

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia saat ini mengalami perkembangan teknologi yang cukup pesat sehingga menyebabkan masyarakat cenderung lebih mengenal teknologi. Pelayanan dalam dunia bisnis kini dikembangkan dengan teknologi dan penggunaan internet. Teknologi jaringan internet memberikan akses interaksi antar manusia dapat dilakukan kapan saja, dimana saja, keadaan apapun dan menjangkau global. Perkembangan teknologi internet itu bertujuan untuk mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas.

Saat ini teknologi internet tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi atau sarana untuk mencari informasi saja, tetapi internet juga sudah bertransformasi menjadi sebuah alat untuk melakukan transaksi dan pemasaran. Hal ini didasari pada salah satu kelebihan internet yang mudah diakses dimana saja, sehingga para penggunanya merasa lebih praktis dan efisien dalam waktu bersamaan. Kelebihan internet yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja tentunya berdampak pada pola perilaku penggunanya. Salah satunya pola perilaku konsumtif masyarakat yang cenderung lebih menuruti keinginan dan ambisi yang kuat dalam menginginkan dan melakukan sesuatu. Hal ini dapat dilihat dari minat masyarakat dalam menggunakan berbagai sosial media seperti Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, Youtube dan aplikasi lainnya.

Tingginya penggunaan internet di Indonesia menjadi pemicu perusahaan untuk mengikuti kemauan dari pemerintahan dan masyarakat yaitu dengan memunculkan beragam jenis application mobile yang dapat dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan, pengantar jasa, pembelian barang dan pembelian tiket. Menurut Peni (2016) dalam (Suwondo et al., 2017), aplikasi mobile adalah aplikasi perangkat lunak yang dibuat khusus untuk dijalankan didalam tablet dan juga smartphone. Salah satu application mobile yang mulai muncul adalah application mobile dalam pembelian e-ticket.



**Gambar 1. 1 Gambaran Indikator Digital Utama Negara Indonesia**

Sumber: kompas.com 2024

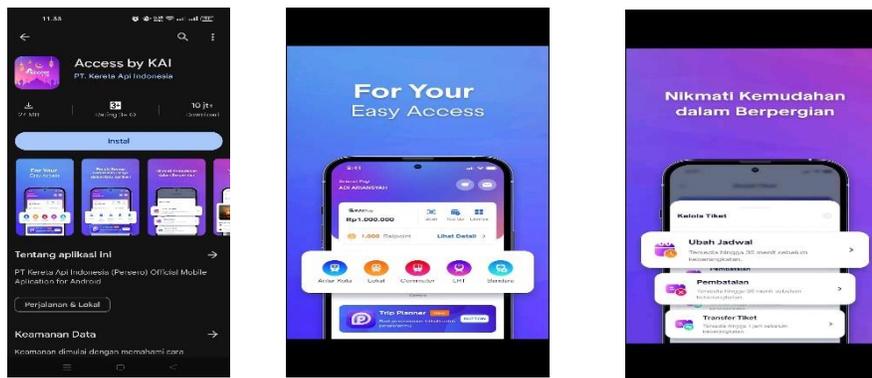
Berdasarkan data diatas yang dihasilkan oleh Hootsuite dan *We Are Social* menunjukkan jumlah populasi di Indonesia pada Januari 2023 tercatat sebanyak 276,4 juta penduduk. Sementara itu jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2023 menembus 212,9 juta pengguna. Tercatat juga populasi pengguna perangkat mobile mencapai 353,8 juta pengguna. Pelayanan dalam dunia bisnis kini dikembangkan dengan teknologi dan internet.

Dengan seiringnya perkembangan teknologi, minat beli pemesanan tiket secara online menjadi tren dimasyarakat. Perubahan teknologi juga berdampak pada pemesanan transportasi yang dapat meningkatkan persaingan sehingga konsumen semakin selektif menentukan pilihan, maka dari itu perusahaan harus meningkatkan pelayanan (Suwondo et al., 2017).

