

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *TRUST* TERHADAP *INTENTION TO USE* APLIKASI *ACCESS BY KAI*

Intan Ardiyanti¹, Wheny Khristianto², Ika Sisbintari³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember, Indonesia

¹Email: iardiyanti09@gmail.com

Abstract: *The large number of KAI passenger who are entering the digital word, therefore customer intention is needed to be able to use the Access by KAI application. The purpose of this study was to determine the effect of perceived ease of use, perceived usefulness and trust on the intention to use the Access by KAI application. This type of research method uses a quantitative approach with a population of Access by KAI application users in Jember Regency with a sample of 130 respondents determined by the Ferdinand formula. The sampling technique in this study used non-probability sampling because there was no accurate data on the number of users of the Access by KAI application feature in Jember Regency. The data analysis method used multiple linear regression analysis, ease of data processing with IBM SPSS 26 software. The results of this study indicate that the influence of perceived ease of use, perceived usefulness and trust has a significant effect on the intention to use the Access by KAI application.*

Keywords: *Perceived Ease of Use; Perceived Usefulness; Trust; Intention to Use*

Abstraksi: Banyaknya penumpang KAI yang memasuki dunia digital, oleh karena itu diperlukan *intention* pelanggan untuk dapat menggunakan aplikasi *Access by KAI*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* terhadap *intention to use* aplikasi *Access by KAI*. Jenis metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi oleh pengguna aplikasi *Access by KAI* di Kabupaten Jember dengan sampel sebanyak 130 responden yang ditentukan dengan rumus Ferdinand. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non-probability sampling karena belum adanya data akurat mengenai jumlah pengguna fitur aplikasi *Access by KAI* di Kabupaten Jember. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, kemudahan pengolahan data dengan *software IBM SPSS 26*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* aplikasi *Access by KAI*.

Kata Kunci: *Perceived Ease of Use; Perceived Usefulness; Trust; Intention to Use*

Pendahuluan

Menurut sumber katadata.co.id, PT Kereta Api Indonesia mencatat mayoritas transaksi penjualan tiket kereta pada tahun ini berasal dari aplikasi *Access by KAI*, yakni mencapai sebanyak 61,56%. Pangsa ini terus meningkat dalam tiga tahun, dari semula sebesar 38,12% pada 2020, 44,36% pada 2021 dan 52,16% pada 2022. Berdasarkan hasil survei *ratings and reviews* pada *google play* (android) mengenai pembaruan update aplikasi *Access by KAI*, terdapat berbagai keluhan yang dialami pelanggan saat menggunakan aplikasi *Access by KAI* pada tahun 2023. Beberapa keluhan pengguna aplikasi *Access by KAI* diantaranya, sering tidak bisa masuk ke menu *Access by KAI*, sering terjadi *time out error*, *loading* lama, ingin melakukan pembayaran Qris tapi kode QR tidak ditampilkan. Hal ini sangat mempengaruhi dalam *intention* pelanggan baik yang sudah menggunakan *Access by KAI* maupun yang belum. Yang apabila jika dapat ditingkatkan, maka akan menciptakan niat untuk menggunakan aplikasi *Access by KAI*. Selain itu apabila tidak ditingkatkan, maka akan sangat merugikan perusahaan dalam hal kehilangan pelanggan.

Banyaknya penumpang KAI yang terjun ke dalam dunia digital, maka sangat dibutuhkan *intention* pada pelanggan untuk dapat menggunakan aplikasi *Access by KAI*.

Kemampuan perusahaan dalam mencapai *intention* pelanggan itu sendiri harus didukung dengan adanya *perceived ease of use* dari aplikasi *Access by KAI*. Menurut Jogiyanto (2008) dalam Mujiasih dan Wiwoho (2020) juga menyatakan bahwa *perceived ease of use* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu teknologi mudah digunakan. Jika masyarakat merasa media informasi mudah digunakan maka mereka akan menggunakannya. Sebaliknya, masyarakat yang menganggap media informasi sulit digunakan tidak akan menggunakannya. Dalam konteks *Access by KAI*, *perceived ease of use* mengacu pada sejauh mana pengguna menganggap bahwa penggunaan aplikasi ini mudah dan tidak rumit. Penggunaan yang mudah dan intuitif dapat meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan *Access by KAI*.

