



Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Aplikasi Access by KAI di Kota Bogor

Rizki Syaban Mulyasaputra^{1*}, Ryna Parlyna², Osly Usman³

Bisnis Digital, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespondensi: rizki1syaban@gmail.com

Diterima: 11-07-2026 | Disetujui: 17-07-2026 | Diterbitkan: 19-07-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Behavioral Control (PBC), and Attitude Toward (ATT) on the Behavior Intention to Use (BIU) the Access by KAI application in Bogor City. A quantitative approach was applied using the PLS-SEM method via SmartPLS software. Through a purposive sampling technique, a sample of 130 respondents aged 17-42 years who were familiar with and had used the application 1 to 2 times was obtained. The research data was collected using a structured questionnaire instrument consisting of 26 statement items. The results show that PU, PEOU, and ATT have a positive and significant influence on BIU. Conversely, PBC was found to have no positive influence on BIU. In the mediation test, ATT successfully mediated the influence of PU on BIU, but failed to mediate the influence of PEOU on BIU. Furthermore, PU did not significantly mediate the influence of PEOU on BIU. These findings indicate that user intentions to utilize the Access by KAI application are more dominantly influenced by perceived benefits, ease of use, and positive attitudes compared to perceived behavioral control. The strongest relationship is shown by the influence of PEOU on PU with a coefficient of 0.790, t-statistics 13.123, and p-value 0.000.

Keywords: *Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; Perceived Behavioral Control; Attitude Toward; Behavior Intention to Use; Access by KAI; Technology Acceptance Model.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Behavioral Control (PBC), dan Attitude Toward (ATT) terhadap Behavior Intention to Use (BIU) aplikasi Access by KAI di Kota Bogor. Pendekatan kuantitatif dengan metode PLS-SEM melalui SmartPLS digunakan. Sampel sebanyak 130 responden berusia 17-42 tahun yang familier dan pernah menggunakan aplikasi 1-2 kali diperoleh melalui purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner 26 item pernyataan. Hasil menunjukkan PU, PEOU, dan ATT berpengaruh positif dan signifikan terhadap BIU. Sebaliknya, PBC tidak berpengaruh positif terhadap BIU. Dalam uji mediasi, ATT berhasil memediasi pengaruh PU terhadap BIU, namun gagal memediasi pengaruh PEOU terhadap BIU. PU juga tidak memediasi pengaruh PEOU terhadap BIU secara signifikan. Temuan mengindikasikan niat pengguna lebih dominan dipengaruhi oleh manfaat, kemudahan, dan sikap positif dibandingkan kontrol perilaku. Hubungan terkuat ditunjukkan oleh pengaruh PEOU terhadap PU dengan koefisien 0,790, t-statistics 13,123, dan p-value 0,000. Secara keseluruhan, hasil menegaskan pentingnya optimalisasi utilitas dan antarmuka aplikasi untuk membangun sikap positif pengguna yang mendorong niat menggunakan aplikasi.

Katakunci: *Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; Perceived Behavioral Control; Attitude Toward; Behavior Intention to Use; Access by KAI; Technology Acceptance Model.*

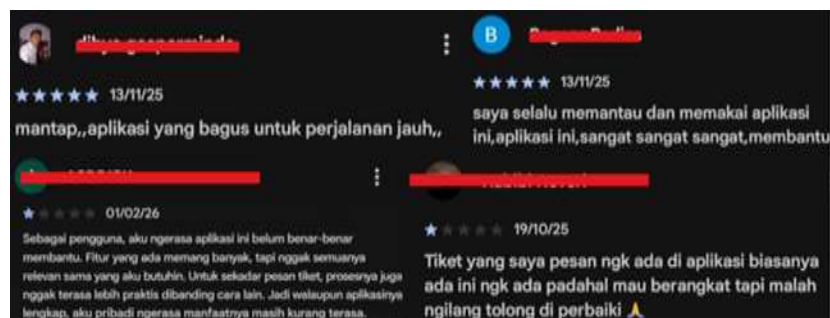
Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Mulyasaputra, R. S., Parlyna, R. ., & Usman, O. . (2026). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Aplikasi Access by KAI di Kota Bogor. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(3), 5410-5424.
<https://doi.org/10.63822/tg9c7067>

PENDAHULUAN

Perkembangan transformasi digitalisasi di Indonesia semakin tinggi, implementasi aplikasi berbasis *mobile* telah merambah ke berbagai sektor, termasuk transportasi publik. Salah satu implementasi dari perkembangan ini adalah kehadiran aplikasi yang dikembangkan oleh PT Kereta Api Indonesia, Access by KAI yang mempermudah masyarakat untuk bisa mengakses layanan digitalisasi transportasi secara terintegrasi. Pengguna dapat melakukan pemesanan tiket, pemantauan jadwal, dan mendapatkan informasi. Adopsi teknologi ini dilihat dari data Google Play Store yang diunduh lebih dari 10 juta kali per 13 November 2025.