Tingginya penggunaan internet di Indonesia didorong oleh semakin mudahnya penggunaan, murah biaya akses, alat komunikasi yang semakin canggih. Dalam sektor bisnis khusus dalam bidang perkeretaapian, penggunaan teknologi informasi sangat diperlukan untuk menunjang kebutuhan masyarakat di era modern yang mementingkan kecepatan, kepraktisan, kemudahan, keamanan dan kenyamanan dalam kegiatan bisnis. Perkembangan di bidang teknologi membuat transaksi diperkeretaapian seperti pemesanan, reschedule, dan pembatalan semakin mudah dan cepat, Konsumen tidak perlu datang keloket stasiun untuk melakukan transaksi (Iliyin & Widiartanto, 2019).

Kini pemesanan transportasi khususnya kereta api dapat dilakukan menggunakan aplikasi mobile yang mana salah satu jenisnya adalah mobile ticketing yang berfungsi untuk membeli dan memesan tiket secara online. Tingginya pengguna internet dan smartphone membuat PT KAI terus memberikan inovasi dan pembaharuan dengan tetap mengikuti perkembangan di era globalisasi dan digitalisasi serta kebutuhan di pasar bebas dengan menciptakan aplikasi yang disebut sebagai *KAI Access*.

Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan masyarakat tidak serta merta melakukan transaksi secara online, masyarakat yang belum merasa perlu akan bertransaksi secara online tentu enggan untuk melakukannya. Selain itu, bagi masyarakat yang kurang mengerti teknologi atau belum terbiasa melakukan transaksi secara online, akan terasa cukup menyulitkan, karena sebagian situs belanja menyediakan proses transaksi yang cukup rumit sehingga membingungkan bagi masyarakat. Bertransaksi secara online juga memberikan beberapa kekhawatiran bagi sebagian masyarakat di Indonesia yang akan melakukan transaksi secara online, mereka terkadang khawatir akan keamanan informasi yang mereka miliki seperti nama, alamat, email, dan data penting lainnya yang dapat disalah gunakan Ebis (2016). Adapun besar jumlah pengguna aplikasi *Access by KAI* dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 1. 2 Pengguna aplikasi Access by KAI (10jt pengguna)**

Sumber: playstore 2024

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa pengguna aplikasi *Access by KAI* sudah terdonwload kurang lebih 10 Juta pengguna di Indonesia. Tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi juga mendorong perusahaan ini menciptakan aplikasi KAI

*Access* agar mempermudah konsumen yang ingin menggunakan transportasi kereta. *KAI Access* merupakan suatu aplikasi pembelian tiket secara online yang didalamnya terdapat layanan pemesanan tiket, pembatalan, perubahan jadwal keberangkatan, serta menyediakan layanan eboarding pass sebagai bukti pembelian tiket tanpa harus di cetak sehingga pengguna hanya melakukan scan QR Code di meja petugas boarding. Adapun beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi *KAI Access* yaitu kemudahan penggunaan, kemudahan pembayaran, fitur layanan dan kepercayaan konsumen.

Hal ini diperkuat oleh *GAP Research* yang dilakukan oleh (L. Siagian & Widayati, 2022) menjelaskan bahwa Word of Mouth, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan. Penelitian (Adhitya & Fauziah, 2023) Menjelaskan bahwa kemudahan transaksi, Keamanan transaksi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan pelanggan tidak berpengaruh secara parsial. Penelitian yang dilakukan (Aprilia & Susanti, 2022) menjelaskan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan fitur layanan dan promosi masing masing memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan.

