

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Aplikasi KAI *access* mulai dirilis oleh PT. Kereta Api Indonesia pada tanggal 15 juli 2014, KAI *access* juga merupakan satu-satunya aplikasi resmi yang dikeluarkan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Sejarah perkeretaan di Indonesia sendiri bermula pada tanggal 17 juni 1864, pada saat itu jalur kereta api pertama yang dimulai ketika pencangkulan pertama adalah jalur kereta api Semarang-Vorstenlanden (Solo-Yogyakarta) yang terletak di Desa Kemijen oleh Gubernur Jendral Hindia Belanda saat itu yaitu Mr. L.A.J Baron Sloet van de Beele. Pembangunan dilaksanakan oleh perusahaan swasta bernama Naamlouze Venootschap Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) menggunakan lebar sepur 1435mm. Sebelum mengubah namanya menjadi PT. Kereta Api Indonesia pada tahun 1998, PT. KAI dikenal dengan sebutan Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka). Saat ini, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki tujuh anak perusahaan/grup usaha yakni, PT. Reska Multi Usaha (2003), PT. Railink (2006), PT. Kereta Commuter Indonesia (2008), PT. Kereta Api Pariwisata (2009), PT. Kereta Api Logistik (2009), PT. Kereta Api Properti Manajemen (2009), PT. Pilar Sinergi BUMN Indonesia (2015).

Aplikasi KAI *access* sendiri tidak hanya sebatas untuk penjualan tiket saja, KAI *access* juga menawarkan beberapa fitur baru yang disesuaikan dengan kebutuhan yang diinginkan oleh para calon penumpang kereta api. Berikut adalah beberapa fitur yang ditawarkan oleh KAI *access*.

1. Pembatalan Tiket

Para calon penumpang tidak lagi diharuskan mengantri dan datang ke loket hanya untuk melakukan pembatalan tiket mereka, proses pembatalan tiket dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, *refund* yang diajukan oleh penumpang juga akan langsung di transfer ke rekening penumpang yang terdaftar 30 hari setelah proses pembatalan dilakukan. Fitur pembatalan tiket ini juga bisa digunakan oleh calon penumpang meskipun pembelian dilakukan di agent resmi PT. KAI/*channel eksternal*, dengan syarat penumpang yang ingin mengajukan pembatalan tiket harus memiliki akun KAI *access* yang telah teregistrasi.

2. Ubah Jadwal Tiket

Para calon penumpang tidak perlu kesulitan dan bingung lagi dengan rencana perjalanan yang setiap saat dapat berubah sehingga mengharuskan untuk mengubah jadwal tiket kereta api mereka. Cukup dengan memanfaatkan fitur ubah jadwal tiket yang terdapat pada aplikasi KAI *access* semua kesulitan mencari waktu untuk merubah jadwal di loket stasiun serta menanyakan jadwal tiket pengganti dapat teratasi, cukup dengan “klik” *e-ticket* pada menu “*my trip*” kemudian pilih menu *reschedule* dan ikuti langkah selanjutnya. Fitur ini juga bisa digunakan oleh

para calon penumpang meskipun pembelian dilakukan di agent resmi PT. KAI / *channel eksternal*, dengan syarat calon penumpang tersebut harus memiliki akun KAI *access* yang sudah teregistrasi.

3. Pembelian Tiket Kereta Api Lokal

Pembelian tiket kereta api lokal tidak akan lagi mengalami kesulitan dalam hal mengantri di loket, pembeliannya kini dapat dilakukan oleh para calon penumpang pada saat 3 jam sebelum jadwal keberangkatan kereta api. Pembelian dapat dilakukan kapanpun dimanapun tanpa harus mengantri, berdesak-desakan di loket pembelian tiket kereta api lokal. Fitur ini sendiri hanya dapat digunakan bagi para pengguna aplikasi KAI *access*.

4. Pembelian Tiket Kereta Api 1 jam Sebelum Keberangkatan

Fitur ini disediakan untuk menjawab semua kebutuhan serta keluhan para calon penumpang kereta api, pada kondisi perjalanan yang dilakukan secara mendadak. Para calon penumpang tidak perlu membuang waktu untuk mengantri di loket ketika jadwal keberangkatan kereta api sudah tinggal beberapa jam lagi. Dengan hadirnya fitur ini maka pembelian tiket kereta api dapat dilakukan ditengah perjalanan menuju stasiun. Fitur ini hanya diperuntukkan bagi penumpang yang menggunakan aplikasi KAI *access*.

5. *E-Boarding Pass*

Fitur terbaru ini dapat digunakan / akan tampilan 2 jam sebelum keberangkatan kereta api. Penumpang tidak lagi diharuskan mengantri hanya untuk mencetak tiket kereta api pada mesin CIC (*check in counter*). Calon penumpang kereta api hanya cukup menunjukkan *e-boarding pass*

yang ada di *handphone* mereka kepada petugas *boarding*. Fitur ini hanya dapat digunakan bagi pengguna aplikasi KAI *access*.

B. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini subjek yang dipakai adalah para calon penumpang kereta api dengan beberapa kriteria, yaitu:

1. Pengguna aplikasi KAI *access*
2. Telah berusia ≥ 17 tahun.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan pendistribusian kuesioner dengan cara bertemu langsung dengan responden dan melalui Google Form, dimana pengambilan sampel bertujuan untuk memperoleh informasi dari kelompok secara spesifik.

Pada penelitian ini, peneliti mendistribusikan kuesioner kepada 200 orang responden. Dimana kuesioner tersebut telah memenuhi semua kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti. Jumlah ini telah memenuhi syarat yang disarankan yaitu antara 100 sampai 200 orang responden (Hair et al, 2010). Penyebaran kuesioner dilakukan dalam kurun waktu 28 hari, yaitu pada tanggal 2 sampai 29 mei 2019. Dibawah ini adalah penjabaran karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin, profesi, tujuan perjalanan, pengeluaran perbulan, lama waktu menggunakan KAI *access*.

C. Rincian Pendistribusian Kuesioner

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan cara mendistribusikan kuesioner secara langsung dan secara online melalui *google form* kepada calon penumpang kereta api yang terdapat di stasiun kota Yogyakarta. Adapun rincian pendistribusian kuesioner penelitian ditampilkan pada tabel 4. 1 dibawah.

Tabel 4. 1.
Rincian Pendistribusian Kuesioner

No.	Keterangan	Jumlah
1	Kuesioner yang didistribusikan	200
2	Kuesioner yang diterima	200
3	Kuesioner tidak memenuhi kriteria	0
4	Kuesioner yang terseleksi <i>outlier</i>	11
5	Kuesioner yang dapat diolah	189

Sumber : Data Primer

Dari tabel diatas dapat dijabarkan bahwa kuesioner yang telah didistribusikan kepada responden berjumlah 200 kuesioner, kuesioner yang diterima berjumlah 200 kuesioner, kemudian setelah dilakukan pemeriksaan peneliti tidak menemukan kuesioner yang tidak memenuhi syarat kriteria, kuesioner yang memenuhi syarat berjumlah 200 kuesioner, kemudian yang tidak memenuhi syarat *outlier* sebanyak 11 kuesioner sehingga kuesioner yang dapat diolah lebih lanjut berjumlah 189 kuesioner. Dari serangkaian upaya distribusi dan pengumpulan kuesioner penelitian, diperoleh tingkat pengembalian kuesioner (*respond rate*) dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
&= \frac{\text{Jumlah responden yang mengembalikan kuesioner}}{\text{Jumlah total kuesioner yang didistribusikan}} \times 100\% \\
&= \frac{200}{200} \times 100\% \\
&= 100\%
\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, upaya pendistribusian yang dilakukan dalam rangka pengumpulan data menghasilkan angka *respond rate* sebesar 100%. Tingkat *respond rate* sebesar 100% sudah sangat diterima dalam penelitian ini karena tidak ada satupun kuesioner yang tidak kembali. Menurut Nelty (2005) yang menyampaikan bahwa tingkat pengembalian responden terhadap kuesioner sebesar 50% sudah dapat diterima pada sebuah penelitian, sehingga pada penelitian ini *respond rate* sebesar 100% telah dapat dikatakan sudah memenuhi syarat.

D. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden diklasifikasikan berdasarkan karakteristik : jenis kelamin, usia, profesi, daerah asal, tujuan perjalanan, biaya pengeluaran perbulan, lama menggunakan KAI *access*. Aspek-aspek tersebut merupakan hal yang penting yang dapat dikaitkan dengan variabel penelitian. Karakteristik responden tersebut di analisis. Dengan menggunakan statistik deskriptif (*descriptive statistic*) melalui program SPSS yaitu tabulasi silang (*cross tab*), distribusi frekuensi dan analisis indeks. Berikut deskripsi data responden yang ditampilkan pada tabel-tabel dibawah ini.

1. Analisis Tabulasi Silang

Penggunaan analisis tabulasi silang adalah untuk melihat hubungan antar variabel yang terdapat pada baris dengan variabel pada kolom dengan membandingkan data dalam bentuk frekuensi. Penelitian yang menggunakan tabulasi silang akan menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom (Santoso dan Tjiptono, 2011).

Kemudian dilanjutkan dengan analisis distribusi frekuensi dan nilai indeks yang digunakan untuk membantu menginterpretasikan nilai jawaban responden atas beberapa pertanyaan dalam kuesioner. Sehingga dari data tersebut diperoleh informasi yang lebih komprehensif.

Pada penelitian ini, unit analisis atau subjek yang dipakai adalah calon penumpang kereta api yang berada di stasiun kota Yogyakarta. Sedangkan objek penelitiannya yaitu aplikasi KAI *access*. Pada penelitian ini, karakteristik individu yang diamati adalah hubungan antara jenis kelamin dengan usia, jenis kelamin dengan profesi, umur dengan profesi.

Kemudian dilanjutkan dengan data tabulasi silang karakteristik individu diuraikan sebagai berikut:

a. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Usia

Hasil analisis tabulasi silang antara jenis kelamin dengan usia responden ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 2.
Crosstab Jenis Kelamin dengan Usia

Jenis Kelamin		Usia				Total
		16 - 25 thn	26 - 35 thn	36 - 45 thn	> 45 thn	
Laki-Laki	Count	48	40	6	1	95
	% of Total	24%	20%	3%	0,5%	47,5%
Perempuan	Count	76	25	3	1	105
	% of Total	38%	12,5%	1,5%	0,5%	52,5%
Total	Count	124	65	9	2	200
	% of Total	62%	32,5%	4,5%	1%	100%

Sumber : Lampiran 2

Dari hasil tabulasi silang diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

responden yang berumur antara 16 sampai 25 tahun berjumlah 124 orang, dimana laki-laki sebanyak 48 orang (24 %) dan perempuan sebanyak 76 orang (38%). Kemudian pada responden dengan umur 26 sampai 35 tahun berjumlah 65 orang, dengan jumlah laki-laki sebanyak 40 orang (20%) dan perempuan sebanyak 25 orang (12,5 %). Pada kisaran umur 36 sampai 45 tahun jumlah responden yang dihasilkan sebanyak 9 orang, dengan jumlah laki-laki sebanyak 6 orang (3 %) dan perempuan sebanyak 3 orang (1,5 %). Sedangkan pada kisaran umur lebih dari 45 tahun berjumlah 1 orang (0,5 %) dengan jumlah laki-laki sebanyak 1 orang (0,5 %), dan wanita sebanyak 1 orang (0,5%)..

