

ABSTRAK

PT. Kereta Api Indonesia telah mengembangkan inovasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi masyarakat dengan menciptakan *mobile application* KAI Access. KAI Access dapat digunakan untuk membeli tiket secara *online* tanpa harus mengantri di loket stasiun. Namun terdapat beberapa masalah yang dialami oleh pengguna yaitu terkadang terdapat error ketika pengguna melakukan pembayaran, dan masih ada beberapa fitur yang tidak dapat dijalankan sehingga berakibat terhadap kemudahan penggunaan aplikasi. Kemudahan dapat menjadikannya faktor untuk pengguna berminat menggunakan aplikasi tersebut dikarenakan pengguna sudah memiliki pemahaman yang mumpuni akan teknologi (Saragih & Rikumahu, 2022). Penerimaan terhadap suatu niat, serta penggunaan layanan digital bisa saja dipengaruhi oleh banyak faktor (Pamungkas & Sudiarno, 2022). Untuk dapat memastikan minat pengguna tersebut tercapai, perlu dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi KAI Access agar aplikasi tersebut menjadi lebih baik dan menjadi aplikasi yang bisa diterima oleh pelanggan kereta api. Salah satu model yang dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan juga penggunaan terhadap suatu layanan adalah *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2* (UTAUT2).

Penelitian ini menggunakan seluruh variabel pada model UTAUT 2 untuk melakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna terhadap aplikasi KAI Access. Data yang digunakan dalam penelitian didapatkan dari hasil kuesioner secara daring maupun luring dengan 29 pernyataan. Responden dalam penelitian ini berjumlah 406 responden yang berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta dan juga pengguna aplikasi KAI Access. Data tersebut kemudian akan diolah menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan dua pengujian yaitu *outer model* dan *inner model* dengan bantuan software SmartPLS versi 3.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari empat belas hipotesis yang diajukan dalam penelitian, tujuh hipotesis diterima dan tujuh hipotesis lainnya ditolak. Tujuh hipotesis yang diterima yaitu *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* berpengaruh terhadap *behavioral intentions* dan *use behavior* aplikasi KAI Access. Faktor terkuat yang berpengaruh atau signifikan terhadap *behavioral intentions* adalah *hedonic motivation* dan faktor terkuat yang berpengaruh atau signifikan terhadap *use behavior* adalah *habit*.

Kata Kunci : KAI Access, Analisis Faktor Pengguna, UTAUT2, SmartPLS

ABSTRACT

By developing the KAI Access mobile application, PT. Kereta Api Indonesia has innovated to raise the caliber of service for the community. Online ticket purchases through KAI Access can be made without standing in line at the station counter. However, there are a number of issues that users face, including the fact that occasionally there are difficulties when users make payments and that some functions are still unable to be used, which affects the application's usability. Because users have a solid understanding of technology, ease of use can influence their interest in utilizing the technology (Saragih & Rikumahu, 2022). Many factors can influence the extent to which an intention is accepted and how digital services are used (Pamungkas & Sudiarno, 2022). Research on the factors that influence user interest in using the KAI Access application is required to guarantee that user interest is attained. This will help the application improve and make it more acceptable to teach customers. The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT2) is one model that can comprehend the factors that influence the intention and use of a service.

This study uses all variables in the UTAUT 2 model to analyze the factors that influence user interest in the KAI Access application. The data used in the study were obtained from the results of a bold and attractive questionnaire with 29 statements. Respondents in this study found 406 respondents from the Special Region of Yogyakarta and also users of the KAI Access application. The data will then be processed using the Structural Equation Modeling (SEM) method with two tests, namely the outer model and inner model with the help of SmartPLS version 3 software.

The results of this study indicate that of the fourteen hypotheses proposed in the study, seven were accepted and the other seven were rejected. Seven accepted hypotheses, namely social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, and habit affect the behavioral intentions and use behavior of the KAI Access application. The strongest factor that influences or is significant on behavioral intentions is hedonic motivation and the strongest factor that influences or is significant on use behavior is habit.

Keyword : *KAI Access, User Factor Analysis, UTAUT2, SmartPLS*