Penelitian yang dilakukan (Safariah et al., 2023) menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang pada PT. Pos Indonesia Cabang Kalukku. Kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan

berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang pada PT. Pos Indonesia Cabang Kalukku. Namun pada penelitian (Zuhro et al., 2021) menjelaskan bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan ulang *E-Money* secara parsial. Adapun data pengguna aplikasi *Access by KAI* Tahun 2021-2023 dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. 1 Data pengguna aplikasi *Access by KAI* Tahun 2021 – 2023 di Kota Madiun**

No.	Tahun	% dari jumlah pengguna aplikasi <i>Access by KAI</i>	Jumlah pengguna aplikasi <i>Access by KAI</i> (dari jumlah penumpang)
1.	2021	44,36%	4.436
2.	2022	52,16%	5.216
3.	2023	61,56%	6.156

Sumber: Di olah 2024

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa jumlah pengguna aplikasi *Access by KAI* setiap tahunnya mengalami kenaikan. Dapat dilihat pada tahun 2021 jumlah pengguna aplikasi *KAI Access* 44,36% sedangkan tahun 2022 52,16% dan pada tahun

2023 61,56%. Adapun data penumpang kereta Api di wilayah Kota Madiun Tahun 2019 – 2023 bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. 2 Data Penumpang Kereta Api di Wilayah Madiun Tahun 2019 – 2023**

No.	Tahun	Jumlah penumpang (dalam jumlah ribuan)
1.	2019	82.704
2.	2020	28.804
3.	2021	20.781
4.	2022	54.453
5.	2023	73.946
6.	2024	58.245

Sumber: Data di olah 2024

Berdasarkan informasi pada tabel diatas yang menjelaskan bahwa peminat moda kereta api pada tahun 2019 sebesar 82.702 sedangkan pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan disebabkan oleh pembatasan penumpang karena adanya covid. Pada tahun 2022 mengalami kenaikan 2x lipat dibandingkan dua tahun sebelumnya sedangkan pada tahun 2023 kenaikannya juga semakin pesat yaitu 73.946. Pada tahun 2024 sebesar 58.245. Adapun besar jumlah penumpang Kereta Api 3 Tahun sebelum dan sesudah adanya aplikasi KAI *Access* di Wilayah Kota Madiun sebagai berikut:

**Tabel 1. 3 Data Penumpang Kereta Api 3 Tahun sebelum dan sesudah adanya aplikasi *Access by KAI***

No.	Sebelum ada aplikasi	Tahun	Sesudah ada aplikasi	Tahun
1.	19 ribu penumpang	2011	32 ribu penumpang	2015
2.	20 ribu penumpang	2012	34 ribu penumpang	2016
3.	21 ribu penumpang	2013	38 ribu penumpang	2017

Sumber: Di olah 2024

Sebelum adanya aplikasi *Access by KAI* pada Tahun 2011 jumlah penumpang sebesar 19 ribu, pada Tahun 2012 jumlah penumpang sebesar 20 ribu, pada Tahun 2013 jumlah penumpang sebesar 21 ribu. Sedangkan sesudah adanya aplikasi *KAI Access* jumlah penumpang pada Tahun 2015 sebesar 32 ribu penumpang, pada Tahun 2016 sebesar 34 ribu penumpang dan pada Tahun 2017 sebesar 38 ribu penumpang. Pada tabel 1.3 terlihat bahwa sesudah adanya Aplikasi *KAI Access* jumlah penumpang mengalami kenaikan setiap tahunnya. Dimana pada September 2014 lalu, PT.KAI mulai meluncurkan aplikasi mobile *KAI Access* yang dapat diakses melalui smartphone. Peluncuran aplikasi *Access by KAI* bertujuan untuk kemudahan penggunaan para penumpang dalam mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan tiket kereta api secara online kapanpun dan dimanapun (Falaahuddin et al., 2020).

Kemudahan Penggunaan Menurut Davis yang dikutip oleh (Andryanto, 2016) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat atau

keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna. Menurut Hartono (2007) yang disitasi oleh (Dewi & Warmika, 2016) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Pendapat lain menurut (Sebayang, 2017) kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Fenomena yang ada bahwa tingginya penggunaan internet di Indonesia menjadi pemicu perusahaan untuk mengikuti kemauan dari pemerintahan dan masyarakat yaitu dengan memunculkan beragam jenis *application mobile* yang dapat dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan, pengantar jasa, pembelian barang dan pembelian tiket. Adapun data jumlah pengguna transportasi terbanyak pada tahun 2024 dapat dilihat pada tabel berikut:



**Gambar 1. 3 Data jumlah pengguna transportasi terbanyak pada Tahun 2024**  
Sumber: Instagram 2024

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa minat masyarakat mudik dengan kereta Api Antar Kota menjadi yang tertinggi dibandingkan dengan transportasi bus, mobil pribadi, dan motor. Terlihat bahwa peminat transportasi kereta api sebesar 39,32 juta orang (20,3%) untuk transportasi bus sebesar 37,51 juta orang (19,4%) sedangkan mengguna mobil pribadi sebesar 35,42 juta orang (18%).

Stasiun kereta Stasiun Madiun (MN) adalah stasiun kereta api kelas besar tipe A yang terletak di Madiun Lor, Manguharjo, Kota Madiun. Stasiun ini merupakan stasiun kereta api utama di Kota Madiun dan berada dalam pengelolaan Kereta Api Indonesia Daerah Operasi VII Madiun dengan ketinggian 63 m di atas permukaan laut. Merupakan salah satu tempat yang menjadi pilihan masyarakat kota madiun sebagai sarana transportasi untuk mempercepat perjalanan menuju ke kota yang akan dituju. Kelas ekonomi merupakan kelas yang paling ekonomis dari semua kelas di kereta api.

Harga tiketnya tentu saja menjadi yang paling murah. Kereta api kelas ekonomi memiliki 80-106 kursi dalam satu gerbong kereta, dan merupakan kelas dengan kursi paling banyak.

Inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian di tempat tersebut, sehingga dapat mengetahui apa saja faktor yang menimbulkan konsumen tertarik untuk membeli tiket secara online melalui aplikasi *Access by KAI*. Adapun beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan dalam penggunaan aplikasi *Access by KAI* yaitu kemudahan penggunaan, kemudahan pembayaran, fitur layanan dan kepercayaan konsumen. Menurut (Kotler et al., 2007) Dalam melakukan keputusan untuk menggunakan suatu produk/aplikasi, konsumen akan melalui beberapa tahap. Selanjutnya konsumen mengevaluasi serta mencari manfaat tertentu dari suatu produk bagi kebutuhan mereka, hingga akhirnya konsumen akan membentuk preferensi atas produk tersebut dan berujung pada keputusan penggunaan.

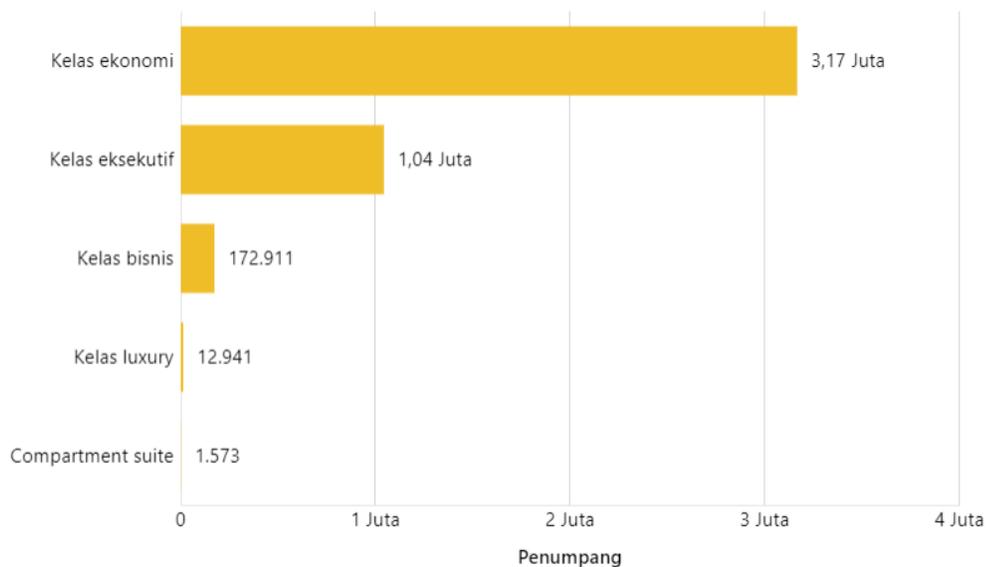
(Peter & Olson, 2013) mengungkapkan keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Sedangkan menurut (Nugroho, 2005), keputusan penggunaan jasa adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Jadi, keputusan penggunaan yaitu sikap yang dilakukan konsumen untuk memilih satu diantara beberapa alternative pilihan

