aplikasi meskipun tidak selalu lebih efektif secara teknis.
8. Pengalaman Pengguna (*User Experience*): Respon pengguna terhadap penggunaan aplikasi, termasuk persepsi, emosi, keinginan, dan kepuasan yang dialami selama interaksi dengan layanan atau produk [8].

## 2.2 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dikembangkan oleh Venkatesh dkk. [9], menawarkan model yang lebih efektif dalam mengukur penerimaan dan penggunaan teknologi informasi dibandingkan dengan model-model sebelumnya, seperti TAM. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa penerapan teknologi informasi selalu berkaitan dengan bagaimana pengguna menerima teknologi tersebut. Penting untuk memahami sejauh mana pengguna dapat mengerti teknologi ini untuk menilai keberhasilan implementasinya. Model ini menggabungkan berbagai perspektif teori dari literatur sebelumnya seperti TRA, TAM, TPB, C-TAM TPB, MPCU, IDT dan SCT. UTAUT mencakup empat moderator untuk menilai pengaruh dinamis, termasuk konteks organisasi, pengalaman pengguna, dan karakteristik demografis. Model TAM dianggap kurang memadai karena tidak mempertimbangkan faktor sosial yang signifikan dalam adopsi teknologi baru dan tidak memperhitungkan hambatan yang dapat mencegah individu menggunakan sistem yang sebenarnya mereka ingin gunakan. Dengan demikian, UTAUT dianggap lebih efektif dalam menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi serta keputusan penggunaan. Kelebihan metode UTAUT, dibandingkan dengan TAM, terletak pada akurasinya yang lebih tinggi. Menurut Yel dan Ningtyas [10], UTAUT dapat mengukur sekitar 73% dari aspek perilaku pengguna yang digunakan untuk mengevaluasi akseptabilitas sistem, sementara TAM mungkin hanya mencakup 63%. Keunggulan utama UTAUT dibandingkan model-model sebelumnya terletak pada cakupan variabel yang lebih luas. Model ini mengintegrasikan variabel-variabel dari model-model sebelumnya ke dalam satu konsep, sehingga memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi dan respons pengguna terhadap aplikasi.



Gambar 2. Kerangka UTAUT

Penelitian ini memperkenalkan dua variabel baru yang belum dibahas sebelumnya, yaitu variabel pengalaman pengguna dan desain estetika serta minimalis. Kedua variabel ini memiliki hubungan erat dengan

penerimaan teknologi dan penting untuk mengevaluasi keberhasilan strategis layanan aplikasi. Variabel pengalaman pengguna mencakup semua aspek interaksi pengguna dengan aplikasi, termasuk kepuasan, persepsi, dan emosi yang dirasakan selama penggunaan. Sementara itu, desain estetika dan minimalis berfokus pada tampilan visual aplikasi, yang dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap kegunaan dan efisiensi aplikasi tersebut. Penambahan variabel ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi *Access by KAI* untuk pemesanan tiket kereta lokal Bandung Raya, terutama setelah dilakukan pembaruan total pada tampilan aplikasinya. Dengan mempertimbangkan kedua variabel ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana aspek desain dan pengalaman pengguna memengaruhi adopsi dan kepuasan terhadap aplikasi yang telah diperbarui.

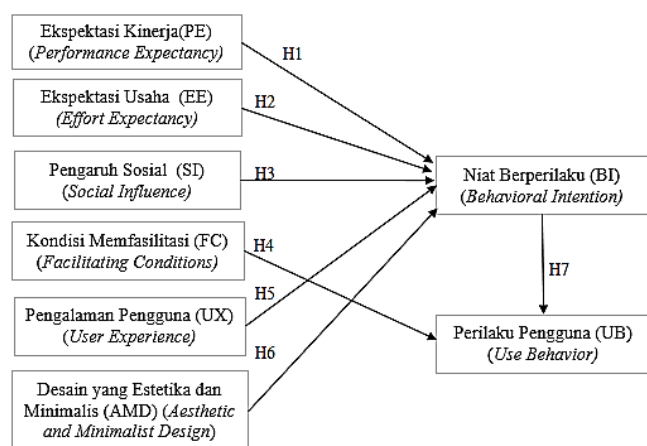
## 2.3 Mobile Application *Access by KAI*

*Access by KAI* merupakan aplikasi yang disediakan oleh PT KAI untuk layanan pemesanan tiket kereta api untuk penumpang, dibuat untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bertransaksi. *Access by KAI* diluncurkan oleh PT KAI sejak 10 Agustus 2023. Berikut adalah fitur layanan yang tersedia di *Access by KAI*:

- Pembelian tiket kereta api untuk berbagai jenis layanan seperti kereta lokal, kereta jarak jauh, kereta LRT, kereta cepat Jakarta-Bandung, kereta *commuter line* dan kereta bandara.
- Pembatalan tiket kereta api dapat melalui aplikasi pemesan.
- Reschedule* perjalanan dengan mengubah jadwal tiket kereta api yang sudah dipesan untuk menyesuaikan ulang jadwal perjalanan.
- Pemesanan makanan di dalam kereta api jarak jauh melalui aplikasi untuk memastikan kenyamanan selama perjalanan. kereta api jarak jauh
- E-boarding pass* untuk memudahkan proses *boarding* dengan menggunakan tiket elektronik yang terintegrasi dalam aplikasi. Ditambah fitur transfer tiket penumpang antar pengguna *Access by KAI*.
- Trip planner* yang membantu pelanggan merencanakan perjalanan dengan memberikan informasi terkait rute, jadwal dan detail perjalanan lainnya.
- Pemesanan hotel melalui aplikasi untuk memudahkan pelanggan dalam merencanakan perjalanan lengkap.
- Layanan cek resi pengiriman, tarif dan informasi outlet KAI Logistik *Express* untuk memonitor

- pengiriman barang dan mendapatkan informasi terkait layanan logistik.
- i. *Live tracking* untuk melacak status perjalanan kereta api secara *real-time*.
  - j. *Loyalty point* yang memungkinkan pelanggan untuk mengumpulkan poin sebagai reward atas penggunaan layanan KAI.
  - k. Pendaftaran untuk menggunakan fitur *face recognition boarding gate* pada boarding gate untuk kemudahan proses boarding.
  - l. Premium entertainment, menawarkan konten hiburan khusus yang dapat diakses oleh pelanggan. Penambahan layanan PPOB (*Payment Point Online Bank*) menyediakan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi keuangan, seperti pembelian pulsa, paket data dan token listrik.