Tingginya intensitas dan niat menggunakan masyarakat dalam aplikasi ini membuktikan bahwa transformasi PT KAI adaptif dan berorientasi pada optimalisasi pelayanan publik. Dari inovasi ini diharapkan dapat melakukan efisiensi teknis dengan aspek kebermanfaatan yang dirasakan konsumen, sehingga memperkuat motivasi dan konsistensi pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi tersebut. Pada jangka panjang, penguatan niat menggunakan aplikasi (*Behavior Intention to Use*) yang masif diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap modernisasi dan kemajuan ekosistem transportasi massal di Indonesia.



Gambar 1. Ulasan Pengguna Terkait Perceived Usefulness Aplikasi Access by KAI

Sumber: [Playstore.com](https://playstore.com); [Threads.com](https://threads.com) (2025)

Berdasarkan ulasan pengguna pada Gambar 1, terlihat bahwa sebagian pengguna menilai aplikasi Access by KAI memiliki manfaat dalam mendukung kebutuhan perjalanan pengguna. Hal ini tampak dari pernyataan seperti "mantap, aplikasi yang bagus untuk perjalanan jauh" dan "saya selalu memantau dan memakai aplikasi ini, aplikasi ini sangat membantu". Ulasan tersebut menunjukkan bahwa pengguna merasakan aplikasi dapat mempermudah aktivitas mereka, dalam hal memantau informasi perjalanan. Kondisi ini mencerminkan bahwa aplikasi dinilai bermanfaat, relevan, dan mampu meningkatkan efektivitas pengguna dalam mengakses layanan transportasi. Namun, beberapa keluhan seperti pemesanan tiket yang tidak muncul di aplikasi, proses pesan tiket yang dianggap tidak praktis dibandingkan cara lain, serta anggapan bahwa aplikasi belum benar-benar membantu menunjukkan adanya kesenjangan antara manfaat yang diharapkan dengan manfaat yang benar-benar diterima pengguna.



Gambar 2. Ulasan Pengguna Terkait Perceived Ease of Use Aplikasi Access by KAI

Sumber: [Playstore.com](https://playstore.com) (2025)

Berdasarkan ulasan pengguna pada Gambar 2, pengguna menyatakan bahwa aplikasi berjalan dengan lancar, menunjukkan bahwa dari sisi alur dan fitur, aplikasi sudah cukup mendukung kebutuhan pengguna. Namun, terdapat ulasan negatif yang menyatakan tampilan dan pengaturan fitur pada aplikasi masih membingungkan, terutama saat pengguna ingin melakukan pemesanan atau mencari informasi tertentu. Pengguna merasa harus melakukan beberapa kali klik untuk menemukan menu yang dibutuhkan, yang menunjukkan bahwa struktur navigasi dan tata letak menu belum cukup sederhana dan intuitif. Berdasarkan fenomena tersebut, PEOU pada aplikasi Access by KAI masih belum optimal. Meskipun aplikasi sudah memiliki fitur yang lengkap serta berjalan dengan baik, tampilan antarmuka dan navigasi menu masih dirasakan cukup kompleks oleh sebagian pengguna.

Penelitian ini didasarkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM), teori mekanisme suatu penerimaan dan pemanfaatan teknologi oleh pengguna. Dalam pendekatan ini, *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) ditetapkan sebagai dua faktor utama yang memengaruhi *Attitude Toward* (ATT) terhadap program yang kemudian memengaruhi *Behavior Intention to Use* (BIU). Penelitian ini menggabungkan *Perceived Behavior Control* (PBC) untuk mengkaji bagaimana persepsi pengguna tentang kontrol, kemampuan pribadi (internal), dan eksternal memengaruhi keinginan mereka untuk memanfaatkan suatu program. Untuk menganalisis aplikasi Access by KAI peneliti menggunakan TAM, khususnya untuk menganalisis bagaimana persepsi pengguna mengenai kegunaan, kemudahan penggunaan, dan hambatan teknis dapat memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan program tersebut. Pemilihan Kota Bogor sebagai lokus penelitian didasari oleh tingkat produktivitas daerahnya yang tergolong tinggi. Karakteristik ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang representatif dan relevan dengan fokus kajian yang sedang diteliti.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh PU terhadap ATT; (2) menganalisis pengaruh PEOU terhadap ATT; (3) menganalisis pengaruh ATT terhadap BIU; (4) menganalisis pengaruh PU terhadap BIU; (5) menganalisis pengaruh PBC terhadap BIU; (6) menganalisis pengaruh PEOU terhadap PU; (7) menganalisis peran mediasi PU dalam hubungan PEOU terhadap BIU; (8) menganalisis peran mediasi ATT dalam hubungan PU terhadap BIU; dan (9) menganalisis peran mediasi ATT dalam hubungan PEOU terhadap BIU.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengevaluasi data secara statistik, menjelaskan fenomena, menganalisis hubungan antar variabel, serta menarik kesimpulan yang objektif dan dapat diukur (Sugiyono, 2023). Metode survei digunakan guna melakukan pengumpulan data melalui kuesioner terstruktur yang disebarakan kepada responden untuk mendapatkan data empiris yang representatif.

