

## ABSTRAK

Dinas Perhubungan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta meluncurkan sebuah aplikasi untuk sektor transportasi umum di Yogyakarta yaitu aplikasi Trans Jogja. Aplikasi ini tidak hanya menyediakan layanan pemesanan tiket trans jogja, tetapi juga memiliki berbagai fitur tambahan untuk kemudahan dan kenyamanan para pelanggan bus Trans Jogja. Diluncurkannya Trans Jogja bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen bus trans jogja dalam memesan tiket secara online, informasi bus yang berada di dekat dan rute tiap jalur. Namun nyatanya masih terdapat berbagai masalah yang dialami pengguna namun masih terdapat masalah bagi beberapa pengguna seperti beberapa jalur yang tidak sesuai jadwal, bus yang tidak terdeteksi di aplikasi, dan metode pembayaran yang hanya satu sehingga berakibat terhadap minat dalam penggunaan aplikasi. Penerimaan terhadap suatu niat, serta penggunaan layanan digital bisa saja dipengaruhi oleh banyak faktor (Pamungkas & Sudiarno, 2022). Untuk memastikan minat pengguna dalam menggunakan aplikasi Trans Jogja perlu dilakukannya analisis untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat dalam menggunakan aplikasi Trans Jogja.

Penelitian ini menggunakan seluruh variabel yang ada dalam model UTAUT 2 untuk melakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna terhadap aplikasi Trans Jogja. Data yang digunakan pada penelitian ini dikumpulkan dari hasil kuesioner secara daring dengan 29 pernyataan. Responden dalam penelitian ini berjumlah 116 responden yang merupakan pengguna aplikasi Trans Jogja. Data tersebut kemudian diolah menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS versi 3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 14 hipotesis yang diajukan dalam penelitian, 2 hipotesis diterima dan 12 hipotesis ditolak. 2 hipotesis yang diterima adalah *social influence dan habit*. Sehingga rekomendasi untuk meningkatkan minat pengguna adalah diperlukan sebuah iklan ajakan dengan menggandeng *brand ambassador* yang saat ini sedang menjadi *trend center* sehingga para pengikut dari *trend center* tersebut dapat menyadari dan ikut menggunakan aplikasi Trans Jogja. Rekomendasi lainnya adalah mempertahankan fitur-fitur yang sudah dianggap baik dan menambahkan fitur-fitur baru yang dapat memikat pengguna untuk lebih sering menggunakannya serta sering melakukan pemeliharaan aplikasi dan memperbaiki fitur-fitur yang kurang agar para pengguna akan terus menerus menggunakan aplikasi Trans Jogja.

**Kata Kunci** : Trans Jogja, Analisis Faktor Pengguna, UTAUT 2, SmartPLS

## ABSTRACT

*The Transportation Department of Yogyakarta Special Region Province launched an application for the public transportation sector in Yogyakarta. This application not only provides trans Jogja ticket booking services, but also has various additional features for the convenience and comfort of Trans Jogja bus customers. The launch of Trans Jogja aims to improve services to customers or consumers of Trans Jogja buses in ordering tickets online, information on buses that are near and the route of each line. But in fact there are still various problems experienced by users, but there are still problems for some users such as some lines that are not on schedule, buses that are not detected in the application, and only one payment method, which results in interest in using the application. Acceptance of an intention, as well as the use of digital services can be influenced by many factors (Pamungkas & Sudiarno, 2022). To ensure user interest in using the Trans Jogja application, it is necessary to analyze to find out what factors influence interest in using the Trans Jogja application.*

*This study uses all variables in the UTAUT 2 model to analyze the factors that influence user interest in the Trans Jogja application. The data used in this study were collected from the results of an online questionnaire with 29 statements. Respondents in this study totaled 116 respondents who were users of the Trans Jogja application. The data was then processed using the Structural Equation Modeling (SEM) method with the help of SmartPLS version 3 software.*

*The results showed that of the 14 hypotheses proposed in the study, 2 hypotheses were accepted and 12 hypotheses were rejected. The 2 accepted hypotheses are social influence and habit. Therefore, the recommendation to increase user interest is to create an advertisement campaign by collaborating with a brand ambassador who is currently a trendsetter so that followers of this trendsetter will become aware of and use the Trans Jogja application. Another recommendation is to maintain the features that are already considered good and to add new features that can attract users to use the application more frequently, as well as regularly maintaining the application and improving any underperforming features so that users will continuously use the Trans Jogja application.*

**Keyword :** *Trans Jogja, User Factor Analysis, UTAUT 2, SmartPLS*