Faktor lainnya dalam mendukung tercapainya *intention* pelanggan yaitu *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan). Menurut Davis et al. (1989) dalam Apsari dkk (2020) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subyek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Dalam konteks *Access by KAI*, *perceived usefulness* mengacu pada sejauh mana pengguna menganggap bahwa penggunaan aplikasi ini memberikan manfaat yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan mereka terkait perjalanan kereta api.

Meningkatkan *intention* pelanggan diperlukan juga *trust* (kepercayaan). Leonard dalam Denaputri and Usman (2019) mendefinisikan variabel *trust* sebagai "kepercayaan pengguna terhadap perangkat seluler yang digunakan untuk melakukan transaksi online". Dalam konteks *Access by KAI*, *trust* mengacu pada kepercayaan atau keyakinan yang diberikan oleh pelanggan kepada merek atau perusahaan tersebut. Ini meliputi kepercayaan terhadap kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, keandalan, kejujuran, dan integritas perusahaan. Bagi KAI (Kereta Api Indonesia), membangun *trust* dengan pelanggan adalah penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar mereka. Dari fenomena yang telah diuraikan diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Trust* Terhadap *Intention to Use Access by KAI*".

Kajian Teori

Sistem Informasi Manajemen

Gordon B. Davis (1995) dalam (Rochaety, 2017) mengemukakan bahwa sistem informasi manajemen merupakan suatu sistem manusia dan mesin yang terpadu untuk menyajikan informasi guna mendukung fungsi operasi, manajemen, dan proses pengambilan keputusan dalam suatu organisasi. Sistem informasi manajemen adalah proses komunikasi di mana informasi dimasukkan, dicatat, disimpan, dan diambil untuk keputusan perencanaan, operasional, dan pemantauan. Sedangkan menurut Sinaga (2020) sistem informasi manajemen adalah suatu sistem yang terdiri dari sekumpulan bagian-bagian terstruktur yang bekerja sama untuk menghasilkan informasi untuk digunakan dalam manajemen bisnis. Menurut Hakim (2019), Sistem Informasi Manajemen (SIM) adalah sebuah mesin atau sistem manusia yang menyediakan informasi untuk mendukung aktivitas manajemen dan fungsi pengambilan keputusan dalam sebuah perusahaan. Sistem informasi manajemen juga dapat didefinisikan sebagai manajemen dalam mengumpulkan data dan menyajikan informasi yang mendasari keputusan perusahaan.

TAM (Technology Acceptance Model)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan pengembangan model bagaimana masyarakat bereaksi terhadap penerimaan teknologi. Penelitian ini dilakukan oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw pada tahun 1989 untuk mengetahui beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna. TAM merupakan evolusi dari model penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ajzen dan Fishbein (1980), yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA). Morris and Dillon (1997) menyatakan bahwa TAM adalah model

prediksi bukan deskripsi yang digunakan untuk memprediksi penerimaan sistem oleh pengguna. Menurut model ini, ketika pengguna diberi sistem baru, sejumlah faktor mempengaruhi keputusan mereka tentang kapan dan bagaimana mereka akan menggunakannya. Faktor-faktor ini terutama berkaitan dengan *usefulness* (pengguna percaya bahwa menggunakan sistem ini akan meningkatkan kinerjanya), *ease of use* (pengguna percaya bahwa menggunakan sistem ini akan mudah, karena mudah digunakan).