Populasi penelitian ini adalah responden yang pernah mengetahui atau familiar dengan aplikasi Access by KAI khususnya di Kota Bogor dengan usia produktif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Kriteria sampel dalam penelitian ini ditentukan sebagai berikut: (1) berdomisili di wilayah Kota Bogor; (2) berusia 17-42 tahun; (3) mengetahui atau familiar dengan aplikasi Access by KAI; (4) memiliki keinginan menggunakan aplikasi Access by KAI; dan (5) pernah mengoperasikan 1-2 kali aplikasi Access by KAI. Mengacu pada Hair (2022) yang menyatakan bahwa penelitian sebaiknya penentuan jumlah diukur dengan minimal 5 hingga 20 kali jumlah indikator yang dianalisis, dengan jumlah indikator sebanyak 26, maka diperoleh sampel sebanyak 130 responden.

Tabel 1. Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Jumlah Item	Sumber
Behavior Intention to Use (BIU)	Intend to use, Plan to use, Daily use, Recommendation	5	Al-Rahmi et al. (2021); Gumasing et al. (2024); Utari & Fauziah (2023)
Attitude Toward (ATT)	Perceived Enjoyment, Fun interact	5	Hameed et al. (2024); Islam (2023); Koutromanos et al. (2024)
Perceived Usefulness (PU)	Work more quickly, Effectiveness, Makes job easier, Useful	6	Davis (1989); Denovan & Marsasi (2025); Ferreira et al. (2022)
Perceived Ease of Use (PEOU)	Ease of Use, Ease of Learning, Controllable	5	Davis (1989); Denovan & Marsasi (2025); Ferreira et al. (2022)
Perceived Behavior Control (PBC)	Perceived Self-Control, External Control Beliefs, Perceived Power	5	Ajzen (1991); Hojjati et al. (2025)

(Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026)

Teknik analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS) dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0. Evaluasi model dilakukan melalui dua tahapan: (1) *Evaluation of Measurement Model* (Outer Model) yang meliputi uji *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Reliability*; serta (2) *Evaluation of Structural Model* (Inner Model) yang meliputi uji *Coefficient of Determination* (R^2) dan pengujian hipotesis melalui metode *bootstrapping*. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistics > 1,96 dan p-value < 0,05 (Hair, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 130 responden yang berdomisili di Kota Bogor, berusia antara 17 hingga

42 tahun, serta mengetahui atau familiar dengan aplikasi Access by KAI. Responden yang terlibat merupakan individu yang memiliki niat untuk menggunakan aplikasi Access by KAI dan pernah mengoperasikannya sebanyak satu hingga dua kali. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner digital menggunakan Google Form. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis untuk keperluan pengujian hipotesis dengan menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4.1.1.6. Pembahasan dalam bab ini diawali dengan pemaparan hasil analisis deskriptif untuk setiap variabel, kemudian dilanjutkan dengan pengujian *outer model* (model pengukuran) serta *inner model* (model struktural) untuk melihat kualitas validitas, reliabilitas, sekaligus membuktikan keterkaitan antarvariabel.

Hasil Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada 130 responden, seluruh variabel penelitian menunjukkan kecenderungan penilaian positif. Variabel *Perceived Usefulness* (PU) memiliki rentang nilai *mean* 3,346 hingga 3,685, yang mengindikasikan responden menilai aplikasi Access by KAI memberikan manfaat nyata dalam menunjang aktivitas terkait layanan KAI, khususnya pada aspek kecepatan, efektivitas, kemudahan proses, serta kebermanfaatan secara keseluruhan. Variasi penilaian responden terlihat dari nilai standar deviasi yang berkisar antara 1,313 hingga 1,455, yang menunjukkan bahwa walaupun kecenderungan umum bersifat positif, pengalaman dan penilaian responden terhadap manfaat aplikasi belum sepenuhnya seragam.

Pada item PU3 (Saya menganggap lebih efektif untuk membeli tiket menggunakan Aplikasi Access by KAI di *smartphone*), diperoleh nilai *mean* tertinggi sebesar 3,685 dengan standar deviasi 1,392. Nilai ini merupakan yang tertinggi di antara seluruh item, sehingga dapat dideskripsikan bahwa aspek kegunaan yang paling kuat dirasakan responden terletak pada proses pembelian tiket melalui aplikasi yang disediakan di *smartphone*. Dominasi jawaban setuju (30,8%) dan sangat setuju (36,9%) memperkuat temuan tersebut. Dengan demikian, aplikasi Access by KAI telah berhasil membangun persepsi yang kuat sebagai media pembelian tiket yang praktis, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan mobilitas pengguna.

Variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU) memiliki rentang *mean* 3,369 hingga 3,546, menunjukkan bahwa fitur-fitur aplikasi dinilai cukup mudah digunakan dan dipelajari. Pada item PEOU3 (Saya menggunakan aplikasi Access by KAI ini karena fitur yang mudah dipelajari), diperoleh nilai *mean* tertinggi sebesar 3,546 dengan standar deviasi 1,376. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek kemudahan yang paling kuat dirasakan responden terletak pada kemudahan mempelajari fitur-fitur dalam aplikasi, yang berarti pengguna merasa bahwa aplikasi tidak membutuhkan usaha yang besar untuk dipahami ketika pertama kali digunakan.

