



Faktor - Faktor yang Mempengaruhi *Behavioral Intention* pada Fitur Toilet *Tracking* Aplikasi Mobile Transjakarta

Naura Artanti Shafwan Wibowo¹, Osly Usman², Ryna Parlyna³

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

*Email : nauraaswibowo@gmail.com

Diterima: 28-07-2026 | Disetujui: 04-08-2026 | Diterbitkan: 06-08-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing users' behavioral intention toward the Toilet Tracking feature on the Transjakarta mobile application to enhance user comfort and experience. The study extends the Technology Acceptance Model (TAM) by incorporating Personal Innovativeness, Self-Efficacy, and System Quality as independent variables, alongside Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment as mediating variables influencing Behavioral Intention. A quantitative approach was employed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) analyzed via SmartPLS 4.0 software. Data were collected through questionnaires distributed to 189 Transjakarta application user respondents. The findings demonstrate that Personal Innovativeness positively affects Perceived Usefulness, Self-Efficacy positively affects Perceived Ease of Use, and System Quality positively affects Perceived Enjoyment. Furthermore, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment significantly and positively influence Behavioral Intention, while also mediating the relationships between the independent variables and behavioral intention. These results indicate that enhancing system quality, perceived usefulness, ease of use, and enjoyable experiences increases users' intention to utilize the Toilet Tracking feature. This study provides valuable considerations for PT Transportasi Jakarta in developing innovative digital features.

Keywords: Behavioral Intention; Technology Acceptance Model (TAM); Personal Innovativeness; Self-Efficacy; System Quality; Toilet Locator; Transjakarta App.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *behavioral intention* pengguna terhadap fitur Toilet Tracking pada aplikasi mobile Transjakarta guna meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pengguna. Penelitian ini mengembangkan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan mengintegrasikan *Personal Innovativeness*, *Self-Efficacy*, dan *System Quality* sebagai variabel independen, serta *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Enjoyment* sebagai variabel mediasi terhadap *Behavioral Intention*. Pendekatan kuantitatif digunakan melalui metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS 4.0. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 189 responden pengguna aplikasi Transjakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Personal Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*, *Self-Efficacy* berpengaruh positif terhadap *Perceived Ease of Use*, dan *System Quality* berpengaruh positif terhadap *Perceived Enjoyment*. Selanjutnya, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Enjoyment* terbukti berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*, serta berhasil memediasi hubungan variabel independen terhadap niat penggunaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas sistem, manfaat, kemudahan, dan kenyamanan dapat meningkatkan niat pengguna memanfaatkan fitur Toilet

Tracking. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan bagi PT Transportasi Jakarta dalam mengembangkan fitur digital yang inovatif.

Kata Kunci: *Behavioral Intention; Technology Acceptance Model (TAM); Personal Innovativeness; Self-Efficacy; System Quality; Toilet Tracking; Aplikasi Transjakarta.*

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Wibowo, N. A. S., Usman, O., & Parlyna, R. . (2026). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention pada Fitur Toilet Tracking Aplikasi Mobile Transjakarta. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(3), 6528-6547. <https://doi.org/10.63822/46awyv41>

PENDAHULUAN

Aplikasi Transjakarta menyediakan akses informasi yang mudah, antarmuka yang sederhana dan ringan, serta fitur seperti pelacakan posisi bus, informasi halte terdekat, dan estimasi waktu kedatangan. Kombinasi fitur tersebut membantu pengguna melakukan perjalanan secara efektif dan efisien. Keandalan tampilan dan penyajian informasi memperkuat pengalaman mobilitas digital. Peneliti melihat frekuensi pemanfaatan yang tinggi di kalangan masyarakat menunjukkan bahwa aplikasi transportasi kini menjadi bagian integral dari aktivitas mobilitas harian, bukan sekadar alat bantu tambahan. Lebih lanjut, pemanfaatan aplikasi Transjakarta menuntut adanya literasi digital, keyakinan diri dalam mengoperasikan teknologi, serta kesiapan pengguna untuk terus memperbaharui informasi perjalanan melalui perangkat digital. Fenomena ini memperlihatkan bahwa faktor seperti kesederhanaan pemanfaatan, kualitas sistem, serta persepsi manfaat memberikan pengaruh kuat terhadap preferensi pengguna terhadap sebuah aplikasi transportasi. Untuk memahami dinamika tersebut secara lebih mendalam, peneliti melakukan pra-survei kepada sejumlah pengguna yang memanfaatkan aplikasi Transjakarta dalam perjalanan rutin mereka.