Perceived Ease of Use

Davis (1989) memberikan definisi bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu tingkat dimana seseorang mempunyai keyakinan dalam penggunaan teknologi informasi yang dinilai sebagai suatu hal yang mudah dilakukan dan tidak membutuhkan tenaga yang banyak. Tujuan dari konsep ini, untuk memberi penjelasan dalam penggunaan teknologi informasi serta kemudahan dalam penggunaan sistem tersebut yang sesuai dengan keinginan penggunanya. Kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi atau sistem akan berlangsung tanpa usaha yang berlebihan (Rithmaya, 2016).

Perceived Usefulness

Perceived usefulness (persepsi kegunaan) adalah tingkat dimana seseorang percaya menggunakan sebuah sistem tertentu dapat memberikan kegunaan bagi pengguna tersebut dalam melakukan sesuatu (Loanata et al., 2016). Menurut Alalwan (2016), *perceived usefulness* adalah keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi atau inovasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Indarsin and Ali (2017) menyatakan bahwa *perceived usefulness* adalah kecenderungan seseorang untuk menggunakan teknologi dan keyakinan bahwa itu akan membantu mereka melakukan pekerjaan yang lebih baik. Sementara Chawla and Joshi (2019) menyatakan bahwa *perceived usefulness* adalah keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi akan membantu mereka melakukan pekerjaan yang lebih baik.

Trust

Menurut Lau and Lee (1999) dalam Kumala dkk (2020), *trust* atau kepercayaan adalah suatu kesediaan seseorang yang memasrahkan dirinya terhadap pihak lain dengan resiko tertentu. *Trust* merupakan hal yang sangat penting dalam masalah transaksi *online* (Chawla and Joshi, 2019). Zhang et al., (2018) mengatakan bahwa *trust* adalah keyakinan integritas, kebajikan, kompetensi dan kemampuan yang dimiliki seseorang terhadap orang lain. Kepercayaan ini tidak bisa begitu saja diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, namun harus dibangun sejak awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan sangat diperlukan bagi pengguna teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja seseorang dalam suatu aktivitas.

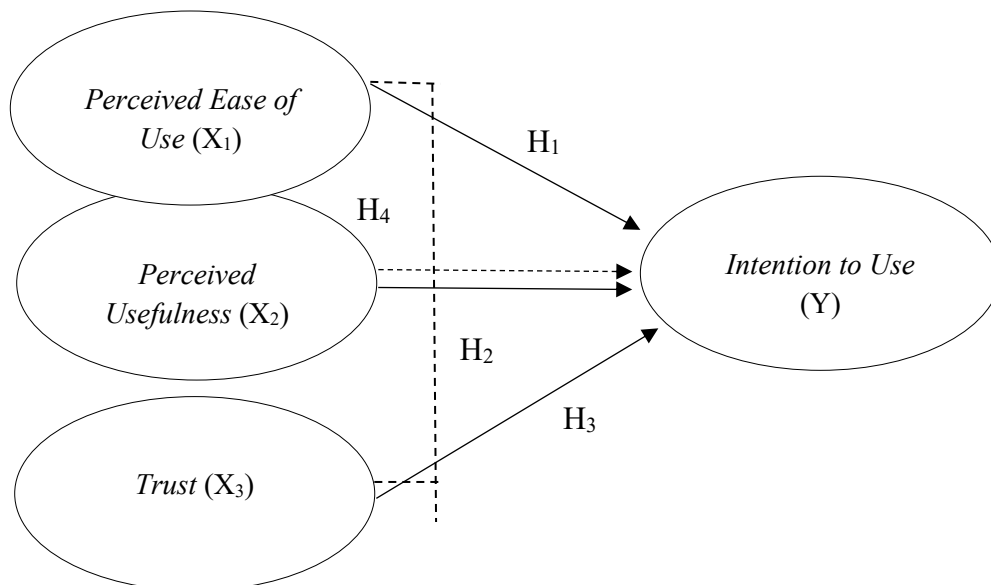
Intention to Use

Davis (1989) mengemukakan bahwa *intention to use* dapat diprediksi melalui persepsi pengguna terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan suatu teknologi. *Intention to use* dapat dianggap sebagai tahap awal adopsi teknologi, karena teknologi tidak akan diadopsi tanpa niat pengguna untuk menggunakannya (Wicaksono, 2022). Menurut Yadav and Pathak (2017), *intention to use* adalah indikasi kesediaan individu untuk melakukan perilaku tertentu. *Intention to use* juga dapat dijelaskan sebagai suatu kekuatan niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan yang diinginkan.