Berdasarkan hasil tabulasi silang di atas, peneliti mengindikasikan bahwa dalam penelitian ini para calon penumpang kereta api yang menggunakan aplikasi KAI *access* ketika melakukan reservasi tiket didominasi oleh wanita yang berusia 16 sampai 25 tahun yang menurut departemen kesehatan (2009) merupakan kategori remaja akhir dan sedang dalam masa produktif sehingga intensitas mereka dalam

menggunakan aplikasi KAI *access* dalam setiap perjalanan menggunakan kereta api lebih besar.

b. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Profesi

Hasil analisis tabulasi silang antara jenis kelamin dengan profesi responden ditunjukkan pada tabel dibawah ini

Tabel 4. 3.
Crosstab Jenis Kelamin dengan Profesi

Jenis Kelamin		Profesi						Total
		Pelajar/ Mahasiswa	Pegawai Swasta	PNS	Wiraswasta	Pegawai BUMN	Lainnya	
Laki-Laki	Count	38	29	5	17	2	4	95
	% of Total	19%	14,5%	2,5%	8,5%	1%	2%	47,5
Perempuan	Count	56	24	3	8	6	8	105
	% of Total	28%	12%	1,5%	4%	3%	4%	52,5
Total	Count	94	53	8	25	8	12	200
	% of Total	47%	26,5%	4%	12,5	4%	6%	100%

Sumber : Lampiran 2

Dari hasil tabulasi silang diatas dapat diuraikan sebagai berikut :
responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 94 orang, dimana laki-laki sebanyak 38 orang (19%) dan perempuan sebanyak 56 orang (28%).

Sementara pada responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta berjumlah 53 orang, dimana laki-laki sebanyak 29 orang (14,5%) dan perempuan sebanyak 24 orang (12%). Sedangkan responden yang berprofesi sebagai PNS berjumlah 8 orang, dimana laki-laki sebanyak 5 orang (2,5%) dan perempuan sebanyak 3 orang (1,5%). Responden yang berprofesi sebagai wiraswasta berjumlah 25 orang (12,5%), dimana laki-

laki sebanyak 17 orang (8,5%) dan perempuan sebanyak 8 orang (4%). Lalu responden yang berprofesi sebagai pegawai BUMN berjumlah 8 orang (4%), dimana laki-laki sebanyak 2 orang (1%) dan perempuan sebanyak 6 orang (3%). Dan untuk profesi lainnya berjumlah 12 orang (6%), dimana laki-laki sebanyak 4 orang (2%) dan perempuan sebanyak 8 orang (4%).

Berdasarkan hasil tabulasi silang diatas, peneliti mengindikasikan bahwa dalam penelitian ini kecenderungan para calon penumpang kereta api yang berkeinginan menggunakan aplikasi KAI *access* lebih didominasi oleh wanita yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dimana jenis kelamin wanita lebih cenderung memilih menggunakan aplikasi KAI *access* guna memudahkan mereka dalam memesan tiket kereta api, kemudian pada sisi profesi, segmen pelajar dan mahasiswa termasuk yang paling aktif dalam menggunakan aplikasi apapun guna memudahkan setiap aktifitas mereka sehari-hari.

c. Tabulasi Silang Usia dengan Profesi

Hasil analisis tabulasi silang antara usia dengan profesi responden ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 4.
Crosstab Usia dengan Profesi

Usia		Profesi						Total
		Pelajar/ mahasiswa	Pegawai Swasta	PNS	Wiraswasta	Pegawai BUMN	Lainnya	
16-25 thn	Count	92	17	0	4	4	7	124
	% of Total	46%	8,5%	0%	2%	2%	3,5%	62%
26-35 thn	Count	2	33	5	17	4	4	65
	% of Total	1%	16,5%	2,5%	8,5%	2%	2%	32,5%
36-45 thn	Count	0	2	3	3	0	1	9
	% of Total	0%	1%	1,5%	1,5%	0%	0,5%	4,5%
>45 thn	Count	0	1	0	1	0	0	2
	% of Total	0%	0,5%	0%	0,5%	0%	0%	1%
Total	Count	94	53	8	25	8	12	200
	% of Total	47%	26,5%	4%	12,5%	4%	6%	100%

Sumber : Lampiran 2

Dari hasil tabulasi silang di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 94 orang, dengan rincian responden yang berumur 16 sampai 25 tahun sebanyak 92 orang (46%), dan responden yang berusia 26 sampai 35 tahun sebanyak 2 orang (1%).

Sedangkan responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta berjumlah 53 orang dengan rincian, responden berumur 16 sampai 25 tahun sebanyak 17 orang (8,5%), responden yang berumur 26 sampai 35 tahun sebanyak 33 orang (16,5%), responden yang berumur 36 sampai 45 tahun sebanyak 2 orang (1%), dan responden yang berumur lebih dari 45 tahun sebanyak 1 orang (0,5%). Untuk responden yang berprofesi sebagai PNS berjumlah 8 orang, dengan rincian responden berumur 26 sampai 35 tahun sebanyak 5 orang (2,5%) dan responden yang berumur 35 sampai 45 tahun sebanyak 3 orang (1,5%).

Sementara itu, responden yang berprofesi sebagai wiraswasta berjumlah 25 orang, dengan rincian responden berusia 16 sampai 25 tahun sebanyak 4 orang (2%), responden berumur 26 sampai 35 tahun sebanyak 17 orang (9%), responden berumur 36 sampai 45 tahun sebanyak 3 orang (1,5%), dan responden berumur lebih dari 45 tahun sebanyak 1 orang (0,5%)

Kemudian, untuk responden yang berprofesi sebagai pegawai BUMN berjumlah 8 orang, dengan rincian responden berusia 16 sampai 25 tahun sebanyak 4 orang (2%), responden berumur 26 sampai 35 tahun sebanyak 4 orang (2%). Untuk responden profesi lainnya berjumlah 12 orang, dimana usia 16 sampai 25 tahun sebanyak 7 orang (3,5%), responden usia 26 sampai 35 tahun sebanyak 4 orang (2%), dan pada usia 35 sampai 45 tahun sebanyak 1 orang (0,5%).

Berdasarkan hasil tabulasi silang diatas peneliti mengindikasikan bahwa dalam penelitian ini kecenderungan para penumpang kereta api yang berkeinginan menggunakan aplikasi KAI *access* didominasi oleh pelajar/mahasiswa yang berusia 16 sampai 25 tahun. Hal ini berarti mayoritas responden pada penelitian ini memiliki usia yang produktif dan aktif dalam menggunakan aplikasi dalam kesehariannya guna memudahkan berbagai kegiatannya. Ditambah lagi dengan profesi mahasiswa yang mayoritas atau bahkan hampir semua menggunakan *smartphone* yang menyajikan berbagai aplikasi yang dapat memudahkan aktifitas mereka. Secara keseluruhan bagi pelajar dan mahasiswa

smartphone dan aplikasi merupakan penunjang pada aktifitas sehari-hari mereka selain laptop.

E. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskripsi merupakan gambaran umum tentang variabel penelitian yang diperoleh berdasarkan jawaban responden. Berdasarkan respon dari 189 responden yang berkaitan dengan variabel penelitian, oleh karena itu peneliti akan menguraikan secara rinci jawaban responden yang dikelompokkan secara statistik deskriptif dengan mengkategorikan berdasarkan hitungan interval pada untuk menentukan masing-masing variabel. Jawaban responden tersebut akan diperoleh dari nilai indeks. Dimana nilai indeks tersebut diperoleh dari rentang skala (RS), dengan rumus sebagai berikut (Simamora, 2002):

$$RS = \frac{m-n}{b} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dimana RS = Rentang Skala

m = angka maksimal poin

n = angka minimum poin

b = jumlah poin skala kuesioner

Hasil dari perhitungan tersebut akan digunakan sebagai dasar interpretasi penilaian rata-rata untuk setiap indikator pada variabel penelitian. Penilaian tersebut dimasukkan ke dalam bentuk indeks rata-rata yang telah dimodifikasi, yaitu sebagai berikut :

- a. Item indikator dengan nilai indeks 1,00 - 1,79 masuk dalam kategori sangat rendah atau sangat buruk.
- b. Item indikator dengan nilai indeks 1,80 - 2,59 masuk dalam kategori rendah atau buruk.
- c. Item indikator dengan nilai indeks 2,60 - 3,39 masuk dalam kategori cukup atau sedang.
- d. Item indikator dengan nilai indeks 3,40 - 4,19 masuk dalam kategori tinggi atau baik.
- e. Item indikator dengan nilai indeks 4,20 - 5,00 masuk dalam kategori sangat tinggi atau sangat baik.

Berdasarkan pengelompokan kategori di atas, nilai mean digunakan untuk menginterpretasikan variabel yang ditentukan dari setiap jawabannya.

1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Perceived Ease to Use*

Pada variabel *perceived ease to use* terdapat 6 indikator yang peneliti gunakan untuk mengukur seberapa besar tanggapan responden terhadap variabel *perceived ease to use*, indikator yang diukur adalah : *recognize* (PE_1 , PE_2 , PE_3) , *flexible* (PE_4) , *operation* (PE_5) dibawah ini adalah data yang menunjukkan frekuensi dan persentase jawaban responden serta nilai *mean* dari masing-masing indikator :

Tabel 4. 5.
Tanggapan Mengenai *Perceived Ease to Use*

No	Indikator	Frekuensi dan Persentase						Jumlah	Mean	Kriteria
		F	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)			
1	PE_1 Mempelajari Kai <i>access</i>	F	0	0	8	107	85	200	4,39	Sangat Baik
		F%	0%	0%	4%	53,5%	42,5%	100%		
2	PE_2 Minim Kesalahan penggunaan	F	0	1	26	115	58	200	4,15	Baik
		F%	0%	0,5%	13%	57,5%	29%	100%		
3	PE_3 Minim Kesulitan penggunaan	F	0	3	22	120	55	200	4,14	Baik
		F%	0%	1,55	11%	60%	27,5%	100%		
4	PE_4 Fleksibel digunakan	F	1	0	20	105	74	200	4,26	Sangat Baik
		F%	0,5%	0%	10%	52,5%	37%	100%		
5	PE_5 Mudah di Pahami	F	1	1	19	109	70	200	4,23	Baik
		F%	0,5%	0,5%	9,5%	54,5%	35%	100%		
6	PE_6 Sesuai Kebutuhan	F	1	2	12	101	84	200	4,33	Sangat Baik
		F%	0,5%	1%	6%	50,5%	42%	100%		
Rata-rata Total									4,34	Sangat Baik

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel indeks deskripsi *perceived ease to use* diatas menunjukkan bahwa frekuensi jawaban yang banyak muncul adalah pada rentang 4 dan 5 dengan persentase 50,5% sampai 60%. Pada indikator pengenalan aplikasi (*recognize*), (PE_1 , PE_2 , PE_3), mempunyai persentase terbesar 60% pada skala 4 dan pada indikator fleksibel (*flexible*), (PE_4) memiliki persentase sebesar 52,5% pada skala 4.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, kemudahan dalam penggunaan aplikasi KAI *access* sudah

terbilang Sangat Baik, hal tersebut dibuktikan dengan nilai rata-rata dari keseluruhan indikator sebesar 4,34 (sangat tinggi), hal ini mengindikasikan bahwa para penumpang kereta api yang telah menggunakan aplikasi KAI *access* sudah merasa bahwa aplikasi ini mudah dalam penggunaannya, harapan dari peneliti dan juga para penumpang kereta api lainnya untuk perkembangan aplikasi ini agar dapat menyentuh angka yang lebih besar lagi dari angka yang telah peneliti dapatkan guna memenuhi keinginan konsumen atau para penumpang kereta api.