yang ada. Hal ini menunjukkan semakin banyak masyarakat yang memutuskan untuk menggunakan aplikasi *Access by KAI* dibanding membeli secara offline dengan mempertimbangkan faktor – faktor yang ditawarkan oleh aplikasi *Access by KAI* itu sendiri.

Selain faktor kemudahan penggunaan, kemudahan pembayaran, dan juga fitur layanan, faktor lain yang tidak kalah penting dan juga perlu diperhatikan oleh perusahaan jasa yaitu kepercayaan konsumen. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Aprilia & Susanti, 2022) mengatakan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan fitur layanan dan promosi masing masing memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan.

Selanjutnya faktor lain yang dapat memengaruhi konsumen untuk menggunakan suatu aplikasi *Access by KAI* yaitu fitur layanan yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. Selain itu, setiap transaksi pemesanan tiket KA jarak jauh komersial akan mendapatkan Railpoint. Railpoint tersebut dapat ditukarkan dengan tiket KA komersial dengan memenuhi syarat dan ketentuan tertentu kompas.com (2023), berlaku bagi pengguna premium bisa memanfaatkan fitur ini sehingga masyarakat lebih percaya untuk menggunakan aplikasi *Access by KAI* dan membedakan aplikasi *Access by KAI* dengan aplikasi pemesanan tiket yang lain.

Selain itu, kepercayaan seseorang terhadap teknologi juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan seseorang menggunakan suatu teknologi, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Saraswati & Baridwan, 2012) mengungkapkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan sistem e-commerce karena kepercayaan merupakan faktor penting yang menjadikan pertimbangan seseorang dalam memilih untuk menggunakan *e-commerce*, semakin tinggi kepercayaan yang ada dalam diri seseorang maka akan semakin tinggi pula minat yang akan diberikan seseorang kepada penyedia layanan *e-commerce*. Berikut data penumpang Kereta Api Musim Lebaran 2024 (31 Maret-21 April 2024).



**Gambar 1. 4 Jumlah Penumpang Kereta Api Musim Lebaran 2024 (31 Maret-21 April 2024)**

Sumber: databoks.katadata 2024

PT Kereta Api Indonesia (Persero) atau KAI telah melayani sekitar 4,39 juta penumpang selama musim Lebaran 2024, yakni periode 31 Maret-21 April 2024. Pada periode tersebut, jumlah penumpang kereta api (KA) jarak jauh mencapai 3,74 juta penumpang dan KA lokal 649.239 penumpang. "Jumlah penumpang pada masa angkutan Lebaran 2024 selama 22 hari ini meningkat 14% dibanding angkutan Lebaran 2023," kata VP Public Relation KAI Joni Martinus dalam siaran pers, Senin (22/4/2024). Kereta api kelas ekonomi menjadi favorit masyarakat selama Lebaran tahun ini, dengan jumlah penumpang 3,17 juta orang. Kemudian kelas eksekutif mengangkut 1,04 juta penumpang dan kelas bisnis 172,9 ribu penumpang. Lalu terdapat 12,9 ribu penumpang kelas *luxury* dan 1,57 ribu penumpang kelas *compartment suite*. Joni menyebutkan, rute favorit pelanggan selama periode angkutan Lebaran 2024 adalah Jakarta-Surabaya pergi-pulang (PP), Jakarta-Malang PP, Jakarta-Yogyakarta PP, Jakarta-Purwokerto PP, Jakarta-Semarang PP, dan Bandung-Surabaya PP.