## 2.4 Pengembangan Hipotesis



Gambar 3. Hipotesis Penelitian

- H1** : PE memiliki pengaruh positif terhadap BI untuk menggunakan *Access by KAI*
- H2** : EE memiliki pengaruh positif terhadap BI untuk menggunakan *Access by KAI*
- H3** : SI memiliki pengaruh positif terhadap BI untuk menggunakan *Access by KAI*
- H4** : FC memiliki pengaruh positif terhadap UB untuk menggunakan *Access by KAI*
- H5** : UX memiliki pengaruh positif terhadap BI untuk menggunakan *Access by KAI*
- H6** : AMD memiliki pengaruh positif terhadap BI untuk menggunakan *Access by KAI*
- H7** : BI memiliki pengaruh positif terhadap UB untuk menggunakan *Access by KAI*

## 3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana data berupa angka yang diolah agar menjawab tujuan dalam penelitian [11]. Target responden pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi *Access by KAI* untuk pemesanan kereta api lokal Bandung Raya di DAOP II Bandung. Peneliti menghimpun data

sebanyak 145 responden yang memenuhi kriteria sampel melalui *teknik accidental sampling*. Dalam teknik ini, responden yang ditemui secara kebetulan dan memenuhi karakteristik yang telah ditentukan dapat dijadikan subjek penelitian. Kriteria sampel mencakup pengguna aplikasi untuk pemesanan tiket kereta api lokal Bandung Raya yang berusia antara 12 hingga 50 tahun atau lebih, serta merupakan pengguna aktif aplikasi *Access by KAI*. Kuesioner penelitian menggunakan skala Likert, yang meminta responden untuk menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap 23 pernyataan. Skala penilaian berkisar dari skor minimum 1 untuk "sangat tidak setuju" hingga skor maksimum 5 untuk "sangat setuju."

Agar interpretasi rata-rata skor jawaban responden bermakna, skala penilaian dihitung dengan rentang skala. Rentang skala =  $(5-1) / 5 = 0,8$ , dengan kategori:

- 1,00 – 1,80 = sangat rendah
- 1,81 – 2,60 = rendah
- 2,61 – 3,40 = sedang
- 3,41 – 4,20 = tinggi
- 4,21 – 5,00 = sangat tinggi

Data yang diperoleh dari responden masih berupa skala ordinal, sehingga perlu diubah menjadi data interval. Untuk meningkatkan skala pengukuran, transformasi data dilakukan dengan menggunakan Method of Successive Interval (MSI).

Tabel 1. Variabel Operasional

Variabel	Indikator	Notasi	Sumber
Ekspektasi Kinerja	Meyakini bahwa menggunakan aplikasi akan meningkatkan hasil kerja atau kinerja pengguna.	PE 1	[12]
	Bermanfaat untuk keseharian individu	PE2	
	Dapat membantu pengguna sesuai dengan kebutuhan	PE3	
Ekspektasi Usaha	Aplikasi ini mudah untuk dipelajari	EE1	[13]
	Mudah untuk menyelesaikan apa yang diinginkan oleh pengguna	EE2	
	Meningkatkan efisiensi waktu	EE3	
Pengaruh Sosial	Besarnya dukungan orang sekitar	SI1	[14]
	Persepsi dari lingkungan sekitar	SI2	
	Sejauh mana aplikasi	SI3	

Variabel	Indikator	Notasi	Sumber
Kondisi Memfasilitasi	meningkatkan status pengguna		
	Tingkat pengguna merasa bisa menggunakan aplikasi	FC1	[15]
	Tingkat pengguna percaya bahwa adanya bantuan yang mendukung penggunaan aplikasi	FC2	
	Pengguna memiliki fasilitas untuk menjalankan aplikasi	FC3	
Pengalaman Pengguna	Proses transaksi layanan pada aplikasi lebih aman	UX1	[16]
	Pengguna lancar dan terbantu menggunakan aplikasi sesuai keinginannya	UX2	
Desain yang Estetika dan Minimalis	Tata letak sudah konsisten	AMD1	[17]
	Pemilihan tulisan, font dan tampilan layar sudah baik	AMD2	
	Pemilihan warna yang menarik	AMD3	
Niat Berperilaku	Pengguna mempunyai keinginan menggunakan kembali	BI1	[18]
	Pengguna yakin memilih aplikasi	BI2	
	Kualitas layanan teknologi sudah memadai	BI3	
Perilaku Pengguna	Tingkat pengguna senang menggunakan aplikasi	UB1	[19]
	Frekuensi pengguna dalam menggunakan aplikasi	UB2	
	Menggunakan aplikasi tidak hanya untuk keperluan tertentu	UB3	

### 3.1 Analisis Deskripsi

Analisis yang dilakukan bertujuan untuk menggambarkan data yang telah terkumpul dengan menyoroti karakteristik dari masing-masing variabel penelitian.

### 3.2 Analisis Instrumen Penelitian

Analisis instrumen penelitian merupakan proses evaluasi terhadap variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat ukur untuk variabel yang akan diteliti, digunakan untuk mengukur nilai variabel tersebut [20]. Analisis instrumen menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa instrumen memenuhi syarat pengukuran dan penilaian. Analisis ini melibatkan dua tahap, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas instrumen.

### 3.3 Analisis UTAUT Menggunakan SEM-PLS

Analisis ini adalah proses pengukuran model yang digunakan. Dalam analisis ini terdapat beberapa tahap, yaitu pengujian *outer model* dan pengujian *inner model*. Pengujian *outer model* terdiri dari evaluasi validitas dan evaluasi reliabilitas model. Sedangkan pengujian *inner model* terdiri dari uji *path coefficient* ( $\beta$ ), *coefficient of determination* ( $R^2$ ), *effect size*, *predictive relevance* dan uji hipotesis (*t-statistic*).