Berdasarkan perolehan pra-survei oleh peneliti terhadap berbagai pengguna di wilayah Jabodetabek, ditemukan seluruh responden secara aktif memanfaatkan aplikasi Transjakarta dalam aktivitas mobilitas sehari-hari mereka. Sebagian besar responden mengemukakan memanfaatkan aplikasi Transjakarta secara rutin untuk memperoleh informasi terkait rute, jadwal kedatangan bus, dan kondisi perjalanan secara *real-time*. Temuan ini menggambarkan bahwa aplikasi Transjakarta berperan secara krusial dalam mendukung kebutuhan transportasi harian pengguna, selain sebagai teknologi bantu informasi perjalanan, namun juga sebagai alat yang membuat peningkatan efisiensi serta kenyamanan dalam beraktivitas.

Di sisi lain, responden juga memiliki keluhan terkait adanya kendala-kendala teknis yang dialami saat memanfaatkan aplikasi. Masalah seperti performa yang lambat ketika memanfaatkan aplikasi, tampilan maupun flow features aplikasi yang kurang lahir rasa atau sering kali mengalami error saat digunakan adalah faktor yang membuat pengguna merasa kurang nyaman dan puas saat memanfaatkan aplikasi tersebut. Tentunya kondisi inipun memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk mindset pengguna untuk tidak dapat menikmati saat memanfaatkan aplikasi tersebut karena ketidaklancaran yang dialami dapat menimbulkan rasa kesal. Responden juga memberikan sedikit masukan bahwa aplikasi tersebut kurang fitur-fitur pendukung yang dapat menunjang kegunaan dari aplikasi tersebut. Seperti yang diungkapkan salah satu responden bahwa fitur pelacak toilet (toilet tracking) belum tersedia dalam fitur aplikasi Transjakarta. Hal tersebut dianggap cukup bermanfaat dan berguna bagi pengguna layanan Transjakarta.

Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat *perceived enjoyment* masih tergolong rendah. Aplikasi Transjakarta belum mampu secara konsisten menghadirkan pengalaman pemanfaatan yang menyenangkan, menarik, dan bebas dari hambatan. Oleh sebab itu, diperlukan adanya peningkatan baik dari segi performa sistem, kemudahan pemanfaatan, maupun pengembangan fitur agar aplikasi dapat memberikan pengalaman yang lebih positif dan memuaskan bagi pengguna. Dalam hal ini terdapat permasalahan yang cukup signifikan yaitu, tidak tersedia fitur yang mendeteksi halte yang dilengkapi dengan toilet dalam aplikasi Transjakarta. Berdasarkan masukan dari pengguna dan hasil survei awal, ketiadaan fitur tersebut membuat pengguna merasa bingung saat mencari halte yang sesuai dengan kebutuhan perjalanan mereka, terutama dalam situasi darurat atau saat melakukan perjalanan jauh. Oleh sebab itu, peneliti memandang perlu adanya fitur pelacakan toilet yang dapat membantu memantau dan

memberikan informasi mengenai halte-halte Transjakarta yang mempunyai fasilitas toilet, sehingga pengguna dapat menerima informasi tentang fasilitas dengan lebih lengkap dan relevan.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara fungsi aplikasi Transjakarta saat ini dengan kebutuhan aktual pengguna di lapangan.. Selain itu, tidak tersedianya informasi fasilitas halte juga berpotensi menurunkan *perceived ease of use* serta *perceived enjoyment*, karena pengguna harus mencari pemberitahuan tambahan melalui cara lain yang kurang efisien. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat mempengaruhi *behavioral intention*, yaitu niat pengguna agar selalu menerapkan aplikasi Transjakarta secara terus-menerus. Selain itu, studi ini juga memasukkan variabel tambahan yaitu *personal innovativeness*, *self-efficacy*, *system quality*, untuk memperoleh pemahaman secara lebih komprehensif terkait berbagai unsur dengan pengaruh niat perilaku pengguna dalam terhadap aplikasi Transjakarta sebagai layanan transportasi publik digital. Lebih lanjut, terdapat research gap yang mendasari dilakukannya penelitian ini, yaitu pemanfaatan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang selama ini lebih banyak diaplikasikan pada konteks penelitian di bidang layanan kesehatan (seperti aplikasi rumah sakit) dan pendidikan (seperti Learning Management System). Sementara itu, penerapan teori TAM pada konteks aplikasi transportasi publik, khususnya di Indonesia, cukup relatif terbatas. Oleh sebab itu, studi ini berupaya mengisi celah tersebut dengan mengkaji penerapan TAM dalam konteks aplikasi transportasi publik, sehingga dapat berkontribusi dalam mengembangkan literatur serta memperluas cakupan pemanfaatan teori TAM pada sektor layanan digital berbasis mobilitas.