Variabel *Perceived Behavioral Control* (PBC) memiliki rentang *mean* 3,362 hingga 3,654, mengindikasikan responden merasa memiliki kemampuan dan sumber daya yang cukup untuk menggunakan aplikasi. Pada item PBC5 (Menurut saya, menggunakan aplikasi Access by KAI jauh lebih mudah dibandingkan dengan cara tradisional untuk mengakses layanan Kereta Api Indonesia), diperoleh nilai *mean* tertinggi sebesar 3,654 dengan standar deviasi 1,418. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan relatif terhadap metode tradisional menjadi kekuatan utama yang mendorong persepsi kontrol pengguna terhadap aplikasi.

Variabel *Attitude Toward* (ATT) memiliki rentang *mean* 3,438 hingga 3,785, menunjukkan sikap positif pengguna terhadap aplikasi. Pada item ATT1 (Saya nyaman dan suka menggunakan aplikasi Access

by KAI), diperoleh nilai *mean* tertinggi sebesar 3,785 dengan standar deviasi 1,376. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aspek yang paling kuat dirasakan responden adalah rasa nyaman dan kesukaan saat menggunakan aplikasi, di mana dominasi jawaban setuju sebesar 27,7% dan sangat setuju sebesar 42,3% menggambarkan kondisi dimana responden memiliki pengalaman penggunaan yang menyenangkan secara emosional.

Variabel *Behavior Intention to Use* (BIU) memiliki rentang *mean* 3,385 hingga 3,677, mengindikasikan niat penggunaan yang positif di kalangan responden. Pada item BIU4 (Saya berkomitmen untuk menggunakan aplikasi Access by KAI dalam jangka panjang dan mengharapkan agar aplikasi ini menjadi bagian rutin dalam kehidupan saya), diperoleh nilai *mean* tertinggi sebesar 3,677 dengan standar deviasi 1,410. Hasil ini menunjukkan bahwa aspek yang paling kuat dari niat perilaku responden terletak pada komitmen penggunaan jangka panjang, di mana persentase jawaban sangat setuju sebesar 40,0% dan setuju sebesar 25,4% menunjukkan bahwa banyak responden mulai melihat aplikasi Access by KAI sebagai sarana yang berpotensi menjadi bagian dari kebiasaan mereka.

Uji Outer Model (Measurement Model)

Convergent Validity

Validitas konvergen merujuk pada tingkat konsistensi hubungan antar indikator dalam merepresentasikan konstruk yang sama. Mengacu pada standar yang ditetapkan oleh Hair (2022), ambang batas penerimaan untuk sebuah indikator dikatakan valid adalah apabila memiliki nilai *loading factor* di atas atau sama dengan 0,70. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator berhasil mencatatkan nilai *outer loading* melampaui ambang batas 0,70, yang berarti seluruh syarat formal telah terpenuhi. Angka ini menegaskan kemampuan setiap item kuesioner dalam merekam variabel laten secara akurat dan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
ATT	ATT1	0.907	Valid
ATT	ATT2	0.919	Valid
ATT	ATT3	0.914	Valid
ATT	ATT4	0.912	Valid
ATT	ATT5	0.905	Valid
BIU	BIU1	0.930	Valid
BIU	BIU2	0.886	Valid
BIU	BIU3	0.859	Valid
BIU	BIU4	0.913	Valid
BIU	BIU5	0.915	Valid
PBC	PBC1	0.918	Valid
PBC	PBC2	0.900	Valid
PBC	PBC3	0.903	Valid
PBC	PBC4	0.923	Valid
PBC	PBC5	0.917	Valid
PEOU	PEOU1	0.920	Valid
PEOU	PEOU2	0.880	Valid
PEOU	PEOU3	0.911	Valid
PEOU	PEOU4	0.905	Valid
PEOU	PEOU5	0.857	Valid
PU	PU1	0.910	Valid

PU	PU2	0.873	Valid
PU	PU3	0.904	Valid
PU	PU4	0.874	Valid
PU	PU5	0.906	Valid
PU	PU6	0.900	Valid

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Discriminant Validity

Penerapan uji *discriminant validity* bertujuan untuk memvalidasi tingkat keunikan suatu konstruk agar tidak terjadi *overlapping* dengan konstruk dalam sistem pemodelan. Mengacu pada panduan Hair (2022), validitas diskriminan model HTMT terpenuhi sewaktu angka rasionya kurang dari 0,90. Hasil pengujian *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) memperlihatkan bahwa seluruh nilai konstruk secara konsisten berada di bawah standar acuan 0,90, dengan nilai tertinggi sebesar 0,891. Hasil tersebut membuktikan bahwa tingkat kedekatan antar-konstruk dalam model masih dalam batas wajar dan terbebas dari masalah redundansi pengukuran.

Reliability

Uji reliabilitas berperan aktif memastikan bahwa sekumpulan indikator memiliki stabilitas internal yang solid untuk menggambarkan konstruk laten. Berlandaskan pedoman Hair (2022), sebuah konstruk dinyatakan memiliki reliabilitas yang memadai apabila nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* berada di atas ambang batas 0,70, serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) melampaui koefisien 0,50.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_c)	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
ATT	0.939	0.957	0.846	Reliabel
BIU	0.942	0.956	0.812	Reliabel
PBC	0.950	0.961	0.833	Reliabel
PEOU	0.938	0.953	0.801	Reliabel
PU	0.950	0.960	0.800	Reliabel

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70, serta nilai AVE di atas 0,50. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat validitas konvergen.