Pada era modern saat ini, dengan adanya gaya hidup masyarakat yang menjadi serba instan dan mobilitas masyarakat yang tinggi tentu perlu didukung dengan tersedianya teknologi yang dapat mempermudah masyarakat Kota Madiun untuk mengakses segala informasi dan kebutuhannya secara lebih cepat, efisien. Penjelasan tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Davis yang dikutip oleh (Andryanto, 2016) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan

menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna.

(Jogiyanto, 2007) yang menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang menyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya, oleh karena itu, kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi *Access by KAI*.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa Pengguna baru aplikasi *KAI Access* di Kota Madiun cenderung lebih sering menggunakan aplikasi ini setelah menemukan bahwa antarmuka aplikasi sangat user-friendly dan proses pemesanan tiket dapat dilakukan dengan cepat tanpa banyak kendala. Kemudahan penggunaan pada aplikasi *Access by KAI* tentu saja dapat mempengaruhi masyarakat Kota Madiun dalam penggunaan aplikasi tersebut. Merujuk pada seberapa mudah pengguna dapat menggunakan aplikasi tersebut untuk memenuhi kebutuhan transportasi kereta api di Indonesia. Beberapa faktor yang mendukung kemudahan penggunaan aplikasi *Access by KAI* di antaranya yaitu: Antarmuka pengguna (UI) yang intuitif, fungsi pemesanan tiket yang praktis, integrasi pembayaran yang lunas, informasi lengkap dan terbaru, keamanan transaksi, feedback dan pembaruan berkelanjutan. Kemudahan penggunaan aplikasi *Access by KAI* ini telah meningkatkan pengalaman pengguna dalam memesan

dan menggunakan layanan kereta api di Indonesia, yang pada gilirannya juga meningkatkan efisiensi operasional PT KAI dan kepuasan pelanggan.

Hal ini diperkuat oleh *GAP Research* yang dilakukan oleh (Kurnia, 2020) menyatakan bahwa Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Promosi berpengaruh baik secara parsial dan simultan terhadap Keputusan penggunaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Fadhlan et al., 2023) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Ewallet* DANA di Jabodetabek. Penelitian (Rodiah & Melati, 2020) menyatakan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Penelitian (Iqbal et al., 2021) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Namun penelitian yang dilakukan (Zuhro et al., 2021) menjelaskan bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan ulang *E-Money* secara parsial.

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi *Access by KAI* yaitu Kemudahan pembayaran menurut (Jogiyanto, 2007) Kemudahan adalah suatu proses seseorang mempercayai penggunaan teknologi akan membantu proses yaitu mudah dipahami, mudah dimengerti, mudah digunakan dan mudah dioperasikan.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa tingginya frekuensi penggunaan fitur pembayaran non-tunai pada aplikasi *Access by KAI* di kalangan masyarakat Kota Madiun mengindikasikan bahwa kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi

menjadi faktor yang sangat dipertimbangkan. Kemudahan pembayaran pada aplikasi *Access by KAI* tentu saja dapat mempengaruhi masyarakat Kota Madiun untuk menggunakan aplikasi tersebut, selain pembayarannya yang mudah bisa menghemat waktu juga tanpa harus ke stasiun dulu untuk melakukan pembayaran. Pembayaran sudah bisa dilakukan secara online melalui via transfer. Fenomena kemudahan pembayaran dalam konteks aplikasi seperti *Access by KAI* mencakup bagaimana teknologi dan sistem pembayaran modern telah mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi.

Berikut adalah beberapa aspek yang menjelaskan fenomena ini:

- a. Diversifikasi Metode Pembayaran: Berbagai metode pembayaran seperti kartu kredit/debit, e-wallet (OVO, GoPay, Dana), transfer bank, dan pembayaran di minimarket memudahkan pengguna untuk memilih cara yang paling nyaman bagi mereka, pengguna tidak lagi terbatas pada satu atau dua metode pembayaran, yang meningkatkan fleksibilitas dan kenyamanan.
- b. Integrasi Sistem Pembayaran: Integrasi dengan berbagai platform pembayaran membuat proses transaksi lebih cepat dan efisien, pengguna dapat dengan mudah menghubungkan aplikasi dengan akun bank atau e-wallet mereka, yang mempercepat proses pembayaran.