Hipotesis

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (H1) Terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use*; (H2) Terdapat pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use*; (H3) Terdapat pengaruh *trust* terhadap *intention to use*;

(H4) Terdapat pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* terhadap *intention to use*.



Gambar 1 Model Hipotesis

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode ini dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Penelitian dilakukan pada pengguna aplikasi *Access by KAI* di wilayah Kabupaten Jember. Populasi penelitian ini adalah masyarakat pengguna aplikasi *Access by KAI* di wilayah Kabupaten Jember. Pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*. Kemudian menggunakan teknik sampel, *sampling accidental*. Penentuan besar sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Ferdinand (2014) yang mengemukakan bahwa besarnya sampel ditentukan tergantung dari jumlah indikator yang digunakan seluruh variabel. Jumlah sampel yaitu jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen dan 1 variabel dependen, dengan jumlah indikator sebanyak 13 dikali 10. Maka jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 130 responden.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Narasumber	Indikator
1.	<i>Perceived Ease of Use</i>	Chauhan (2015)	a. <i>Easy to Use</i> , pengguna percaya bahwa suatu sistem mudah untuk digunakan. b. <i>Simple and Understandable</i> , pengguna percaya bahwa suatu sistem memiliki fitur-fitur yang mudah dipahami. c. <i>Trouble Free</i> , pengguna percaya dimana menggunakan suatu sistem bebas dari masalah.
2.	<i>Perceived Usefulness</i>	Chauhan (2015)	a. <i>Reduce Turnaround Time</i> , pengguna percaya bahwa cara mempermudah melakukan transaksi adalah menggunakan suatu sistem dengan cepat.

		<ul style="list-style-type: none"> b. <i>Useful</i>, pengguna percaya bahwa suatu sistem yang digunakan bermanfaat. c. <i>Low Cost</i>, pengguna percaya bahwa suatu sistem mampu memberikan layanan dengan biaya yang murah. d. <i>Easy Transaction</i>, pengguna percaya bahwa suatu sistem yang digunakan membuat transaksi menjadi mudah.
3. <i>Trust</i>	Suh and Han (2002) dalam Chawla and Joshi (2019)	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Ability</i>, ditujukan kepada penyedia <i>mobile service</i> yang mempunyai pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk menjalani tugas penyedia dengan baik dan benar. b. <i>Integrity</i>, penyedia <i>mobile service</i> menepati janjinya. c. <i>Benevolence</i>, penyedia <i>mobile service</i> akan peduli dengan kepentingan dari pengguna, bukan hanya peduli dengan kepentingannya sendiri.
4. <i>Intention to Use</i>	Jogiyanto (2007) dalam Priambodo dkk (2016)	<ul style="list-style-type: none"> a. Keinginan untuk menggunakan, ketertarikan terhadap sistem informasi sehingga muncul rasa penasaran dan rasa ingin menggunakan teknologi tersebut. b. Selalu mencoba menggunakan, usaha yang dilakukan untuk terus menggunakan teknologi tersebut. c. Berlanjut di masa yang akan datang, suatu keterbiasaan, dan kenyamanan dalam penggunaan uang teknologi sehingga merasa ingin terus menggunakan lebih lama lagi.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan data kuesioner yang disebarakan kepada 130 responden, dapat diketahui bahwa responden berdasarkan jenis kelamin mayoritas adalah perempuan sebanyak 70 orang dengan presentase 53,8%, berdasarkan usia mayoritas berusia 21-23 tahun sebanyak 71 orang dengan presentase 54,6%, berdasarkan pekerjaan mayoritas pelajar/mahasiswa sebanyak 84 orang dengan presentase 64,6%, berdasarkan domisili asal mayoritas berasal dari Jember sebanyak 86 orang dengan presentase 66,2%.

Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	R _{tabel}	R _{hitung}	Sig	Ket
<i>Perceived Ease of Use</i>	X1.1	0,1729	0,800	0,000	
	X1.2	0,1729	0,666	0,000	
	X1.3	0,1729	0,811	0,000	
	X1.4	0,1729	0,798	0,000	
	X1.5	0,1729	0,769	0,000	
	X1.6	0,1729	0,777	0,000	
	X2.1	0,1729	0,689	0,000	
	X2.2	0,1729	0,725	0,000	

<i>Perceived Usefulness</i>	X2.3	0,1729	0,789	0,000	Valid
	X2.4	0,1729	0,681	0,000	
	X2.5	0,1729	0,707	0,000	
	X2.6	0,1729	0,776	0,000	
	X2.7	0,1729	0,787	0,000	
	X2.8	0,1729	0,765	0,000	
<i>Trust</i>	X3.1	0,1729	0,820	0,000	
	X3.2	0,1729	0,770	0,000	
	X3.3	0,1729	0,805	0,000	
	X3.4	0,1729	0,786	0,000	
	X3.5	0,1729	0,858	0,000	
	X3.6	0,1729	0,822	0,000	
<i>Intention To Use</i>	Y.1	0,1729	0,871	0,000	
	Y.2	0,1729	0,780	0,000	
	Y.3	0,1729	0,820	0,000	
	Y.4	0,1729	0,891	0,000	
	Y.5	0,1729	0,898	0,000	
	Y.6	0,1729	0,853	0,000	

Berdasarkan tabel diatas seluruh item pernyataan pada variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust* dan *intention to use* dalam penelitian ini memiliki $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *perceived ease of use* (X_1), *perceived usefulness* (X_2), *trust* (X_3) dan *intention to use* (Y) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standart Reliabilitas	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,859	0,6	Reliabel
<i>Perceived Usefulness</i>	0,880	0,6	
<i>Trust</i>	0,893	0,6	
<i>Intention to Use</i>	0,921	0,6	

Berdasarkan tabel diatas hasil dari uji reliabilitas menunjukkan *Cronbach's alpha* dari masing-masing variabel *perceived ease of use* (X_1) yaitu 0,859, *perceived usefulness* (X_2) yaitu 0,880, *trust* (X_3) yaitu 0,893 dan *intention to use* (Y) yaitu 0,921 lebih besar dari Standart Reliabilitas 0,6 sehingga dapat dinyatakan variabel *perceived ease of use* (X_1), variabel *perceived usefulness* (X_2), variabel *trust* (X_3) dan variabel (Y) bersifat reliabel atau dapat dipercaya.

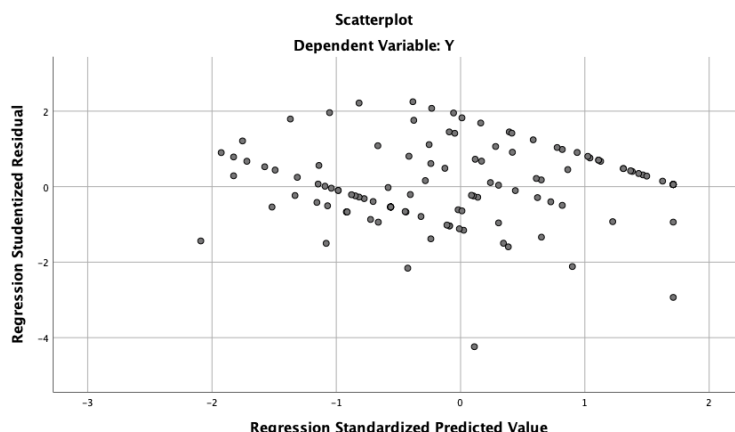
Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,052	Berdistribusi Normal