Uji Inner Model (Structural Model)

Coefficient of Determination (R^2)

Guna memetakan sejauh mana variabel independen dapat menerangkan variabel dependen, nilai R^2 digunakan sebagai parameter utama. Menurut Hair (2022), nilai R^2 terdiri dari tiga kategori: 0,75 (kuat), 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah).

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	R-square	R-square Adjusted	Kategori
ATT	0.746	0.742	Kuat
BIU	0.789	0.784	Kuat
PU	0.625	0.622	Moderat

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa ATT memiliki nilai R^2 sebesar 0,746 (kategori kuat), yang berarti variabel independen dalam model mampu menjelaskan 74,6% variasi pada ATT. BIU memiliki nilai R^2 sebesar 0,789 (kategori kuat), yang berarti variabel independen mampu menerangkan 78,9% variasi pada BIU. PU memiliki nilai R^2 sebesar 0,625 (kategori moderat), yang berarti variabel independen mampu menjelaskan 62,5% variasi pada PU.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis diuji dengan metode *bootstrapping* pada penelitian ini. Merujuk pada Hair (2022), hipotesis diterima apabila t-statistics di atas angka $> 1,96$ atau nilai p-value $< 0,05$. Jika kondisi t-statistics $\leq 1,96$ atau nilai p-value $\geq 0,05$, maka dinilai tidak signifikan sehingga hipotesis ditolak.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

Hipotesis	Hubungan	Original Sample (O)	T Statistics	P Values	Keterangan
H1	PU $\rightarrow$ ATT	0.520	3.682	0.000	Diterima
H2	PEOU $\rightarrow$ ATT	0.392	2.724	0.006	Diterima
H3	ATT $\rightarrow$ BIU	0.393	3.107	0.002	Diterima
H4	PU $\rightarrow$ BIU	0.312	2.030	0.042	Diterima
H5	PBC $\rightarrow$ BIU	0.239	1.957	0.050	Ditolak
H6	PEOU $\rightarrow$ PU	0.790	13.123	0.000	Diterima

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)

Hipotesis	Hubungan	Original Sample (O)	T Statistics	P Values	Keterangan
H7	PEOU $\rightarrow$ PU $\rightarrow$ BIU	0.246	1.873	0.061	Ditolak
H8	PU $\rightarrow$ ATT $\rightarrow$ BIU	0.205	2.431	0.015	Diterima
H9	PEOU $\rightarrow$ ATT $\rightarrow$ BIU	0.154	1.883	0.060	Ditolak

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Pembahasan

Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Attitude Toward

Hasil pengujian menunjukkan bahwa PU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ATT dengan koefisien jalur 0,520, t-statistics 3,682, dan p-value 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan yang lebih tinggi akan mendorong terbentuknya sikap yang lebih positif terhadap penggunaan aplikasi Access by KAI. Hal ini sejalan dengan penelitian Andika et al. (2025) yang menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap manfaat aplikasi dalam memudahkan aktivitas transaksi, semakin kuat niat mereka untuk menggunakannya. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh Islam (2023) yang

menemukan bahwa pengunjung yang menganggap sistem *e-ticketing* bermanfaat memiliki sikap positif terhadap sistem tersebut. Berdasarkan temuan tersebut, KAI telah berhasil menghadirkan aplikasi yang dipersepsikan mampu memberikan manfaat nyata bagi pengguna, khususnya dalam mendukung proses pembelian tiket secara lebih praktis, cepat, dan efisien.

Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Attitude Toward

Hasil pengujian menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ATT dengan koefisien jalur 0,392, t-statistics 2,724, dan p-value 0,006. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan suatu sistem, maka semakin positif pula sikap pengguna terhadap sistem tersebut. Penelitian serupa oleh Christanto et al. (2024) juga menemukan pengaruh positif, yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dalam mengoperasikan aplikasi dalam memesan tiket menghasilkan sikap dan perilaku konsumen ke arah yang positif. Denovan & Marsasi (2025) juga menemukan bahwa pengaruh ini terjadi karena kemudahan dalam memahami fitur dan cara kerja teknologi dapat mengurangi hambatan psikologis bagi pengguna, yang pada gilirannya menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan. Respons positif pengguna terhadap fitur-fitur di dalam Access by KAI sangat dipengaruhi oleh tingkat kemudahan operasional aplikasi tersebut.

Pengaruh Attitude Toward terhadap Behavior Intention to Use

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ATT memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap BIU dengan koefisien jalur 0,393, t-statistics 3,107, dan p-value 0,002. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wasudawan et al. (2025) yang menyatakan bahwa sikap positif terhadap penggunaan suatu aplikasi dapat memengaruhi keputusan pengguna untuk mengadopsinya. Christanto et al. (2024) juga menjelaskan bahwa pengaruh positif ATT terhadap BIU terjadi karena adanya sikap dan perilaku positif konsumen yang menumbuhkan niat untuk melakukan pembelian atau menggunakan layanan yang disediakan. Hasil ini mengindikasikan bahwa sikap pengguna menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk niat penggunaan. Ketika pengguna memiliki persepsi yang baik terhadap sistem, baik dari sisi kemudahan, kenyamanan, manfaat, maupun pengalaman penggunaan, maka pengguna cenderung memiliki dorongan yang lebih kuat untuk terus menggunakan sistem tersebut.

Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavior Intention to Use

Hasil pengujian menunjukkan bahwa PU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap BIU dengan koefisien jalur 0,312, t-statistics 2,030, dan p-value 0,042. Temuan ini mengonfirmasi bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna, semakin besar pula keinginan mereka untuk menggunakan aplikasi. Wang et al. (2022) menemukan bahwa PU merupakan variabel yang signifikan dalam membentuk BIU, berkontribusi sebesar 29,6% terhadap BIU. Ferreira et al. (2022) juga menemukan bahwa pengaruh positif PU terhadap BIU disebabkan oleh harapan pengguna untuk memperoleh kemudahan dan efektivitas dalam melakukan pembelian tiket perjalanan. Rachman & Umniati (2025) menjelaskan bahwa pengaruh positif antara PU dan BIU terjadi karena pengguna menilai aplikasi tersebut sangat berguna, terutama dalam kemudahan proses-proses seperti transaksi yang terdapat dalam aplikasi.

Pengaruh Perceived Behavioral Control terhadap Behavior Intention to Use

Hasil pengujian menunjukkan bahwa PBC memiliki arah hubungan positif dengan BIU dengan koefisien jalur 0,239, namun tidak signifikan secara statistik dengan t-statistics 1,957 dan p-value 0,050. Dengan demikian, hipotesis H5 ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hamid et al. (2023) yang menunjukkan bahwa PBC tidak berpengaruh terhadap BIU karena adanya hambatan eksternal seperti keterbatasan fasilitas infrastruktur, rendahnya penguasaan teknologi, serta kendala konektivitas di wilayah tertentu. Dalam konteks Access by KAI, pengguna dapat tetap memiliki niat menggunakan aplikasi karena faktor lain seperti manfaat aplikasi, efisiensi pemesanan tiket, dan kebutuhan perjalanan, yang lebih dominan dibandingkan kontrol perilaku yang dirasakan.

Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Perceived Usefulness

Hasil pengujian menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap PU dengan koefisien jalur 0,790, t-statistics 13,123, dan p-value 0,000. Temuan ini membuktikan bahwa pengoperasian aplikasi yang praktis secara linear mampu meningkatkan penilaian positif pengguna mengenai kegunaan teknologi tersebut. Christanto et al. (2024) juga menemukan hasil serupa yang menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi kenyamanan mereka dalam melakukan transaksi. Denovan & Marsasi (2025) mengonfirmasi bahwa kemudahan operasional layanan teknologi meningkatkan efisiensi pengguna dalam menyelesaikan tugas, sehingga memperkuat persepsi bahwa teknologi tersebut benar-benar bermanfaat. Kemudahan penggunaan pada aplikasi Access by KAI dapat meningkatkan persepsi pengguna tentang manfaat dalam aplikasi tersebut, seperti pembelian tiket, jadwal perjalanan, dan fitur lainnya.

Peran Mediasi Perceived Usefulness dalam Hubungan PEOU terhadap BIU

Hasil pengujian menunjukkan bahwa PU tidak berhasil memediasi hubungan PEOU terhadap BIU dengan t-statistics 1,873 dan p-value 0,061, sehingga H7 ditolak. Hasil ini tidak sesuai dengan temuan Yulianti (2023) yang mengindikasikan bahwa untuk dapat mempengaruhi BIU secara signifikan, persepsi kemudahan penggunaan harus terlebih dahulu melalui persepsi kegunaan. Tidak signifikannya pengaruh tidak langsung ini memberi pemahaman bahwa kemudahan penggunaan belum cukup untuk membentuk niat penggunaan melalui persepsi manfaat. Meskipun pengguna menilai aplikasi mudah digunakan, kemudahan tersebut belum tentu membuat pengguna langsung merasakan manfaat yang kuat. Manfaat aplikasi perlu didukung oleh fungsi aplikasi yang relevan, stabil, cepat, dan mampu menyelesaikan kebutuhan pengguna secara nyata.

Peran Mediasi Attitude Toward dalam Hubungan PU terhadap BIU

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ATT berhasil memediasi hubungan PU terhadap BIU dengan t-statistics 2,431 dan p-value 0,015, sehingga H8 diterima. Temuan ini selaras dengan Liesa-Orús (2022) yang menyatakan bahwa PU memiliki efek tidak langsung terhadap niat penggunaan yang memerlukan respon positif terhadap penggunaan teknologi. Prastiawan et al. (2021) juga menemukan bahwa PU terlebih dahulu membentuk sikap positif terhadap aplikasi *mobile*, dan sikap positif itulah yang kemudian meningkatkan niat penggunaan. Hasil ini mempertegas peran penting ATT sebagai mediator antara PU dan BIU, di mana manfaat aplikasi yang dirasakan pengguna berpengaruh terhadap keputusan penggunaan