## 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini adalah identitas umum responden pengguna aplikasi *Access by KAI* pada pemesanan tiket kereta lokal Bandung Raya. Data responden yang berhasil dikumpulkan dalam waktu kurang lebih dua minggu (25 Juni hingga 9 Juli 2024) sebanyak 145 orang. Sebaran karakteristik responden pada penelitian ini diunjukkan pada tabel 1.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, mayoritas responden pengguna aplikasi *Access by KAI* adalah perempuan, yang menunjukkan tingkat kesediaan lebih tinggi untuk menjadi responden dibandingkan laki-laki. Sebagian besar responden merupakan mahasiswa atau pelajar yang memilih menggunakan kereta lokal Bandung Raya karena harganya yang terjangkau dan jangkauan jarak yang memadai. Dari segi usia, mayoritas responden berusia antara 20 hingga 35 tahun (77,9%), yang termasuk dalam kategori generasi milenial dan Generasi Z yang mahir dalam teknologi informasi. Data dari unit CPD PT KAI mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa generasi milenial dan Generasi Z adalah pengguna terbanyak aplikasi ini dibandingkan dengan generasi lainnya. Hal ini sejalan dengan target

pengembangan aplikasi yang memang difokuskan pada generasi tersebut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Perempuan	85	58,6
Laki-laki	60	41,4
<b>Status Pekerjaan</b>		
Wiraswasta	7	4,8
TNI/POLRI/PNS	6	4,1
Buruh	5	3,4
Mahasiswa/Pelajar	97	66,9
Ibu Rumah Tangga	9	6,2
Karyawan Swasta	19	13,1
Pegawai BUMD	1	0,7
Pengusaha Tambang	1	0,7
<b>Usia</b>		
<20 Tahun	23	15,9
20-35 Tahun	113	77,9
36-50 Tahun	6	4,1
>50 Tahun	3	2,1
<b>Sistem Operasi</b>		
Android	109	75,2
IOS	36	24,8
<b>Frekuensi Penggunaan</b>		
Setiap hari	9	6,2
2-3 kali dalam satu minggu	14	9,7
1 kali dalam seminggu	6	4,1
2-5 kali dalam satu bulan	21	14,5
Jarang (Minimal 1 kali sebulan)	20	13,8
Diwaktu tertentu (liburan/rekreasi)	75	51,7
<b>Lama Pengguna Menggunakan Aplikasi</b>		
1 - 4 bulan	39	26,9
5 - 8 bulan	15	10,3
9 - 12 bulan	16	11,0
> 12 bulan	75	51,7

Sebagian besar pengguna aplikasi menggunakan sistem operasi Android, terutama untuk membeli tiket kereta api lokal Bandung Raya. Frekuensi penggunaan aplikasi lebih banyak terjadi pada waktu-waktu tertentu, seperti saat liburan atau rekreasi, yaitu sebesar 51,7%, yang bertepatan dengan penyebaran kuisioner pada masa libur sekolah. Ini menunjukkan bahwa banyak pengguna memilih transportasi ini untuk keperluan rekreasi karena harganya yang relatif terjangkau dan kedekatan destinasi wisata dengan stasiun. Selain itu, sebanyak 51,7% pengguna telah menggunakan aplikasi ini selama lebih dari 12 bulan,

yang mencerminkan tingkat retensi yang tinggi dan pengalaman positif terhadap aplikasi yang terus diperbarui. Sebanyak 26,9% responden merupakan pengguna baru yang telah menggunakan aplikasi ini selama 1-4 bulan. PT KAI diharapkan terus meningkatkan kualitas layanan, baik melalui aplikasi maupun kepada penumpang, untuk mempertahankan loyalitas pengguna terhadap transportasi ini.

## 4.2 Analisis Instrumen Penelitian

### a. Uji validitas

Uji ini bertujuan untuk data yang terkumpul dievaluasi sejauh mana penelitian sesuai dengan kondisi lapangan yang sebenarnya. Nilai  $r_{tabel}$  dilihat dari  $df = n-2$ . Dalam penelitian ini terdapat 145 responden, maka  $dfnya$  143 yaitu sebesar 0,1631.

Tabel 2. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Kode	r hitung	r tabel	Keterangan
PE 1	0,441	0,1631	Valid
PE 2	0,678	0,1631	Valid
PE 3	0,375	0,1631	Valid
EE 1	0,854	0,1631	Valid
EE 2	0,767	0,1631	Valid
EE 3	0,694	0,1631	Valid
SI 1	0,833	0,1631	Valid
SI 2	0,857	0,1631	Valid
SI 3	0,692	0,1631	Valid
FC 1	0,396	0,1631	Valid
FC 2	0,757	0,1631	Valid
FC 3	0,590	0,1631	Valid
BI 1	0,353	0,1631	Valid
BI 2	0,440	0,1631	Valid
BI 3	0,855	0,1631	Valid
UB 1	0,827	0,1631	Valid
UB 2	0,579	0,1631	Valid
UB 3	0,595	0,1631	Valid
UX 1	0,581	0,1631	Valid
UX 2	0,786	0,1631	Valid
AMD 1	0,464	0,1631	Valid
AMD 2	0,486	0,1631	Valid
AMD 3	0,530	0,1631	Valid

Dapat disimpulkan bahwa dari pengujian validitas menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Oleh karena itu, seluruh pernyataan dalam kuisioner valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diperlukan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian dari waktu ke waktu. Instrumen dianggap dapat dipercaya jika memiliki koefisien reliabilitas  $\alpha > 0,60$ . Berikut adalah hasil perhitungan uji realibilitas dari pada penelitian ini:

Tabel 3. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Jumlah Indikator	Cronbach's Alpha	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
23	0,918	0,6	Realibel

Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan nilai *cronbach's alpha* pada 23 indikator lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, seluruh instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