2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Perceived Usefulness*

Pada variabel *perceived usefulness* terdapat 6 indikator yang peneliti gunakan guna mengukur seberapa besar tanggapan responden terhadap variabel *perceived usefulness*, indikator yang digunakan adalah : *saving time* (PU_1), *reduce error* (PU_2), *productivity* (PU_3 , PU_4), *simplify* (PU_5), *usefull* (PU_6), dibawah ini adalah data yang menunjukkan frekuensi dan presentase jawaban responden serta nilai *mean* dari masing-masing indikator :

Tabel 4. 6.
Tanggapan Mengenai *Perceived Usefulness*

No	Indikator	Frekuensi dan Persentase						Jumlah	Mean	Kriteria
		F	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)			
1	PU_1 Hemat waktu	F	0	2	10	92	96	200	4,41	Sangat Baik
		F%	0%	1%	5%	46%	48%	100%		
2	PU_2 Mengurangi kesalahan	F	2	3	18	105	72	200	4,21	Baik
		F%	1%	1,5%	9%	52,5%	36%	100%		
3	PU_3 Menambah produktifitas	F	0	3	52	89	56	200	3,99	Baik
		F%	0%	1,5%	26%	44,5%	28%	100%		
4	PU_4 Lebih Efektif	F	2	0	13	105	80	200	4,31	Sangat Baik
		F%	1%	0%	6,5%	52,5%	40%	100%		
5	PU_5 Mudah reservasi	F	1	0	8	104	87	200	4,38	Sangat Baik
		F%	0,5%	0%	4%	52%	43,5%	100%		
6	PEU_6 Bermanfaat	F	0	2	7	93	98	200	4,44	Sangat Baik
		F%	0%	1%	3,5%	46,5%	49%	100%		
Rata-rata Total								4,29	Sangat Baik	

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel indeks deskripsi *perceived usefulness* di atas menunjukkan bahwa frekuensi jawaban yang banyak muncul adalah pada rentang skala 4 dan 5 dengan persentase 44,5% sampai 52,5%. Pada indikator *saving time* (PU_1) misalnya, mempunyai persentase terbesar 48 % pada skala 5. Pada indikator *reduce error* (PU_2) mempunyai persentase sebesar 52,5% pada skala 4. Pada indikator *productivity* (PU_3) mempunyai persentase terbesar 44,5% pada skala 4 Kemudian pada indikator (PU_4) yang menunjukkan efektifitas menggunakan KAI *access* mempunyai persentase terbesar yaitu 52,5% pada skala 4. Lalu pada indikator *simplify* (PU_5)

mempunyai persentase terbesar 52% pada skala 4. Dan pada indikator *usefull* (PU_6) mempunyai persentase terbesar 49% pada skala 5.

Dari data diatas dapat kita simpulkan bahwa persepsi manfaat yang ditawarkan dengan menggunakan aplikasi KAI *access* sudah terbilang sangat baik dengan nilai rata-rata total keseluruhan sebesar 4,29 (sangat tinggi). Hal ini mengindikasikan bahwa para penumpang kereta api yang menggunakan aplikasi KAI *access* telah merasakan perbedaan antara tidak menggunakan atau menggunakan aplikasi dari segi manfaat.

Dapat kita ambil contoh pada indikator dengan persentase tertinggi yaitu pada indikator yang menunjukkan efektifitas menggunakan KAI *access* adalah sebesar 54,5%. Data tersebut menunjukkan bahwa para penumpang kereta api yang menggunakan aplikasi KAI *access* merasakan perbedaan efektifitas dari sebelum dan sesudah menggunakan aplikasi KAI *access*.

3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Attitude Toward Using*

Pada variabel *attitude toward using* terdapat 4 indikator yang peneliti gunakan guna mengukur seberapa besar tanggapan responden terhadap variabel *attitude toward using*, indikator yang digunakan adalah : *fitur* (ATT_1), *right choice* (ATT_2), *need to be used* (ATT_3) Dibawah ini adalah data yang menunjukkan frekuensi

dan persentase jawaban responden serta nilai *mean* dari masing-masing indikator :

Tabel 4. 7.
Tanggapan mengenai *Attitude Toward Using*

No	Indikator		Frekuensi dan Persentase					Jumlah	Mean	Kriteria
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)			
1	ATT_1 Fitur aplikasi	F	0	1	38	110	51	200	4,06	Baik
		F%	0%	0,5%	19%	55%	25,5%			
2	ATT_2 Pilihan tepat	F	0	0	20	112	68	200	4,24	Baik
		F%	0%	0%	10%	56%	34%			
3	ATT_3 Penting digunakan	F	0	1	18	105	76	200	4,28	Sangat Baik
		F%	0%	0,5%	9%	52,5%	38%			
Rata-rata Total								4,19	Baik	

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan tabel indeks deskripsi *attitude toward using* di atas menunjukkan bahwa frekuensi jawaban yang banyak muncul adalah pada rentang skala 4 dan 5 dengan persentase 52,5% sampai 56%. Pada indikator *fitur* (ATT_1) misalnya, mempunyai persentase terbesar 55% pada skala 4. Pada indikator *right choice* (ATT_2) mempunyai persentase sebesar 56% pada skala 4. Kemudian indikator *need to be used* (ATT_3) mempunyai persentase terbesar 52,5% pada skala 4.

Dari data diatas dapat kita simpulkan bahwa sikap yang ditunjukkan oleh para penumpang kereta api setelah mereka menggunakan aplikasi KAI *access* mengarah kepada penerimaan

terhadap aplikasi ini, hal ini dikarenakan tingginya nilai rata-rata yang didapatkan sebesar 4,19.

Hal ini mengindikasikan bahwa para penumpang kereta api beranggapan bahwa dengan menggunakan aplikasi KAI *access* merupakan pilihan yang tepat dan merasa aplikasi tersebut penting untuk digunakan guna memudahkan mereka dalam melakukan pemesanan tiket kereta api.

4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Behavioral Intention*

Pada variabel *behavioral intention* terdapat 4 indikator yang peneliti gunakan guna mengukur seberapa besar tanggapan responden terhadap variabel *attitude toward using*, indikator yang digunakan adalah : *intention to use* (BI_1 , BI_3 , BI_4), *recommended* (BI_2). Dibawah ini adalah data yang menunjukkan frekuensi dan persentase jawaban responden serta nilai *mean* dari masing-masing indikator :

Tabel 4. 8.
Tanggapan mengenai *Behavioral Intention*

No	Frekuensi dan Persentase						Jumlah	Mean	Kriteria	
	Indikator		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)				SS (5)
1	BI_1 Intention using	F	1	7	54	92	46	200	3,88	Baik
		F%	0,5%	3,5%	27%	46%	23%	100%		
2	BI_2 Recommended others	F	0	1	72	89	38	200	3,82	Baik
		F%	0%	0,5%	36%	44,5%	19%	100%		
3	BI_3 Intention using	F	0	2	11	120	67	200	4,26	Sangat Baik
		F%	0%	1%	5,5%	60%	33,5%	100%		
4	BI_4 Future use	F	0	2	21	109	68	200	4,22	Baik
		F%	0%	1%	10,5%	54,5%	34%	100%		
Rata-rata Total								4,04	Baik	

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan tabel indeks deskripsi *behavioral intention* di atas menunjukkan bahwa frekuensi jawaban yang banyak muncul adalah pada rentang skala 4 dan 5 dengan persentase 44,5% sampai 60%. Pada indikator *intention to use* (BI_1) misalnya, mempunyai persentase terbesar 46% pada skala 4. Pada indikator *recommended* (BI_2) mempunyai persentase sebesar 44,5% pada skala 4. Pada indikator *intention to use* (BI_3) mempunyai persentase terbesar 60% pada skala 4. Kemudian pada indikator *intention to use* (BI_4) mempunyai persentase terbesar 54,5% pada skala 4.

Dari data diatas dapat kita simpulkan bahwa minat yang ditunjukkan oleh para penumpang kereta api yang menggunakan aplikasi KAI *access* menunjukkan minat untuk terus menggunakan aplikasi KAI *access* yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata dari indikator (BI_3) yaitu sebesar 4,26 (sangat tinggi) serta minat untuk

menggunakan aplikasi KAI *access* dimasa yang akan datang pada indikator (BI_4) yaitu sebesar 4,22 (tinggi), nilai tersebut tidak sebaik pada indikator (BI_3) dikarenakan para penumpang dapat menunjukkan perpindahan minat dalam menggunakan aplikasi pemesanan tiket kereta api, karena tidak menutup kemungkinan dimasa depan akan hadir aplikasi yang jauh lebih memudahkan mereka dalam melakukan pemesanan tiket kereta api.

Adapun data yang menjadi perhatian dari peneliti yaitu pada indikator (BI_2), nilai kedua terbesar dari persentase para pengguna KAI *access* yang akan merekomendasikan aplikasi KAI *access* kepada orang lain terbilang tinggi dengan nilai persentase sebesar 36%. Hal ini membuat peneliti berspekulasi bahwa hal ini mungkin dikarenakan para penumpang kereta api beranggapan bahwa tidak perlu lagi merekomendasikan KAI *access* dan lebih memilih bersikap netral, karena PT.KAI sendiri telah melakukan upaya yang jauh lebih baik guna memperkenalkan aplikasi KAI *access* kepada masyarakat Indonesia yang menggunakan jasa kereta api.