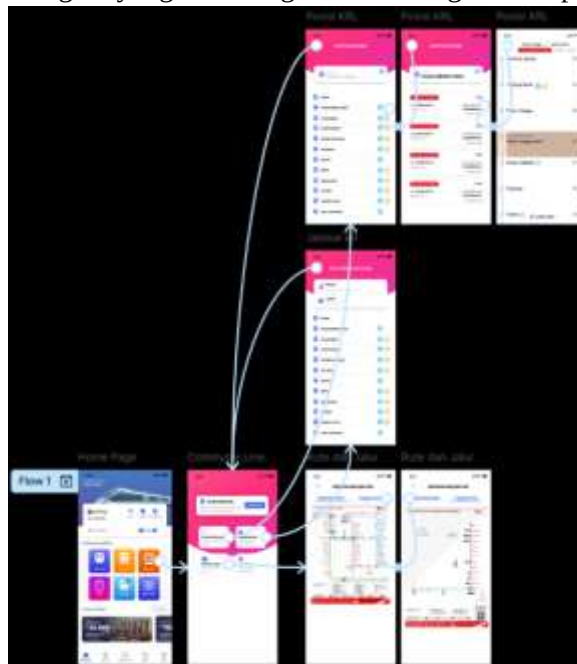
melalui dorongan sikap positif yang diterima pengguna.

Peran Mediasi Attitude Toward dalam Hubungan PEOU terhadap BIU

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ATT tidak berhasil memediasi hubungan PEOU terhadap BIU dengan t-statistics 1,883 dan p-value 0,060, sehingga H9 ditolak. Temuan ini sejalan dengan Yuliandini & Roosdhani (2025) yang menemukan bahwa ATT tidak memediasi pengaruh PEOU terhadap BIU karena sikap pengguna terhadap aplikasi tidak cukup kuat untuk mempengaruhi niat penggunaan. Rahmanda & Abdurrahman (2024) juga menemukan bahwa ATT tidak memediasi hubungan antara PEOU dan BIU karena PEOU tidak cukup membentuk sikap positif terhadap penggunaan suatu aplikasi. Tidak signifikannya pengaruh tidak langsung ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi Access by KAI belum cukup kuat untuk membentuk sikap positif yang dapat mendorong niat penggunaan, karena pengguna tetap mempertimbangkan aspek lain seperti kecepatan akses, stabilitas aplikasi, dan manfaat langsung yang diperoleh.

Prototype Inovasi Aplikasi Access by KAI

Implementasi praktis dari penelitian ini ditunjukkan dengan perancangan inovasi *prototype* aplikasi Access by KAI. Fokus utama dari inovasi ini adalah memperlihatkan *user interface* serta alur interaksi pengguna ketika mengoperasikan fitur yang tersedia. *Prototype* ini berfungsi memberikan gambaran visual mengenai pemanfaatan fitur digital yang dirancang untuk meningkatkan operasional perjalanan KAI.



Gambar 3. Prototype Aplikasi Access by KAI
(Sumber: Diolah peneliti, 2026)

Prototype yang dirancang menggambarkan alur pemanfaatan aplikasi Access by KAI, mulai dari halaman awal hingga tampilan detail. *Prototype* ini dirancang untuk memudahkan pengguna dalam menjalani aplikasi. Inovasi utama dalam penelitian ini adalah penambahan icon informasi ketersediaan air

dispenser gratis dan lift penumpang.



Gambar 4. Inovasi Penambahan Informasi Fasilitas
(Sumber: Diolah peneliti, 2026)

Inovasi penambahan informasi ikon ketersediaan dispenser isi ulang gratis dan lift penumpang merupakan salah satu pengembangan fitur pada *prototype* aplikasi informasi KRL. Inovasi ini bertujuan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengakses informasi fasilitas pendukung yang tersedia di setiap stasiun KAI. Melalui penambahan ikon tersebut, pengguna tidak hanya memperoleh informasi mengenai jadwal, rute, dan posisi kereta, tetapi juga dapat mengetahui fasilitas penting yang tersedia di stasiun tujuan maupun stasiun transit. Fitur ikon dispenser isi ulang gratis dirancang untuk membantu pengguna menemukan stasiun yang menyediakan fasilitas air minum gratis, yang bermanfaat terutama bagi penumpang yang melakukan perjalanan jarak jauh, berpindah rute, atau menunggu kereta dalam waktu cukup lama. Sementara itu, ikon lift penumpang memberikan informasi mengenai aksesibilitas stasiun, khususnya bagi penyandang disabilitas, lansia, ibu hamil, pengguna kursi roda, serta penumpang yang membawa barang berat. Keberadaan informasi fasilitas seperti dispenser isi ulang gratis dan lift penumpang diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan digital, memperkuat aksesibilitas transportasi publik, serta membantu pengguna mengambil keputusan perjalanan yang lebih baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan penting. Pertama, *Perceived Usefulness* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward* penggunaan aplikasi Access by KAI, yang menunjukkan bahwa persepsi kegunaan aplikasi yang lebih tinggi akan mendorong terbentuknya sikap yang lebih positif terhadap aplikasi tersebut. Kedua, *Perceived Ease of Use* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward*, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan suatu sistem, maka semakin positif pula sikap pengguna terhadap sistem tersebut. Ketiga, *Attitude Toward* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention to Use*, yang menunjukkan bahwa sikap pengguna menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk niat penggunaan sistem secara berkelanjutan. Keempat, *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention to Use*, yang berarti semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna, semakin besar pula keinginan mereka untuk menggunakan aplikasi.