#### 4.3 Analisis UTAUT Menggunakan SEM-PLS

##### a. Uji Kecocokan Model Pengukuran (*Outher Model*)

Tabel 4. Uji Model Pengukuran

Variabel Laten		Evaluasi Validitas			Evaluasi Reliabilitas		
Variabel	Kode	LF	FL	Ket.	AVE	CR	Ket
Ekspektasi Kinerja (PE)	PE 1	0,749		Valid	0,554	0,787	Reliabel
	PE 2	0,652	0,741	Valid			
	PE 3	0,822		Valid			
Ekspektasi Usaha (EE)	EE 1	0,863		Valid	0,720	0,885	Reliabel
	EE 2	0,844	0,849	Valid			
	EE3	0,839		Valid			
Pengaruh Sosial (SI)	SI 1	0,894		Valid	0,717	0,883	Reliabel
	SI 2	0,908	0,843	Valid			
	SI 3	0,726		Valid			
Kondisi Memfasilitasi (FC)	FC 1	0,771		Valid	0,644	0,844	Reliabel
	FC 2	0,761	0,801	Valid			
	FC 3	0,871		Valid			
Pengalaman Pengguna (UX)	UX 1	0,861		Valid	0,798	0,887	Reliabel
	UX 2	0,924	0,893	Valid			
Desain yang estetika dan minimalis (AMD)	AMD 1	0,863		Valid	0,674	0,861	Reliabel
	AMD 2	0,864	0,819	Valid			
	AMD 3	0,730		Valid			
Niat Berperilaku (BI)	BI 1	0,887		Valid	0,778	0,913	Reliabel
	BI 2	0,908	0,882	Valid			
	BI 3	0,851		Valid			
Perilaku Penggunaan (UB)	UB 1	0,881		Valid	0,597	0,814	Reliabel
	UB 2	0,778	0,767	Valid			
	UB 3	0,641		Valid			

Hasil pengukuran kecocokan model menunjukkan semua indikator memiliki nilai *loading factor* lebih besar dari 0,5, sehingga dapat dikatakan bahwa semua indikator valid dan mampu mengukur setiap variabel latennya. Nilai *average variance extracted* (AVE) pada seluruh indikator sudah diatas 0,5, yang menunjukkan bahwa model memiliki validitas dengan indikator reflektif yang baik. Untuk menguji reliabilitas nilai *composite reliability* (CR) dengan nilai  $\geq 0,7$ , menunjukkan bahwa varian indikator yang didukung oleh variabel latennya memiliki konsistensi yang baik. Dengan demikian setelah melakukan model

pengukuran dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini valid dan reliabel.

##### b. Uji *Path Coefficient*

*Uji path coefficient* digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya. Hasil *path coefficient* jika nilai berada pada rentang -1 sampai dengan 0 dinyatakan negatif, sedangkan jika nilai berada pada rentang 0 sampai 1 maka dinyatakan positif.

Tabel 5. Uji *Path Coefficient*

Variabel	PE	EE	SI	FC	UX	AMD	BI	UB
Ekspetasi Kinerja							0,237	
Ekspektasi Usaha							0,316	
Pengaruh Sosial							0,155	
Kondisi Memfasilitasi								-
Pengalaman Pengguna							0,152	
Desain yang estetika dan minimalis							0,129	
Niat Berperilaku								0,796
Perilaku Pengguna								

Hasil pengukuran uji *path coefficient* dari tujuh jalur dalam pada model penelitian menunjukkan bahwa enam jalur menunjukkan arah hubungan yang positif, dan satu jalur memiliki arah hubungan negatif. Nilai koefisien jalur yang memiliki hubungan positif atau pengaruh searah semakin tinggi nilai variabel (Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Pengalaman Pengguna dan Desain yang Estetika dan Minimalis), maka semakin tinggi pula nilai variabel Niat Berperilaku. Ada satu lagi nilai koefisien jalur yang memiliki hubungan positif, semakin tinggi variabel Niat Berperilaku, maka semakin tinggi pula variabel Perilaku Pengguna. Untuk pengaruh negatif atau pengaruh beda arah, bila semakin tinggi nilai variabel Kondisi Memfasilitasi, maka semakin rendah Perilaku Pengguna atau sebaliknya.

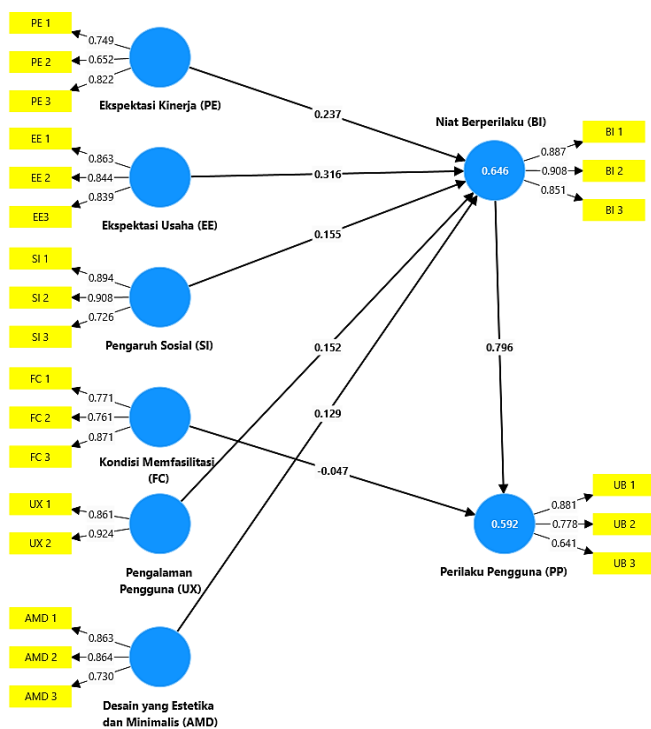
##### c. Uji *Coefficient of Determination* (R<sup>2</sup>)

*R-square* digunakan untuk mengevaluasi nilai pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Ini mengukur kriteria kualitas model atau *goodness of fit model*, sekaligus berfungsi sebagai koefisien determinasi. Standar pengukuran R<sup>2</sup> adalah sebagai berikut: nilai melebihi 0,75 menunjukkan varian kuat, 0,50 menunjukkan moderat dan 0,25 menunjukkan varian lemah. Berikut adalah hasil perhitungan *R-square* pada penelitian:

Tabel 6. Uji *Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>)*

Variabel	R-Square	Keterangan
Niat Berperilaku (BI)	0,646	Moderat
Perilaku Penggunaan (UB)	0,592	Moderat

Berdasarkan tabel diatas nilai *R-Square* pada kriteria model mengindikasikan bahwa masing-masing model struktural dikategorikan “moderat”. Nilai *R<sup>2</sup>* variabel niat berperilaku sebesar 0,646, yang menunjukkan bahwa 64,6% dari niat berperilaku dijelaskan oleh model, sementara sisanya 35,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian. Nilai *R<sup>2</sup>* pada variabel perilaku penggunaan sebesar 0.592, yang menunjukkan bahwa 59,2% dari niat berperilaku dijelaskan oleh model, sementara sisanya 40,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar model penelitian. Dengan demikian kedua variabel independen menjelaskan variabel dependen secara moderat.