F. Proses dan Hasil Analisis Data

Pada penelitian ini akan digunakan metode SEM (Structural Equation Modelling) sebagai alat bantu pengujian hipotesis. Penggunaan metode SEM sebagai alat bantu dalam menganalisis data pada penelitian ini didasarkan pada keunggulan SEM sebagai alat analisis statistik yang sesuai untuk menjelaskan fenomena-fenomena yang ada pada umumnya. Analisis menggunakan SEM

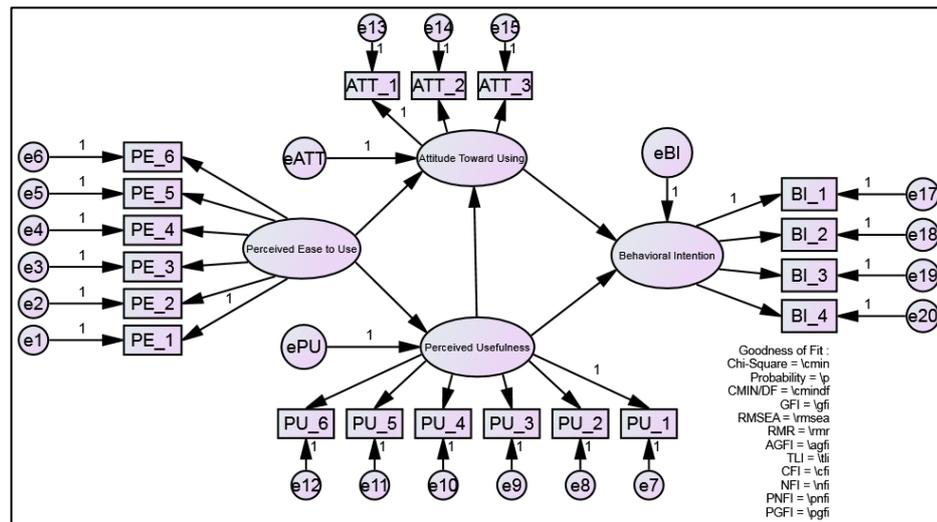
adalah metode analisis statistika yang mengkombinasikan aspek-aspek yang terdapat pada path analysis (analisis jalur) dan confirmatory factor analysis (analisis faktor konfirmatori) untuk memberikan estimasi beberapa persamaan secara simultan antar indikator (variabel yang diukur) dan variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung).

1. Proses Analisis Data

Model penelitian secara teoritis seperti yang telah digambarkan pada bab II dimana terdiri dari 4 variabel pengamatan yaitu : *perceived ease to use* (kemudahan penggunaan) (X1); *perceived usefulness* (manfaat) (X2); *attitude toward using* (sikap terhadap penggunaan) (Y1) dan *behavioral intention* (minat berperilaku) (Y2).

2. Analisis Data *Structural Equation Modelling* (SEM)

Analisis SEM pada penelitian ini digunakan untuk menguji peran mediasi dari variabel *attitude toward using* dalam hubungan *perceived ease to use* dan *perceived usefulness* pada *behavioral intention*. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut ke dalam SEM, data penelitian terlebih dahulu akan diuji dengan beberapa uji prasyarat analisis SEM. Full model SEM dari hipotesis yang dibangun disajikan pada gambar di bawah ini :



Gambar 4. 1.
Full Model SEM Hipotesis Penelitian
 Sumber : Lampiran 7

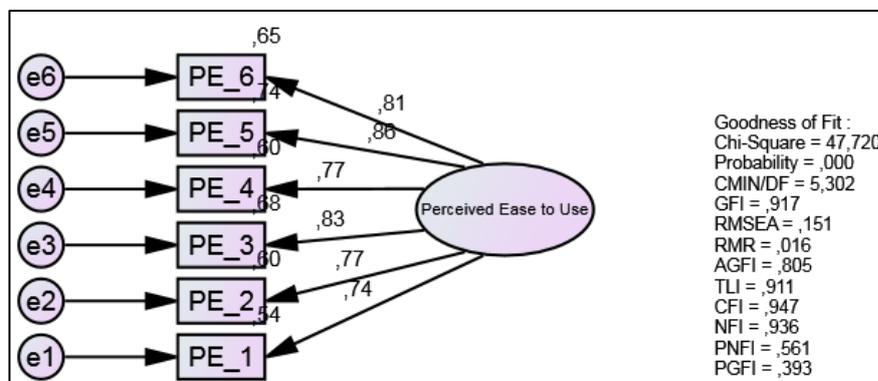
a. Uji Validitas Data

Uji validitas dalam SEM sering disebut dengan analisis konfirmatori faktor atau analisis CFA (Confirmatory Factor Analysis). Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) merupakan salah satu metode analisis multivariat yang dapat digunakan untuk mengkonfirmasi apakah model pengukuran yang dibuat sesuai dengan yang dihipotesiskan. Menurut Ghazali (2011), dalam Confirmatory Factor Analysis (CFA), terdapat variabel laten dan variabel indikator, variabel laten adalah sebuah variabel yang tidak dapat dibentuk dan dibangun secara langsung, sementara variabel indikator adalah variabel yang dapat diamati dan dibentuk secara langsung. Confirmatory Factor Analysis (CFA) dapat dapat menguji apakah indikator yang digunakan untuk mengukur variabel merupakan indikator yang valid atau tidak valid.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan CFA First Order, dimana pada model ini indikator diimplementasikan dalam item-item yang secara langsung mengukur konstraknya. Pada pengujian menggunakan CFA, validnya sebuah indikator jika loading factor $\geq 0,50 - 0,60$ masih dapat ditolerir (Ghozali, 2014). Pada penelitian ini peneliti menggunakan loading factor $\geq 0,60$. Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) pada penelitian ini dilakukan secara parsial atau terpisah, dimana setiap variabel akan dilihat satu per satu loading factornya apakah nilai pada loading factor telah memenuhi syarat yang ditentukan atau tidak.

1) Uji CFA Variabel *Perceived Ease to Use*

Pada uji CFA ini terdapat 6 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *perceived ease to use*. Masing-masing indikator akan dilihat nilai *loading factor* nya dengan ketentuan $\geq 0,60$. Dibawah ini akan ditunjukkan gambar uji CFA secara parsial variabel *perceived ease to use*.



Gambar 4. 2.
Hasil Uji CFA *Perceived Ease to Use*
 Sumber : Lampiran 8

Model uji parsial pada variabel *perceived ease to use* diterangkan seperti pada gambar di atas. Selanjutnya berdasarkan hasil uji yang dilakukan hasilnya disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 9.
Standardized Regression Weight Uji CFA Variabel Perceived Ease to Use

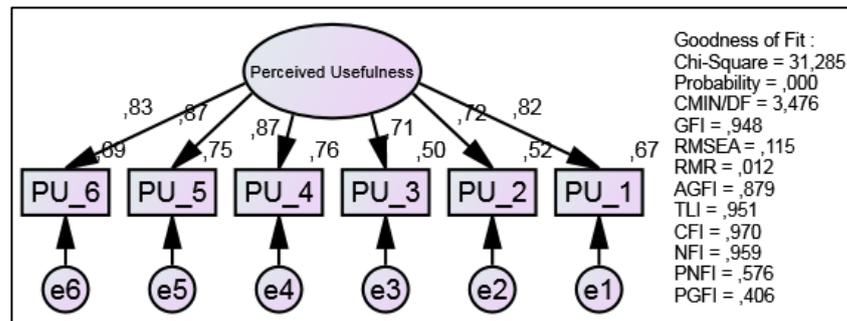
Indikator	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
PE_1	0,738	Valid
PE_2	0,775	Valid
PE_3	0,827	Valid
PE_4	0,773	Valid
PE_5	0,863	Valid
PE_6	0,808	Valid

Sumber : Lampiran 8

Dari gambar dan tabel di atas ditunjukkan bahwa 6 indikator dalam variabel ini menunjukkan hasil yang baik. Hasil tersebut menjelaskan seluruh indikator memiliki nilai loading factor $\geq 0,60$. Dengan hasil tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa indikator pada variabel *Perceived Ease to Use* dinyatakan valid.

2) Uji CFA Variabel *Perceived Usefulness*

Pada uji CFA ini terdapat 6 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *perceived usefulness*. Masing-masing indikator akan dilihat nilai *loading factor* nya dengan ketentuan $\geq 0,60$. Dibawah ini akan ditunjukkan gambar uji CFA secara parsial variabel *perceived usefulness*.



Gambar 4. 3.
Hasil Uji CFA *Perceived Usefulness*
 Sumber : Lampiran 8

Model uji parsial pada variabel *perceived usefulness* diterangkan seperti pada gambar di atas. Selanjutnya berdasarkan hasil uji yang dilakukan hasilnya disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 10.
Standardized Regression Weight Uji CFA Variabel Perceived Usefulness

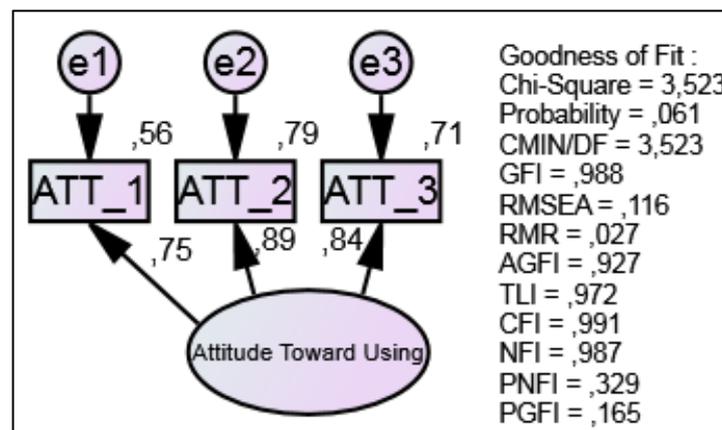
Indikator	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
PU_1	0,816	Valid
PU_2	0,721	Valid
PU_3	0,705	Valid
PU_4	0,871	Valid
PU_5	0,866	Valid
PU_6	0,833	Valid

Sumber : Lampiran 8

Dari gambar dan tabel di atas ditunjukkan bahwa 6 indikator dalam variabel ini menunjukkan hasil yang baik. Hasil tersebut menjelaskan seluruh indikator memiliki nilai loading factor $\geq 0,60$. Dengan hasil tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa indikator pada variabel *Perceived Usefulness* dinyatakan valid.

3) Uji CFA Variabel *Attitude Toward Using*

Pada uji CFA ini terdapat 3 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *attitude toward using*. Masing-masing indikator akan dilihat nilai *loading factor* nya dengan ketentuan $\geq 0,60$. Dibawah ini akan ditunjukkan gambar uji CFA secara parsial variabel *attitude toward using*.



Gambar 4. 4.
Hasil Uji CFA *Attitude Toward Using*

Sumber : Lampiran 8

Model uji parsial pada variabel *attitude toward using* diterangkan seperti pada gambar di atas. Selanjutnya berdasarkan hasil uji yang dilakukan hasilnya disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 11.
Standardized Regression Weight Uji CFA
Variabel Attitude Toward Using

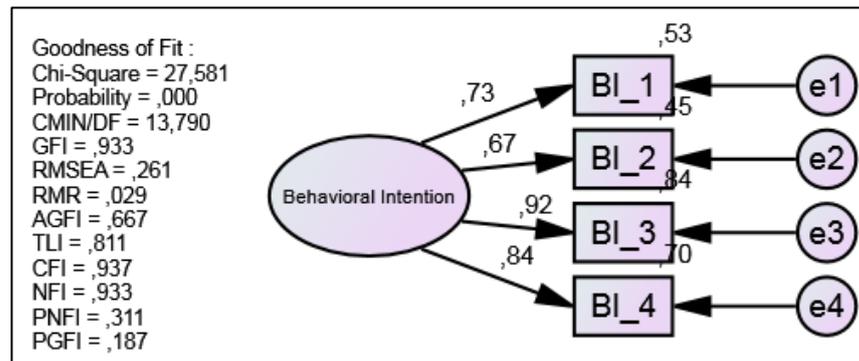
Indikator	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
ATT_1	0,750	Valid
ATT_2	0,891	Valid
ATT_3	0,843	Valid

Sumber : Lampiran 8

Dari gambar dan tabel di atas ditunjukkan bahwa 3 indikator dalam variabel ini menunjukkan hasil yang baik. Hasil tersebut menjelaskan seluruh indikator memiliki nilai loading factor $\geq 0,60$. Dengan hasil tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa indikator pada variabel *Perceived Attitude Toward Using* dinyatakan valid.