Kelima, *Perceived Behavioral Control* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavior Intention to Use*, yang mengindikasikan bahwa dalam penggunaan aplikasi Access by KAI, terdapat faktor-faktor lain yang lebih dominan dibandingkan kontrol yang dirasakan pengguna, seperti manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan. Keenam, *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness*, yang menegaskan bahwa kemudahan dalam penggunaan sistem secara langsung dapat meningkatkan persepsi pengguna terhadap manfaat sistem tersebut. Ketujuh, *Perceived Usefulness* tidak memediasi hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention to Use*, yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak cukup untuk membentuk niat penggunaan melalui persepsi manfaat jika manfaat utama belum dirasakan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Kedelapan, *Attitude Toward* berhasil memediasi hubungan *Perceived Usefulness* terhadap *Behavior Intention to Use*, yang mencerminkan bahwa manfaat aplikasi yang dirasakan pengguna berpengaruh terhadap keputusan penggunaan melalui dorongan sikap positif yang terbentuk. Kesembilan, *Attitude Toward* tidak memediasi hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention to Use*, yang menunjukkan bahwa untuk meningkatkan niat penggunaan, pengembang perlu fokus tidak hanya pada kemudahan penggunaan tetapi juga pada faktor-faktor lain seperti efektivitas, efisiensi, dan relevansi aplikasi dengan kebutuhan pengguna. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa niat pengguna dalam memanfaatkan aplikasi Access by KAI lebih dominan dipengaruhi oleh aspek manfaat, kemudahan, dan sikap positif yang dirasakan, dibandingkan dengan faktor kontrol perilaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Academic Press. Inc.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Al-Rahmi, A. M., Al-Rahmi, W. M., Alturki, U., Aldraiweesh, A., Almutairy, S., & Al-Adwan, A. S. (2021). Exploring the Factors Affecting Mobile Learning for Sustainability in Higher Education. *Sustainability*, 13(14), 7893.
- Andika, D. S., Fauziyah, R., Wibisono, M. I., & Dhewi, T. S. (2025). The Effect of Perceived Usefulness on Behavior Intention to Use through Attitude toward Using the Alfagift Application. *International Journal of Business and Applied Economics*, 4(3), 1189-1200.
- Christanto, H. J., Sutresno, S. A., Singgalen, Y. A., & Dewi, C. (2024). Analyzing Benefits of Online Train Ticket Reservation App Using Technology Acceptance Model. *Ingénierie Des Systèmes d'Information*, 29(1), 107-115.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Denovan, R. F., & Marsasi, E. G. (2025). Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness And Satisfaction To Maximize Behavioral Intention With The Technology Acceptance Model In Generation Y And Z Consumers. *Jurnal Pamator*, 18(1), 1-36.
- Ferreira, M. C., Oliveira, M., & Dias, T. G. (2022). To Use or Not to Use? Investigating What Drives Tourists to Use Mobile Ticketing Services in Tourism. *Sustainability*, 14(11), 6622.
- Hair, J. F. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-*

- SEM). *International Journal of Research & Method in Education*, 38(2), 220-221.
- Hamid, S., Azhar, M., & Sujood. (2023). Behavioral intention to order food and beverage items using e-commerce during COVID-19: An integration of theory of planned behavior (TPB) with trust. *British Food Journal*, 125(1), 112-131.
- Islam, M. N. (2023). Factors affecting adoption of self-service E-ticketing technology: A study on heritage sites in Bangladesh. *Heliyon*, 9(3), e14691.
- Liesa-Orús, M. (2022). Links between ease of use, perceived usefulness and attitudes towards technology in older people in university: A structural equation modelling approach. *Education and Information Technologies*.
- Prastiawan, D. I., Aisjah, S., & Rofiaty, R. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence on the Use of Mobile Banking through the Mediation of Attitude Toward Use. *Asia Pacific Management and Business Application*, 9(03), 243-260.
- Rachman, A. I., & Umniati, N. (2025). Analisis Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived ease of use pada Minat Penggunaan Aplikasi Segari dengan Attitude toward using sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah*, 10(1).
- Rahmanda, G., & Abdurrahman. (2024). Technology Acceptance Model Approach, Subjective Norm Towards Behavior Intention Is Mediated By Attitude And Moderated By Religiosity. *Jurnal Ekonomi*, 13(04).
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wang, K., Van Hemmen, S. F., & Criado, J. R. (2022). The behavioural intention to use MOOCs by undergraduate students: Incorporating TAM with TPB. *International Journal of Educational Management*, 36(7), 1321-1342.
- Wasudawan, K., Weissmann, M. A., & Nwobodo, S. (2025). Small and medium-sized enterprises perceived trust towards social media: Applying the extended technology acceptance model. *Journal of Asia Business Studies*, 19(4), 1085-1103.
- Yuliandini, P. R., & Roosdhani, M. R. (2025). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Risk, dan Perceived Usefulness, Terhadap Behavioral Intention melalui Attitude Toward Using to Mobile Banking (BRImo) di Kota Jepara. *Jurnal Ilmiah*.
- Yulianti, G. W., Agung Yuniarinto, Ida. (2023). Perceived ease of use's effects on behavioral intention mediated by perceived usefulness and trust. *Interdisciplinary Social Studies*.