Gambar 4. Hasil UTAUT menggunakan Pendekatan SEM-PLS

d. Uji *Effect Size (f<sup>2</sup>)*

Uji *effect size* dalam struktural model digunakan dalam mengetahui besarnya pengaruh hubungan variabel satu dengan variabel lainnya. Kriteria uji ini adalah sebagai berikut: jika nilai  $f^2 < 0,02$ , maka prediktor variabel laten memiliki pengaruh yang lemah; jika nilai  $f^2 > 0,15$ , maka prediktor variabel laten memiliki pengaruh yang sedang; dan jika nilai  $f^2 > 0,35$  maka prediktor variabel laten memiliki pengaruh yang kuat [3]. Hasil pengujian *Effect Size (f<sup>2</sup>)* pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 7. Uji *Effect Size (f<sup>2</sup>)*

Jalur Penelitian	F-Square	Analisis
Ekspetasi Kinerja (PE) → Niat Berperilaku (BI)	0,071	Lemah
Ekspetasi Usaha (EE) → Niat Berperilaku (BI)	0,112	Lemah
Pengaruh Sosial (SI) → Niat Berperilaku (BI)	0,043	Lemah
Kondisi Memfasilitasi (FC) → Perilaku Pengguna (UB)	0,004	Lemah
Niat Berperilaku (BI) → Perilaku Pengguna (UB)	1,028	Lemah
Pengalaman Pengguna (UX) → Niat Berperilaku (BI)	0,030	Lemah
Desain yang Estetika dan Minimalis (AMD) → Niat Berperilaku (BI)	0,030	Lemah

Berdasarkan hasil uji *Effect Size (f<sup>2</sup>)* pada struktur model memiliki satu hipotesis yang memiliki pengaruh besar yaitu Niat Berperilaku ke Perilaku Pengguna, sementara pada jalur lainnya memiliki pengaruh lemah atau tidak berpengaruh pada struktur model.

e. Uji *Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)*

Uji *Predictive Relevance* menggunakan metode *blindfolding* untuk membuktikan bahwa variabel tertentu dalam suatu model memiliki keterkaitan secara prediktif dengan variabel lainnya, dengan ambang batas pengukuran di atas nol. Pada uji ini menggambarkan kecocokan relasi model secara struktural. Hasil perhitungan uji *Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)* sebagai berikut:

Tabel 8. Uji *Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)*

Variabel	<i>Predictive Relevance</i>	Keterangan
Niat Berperilaku (BI)	0,607	Prediktif
Perilaku Penggunaan (UB)	0,467	Prediktif

Tabel 9. Uji Hipotesis

Hipo tesis	Hubungan antar Variabel	Original Sampel	T Statistics	P Value	Simpulan
H1	PE → BI	0,237	2,418	0,016	Diterima
H2	EE → BI	0,316	4,005	0,000	Diterima
H3	SI → BI	0,155	2,34	0,019	Diterima
H4	FC → UB	-0,047	0,601	0,548	Ditolak
H5	UX → BI	0,152	2,147	0,000	Diterima
H6	AMD → BI	0,129	2,109	0,035	Diterima
H7	BI → UB	0,796	13,794	0,000	Diterima

Berdasarkan Uji *Predictive Relevance* terlihat bahwa seluruh jalur dalam penelitian ini memiliki keterkaitan prediktif yang baik dengan variabel lainnya. Pengujian Hipotesis dengan *t-statistic* menggunakan *bootstrapping* dengan uji *two-tailed* pada tingkat

signifikan 5%. Dengan demikian, nilai *t-test* yang didapatkan dinyatakan valid jika lebih besar dari 1,96 (Hair, et all, 2017). Hasil perhitungan untuk setiap jalur ditunjukkan pada tabel 9.

Berdasarkan hasil *t-test* menunjukkan bahwa enam hipotesis memiliki pengaruh yang baik atau diterima, sementara satu hipotesis ditolak. Hal ini dilihat dari nilai t-statistic pada hipotesis lebih besar dari 1,96 dan nilai p-value kurang dari 0,1. Berikut adalah kesimpulan rekapitulasi pengujian bootstrapping dari ketujuh hipotesis yang diajukan:

#### 1) Pengaruh Ekspektasi Kinerja (PE) terhadap Niat Berperilaku (BI)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima, dengan pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku pengguna *Access by KAI*. Responden dalam penelitian ini merasa yakin bahwa penggunaan aplikasi ini memberikan dampak positif terhadap pekerjaan mereka. Meskipun aplikasi *Access by KAI* tidak secara langsung membantu dalam menyelesaikan tugas pekerjaan, namun pengguna merasakan manfaat dalam hal efisiensi waktu. Penggunaan aplikasi ini memungkinkan percepatan proses transaksi pembelian tiket KA Lokal Bandung Raya, sehingga waktu yang dihemat dapat digunakan untuk kegiatan lain yang lebih produktif. Hal ini konsisten dengan teori UTAUT oleh Venkatesh dkk. [9].

Hasil hipotesis ini sejalan dengan penelitian [21], mengungkapkan bahwa variabel ekspektasi kinerja (PE) terhadap niat berperilaku (BI) berpengaruh yang signifikan. Begitu juga pada penelitian [22] yang menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja (PE) memiliki pengaruh terhadap niat berperilaku (BI) pada aplikasi Flip. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara ekspektasi kinerja (PE) dengan niat berperilaku (BI) pada pengguna aplikasi *Access by KAI* pada pemesanan tiket kereta api lokal Bandung Raya. Jika pengguna memiliki pandangan positif mengenai kemampuan aplikasi *Access by KAI* dalam meningkatkan kenyamanan dan efisiensi perjalanan, maka pengguna kemungkinan besar akan memiliki keinginan yang lebih besar untuk menggunakan aplikasi tersebut.