Berdasarkan tabel diatas hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,052 lebih besar dari 0,05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa data residual menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak ada pola tertentu, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Perceived Ease of Use</i> (X1)	0,317	3,156
<i>Perceived Usefulness</i> (X2)	0,463	2,159
<i>Trust</i> (X3)	0,370	2,704

Berdasarkan tabel diatas nilai *tolerance* masing-masing variabel yaitu *perceived ease of use* sebesar 0,317, *perceived usefulness* sebesar 0,463 dan *trust* sebesar 0,37 > 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Hasil perhitungan juga menunjukkan nilai VIF *perceived ease of use* adalah 3,156, *perceived usefulness* adalah 2,159 dan *trust* adalah 2,704 < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Regresi	Sig.	Keterangan
Konstan	5,908	0,002	-
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,333	0,004	Signifikan
<i>Perceived Usefulness</i>	0,181	0,015	Signifikan
<i>Trust</i>	0,225	0,012	Signifikan

Persamaan regresi linier berganda dengan 3 variabel independent adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$= 5,908 + 0,333 + 0,181 + 0,225$$

Keterangan:

- Y = Intention to Use
- a = Konstanta
- b₁,b₂,b₃ = Koefisien regresi masing-masing variabel
- X₁ = *Perceived Ease of Use*
- X₂ = *Perceived Usefulness*
- X₃ = *Trust*

Nilai konsta (a) sebesar 5,908 mempunyai arti bahwa apabila semua variabel bebas (X) dalam keadaan konstan, maka nilai *intention to use* (Y) adalah sebesar 5,908.

Nilai koefisien regresi variabel *perceived ease of use* (X₁) sebesar 0,333 mempunyai arti bahwa jika nilai variabel *perceived ease of use* meningkat sebesar 1 satuan, sementara variabel bebas lainnya dalam keadaan konstan, maka nilai *intention to use* (Y) akan meningkat sebesar 0,333.

Nilai koefisien regresi variabel *perceived usefulness* (X₂) sebesar 0,181 mempunyai arti bahwa jika nilai variabel *perceived usefulness* meningkat sebesar 1 satuan, sementara variabel bebas lainnya dalam keadaan konstan, maka nilai *intention to use* (Y) akan meningkat sebesar 0,181.

Nilai koefisien regresi variabel *trust* (X₃) sebesar 0,225 mempunyai arti bahwa jika nilai variabel *trust* meningkat sebesar 1 satuan, sementara variabel lainnya dalam keadaan konstan, maka nilai *intention to use* (Y) akan meningkat sebesar 0,225.

Uji t (Parsial)

Tabel 7. Uji t

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.	Keterangan
<i>Perceived ease of use</i>	2,917	1,978	0,004	H ₁ diterima
<i>Perceived of usefulness</i>	2,462	1,978	0,015	H ₂ diterima
<i>Trust</i>	2,544	1,978	0,012	H ₃ diterima

Berdasarkan tabel diatas hasil uji tersebut dapat diketahui nilai t_{hitung} *perceived ease of use* (X₁) sebesar 2,917, *perceived usefulness* (X₂) sebesar 2,462 dan *trust* (X₃) sebesar 2,544 lebih besar dari t_{tabel} 1,978 dan nilai signifikan *perceived ease of use* (X₁) sebesar 0,004, *perceived usefulness* (X₂) sebesar 0,015 dan *trust* (Y) sebesar 0,012 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use* aplikasi *Access by KAI*. Hipotesis tersebut memberikan bukti bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* dapat mempengaruhi *intention to use* aplikasi *Access by KAI*.

Uji F (Simultan)

Tabel 8. Uji F

Variabel	F hitung	F tabel	Sig.
Residual	46,021	2,68	0,000

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil uji F yaitu nilai $F_{hitung} 46,021 > F_{tabel} 2,68$ dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat adanya pengaruh secara simultan atau bersamaan variabel *perceived ease of use* (X_1) *perceived usefulness* (X_2) dan *trust* (X_3) terhadap *intention to use* (Y).