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi keputusan dalam penggunaan aplikasi *Access by KAI* yaitu fitur layanan. Menurut (Prasanti, 2021), fitur Layanan adalah penentuan suatu perusahaan untuk mencapai keuntungan besar dalam

mengembangkan aplikasi yang dipromosikan, hal ini sangat mempengaruhi daya tarik promosi layanan terhadap minat penggunaan e-wallet. Dan salah satu layanan konsumen adalah fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi pengguna dalam memutuskan transaksi secara online atau offline. (Rithmaya, 2016), dalam (Endriyanto & Indrarini, 2022), menjelaskan salah satu faktor kepercayaan untuk membuktikan kepada pengguna dalam melakukan sebuah transaksi online maupun offline. Penelitian terdahulu menurut (Abrilia, 2020), menyatakan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan fitur menggunakan e-wallet pada aplikasi.

Hal ini diperkuat oleh *GAP Research* yang dilakukan oleh (Aprilia & Susanti, 2022) menjelaskan bahwa fitur layanan dan promosi masing masing memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Kurnia, 2020) menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *digital banking* Jenius PT. Bank tabungan pensiun nasional. Penelitian (Kartika & Pamikatsih, 2023) menjelaskan bahwa Fitur Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Penggunaan ewallet pada aplikasi DANA. (Iqbal et al., 2021) menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking.

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi keputusan dalam penggunaan *Access by KAI* yaitu kepercayaan konsumen. Menurut (H. Siagian & Cahyono, 2014) yang disitasi oleh Fitriana, dkk (2020) kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dari salah

satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya, dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai suatu harapan konsumen bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Menurut (C. Mowen & Minor, 2002) yang disitasi oleh (Resa & Andjarwati, 2019) kepercayaan konsumen adalah wawasan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibentuk meliputi atribut, objek, serta manfaatnya oleh konsumen dan semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen di mana objek yang dimaksud dapat berupa produk, jasa, orang, perusahaan serta segala sesuatu di mana seseorang mempunyai sikap dan kepercayaan.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat Kota Madiun terhadap KAI yang tinggi, ditambah dengan pengalaman penggunaan aplikasi yang positif, mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi KAI Access dan merekomendasikannya kepada orang lain. Kepercayaan konsumen pada aplikasi *Access by KAI* tentu saja dapat mempengaruhi masyarakat Kota Madiun dalam penggunaan aplikasi tersebut. Masyarakat Kota Madiun pada dasarnya lebih terbiasa melakukan transaksi menggunakan uang tunai, namun saat ini teknologi sudah berkembang salah satunya bukti nyatanya yaitu adanya *Electronic Money (E-Money)* atau uang elektronik uang digital. *E-Money* uang digital *E-Wallet* adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Biasanya transaksi ini melibatkan jaringan komputer yang terhubung internet. *E-Money* tersebut tersimpan pada suatu wadah yang disebut dompet elektronik yang biasanya

berbasis server (bukan *chip*) atau berbasis aplikasi.

Kepercayaan konsumen (Ba et al., 2002) mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian hubungan antara seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. (Saraswati & Baridwan, 2012) mengungkapkan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting yang menjadikan pertimbangan seseorang dalam memilih untuk menggunakan e-commerce. Dalam transaksi online, masalah yang terkait dengan kepercayaan menjadi lebih kompleks apabila dibandingkan dengan transaksi offline. Hal ini dikarenakan dalam transaksi online melibatkan adanya pertukaran informasi yang sifatnya sensitif, dapat diakses oleh pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan serta harus melalui internet.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Saraswati & Baridwan, 2012) mengungkapkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan sistem *e-commerce* karena kepercayaan merupakan faktor penting yang menjadikan pertimbangan seseorang dalam memilih untuk menggunakan e-commerce, semakin tinggi kepercayaan yang ada dalam diri seseorang maka akan semakin tinggi pula minat yang akan diberikan seseorang kepada penyedia layanan e-commerce. Penelitian yang dilakukan (Kartika & Pamikatsih, 2023) menjelaskan bahwa Kepercayaan Customer berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Penggunaan ewallet pada aplikasi DANA. Penelitian (Rodiah & Melati, 2020) menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-