#### 2) Pengaruh Ekspektasi Usaha (EE) terhadap Niat Berperilaku (BI)

Hipotesis kedua menunjukkan pengaruh yang signifikan, sehingga hipotesis diterima. Pengguna *Access by KAI* merasakan kemudahan penggunaan aplikasi dalam pembelian tiket kereta api lokal Bandung Raya, sehingga akan mengurangi upaya (energi dan waktu) yang harus dilakukan pengguna

dalam menjalankan aktivitas kesehariannya. Sejalan dengan teori disaat pengguna merasa aplikasi lebih fleksibel, mudah dipahami dan digunakan, yang pada akhirnya mendorong minat pengguna. Hal ini konsisten dengan teori UTAUT oleh Venkatesh dkk. [9].

Hipotesis ini sesuai dengan penelitian terdahulu [23] yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara variabel ekspektasi usaha (EE) terhadap niat berperilaku (BI) pada pengguna aplikasi BRImo. Begitu juga penelitian oleh [24] yang menunjukkan hasil jika antara variabel ekspektasi usaha (EE) memiliki pengaruh terhadap niat berperilaku (BI). Hal ini juga diperkuat oleh observasi langsung dari peneliti yang menunjukkan bahwa pengguna aplikasi *Access by KAI* sangat memperhatikan aspek kemudahan dalam penggunaan. Aplikasi yang bersifat *user friendly* dapat membuat pengguna merasa nyaman dalam mengoperasikannya, sehingga tingkat usaha yang dibutuhkan ini akan mempengaruhi niatan dalam penggunaan aplikasi.

#### 3) Pengaruh variabel Pengaruh sosial (SI) terhadap Niat Berperilaku (BI)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima. Pengguna aplikasi *Access by KAI* merasakan pentingnya pengaruh orang lain dalam keputusan mereka untuk menggunakan aplikasi ini. Ditambah lagi aplikasi ini wajib dimiliki dan digunakan bagi pengguna yang akan menggunakan akomodasi kereta api lokal Bandung Raya pada pemesanan tiketnya.

Penelitian terdahulu [25] yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara pengaruh sosial (SI) dan niat berperilaku (BI). Didukung pula oleh penelitian [26] dengan menunjukkan hasil antara pengaruh sosial (SI) terhadap niat berperilaku (BI) yang menyatakan adanya pengaruh signifikan pada penelitian pengguna *e-wallet*. Hal ini konsisten dengan teori UTAUT oleh Venkatesh dkk. [9]. Ketika pengguna menyaksikan banyak individu di sekitarnya menggunakan aplikasi *Access by KAI* dan memberikan ulasan positif mengenai keuntungannya, pengaruh sosial cenderung meningkat. Dukungan atau dorongan dari orang-orang terdekat, termasuk komunitas, untuk menggunakan aplikasi dapat secara signifikan memperkuat niat pengguna untuk mulai menggunakan aplikasi tersebut.

#### 4) Pengaruh Kondisi Memfasilitasi (FC) terhadap Perilaku Penggunaan (UB)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang negatif antara kondisi memfasilitasi (FC) terhadap perilaku pengguna (UB). Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sumber daya yang dimiliki

pengguna tidak mempengaruhi penggunaan aplikasi Access by KAI. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara kondisi yang memfasilitasi (FC) dengan perilaku pengguna (UB). Kondisi memfasilitasi mengacu pada sejauh mana pengguna percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang ada mendukung penggunaan aplikasi berdasarkan teori Vankatesh [9]. Hal ini tidak sejalan dengan pada teori tersebut.

Hipotesis ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh [27] yang menyatakan bahwa kondisi memfasilitasi terhadap perilaku pengguna tidak berpengaruh pada pengguna aplikasi Peduli Lindungi. Didukung pula oleh penelitian [28] yang menunjukkan hasil jika antara variabel kondisi memfasilitasi (FC) tidak berpengaruh pada pengguna terhadap perilaku pengguna (UB). Observasi langsung oleh peneliti juga memperkuat temuan ini, menunjukkan bahwa kondisi memfasilitasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna. Hal ini mungkin disebabkan oleh status PT KAI sebagai perusahaan monopoli, yang didukung oleh kebijakan pembelian tiket yang hanya dapat dilakukan melalui aplikasi. Dengan demikian, pengguna layanan kereta api lokal Bandung Raya harus mengikuti prosedur yang telah ditetapkan, terlepas dari kondisi memfasilitasi yang ada.

#### 5) Pengaruh Pengalaman Pengguna (UX) terhadap Niat Berperilaku (BI)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara pengalaman pengguna (UX) terhadap niat berperilaku (BI). Pengguna merasakan pengalaman yang baik selama menggunakan aplikasi yang sudah sesuai dengan harapan pengguna pada aplikasi, sehingga secara langsung memengaruhi keinginan mereka untuk terus menggunakan aplikasi atau menggunakannya kembali di masa mendatang. Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang mengemukakan bahwa pengalaman pengguna yang penting dalam penggunaan aplikasi yang akan berdampak pada niat penggunaan aplikasi dalam jangka panjang [29]. Pada aplikasi ini kemudahan dalam mencari jadwal kereta, memesan tiket, atau melakukan pembayaran dapat meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan aplikasi di masa mendatang. Meskipun nilai pengalaman pengguna (UX) tinggi, pengembang aplikasi tetap perlu dilakukan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut, serta merancang strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan keterlibatan pengguna.