4) Uji CFA Variabel *Behavioral Intention*

Pada uji CFA ini terdapat 3 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *behavioral intention*. Masing-masing indikator akan dilihat nilai *loading factor* nya dengan ketentuan $\geq 0,60$. Dibawah ini akan ditunjukkan gambar uji CFA secara parsial variabel *behavioral intention*



Gambar 4. 5.
Hasil Uji CFA *Behavioral Intention*
 Sumber : Lampiran 8

Model uji parsial pada variabel *behavioral intention* diterangkan seperti pada gambar di atas. Selanjutnya berdasarkan hasil uji yang dilakukan hasilnya disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 12.
Standardized Regression Weight Uji CFA Variabel Behavioral Intention

Indikator	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
BI_1	0,730	Valid
BI_2	0,672	Valid
BI_3	0,918	Valid
BI_4	0,836	Valid

Sumber : Lampiran 8

Dari gambar dan tabel di atas ditunjukkan bahwa 4 indikator dalam variabel ini menunjukkan hasil yang baik. Hasil tersebut menjelaskan seluruh indikator memiliki nilai loading factor $\geq 0,60$. Dengan hasil tersebut, maka peneliti menyimpulkan

bahwa indikator pada variabel *Behavioral Intention* dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang memperlihatkan seberapa besar suatu alat ukur dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Jika suatu alat ukur dipakai berulang-ulang untuk mengukur gejala yang sama dan hasil yang diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut dikatakan reliabel.

Untuk menilai tingkat reliabilitas suatu alat ukur, dapat dilihat dari nilai *Construct Reliability* (CR), *Variance Extracted* (VE), dan *Discriminant Validity* (DV) yang dihasilkan. Apabila diperoleh nilai CR dari perhitungan $\geq 0,70$, nilai VE dari perhitungan $\geq 0,5$, dan nilai DV dari perhitungan $\geq 0,7$, maka alat ukur dari variabel tersebut dinyatakan *reliable*.

a. Uji Reliabilitas Variabel *Perceived Ease to Use*

Tabel 4. 13.
Hasil Uji Construct Reliability, Variance Extract dan Discriminant Validity

Indikator	Loading	Loading ²	1- (Loading Factor) ²	CR	VE	DV
PE_1	0,738	0,545	0,455	0,913	0,637	0,798
PE_2	0,775	0,601	0,399			
PE_3	0,827	0,684	0,316			
PE_4	0,773	0,598	0,402			
PE_5	0,863	0,745	0,255			
PE_6	0,808	0,653	0,347			
Jumlah	4,784	3,824	2,176			

Sumber : Lampiran 9

Dari Tabel 4.13. di atas diperoleh nilai CR untuk keseluruhan variabel penelitian memiliki nilai $\geq 0,70$, nilai VE $\geq 0,5$, dan nilai DV $\geq 0,7$. Dengan demikian dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan pada keseluruhan variabel penelitian memenuhi kriteria reliabel.

b. Uji Reliabilitas Variabel *Perceived Usefulness*

Tabel 4. 14.
Hasil Uji Construct Reliability, Variance Extract
dan Discriminant Validity

Indikator	Loading	Loading ²	1- (Loading Factor) ²	CR	VE	DV
PU_1	0,816	0,666	0,334	0,916	0,648	0,805
PU_2	0,721	0,520	0,480			
PU_3	0,705	0,497	0,503			
PU_4	0,871	0,759	0,241			
PU_5	0,866	0,750	0,250			
PU_6	0,833	0,694	0,306			
Jumlah	4,812	3,885	2,115			

Sumber : Lampiran 9

Dari Tabel 4.14. di atas diperoleh nilai CR untuk keseluruhan variabel penelitian memiliki nilai $\geq 0,70$, nilai VE $\geq 0,5$, dan nilai DV $\geq 0,7$. Dengan demikian dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan pada keseluruhan variabel penelitian memenuhi kriteria reliabel.

c. Uji Reliabilitas Variabel *Attitude Toward Using*

Tabel 4. 15.
Hasil Uji Construct Reliability, Variance Extract
dan Discriminant Validity

Indikator	Loading	Loading ²	1- (Loading Factor) ²	CR	VE	DV
ATT_1	0,750	0,563	0,438	0,869	0,689	0,830
ATT_2	0,891	0,794	0,206			
ATT_3	0,843	0,711	0,289			
Jumlah	2,484	2,067	0,933			

Sumber : Lampiran 9

Dari Tabel 4.15. di atas diperoleh nilai CR untuk keseluruhan variabel penelitian memiliki nilai $\geq 0,70$, nilai VE $\geq 0,5$, dan nilai DV $\geq 0,7$. Dengan demikian dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan pada keseluruhan variabel penelitian memenuhi kriteria reliabel.

d. Uji Reliabilitas Variabel *Behavioral Intention*

Tabel 4. 16.
Hasil Uji Construct Reliability, Variance Extract
dan Discriminant Validity

Indikator	Loading	Loading ²	1- (Loading Factor) ²	CR	VE	DV
BI_1	0,730	0,533	0,467	0,871	0,632	0,795
BI_2	0,672	0,452	0,548			
BI_3	0,918	0,843	0,157			
BI_4	0,836	0,699	0,301			
Jumlah	3,156	2,526	1,474			

Sumber : Lampiran 9

Dari Tabel 4.16. di atas diperoleh nilai CR untuk keseluruhan variabel penelitian memiliki nilai $\geq 0,70$, nilai VE $\geq 0,5$, dan nilai DV $\geq 0,7$. Dengan demikian dari hasil tersebut dapat disimpulkan

bahwa alat ukur yang digunakan pada keseluruhan variabel penelitian memenuhi kriteria reliabel.

G. Uji Asumsi SEM

1. Uji Kecukupan Ukuran Sampel

Jumlah responden yang diperoleh sebanyak 189 responden. Jumlah tersebut telah memenuhi kriteria untuk dilakukannya pengujian dengan menggunakan metode SEM. Dimana jumlah minimal sampel yang dibutuhkan untuk pengujian SEM yaitu sebanyak 100-200 sampel atau jumlah indikator dikalikan 5-10 (Sekaran dan Bougie, 2013).

2. Uji *Outlier* Secara Multivariate

Outlier secara *multivariate* dapat dilihat dari *output Mahalanobis distance* pada pengujian menggunakan AMOS. Kriteria yang digunakan untuk menilai ada atau tidaknya *multivariate outlier* dalam penelitian yaitu pada nilai $p < 0,001$ (Ghozali, 2014). Jarak tersebut dievaluasi dengan menggunakan X pada derajat bebas sebesar jumlah variabel terukur. Dalam penelitian ini jumlah variabel terukur adalah 4. Hasil uji *multivariate outlier* dapat dilihat pada Tabel 4.14. di bawah ini:

Tabel 4.17.
Hasil Uji Outlier Secara Multivariate

<i>Observation Number</i>	<i>Mahalanobis Distance</i>
185	55,311
173	61,645
106	60,146
63	65,069
56	46,891
Dari 200 data dihapus 5 outlier	
181	46,782
101	46,756
60	46,015
Dari 195 data dihapus 3 outlier	
68	48,419
54	47,643
45	47,305
Dari 192 data dihapus 3 outlier	

Sumber : Lampiran 10

Berdasarkan tabel 4.17 diatas pada awalnya data yang diterima oleh peneliti berjumlah 200 data, setelah dilakukan uji outlier secara bertahap dilakukan penghapusan data yang terindikasi outlier dimana pada langkah penghapusan pertama didapatkan jumlah data terindikasi outlier sebanyak 5 data, kemudian pada langkah penghapusan kedua didapatkan jumlah data terindikasi outlier sebanyak 3 data, lalu pada langkah penghapusan ketiga didapatkan jumlah data terindikasi outlier sebanyak 3 data, jadi setelah dijumlah dari langkah pertama sampai

dengan langkah ketiga pada penghapusan data terindikasi outlier, maka didapatkan jumlah data yang tidak teindikasi outlier sejumlah 189 data.

3. Uji Normalitas Data

Normalitas mencerminkan bentuk suatu distribusi data apakah normal atau tidak. Jika suatu distribusi data tidak membentuk distribusi normal maka hasil analisis dikhawatirkan akan menjadi bias. Distribusi data dikatakan normal pada tingkat signifikansi 0,01 jika *critical ratio* (c.r) untuk *skewenes* (kemiringan) atau untuk *curtosis* (keruncingan) tidak lebih dari $\pm 2,58$ (Ghozali, 2014). Berikut hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.18. di bawah ini:

Tabel 4.18.
Hasil Uji Normalitas

Variable	min	Max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
BI_4	2,000	5,000	-,372	-2,089	-,089	-,250
BI_3	2,000	5,000	-,307	-1,724	,315	,883
BI_2	3,000	5,000	,234	1,312	-1,030	-2,891
BI_1	2,000	5,000	-,152	-,856	-,636	-1,786
ATT_3	2,000	5,000	-,447	-2,507	,045	,127
ATT_2	3,000	5,000	-,223	-1,253	-,601	-1,686
ATT_1	2,000	5,000	-,186	-1,046	-,463	-1,299
PU_6	3,000	5,000	-,363	-2,037	-,959	-2,691
PU_5	3,000	5,000	-,195	-1,096	-,921	-2,585
PU_4	3,000	5,000	-,231	-1,299	-,670	-1,879
PU_3	2,000	5,000	-,175	-,985	-,933	-2,618
PU_2	2,000	5,000	-,430	-2,414	-,111	-,313
PU_1	3,000	5,000	-,409	-2,297	-,755	-2,119
PE_6	2,000	5,000	-,472	-2,647	,148	,415
PE_5	3,000	5,000	-,235	-1,321	-,617	-1,731
PE_4	3,000	5,000	-,310	-1,738	-,662	-1,857
PE_3	2,000	5,000	-,262	-1,470	,062	,173
PE_2	2,000	5,000	-,281	-1,575	-,245	-,688
PE_1	3,000	5,000	-,046	-,261	-1,124	-3,154
Multivariate					113,134	27,529

Sumber: Lampiran 11

Dari Tabel 4.18. di atas terlihat bahwa terdapat nilai *critical ratio skewness value* yang berada diluar rentang $\pm 2,58$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa secara *univariate* normalitas data tidak baik. Pada uji multivariate juga menunjukkan nilai c.r. sebesar 27,529 dikategorikan data tidak berdistribusi normal secara *multivariate*. Dengan demikian belum memenuhi syarat dalam uji normalitas dan belum dapat di gunakan untuk uji statistik selanjutnya.