Uji R² (Koefisien Determinasi)

Tabel 9. Uji R²

Variabel	R	R Square
1	0,723	0,523

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas dapat dilihat dari jumlah sampel 130 responden didapatkan nilai R² sebesar 0,523 yang artinya variabel independen *perceived ease of use* (X_1), *perceived usefulness* (X_2) dan *trust* (Y) menjelaskan variasi dari variabel *intention to use* (Y) sebanyak 0,523 atau 52,3%, sedangkan sisanya sebesar 47,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Kesimpulan

1. *Perceived ease of use* yang berkaitan dengan *easy to use*, *simple and understandable* dan *trouble free* berpengaruh secara signifikan terhadap *intention to use* aplikasi *Access by KAI*. Hal ini menunjukkan jika *perceived ease of use* meningkat maka *intention to use* aplikasi *Access by KAI* akan meningkat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima.
2. *Perceived usefulness* yang berkaitan dengan *reduce turnaround time*, *useful*, *low cast* dan *easy transaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *intention to use* aplikasi *Access by KAI*. Hal ini menunjukkan jika *perceived usefulness* meningkat maka *intention to use* aplikasi *Access by KAI* akan meningkat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima.
3. *Trust* yang berkaitan dengan *ability*, *integrity* dan *benevolence* berpengaruh secara signifikan terhadap *intention to use* aplikasi *Access by KAI*. Hal ini menunjukkan jika *trust* meningkat maka *intention to use* aplikasi *Access by KAI* akan meningkat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima.
4. *Perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* berpengaruh secara signifikan terhadap *intention to use* aplikasi *Access by KAI*. Hal ini menunjukkan jika *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* meningkat maka *intention to use* aplikasi *Access by KAI* akan meningkat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis keempat diterima.

Daftar Pustaka

- Alalwan. 2016. Consumer adoption of mobile banking in Jordan. *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 29 No. 1, pp. 118-139
- Apsari, I. A. P., & Astika, I. B. P. (2020). Pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem informasi, dan *perceived usefulness* pada kepuasan pengguna SIMDA. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 30(3), 611-623.
- Chauhan ,Shumedha. (2015). *Acceptance of mobile by poor citizens of India : Integrating trust into the technology acceptance model*. Emerald Insight Vol. 17 Iss 3 pp. 5868 :Institut Gugaon India.

- Chawla, D., and Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS quarterly*, 319- 340.
- Denaputri, A., and Usman, O. (2019). Effect of Perceived Trust, Perceived Security, Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Customers' Intention to Use Mobile Payment. *Banking & Insurance EJournal*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:219392477>.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hakim, L. (2019). *Prinsip-Prinsip Dasar Sistem Informasi Manajemen*. Jambi: CV. Timur Laut Aksara.
- Indarsin, T. and Ali, H. (2017). Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta–Indonesia. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2, 995-1007.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness,, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19-29.
- Loanata, T & Tileng, K.G. 2016. Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E- Commerce Traveloka). *JUISI*, Vol. 02, No. 01, Februari.
- Morris, G. Michael., dan Andrew Dillon. 1997. *How User Perceptions Influence Software Use*. IEEE.
- Priambodo, S., dan Prabawani, B. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (studi kasus pada masyarakat di kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160.
- Rochaety, E. (2017). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sinaga, D. S. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja dan Sistem Informasi Manajemen Terhadap Kinerja Pegawai pada BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) Ketenagakerjaan Cabang Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 11-19.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wicaksono, Soetam Rizky. 2022. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang: CV. Seribu Bintang.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2017). Determinants of consumers' green purchase behavior in a developing nation: Applying and extending the theory of planned behavior. *Ecological Economics*, 134, 114-122.
- Zhang, T., Lu, C., & Kizildag, M. (2018). Banking “on-the-go”: examining consumers' adoption of mobile banking services. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 10(3), 279-295.