#### 6) Pengaruh Desain yang Estetika dan Minimalis (AMD) terhadap Niat Berperilaku (BI)

Pada hipotesis ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara desain yang estetika dan minimalis (AMD) terhadap niat berperilaku (BI). Desain yang estetika dan minimalis (AMD) merupakan variabel yang pengaruhnya paling kecil dibanding dengan variabel lainnya untuk pengaruh positif. Pengguna merasa pada aplikasi Access by KAI memiliki tampilan yang menarik secara virtual, simpel yang mudah digunakan serta kebermanfaatannya dari fitur yang disediakan. Dengan tampilan yang lebih segar dan kekinian sehingga membuat banyak pengguna yang merasa mudah menggunakan aplikasi. Hal ini didukung pada penelitian terdahulu bahwa desain aplikasi yang menarik secara visual juga berperan penting dalam meningkatkan minat pengguna untuk menggunakannya [30]. Oleh sebab itu, aplikasi yang digunakan harus menyenangkan, modern, memiliki desain visual yang inovatif dan terpenting aplikasi yang mudah dioperasikan (*user friendly*).

#### 7) Pengaruh Niat Berperilaku (BI) terhadap Perilaku Penggunaan (UB)

Hasil pada hipotesis menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Niat Berperilaku (BI) terhadap Perilaku Penggunaan (UB). Dalam konteks ini, semakin kuat niat seseorang untuk menggunakan aplikasi, semakin besar kemungkinan pengguna akan benar-benar menggunakan aplikasi atau sistem tersebut. Niat berperilaku merupakan prediktor kuat dari perilaku pengguna, sehingga memahami dan memengaruhi niat ini sangat penting dalam merancang strategi untuk meningkatkan penggunaan aplikasi. Penelitian [31] yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara niat berperilaku (BI) terhadap perilaku penggunaan (UB), didukung pula oleh penelitian [32].

Berdasarkan hasil pengujian *outer* dan *inner model* yang telah dilakukan membuktikan bahwa modifikasi UTAUT ini dapat dijadikan acuan perilaku pengguna terhadap aplikasi Access by KAI. Hasil kajian ini memperoleh implikasi manajerial yang nantinya diharapkan dapat diterapkan dan menjadi bahan pertimbangan oleh PT KAI dalam memberikan layanan yang lebih maksimal kepada masyarakat. Berbagai strategi dapat dilakukan sebagai upaya mempertahankan eksistensi aplikasi Access by KAI sendiri agar tetap sustainable, yakni:

- Pengadaan fitur “rute favorit”, untuk memudahkan pemesanan tiket kereta lokal Bandung Raya.

- Meminimalkan langkah-langkah yang diperlukan dalam pemesanan tiket, dengan menghilangkan langkah yang tidak diperlukan seperti pemilihan kursi dan layanan lainnya.
- Memperpanjang waktu pemesanan untuk menghindari *time-out*.
- Memperbaiki bug dan masalah teknis dengan mempercepat aplikasi dan melakukan pembaruan *update* secara berkala.
- Penyediaan jalur tap kartu untuk kereta lokal Bandung Raya
- *User Testimonials and Reviews* dalam fitur ini dapat berupa halaman khusus di dalam aplikasi yang menampilkan testimoni dan ulasan dari pengguna.
- Evaluasi dan pembaruan tampilan agar tetap relevan dengan tren desain terkini.
- *Loyalty Rewards Program* dalam fitur ini program loyalitas kereta lokal Bandung Raya dengan mengumpulkan poin setiap kali keberangkatan.

Adanya variabel tambahan pengalaman pengguna dan desain yang estetik dan minimalis lebih menggali lagi perilaku konsumen pada saat menggunakan aplikasi tersebut.

## 5 KESIMPULAN DAN SARAN

### a. Kesimpulan

Pengguna aplikasi Access by KAI menunjukkan beragam perilaku yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap aplikasi, dan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Aplikasi ini memiliki potensi untuk meningkatkan layanan jika faktor-faktor tersebut dikelola dengan baik. Pengguna merasakan bahwa aplikasi Access by KAI memudahkan proses pembelian tiket kereta api lokal, yang berdampak positif pada pengalaman mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berperan penting dalam memotivasi konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut. Pengguna menunjukkan niat untuk terus menggunakan aplikasi Access by KAI di masa depan, mencerminkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan.

### b. Saran

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan untuk membantu meningkatkan kualitas layanan pada aplikasi agar menjadi lebih baik lagi. Untuk pengembangan aplikasi Access by KAI, disarankan agar PT KAI fokus pada beberapa aspek kunci:

1. Meningkatkan tampilan aplikasi agar lebih intuitif dan menarik, dengan desain yang responsif untuk berbagai perangkat.
2. Menyediakan pusat bantuan yang komprehensif dengan tutorial langkah-demi-langkah dan FAQ untuk mendukung pengguna baru.
3. Berkala mengumpulkan umpan balik pengguna untuk terus melakukan perbaikan dan inovasi berdasarkan kebutuhan dan harapan pengguna.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu dalam riset dan penelitian ini sehingga dapat dipublikasikan

## REFERENSI

- [1] A. Ariyanto *et al.*, *Membangun SDM Tangguh di Tengah Gelombang*, no. June. 2021.
- [2] E. Eryc, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Gojek Terhadap Perilaku Mahasiswa Universitas," *EXPERT: Jurnal Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi*, vol. 12, no. 1, p. 54, 2022, doi: 10.36448/expert.v12i1.2552.
- [3] P. Zulvia and A. Shinta Yerina, "Motivasi Dan Pengalaman Pengguna Sebagai Faktor Tambahan Dalam Meninjau Penerimaan Aplikasi Seluler Kai Access: Modifikasi Technology Acceptance Model (Tam)," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, vol. 27, no. 2, pp. 209–228, 2023, doi: 10.17933/jskm.2023.5250.
- [4] S. Salsa Sabila, A. Pradesa, P. Zulvia, C. Octaviandy Purba D, P. Stia, and L. Bandung, "Penerapan Importance Performance Analysis (IPA) pada E-Service Quality Pembelian Tiket Kereta Lokal Melalui KAI Access."
- [5] V. Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, vol. 16x24 cm, no. July. 2015.
- [6] A. D. Prabandari and F. Faizatul Ansorihyah, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Sikap, Niat Pengguna Terhadap Kenyataan Penggunaan Aplikasi SiPolgan," *Jurnal Mahasiswa Wacana Publik*, vol. 3, no. 2, pp. 312–326, 2023.
- [7] Fachrurazi, A. Y. Rukmana, Supriyanto, Syamsulbahri, and Iskandar, "Revolusi Bisnis di Era Digital: Strategi dan Dampak Transformasi Proses Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif dan Pertumbuhan Organisasi," *Jurnal Bisnis dan Manajemen*