*wallet*. (Zuhro et al., 2021) menyatakan bahwa Variabel kepercayaan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan ulang *E-Money*. (Silva et al., 2022) menyatakan bahwa kepercayaan, kemudahan, dan kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *e- money*.

(Davis, 1989) mengungkapkan dari beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu sistem teknologi, terdapat salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menerima atau menolak suatu teknologi yakni kemudahan penggunaan. Pada era modern saat ini, dengan adanya gaya hidup masyarakat yang menjadi serba instan dan mobilitas masyarakat yang tinggi tentu perlu didukung dengan tersedianya teknologi yang dapat mempermudah masyarakat untuk mengakses segala informasi dan kebutuhannya secara lebih cepat, efisien.

Penjelasan tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rositasari, 2015) yang menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berhubungan dengan sikap pengguna terhadap penerimaan suatu teknologi. Selain itu, kepercayaan seseorang terhadap teknologi juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan seseorang menggunakan suatu teknologi, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Saraswati & Baridwan, 2012) mengungkapkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan sistem *e- commerce* karena kepercayaan merupakan faktor penting yang menjadikan pertimbangan seseorang dalam memilih untuk menggunakan e-commerce, semakin

tinggi kepercayaan yang ada dalam diri seseorang maka akan semakin tinggi pula minat yang akan diberikan seseorang kepada penyedia layanan *e-commerce*.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini akan membahas apakah variabel kemudahan penggunaan, kemudahan pembayaran, dan juga fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan yang penelitian tersebut akan dilakukan kepada pengguna aplikasi *Access by KAI* di Kabupaten Madiun. Sehingga penulis tertarik untuk mengangkat judul **”Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemudahan Pembayaran, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Aplikasi *Access By KAI* (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun)”**

## **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti ini terdapat beberapa batasan masalah yang bertujuan untuk menghindari permasalahan yang diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Objek peneliti ini adalah orang yang menggunakan aplikasi *Access by KAI*
2. Variabel yang digunakan meliputi kemudahan penggunaan, kemudahan pembayaran, fitur layanan, kepercayaan konsumen dan keputusan penggunaan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diperoleh beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi *Access by KAI*?
2. Apakah kemudahan pembayaran berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi *Access by KAI*?
3. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi *Access by KAI*?
4. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi *Access by KAI*?

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan aplikasi *Access by KAI*?
2. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh kemudahan pembayaran terhadap keputusan penggunaan aplikasi *Access by KAI*?
3. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh fitur layanan terhadap keputusan penggunaan aplikasi *Access by KAI*?
4. Untuk memberikan bukti empiris kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan aplikasi *Access by KAI*?

## **E. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari studi empiris yang dilakukan oleh penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi pihak akademi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan penelitian dan dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya.

2. Bagi pihak Stasiun Kereta Api

Bagi pihak Stasiun Kereta Api Madiun penelitian ini dapat menjadi acuan untuk mempertahankan dan meningkatkan fasilitas stasiun Madiun lebih baik dan dapat disesuaikan pada kebutuhan konsumen.

3. Bagi pihak konsumen

Bagi konsumen penelitian ini dapat menjadi acuan untuk pintar mencari berbagai informasi mengenai aplikasi *Access by KAI* dan memberikan informasi tentang kemudahan penggunaan, kemudahan pembayaran, fitur layanan, dan kepercayaan konsumen kepada pengguna lainnya agar masyarakat juga mengenal dan memutuskan untuk menggunakan terhadap aplikasi *Access by KAI*.