Sehingga disini peneliti ingin menghilangkan *outlier* hingga mendapatkan nilai normalitas yang memenuhi syarat, pada tahap ini peneliti menemukan kesulitan dikarenakan pada saat peneliti ingin menghilangkan hingga 50 outlier, hasil yang didapatkan tidak sesuai dengan keinginan peneliti. Hasil dari uji normalitas yang didapatkan lebih besar dari pada hasil uji normalitas sebelum dikurangi 50 outlier yaitu sebesar 29,268. Selain dari hasil uji normalitas yang lebih besar, beberapa hasil dari uji *Goodness of Fit* juga menjadi tidak memenuhi kriteria *cut-off value* ($\geq 0,90$), diantaranya yaitu nilai dari CFI, TLI, dan IFI. Berikut adalah tabel yang akan peneliti lampirkan dari hasil uji normalitas dengan jumlah data sebanyak 139 data.

Tabel 4.19
Hasil Uji Normalitas
139 Data

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	Min	max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
BI_4	3,000	5,000	-,128	-,617	-,561	-1,351
BI_3	3,000	5,000	,312	1,501	-1,120	-2,695
BI_2	3,000	5,000	,149	,715	-1,028	-2,474
BI_1	2,000	5,000	-,175	-,842	-,654	-1,573
ATT_3	3,000	5,000	-,114	-,549	-,964	-2,320
ATT_2	3,000	5,000	-,010	-,047	-,923	-2,222
ATT_1	3,000	5,000	-,135	-,651	-,584	-1,405
PU_6	4,000	5,000	,014	,069	-2,000	-4,813
PU_5	4,000	5,000	,101	,485	-1,990	-4,789
PU_4	3,000	5,000	,141	,680	-1,577	-3,796
PU_3	2,000	5,000	-,291	-1,400	-,879	-2,115
PU_2	3,000	5,000	-,209	-1,006	-,775	-1,866
PU_1	4,000	5,000	,101	,485	-1,990	-4,789
PE_6	3,000	5,000	-,114	-,549	-,964	-2,320
PE_5	3,000	5,000	-,053	-,256	-,808	-1,944
PE_4	3,000	5,000	-,303	-1,459	-,727	-1,751
PE_3	3,000	5,000	,196	,942	-,525	-1,263
PE_2	3,000	5,000	-,070	-,339	-,409	-,985
PE_1	3,000	5,000	,170	,818	-1,565	-3,766
Multivariate					140,253	29,268

Sumber : Lampiran 12

Selanjutnya untuk menguji model yang tidak normal sehingga masih dapat diterima maka dilakukan uji *bootstrapping* (Ghozali, 2014). Metode *Bootstrap* adalah metode berbasis komputer yang dikembangkan untuk mengestimasi berbagai kualitas statistik. Metode *Bootstrap* merupakan salah satu metode alternatif dalam SEM untuk memecahkan permasalahan non-normal *multivariate* (Ferawati, 2010). Uji *bootstrapping* yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan *bootstrap* distribution yang berbentuk histogram dengan prosedur *Bollen-Stine*. Hasil *bootstrapping* data penelitian ini ditampilkan seperti tersaji di bawah ini:

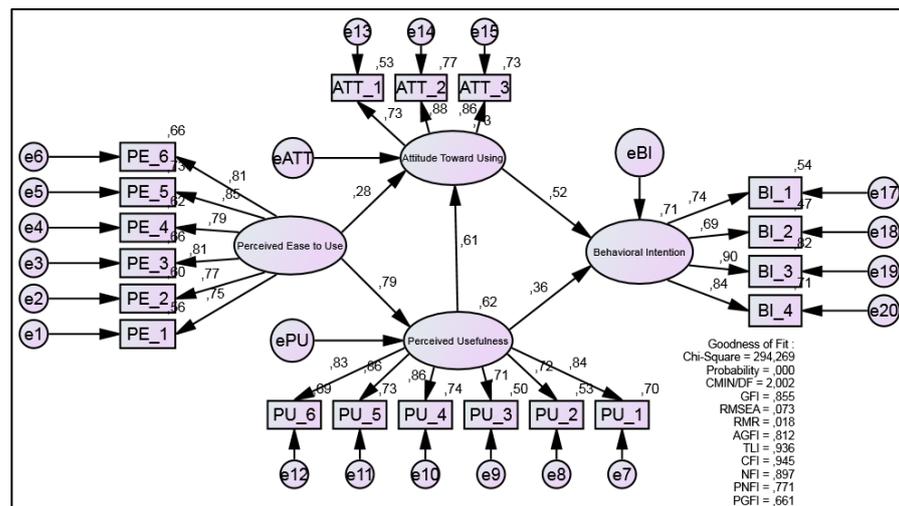
Tabel 4. 20.
Hasil Uji *Bootstrapping* dengan Prosedur *Bollen-Stine*

	365,480	*
	386,706	***
	407,932	***
	429,158	*****
	450,383	*****
	471,609	*****
	492,835	*****
N = 500	514,061	*****
Mean = 494,394	535,287	*****
S. e. = 2,341	556,513	*****
	577,739	***
	598,965	***
	620,191	**
	641,417	*
	662,643	*

Sumber: Lampiran 13

Dari Tabel 4.20. di atas terlihat bahwa terdapat nilai rata-rata *chi-square* dan bentuk bentuk nilai distribusi *chi-square* dengan sample *bootstrap* 500 adalah 494,394 dengan probabilitas 0,005 maka signifikan menurut *Bollen-Stine* atau model baik. *Chi-square* 494,394 yang didapat dari *bootstrap* menunjukkan nilai *kluster* dipusat *multivariate* norman 500 dan distribusi *chi-square* adalah normal karena ada beberapa nilai di atas dan di bawah 494,394 yang hampir seimbang atau sebanding. Berdasarkan hasil tersebut, data layak digunakan dan dapat dilanjutkan pada analisis selanjutnya.

4. Uji Model Goodness of Fit



Gambar 4. 6.
Full Model Structural Equation Modelling
 Sumber: Lampiran 14

Setelah asumsi SEM terpenuhi, maka langkah selanjutnya yaitu pengujian dengan menggunakan beberapa indeks kesesuaian untuk

mengukur “kebenaran” model yang diajukan. Pengujian tersebut dikenal dengan uji *goodness of fit*. Berikut hasil uji *goodness of fit* dapat dilihat pada Tabel 4.21. dibawah ini:

Tabel 4. 21.
Hasil Uji *Goodness Of Fit*

Goodness of Fit Index	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
X2 – <i>Chi Square</i>	< 119,870	294,269	<i>Unfit</i>
<i>Significancy Probability</i>	≥ 0,05	0,000	<i>Unfit</i>
CMIN/DF	≤ 2,00	2,002	<i>Marginal fit</i>
GFI	≥ 0,90	0,855	<i>Marginal Fit</i>
AGFI	≥ 0,90	0,812	<i>Marginal fit</i>
CFI	≥ 0,90	0,945	<i>Good Fit</i>
TLI	≥ 0,90	0,936	<i>Good Fit</i>
NFI	≥ 0,90	0,897	<i>Marginal Fit</i>
IFI	≥ 0,90	0,946	<i>Good Fit</i>
RMSEA	≤ 0,08	0,073	<i>Good Fit</i>
RMR	≤ 0,05	0,018	<i>Good Fit</i>
PNFI	≤ 0,90	0,771	<i>Good Fit</i>
PGFI	≤ 1,00	0,661	<i>Good Fit</i>

Sumber : Lampiran 15

Dari Tabel 4.21. di atas dapat dijelaskan bahwa tingkat penerimaan *good fit* dalam model yaitu: CFI, TLI, IFI, RMSEA, RMR, PNFI, dan PGFI. Tingkat penerimaan *marginal fit* dalam model yaitu: CMIN/DF, GFI, AGFI dan NFI. Tingkat penerimaan *unfit* dalam model yaitu: *Chi-*

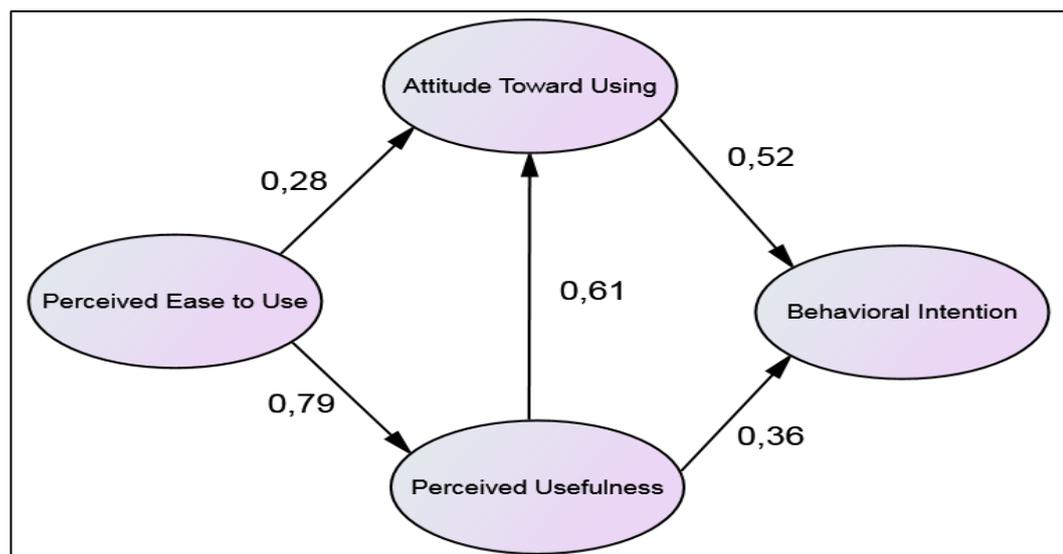
Square dan *Significancy Probability*. Adapun penjelasan lebih lengkapnya adalah sebagai berikut berikut:

- 1) Hasil analisis pada *Chi-Square* diperoleh sebesar 294,269. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan ***unfit*** karena angka yang dihasilkan jauh lebih besar dari kriteria *cut-off value* yaitu $< 119,870$.
- 2) *Significance probability* dengan nilai yang diperoleh sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan ***unfit*** karena lebih kecil dari kriteria *cut-off value* yaitu $\geq 0,05$.
- 3) Hasil analisis pada CMIN/DF diperoleh nilai sebesar 2,002. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan ***marginal fit*** karena mendekati kriteria *cut-off value* yaitu $\leq 2,00$.
- 4) Hasil analisis pada GFI diperoleh nilai sebesar 0,855. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan ***marginal fit*** karena mendekati kriteria *cut-off value* yaitu $\geq 0,90$.
- 5) Hasil analisis pada AGFI diperoleh nilai sebesar 0,812. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan ***unfit*** karena mendekati kriteria *cut-off value* yaitu $\geq 0,90$.
- 6) Hasil analisis pada CFI diperoleh nilai hasil sebesar 0,945. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan ***good fit*** karena lebih besar dari kriteria *cut-off value* yaitu $\geq 0,90$.