- West Science*, vol. 2, no. 03, pp. 297–305, 2023, doi: 10.58812/jbmws.v2i03.563.
- [8] J. J. Garrett, *User Experience and Why It Matters*. 2012.
- [9] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, “User acceptance of information technology: Toward a unified view,” *MIS Q*, vol. 27, no. 3, pp. 425–478, 2003, doi: 10.2307/30036540.
- [10] M. B. Yel and S. A. Ningtyas, “Implementasi Model UTAUT Untuk Analisis Faktor Yang Memengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Perilaku Penggunaan Sistem Informasi,” *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, vol. 3, no. 2, pp. 25–38, 2019.
- [11] B. P. dan L. miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, vol. 3, no. 2. 2016.
- [12] T. H. Chu, C. M. Chao, H. H. Liu, and D. F. Chen, “Developing an Extended Theory of UTAUT 2 Model to Explore Factors Influencing Taiwanese Consumer Adoption of Intelligent Elevators,” *SAGE Open*, vol. 12, no. 4, pp. 1–16, 2022, doi: 10.1177/21582440221142209.
- [13] C. M. Chao, “Factors determining the behavioral intention to use mobile learning: An application and extension of the UTAUT model,” *Frontiers in Psychology*, vol. 10, no. JULY, pp. 1–14, 2019, doi: 10.3389/fpsyg.2019.01652.
- [14] O. A. Gansser and C. S. Reich, “A new acceptance model for artificial intelligence with extensions to UTAUT2: An empirical study in three segments of application,” *Technology in Society*, vol. 65, p. 101535, 2021, doi: 10.1016/j.techsoc.2021.101535.
- [15] M. Farzin, M. Sadeghi, F. Yahyayi Kharkeshi, H. Ruholahpur, and M. Fattahi, “Extending UTAUT2 in M-banking adoption and actual use behavior: Does WOM communication matter?,” *Asian Journal of Economics and Banking*, vol. 5, no. 2, pp. 136–157, 2021, doi: 10.1108/ajeb-10-2020-0085.
- [16] N. R. Wiwesa, “Jurnal Sosial Humaniora Terapan USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE UNTUK MENGELOLA,” *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, vol. 3, no. 2, 2021.
- [17] D. Rusvinasari, A. Setyanto, and M. R. Arief, “Analisis User Interface pada Aplikasi Mobile Pelaporan Online Menggunakan Heuristic Evaluation,” *Respati*, vol. 15, no. 1, p. 12, 2020, doi: 10.35842/jtir.v15i1.326.
- [19] K. Bajunaied, N. Hussin, and S. Kamarudin, “Behavioral intention to adopt FinTech services: An extension of unified theory of acceptance and use of technology,” *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, vol. 9, no. 1, p. 100010, 2023, doi: 10.
- [20] Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,” 2017.
- [21] E. H. Juningsih, F. Aziz, D. Ismunandar, F. Sarasati, I. Irmawati, and Y. Yanto, “Penggunaan Model UTAUT2 Untuk Memahami Persepsi Pengguna Aplikasi G-Meet,” *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, vol. 6, no. 2, pp. 289–295, 2020, doi: 10.31294/ijse.v6i2.10075.
- [22] A. D. Puspitasari and D. F. Suyatno, “Analisis Tingkat Penerimaan Penerapan Aplikasi Flip Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology 2 ( UTAUT2 ),” vol. 04, no. 03, pp. 1–8, 2023.
- [23] Z. Y. Pamungkas and A. Sudiarno, “Implementasi Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) untuk Menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Brimo,” *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 9, no. 3, pp. 569–578, 2022, doi: 10.25126/jtiik.2022936047.
- [24] W. Anjani and I. Mukhlis, “Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking,” *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, vol. 21, no. 1, p. 1, 2022, doi: 10.19184/jeam.v21i1.30570.
- [25] R. U. Fahmi, A. G. Zahran, and S. P. Suwandi, “Analisis User Experience Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Spotify Dengan Metode Utaut,” *Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 4, no. 1, pp. 154–169, 2023, doi: 10.46576/djtechno.v4i1.3334.
- [26] Muhammad Taufik Hidayat, Qurrotul Aini, and

- Elvi Fetrina, “Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus),” *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi*, vol. 9, no. 3, pp. 239–247, 2020, doi: 10.22146/.v9i3.227.
- [27] Ega Fahira Anggriani, N. Mutiah, and F. Febriyanto, “Analisis Penerimaan Dan Kepuasan User Aplikasi Peduli Lindungi Mempergunakan Metode Utaut 2 Dan Eucs,” *JSiI (Jurnal Sistem Informasi)*, vol. 10, no. 1, pp. 12–19, 2023, doi: 10.30656/jsii.v10i1.6154.
- [28] P. Intarot, “Influencing Factor in E-Wallet Acceptant and Use,” *International Journal of Business and Administrative Studies*, vol. 4, no. 4, pp. 167–175, 2018, doi: 10.20469/ijbas.4.10004-4.
- [29] F. C. P. Sari, A. J. Suzana, A. Achadi, T. E. Masita, and Aninastuti, “Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Purwokerto,” *Seminar Nasional LPPM UMMAT Universitas*, vol. 2, no. April, pp. 1019–1032, 2023, [Online]. Available: <http://journal.ummat.ac.id/index.php/semnaslppm/article/view/14402%0Ahttps://journal.ummat.ac.id/index.php/semnaslppm/article/viewFile/14402/6812>.
- [30] A. D. Subhan, Muhamad dan Indriyanti, “Heuristic Evaluation Menurut Nielsen,” *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, vol. 02, no. 03, p. 2021, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/download/41203/35517>.
- [31] M. Indah and H. Agustin, “Penerapan Model Utaut (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Untuk Memahami Niat Dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay Di Kota Padang,” *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, vol. 1, no. 4, pp. 1949–1967, 2019, doi: 10.24036/jea.v1i4.188.
- [32] P. N. Auliya and M. F. Arransyah, “Penerapan Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS,” *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, vol. 4, no. 3, pp. 885–892, 2023, doi: 10.47065/ekuitas.v4i3.2808.