- 7) Hasil analisis pada TLI diperoleh nilai hasil sebesar 0,936. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan **good fit** karena lebih dari kriteria *cut-off value* yaitu $\geq 0,90$.
- 8) Hasil analisis pada NFI diperoleh nilai hasil sebesar 0,897. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan **marginal fit** karena mendekati kriteria *cut-off value* yaitu $\geq 0,90$.
- 9) Hasil analisis pada IFI diperoleh nilai hasil sebesar 0,946. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan **good fit** karena lebih dari kriteria *cut-off value* yaitu $\geq 0,90$.
- 10) Hasil analisis pada RMSEA diperoleh nilai hasil sebesar 0,073. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan **good fit** karena lebih kecil dari kriteria *cut-off value* yaitu $\leq 0,08$.
- 11) Hasil analisis pada RMR diperoleh nilai hasil sebesar 0,018. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan **good fit** karena lebih kecil dari kriteria *cut-off value* yaitu $\leq 0,05$.
- 12) Hasil analisis pada PNFI diperoleh nilai hasil sebesar 0,771. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan **good fit** karena lebih kecil dari kriteria *cut-off value* yaitu $\leq 0,90$.
- 13) Hasil analisis pada PGFI diperoleh nilai hasil sebesar 0,661. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan dikategorikan **good fit** karena lebih kecil dari kriteria *cut-off value* yaitu $\leq 1,00$.

5. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur merupakan pengembangan hubungan (korelasi) yang dijelaskan menjadi beberapa interpretasi sebagai akibat yang ditimbulkan (Hakam, *et al.* 2015). Analisis jalur ini dapat memberikan gambaran kekuatan variable dengan variable yang lain, baik secara langsung maupun secara tidak langsung.



Gambar 4. 7.

Analisis Jalur Model Penelitian

Sumber : Lampiran 16

Gambar 4.7. tersebut merupakan visualisasi analisis jalur pada penelitian ini. Analisis jalur pada penelitian ini terdiri dari 7 jalur, yaitu jalur pengaruh langsung (1) *perceived ease to use* > *perceived usefulness* (2) *perceived ease to use* > *attitude toward using* (3) *perceived usefulness* > *attitude toward using* (4) *perceived usefulness* > *behavioral intention* (5) *attitude toward using* > *behavioral intention* dan jalur pengaruh tidak langsung yaitu (6) *perceived ease to use* > *behavioral intention* melalui

perceived usefulness (7) *perceived ease to use* > *behavioral intention* melalui *attitude toward using*.

Tabel 4.22.
Tabel Analisis Jalur

Hubungan Variabel		Estimasi Nilai
Perceived Ease to use	→ Perceived Usefulness	0,79
Perceived Ease to use	→ Attitude Toward Using	0,28
Perceived Usefulness	→ Attitude Toward Using	0,61
Perceived Usefulness	→ Behavioral Intention	0,36
Attitude Toward Using	→ Behavioral Intention	0,52

Sumber : Lampiran 17

Pada Tabel 4.22. dapat dilihat hubungan antara variabel dengan estimasi nilai analisis jalur dari model penelitian ini, dimana estimasi nilai dari hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan pada persepsi kemanfaatan bernilai 0,79. Estimasi nilai dari hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan pada sikap terhadap penggunaan bernilai 0,28. Estimasi nilai yang ditunjukkan dari hubungan persepsi kemanfaatan pada sikap terhadap penggunaan bernilai 0,61. Estimasi nilai yang ditunjukkan dari hubungan antara persepsi kemanfaatan pada niat berperilaku bernilai 036. Dan yang terakhir estimasi nilai yang ditunjukkan dari hubungan sikap terhadap penggunaan pada niat berperilaku bernilai 0,52.

6. Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Pengaruh langsung dapat dilihat dari koefisien jalur variable independen terhadap variable dependen (Hakam, *et al.* 2015). Hasil pengujian langsung akan disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.23.
Hasil Uji Pengaruh Langsung

Variabel	PE	PU	ATT	BI
PU	0,952	0,000	0,000	0,000
ATT	0,347	0,627	0,000	0,000
BI	0,000	0,414	0,593	0,000

Sumber : Lampiran 18

Berdasarkan tabel 4.23 di atas, dapat diketahui bahwa pengaruh langsung *perceived ease to use* terhadap *perceived usefulness* sebesar 0,952 sedangkan terhadap *attitude toward using* sebesar 0,347. Pengaruh langsung *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* sebesar 0,627 sedangkan terhadap *behavioral intention* sebesar 0,414. Dan pengaruh langsung *attitude toward using* terhadap *behavioral intention* sebesar 0,593.

7. Pengaruh Total (*Total Effect*)

Tabel 4.24.
Hasil Uji Pengaruh Total

Variabel	PE	PU	ATT	BI
PU	0,952	0,000	0,000	0,000
ATT	0,944	0,627	0,000	0,000
BI	0,954	0,786	0,593	0,000

Sumber : Lampiran 19

Tabel 4.24. di atas menunjukkan bahwa variabel *perceived ease to use* memiliki nilai tertinggi yang berpengaruh terhadap variabel *behavioral intention*. Hal ini dapat menunjukkan bahwa *perceived ease to use* akan dapat memberikan pengaruh yang paling dominan atau tinggi secara langsung terhadap *behavioral intention*.

8. Squared Multiple Correlation (SMC)

Tabel 4.25.
Hasil Uji Squared Multiple Correlation

Variabel	Estimate
<i>Perceived usefulness</i>	0,622
<i>Attitude toward using</i>	0,730
<i>Behavioral intention</i>	0,707

Sumber : Lampiran 20

Berdasarkan pada tabel 4.25. di atas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Nilai estimate variabel *perceived usefulness* adalah 0,622 yang berarti bahwa besar kontribusi yang diberikan *perceived ease to use* terhadap *perceived usefulness* adalah 62,2%, sedangkan sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain selain *perceived ease to use*.
- 2) Nilai estimate variable *attitude toward using* adalah 0,730 yang berarti bahwa besar kontribusi yang diberikan *perceived ease to use* terhadap *attitude toward using* adalah 73,0%, sedangkan sisanya 27,0% dipengaruhi oleh faktor lain selain *perceived ease to use*.
- 3) Nilai estimate variable *behavioral intention* adalah 0,707 yang berarti bahwa besar kontribusi yang diberikan *perceived ease to use* terhadap

behavioral intention adalah sebesar 70,7%, sedangkan sisanya 29,3% dipengaruhi oleh faktor lain selain *perceived ease to use*.

H. Uji Hipotesis

1. Pengujian Langsung

Hasil uji hipotesis untuk menguji pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent dapat dilihat pada Tabel 4. 25. dibawah ini:

Tabel 4.26.
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	<i>Estimate</i>	S.E.	C.R.	P	Keterangan
Perceived Ease to Use → Perceived Usefulness	0,952	0,099	9,572	***	Signifikan
Perceived Ease to Use → Attitude Toward Using	0,347	0,118	2,936	0,003	Signifikan
Perceived Usefulness → Attitude Toward Using	0,627	0,107	5,851	***	Signifikan
Perceived Usefulness → Behavioral Intention	0,414	0,137	3,015	0,003	Signifikan
Attitude Toward Using → Behavioral Intention	0,593	0,144	4,105	***	Signifikan

Sumber : Lampiran 21

Hasil uji statistik pada Tabel 4.26 di atas menunjukkan hubungan antar variabel yang dapat disimpulkan bahwa:

1. Hubungan antara *Perceived Ease to Use* dengan *Perceived Usefulness*

Dari Tabel 4.25. di atas, diperoleh nilai *koefisien standardized regression weight* antara *perceived ease to use* terhadap *perceived usefulness* sebesar 0,952. Untuk pengujian pengaruh antar kedua variabel

tersebut menunjukkan nilai C.R sebesar 9,572 dengan probabilitas dibawah 0,01. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis pertama **diterima**, dimana pernyataan tersebut berdasarkan atas nilai probabilitas dibawah 0,01 yang telah memenuhi syarat $< 0,05$ dan nilai C.R sebesar 9,572 yang telah memenuhi syarat $> 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived ease to use* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.

2. Hubungan antara *Perceived Ease to Use* dengan *Attitude Toward Using*

Dari Tabel 4.25. di atas, diperoleh nilai *koefisien standardized regression weight* antara *perceived ease to use* terhadap *attitude toward using* sebesar 0,347. Untuk pengujian pengaruh antar kedua variabel tersebut menunjukkan nilai C.R sebesar 2,936 dengan probabilitas dibawah 0,01. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis kedua **diterima**, dimana pernyataan tersebut berdasarkan atas nilai probabilitas dibawah 0,01 yang telah memenuhi syarat $< 0,05$ dan nilai C.R sebesar 2,936 yang telah memenuhi syarat $> 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived ease to use* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*.

3. Hubungan antara *Perceived Usefulness* dengan *Attitude Toward Using*

Dari Tabel 4.25. di atas, diperoleh nilai *koefisien standardized regression weight* antara *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* sebesar 0,627. Untuk pengujian pengaruh antar kedua variabel tersebut menunjukkan nilai C.R sebesar 5,851 dengan probabilitas

dibawah 0,01. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis ketiga **diterima**, dimana pernyataan tersebut berdasarkan atas nilai probabilitas dibawah 0,01 yang telah memenuhi syarat $< 0,05$ dan nilai C.R sebesar 5,851 yang telah memenuhi syarat $> 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*.

4. Hubungan antara *Perceived Usefulness* dengan *Behavioral Intention*

Dari Tabel 4.25. di atas, diperoleh nilai *koefisien standardized regression weight* antara *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* sebesar 0,414. Untuk pengujian pengaruh antar kedua variabel tersebut menunjukkan nilai C.R sebesar 3,015 dengan probabilitas dibawah 0,01. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis ketiga **diterima**, dimana pernyataan tersebut berdasarkan atas nilai probabilitas dibawah 0,01 yang telah memenuhi syarat $< 0,05$ dan nilai C.R sebesar 3,015 yang telah memenuhi syarat $> 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

5. Hubungan antara *Attitude Toward Using* dengan *Behavioral Intention*

Dari Tabel 4.25. di atas, diperoleh nilai *koefisien standardized regression weight* antara *attitude toward using* terhadap *behavioral intention* sebesar 0,593. Untuk pengujian pengaruh antar kedua variabel tersebut menunjukkan nilai C.R sebesar 4,105 dengan probabilitas dibawah 0,01. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis ketiga **diterima**,

dimana pernyataan tersebut berdasarkan atas nilai probabilitas dibawah 0,01 yang telah memenuhi syarat $< 0,05$ dan nilai C.R sebesar 4,105 yang telah memenuhi syarat $> 1,96$. Maka dapat disimpulkan bahwa *attitude toward using* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Tabel 4.27.
Hasil Uji Standardized Direct Effect

Variabel	PE	PU	ATT	BI
PU	0,789	0,000	0,000	0,000
ATT	0,282	0,614	0,000	0,000
BI	0,000	0,356	0,520	0,000

Sumber : Lampiran 22

Tabel 4.28.
Hasil Uji Standardized Indirect Effect

Variabel	PE	PU	ATT	BI
PU	0,000	0,000	0,000	0,000
ATT	0,484	0,000	0,000	0,000
BI	0,679	0,319	0,000	0,000

Sumber : Lampiran 23

Dari hasil Tabel 4.27 dan Tabel 4.28 dapat dilihat perbandingan antara nilai *standardized direct effect* dengan nilai *standardized indirect effect*. Nilai *standardized direct effect* dari *perceived ease to use* ke *attitude toward using* sebesar 0,282 sedangkan nilai *standardized indirect effect* sebesar 0,484. Dapat dikatakan bahwa variabel *perceived usefulness* memediasi hubungan antara *perceived ease to use* dan *attitude toward*

using. Hal ini terjadi karena nilai *standardized indirect effect* lebih besar dari pada nilai *standardized direct effect*. Akan tetapi peran dari sikap terhadap penggunaan sebagai mediasi tidak menunjukkan hasil yang baik akan tetapi hubungannya tetap dikatakan signifikan, hasilnya dapat dilihat dari hasil uji pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) dalam hubungan persepsi kemanfaatan pada sikap terhadap penggunaan sebagai mediasi terhadap minat berperilaku yang menunjukkan angka sebesar 0,319 sedangkan angka yang ditunjukkan dari hasil uji pengaruh langsung persepsi kemanfaatan terhadap minat berperilaku menunjukkan angka yang lebih besar yaitu 0,356. Peran dari sikap terhadap penggunaan sebagai mediasi terlihat sangat besar pada hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat berperilaku dengan nilai yang ditunjukkan sebesar 0,679.

I. Pembahasan

1. Pengaruh *Perceived Ease to Use* Terhadap *Perceived Usefulness*

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat bagi para pengguna aplikasi KAI *access* dalam melakukan reservasi tiket kereta api. Hal ini berarti hipotesis pertama (H1) yang diajukan dalam penelitian ini terdukung oleh beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Adam *et*

al. (1992), McCloskey (2006), Pavlou (2003), Park (2009), Venkatesh (2000).

Persepsi kemudahan penggunaan dijelaskan sebagai sejauh mana seorang pengguna mempercayai dengan menggunakan suatu teknologi akan bebas dari suatu usaha (Davis, 1989), atau dengan menggunakan teknologi si pengguna akan lebih dimudahkan dalam kegiatannya. Jadi dapat kita tarik sebuah kesimpulan apabila calon pengguna sebuah teknologi telah memiliki kepercayaan bahwa teknologi tersebut mudah dalam penggunaannya maka dia akan menggunakannya. Semakin mudah sebuah teknologi dalam menggunakannya maka akan memberikan manfaat dalam bentuk lebih menghemat waktu pengguna dalam menyelesaikan pekerjaannya. Jadi dalam konsep hubungan antara kemudahan dalam penggunaan terhadap manfaat terdapat hubungan yang positif.

2. Pengaruh *Perceived Ease to Use* terhadap *Attitude Toward Using*

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap setelah menggunakan. Hal ini berarti hipotesis kedua (H2) yang diajukan dalam penelitian ini didukung oleh beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Shih (2003), Darsono (2005), Sadee *et al.* (2007), Mckechnie *et al.* (2006), dan Liu *et al.* (2005).

Davis *et al.* (1989) telah mendefinisikan sikap menggunakan sebagai suatu perasaan positif maupun negatif dari seseorang jika harus melakukan sebuah perilaku yang akan ditentukan. Kemudian Davis (1993) melanjutkan penjelasan bahwa sikap terhadap penggunaan dalam metode TAM dikonsepsikan sebagai sebuah sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan oleh *user* sebagai dampak ketika seseorang menggunakan teknologi dalam pekerjaannya.

Jadi dapat kita tarik sebuah kesimpulan dimana dalam hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap setelah menggunakan akan terjadi hubungan yang positif apabila kemudahan yang diperoleh konsumen telah sesuai dengan apa yang mereka inginkan dalam mempermudah pekerjaannya.

Sebagai contoh pada kemudahan yang ditawarkan dengan adanya KAI *access*, dimana baik kemudahan yang ada pada pengoperasian aplikasi serta kemudahan dari segi reservasi tiket kereta api dan kemudahan dalam pemesanan menu makanan sewaktu dikereta yang disediakan melalui aplikasi KAI *access* telah memenuhi keinginan para penggunanya.

3. Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Attitude Toward Using*

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap setelah menggunakan. Hal ini berarti hipotesis ketiga (H3) yang

diajukan dalam penelitian ini didukung oleh beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Amoroso & Hunsinger (2009), Leiva *et al.* (2017), Hu *et al.* (1999), Ghazali *et al.* (2018) dan Park (2009).

Persepsi kemanfaatan diartikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini jika mereka menggunakan suatu teknologi maka secara otomatis akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis 1993), kemudian persepsi manfaat juga dapat diartikan sebagai sebuah pernyataan mengenai persepsi *user* terhadap kegunaan sistem teknologi itu sendiri. Apabila seseorang berasumsi bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kecepatannya dalam bekerja, meningkatkan produktifitasnya dalam bekerja, meningkatkan kinerjanya, meningkatkan efektifitas tugas serta mempermudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan penggunanya, maka teknologi itu dapat disebut memiliki manfaat.

Kesimpulannya adalah persepsi kemanfaatan diartikan sebagai persepsi dari *user* mengenai sejauh mana dia meyakini kegunaan dari suatu teknologi dan dengan menggunakan teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja mereka dalam pekerjaan atau kesehariannya.

Peneliti juga menemukan hubungan yang positif antara persepsi kemanfaatan terhadap sikap menggunakan yang ditunjukkan oleh pengguna aplikasi KAI *access* dengan melihat hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti. Menurut peneliti,

para pengguna aplikasi KAI *access* telah merasakan perbedaan manfaat yang mereka dapatkan antara sebelum dan sesudah mereka menggunakannya. Salah satu manfaat yang paling terasa dibenak para pengguna aplikasi KAI *access* adalah sistem *e-boarding pass*, dimana fitur ini akan sangat bermanfaat pada saat terjadi antrian yang panjang dipintu masuk stasiun, atau pada waktu libur panjang. Meskipun peneliti juga menemukan adanya sedikit kelemahan pada sistem *e-boarding pass*, akan tetapi secara keseluruhan sistem ini dirasa sangat bermanfaat oleh sebagian besar pengguna aplikasi KAI *access*.

4. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention*

Hasil pengujian hipotesis ke empat (H4) menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku. Hal ini berarti hipotesis ke empat (H4) yang diajukan dalam penelitian ini terdukung oleh beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Davis (1989), Pavlou (2003), Darsono (2005), Sadee *et al.* (2007), Santouridis & Kyritsi (2014), dan Ghozali *et al.* (2018).

Menurut Wibowo (2006) minat berperilaku untuk menggunakan merupakan sebuah kecenderungan untuk dapat tetap menggunakan suatu teknologi. Dimana minat dari perilaku tersebut dapat dilihat dari kuota penggunaan sebuah teknologi pada seseorang sehingga dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, semisalnya keinginan *user* untuk menambah peralatan yang

mendukung teknologi tersebut, motivasi dalam menggunakan teknologi tersebut atau bahkan sampai memiliki keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

Davis dalam Tsai (2014), berpendapat bahwa ketika seseorang memiliki sikap positif dalam penggunaan teknologi informasi baru, maka niat menggunakan teknologi tersebut juga akan semakin meningkat. Niat tersebut akan terlihat dari seberapa besar keinginan untuk mencoba dan seberapa kuat usaha yang digunakan untuk mewujudkan perilaku tersebut (Ajzen, 1991:181).

Peneliti juga menemukan hubungan yang positif antara persepsi kemanfaatan terhadap minat berperilaku yang ditunjukkan oleh pengguna aplikasi KAI *access* dengan melihat hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti.

5. Hubungan *Attitude Toward Using* Terhadap *Behavioral Intention*

Hasil pengujian hipotesis kelima (H5) menunjukkan bahwa sikap terhadap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku. Hal ini berarti hipotesis kelima (H5) yang diajukan dalam penelitian ini terdukung oleh beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Ashraf *et al.* (2014), Amoroso & Hunsinger (2009), Ndubisi & Chukwunonso (2004), Leiva *et al.* (2017) dan Ghozali *et al.* (2018).

Sikap terhadap penggunaan diartikan sebagai suatu sikap pengguna terhadap penggunaan sebuah sistem teknologi yang berupa penerimaan

maupun penolakan. Jadi secara garis besar sikap terhadap penggunaan adalah dimana ketika seorang pengguna akan menunjukkan penerimaan atau penolakan dalam menggunakan sebuah teknologi pasca penggunaan teknologi tersebut.

Selanjutnya apabila telah didapatkan sikap yang positif dari konsumen setelah mereka menggunakan suatu aplikasi, maka langkah selanjutnya kita juga harus melihat bagaimana minat mereka setelah menerima aplikasi tersebut. Minat berperilaku dapat dilihat melalui seberapa besar keinginan mereka untuk dapat tetap menggunakan aplikasi tersebut disetiap transaksi mereka, atau keinginan mereka untuk melanjutkan pemakaian dimasa yang akan datang.

Pada penelitian guna melihat hubungan antara kedua variabel diatas, peneliti menemukan hubungan yang positif antara keduanya. Ditunjukkan dengan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti. Secara keseluruhan para pengguna aplikasi KAI *access* berkeinginan untuk tetap menggunakan aplikasi KAI *access* untuk pemesanan tiket kereta api, serta berkeinginan untuk tetap menggunakan aplikasi KAI *access* dimasa yang akan datang.

6. Peran Sikap Terhadap Penggunaan sebagai Mediasi

Peran dari sikap terhadap penggunaan sebagai mediasi tidak menunjukkan hasil yang baik akan tetapi hubungannya tetap dikatakan signifikan, hasilnya dapat dilihat dari hasil uji pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) dalam hubungan persepsi kemanfaatan pada sikap

terhadap penggunaan sebagai mediasi terhadap minat berperilaku yang menunjukkan angka sebesar 0,319 sedangkan angka yang ditunjukkan dari hasil uji pengaruh langsung persepsi kemanfaatan terhadap minat berperilaku menunjukkan angka yang lebih besar yaitu 0,356. Peran dari sikap terhadap penggunaan sebagai mediasi terlihat sangat besar pada hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat berperilaku dengan nilai yang ditunjukkan sebesar 0,679. Jadi dapat kita tarik sebuah kesimpulan yaitu, peran sikap terhadap penggunaan sebagai mediasi tidak terlalu berpengaruh pada hubungan persepsi kemanfaatan terhadap minat berperilaku, akan tetapi berpengaruh sangat besar sebagai mediasi pada hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat berperilaku.

J. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT. Kereta Api Indonesia dalam hal persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat yang ditawarkan bagi konsumen pengguna aplikasi KAI access. implikasi atau manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. PT. KAI dapat melihat bagaimana tanggapan dari sebagian kecil konsumen pengguna jasa kereta api yang menjadi sampel pada penelitian ini yang menjadi perwakilan dari seluruh pengguna jasa kereta api, sehingga dapat melakukan evaluasi dan peningkatan

terhadap fungsi dan manfaat yang ditawarkan oleh PT.KAI kepada konsumen melalui aplikasi KAI *access*.

- b. Dengan diadakannya penelitian ini, PT. Kereta Api Indonesia dapat terus melakukan pengembangan terhadap aplikasi KAI *access* dengan melakukan survei terlebih dahulu, dan peneliti menyarankan PT. KAI dapat menerima berbagai masukan serta kritik dari konsumen demi kemajuan transportasi kereta api di Indonesia.

Dan pada akhirnya implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat yang didapatkan oleh konsumen pengguna KAI *access* mempengaruhi sikap dan minat dari konsumen terhadap penggunaan aplikasi KAI *access*.