Penelitian ini dilakukan dengan harapan mampu memperkaya literatur mengenai perilaku pengguna aplikasi transportasi publik digital. Jika sebagian besar studi mengenai loyalitas pengguna masih berfokus pada faktor kualitas layanan maupun kepuasan pengguna, penelitian ini juga menghadirkan bukti empiris mengenai perilaku pengguna pada aplikasi Transjakarta sebagai salah satu aplikasi transportasi publik di Indonesia. Dengan demikian, temuan ini dapat berperan sebagai rujukan bagi studi lanjutan, baik pada konteks pengembangan aplikasi transportasi publik nasional maupun penelitian komparatif dengan aplikasi transportasi digital lainnya di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang dilaksanakan pada bulan September 2025 hingga Januari 2026 terhadap pengguna aplikasi *mobile* Transjakarta di wilayah Jabodetabek. Penentuan sampel dilakukan melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria utama responden berusia minimal 17 tahun, merupakan pengguna berulang aplikasi, dan relevan dengan pemanfaatan fitur *toilet tracking*. Berdasarkan pedoman multivariat (Hair et al., 2019), ditetapkan sampel minimal sebanyak 189 responden yang merepresentasikan 27 indikator dari tujuh variabel penelitian: *personal innovativeness*, *self-efficacy*, *system quality*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, dan *behavioral intention*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berbasis skala Likert 5 poin dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) berbantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Tahapan analisis data meliputi evaluasi *outer model* untuk menguji validitas (konvergen dan diskriminan) serta reliabilitas, yang kemudian dilanjutkan dengan evaluasi *inner model* untuk mengukur koefisien determinasi (R^2) dan uji multikolinearitas. Terakhir, pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Variabel *Behavioral Intention*

Tabel 1. Hasil Analisis Deskripsi Data Variabel *Behavioral Intention*

KODE	STS	TS	N	S	SS	Total	Kategori
BI 1	0 (0%)	7 (3,70%)	35 (18,52%)	60 (31,75%)	87 (31,75%)	100%	Setuju
BI 2	0 (0%)	6 (3,17%)	30 (15,87%)	74 (39,15%)	79 (41,80%)	100%	Setuju
BI 3	0 (0%)	4 (2,12%)	35 (18,52%)	63 (33,33%)	87 (46,03%)	100%	Setuju
BI 4	0 (0%)	6 (3,17%)	33 (17,46%)	64 (33,86%)	86 (45,50%)	100%	Setuju
Rata-rata Persentase	0 (0%)	23 (5,7%)	133 (33,2%)	261 (65,2%)	339 (84,7%)	100%	Setuju

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Berlandaskan Tabel 1, ditunjukkan secara rata-rata, persentase responden yang menjawab Setuju (S) mencapai 65,2%, sedangkan responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) bernilai 84,7%, sehingga total respon positif berada pada 80%. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna memperoleh kecenderungan serta keinginan secara kuat agar selalu memanfaatkan aplikasi Transjakarta serta memiliki kesediaan untuk memberikan rekomendasi untuk orang lain di masa mendatang. Pengguna merasa puas dengan manfaat yang diterima sehingga muncul intensi perilaku untuk menjadikan aplikasi ini sebagai bagian dari rutinitas transportasi mereka. Sementara itu, responden yang memberikan jawaban Netral (N) memiliki persentase bernilai 33,2%, yang mengindikasikan bahwa masih terdapat sebagian pengguna yang masih bersikap ragu-ragu atau belum memiliki komitmen penuh untuk memanfaatkan aplikasi secara berkelanjutan. Adapun respon negatif yang ditunjukkan melalui kategori Tidak Setuju (TS) relatif rendah, yaitu bernilai 5,7%, dan tidak terdapat responden yang memilih Sangat Tidak Setuju (STS) atau bernilai 0%. Hal ini memperkuat temuan bahwa tingkat penolakan atau ketidaktertarikan pengguna terhadap aplikasi Transjakarta tergolong sangat minimal. Ditinjau dari masing-masing indikator, seluruh pernyataan pada variabel *behavioral intention* memperoleh kategori setuju, dengan indikator BI 3 (minat untuk selalu memanfaatkan aplikasi di masa depan) menunjukkan angka Sangat Setuju tertinggi yaitu 46,03%. Hal ini mencerminkan bahwa fitur-fitur dan kemudahan yang ditawarkan aplikasi Transjakarta berhasil menciptakan loyalitas pada pengguna.

Uji R-Square

Tabel 2. Hasil Uji R-square

	R-square	R-square adjusted
BI	0.485	0.481

Berlandaskan perolehan uji R-square diatas, diketahui bahwa nilai R^2 untuk konstruk Behavioral Intention (BI) bernilai 0,485, dengan arti bahwa bernilai 48,5% varians dari Behavioral Intention mampu dilakukan penjelasan oleh berbagai konstruk independen pada model penelitian. Sedangkan sisanya bernilai 51,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Sementara itu, nilai R-square adjusted bernilai 0,481 menggambarkan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen pada model, keterampilan dalam menjelaskan model terhadap Behavioral Intention menjadi bernilai 48,1%. Mengacu pada ketentuan Hair et al. (2021), nilai R^2 bernilai 0,75 termasuk dalam kategori kuat, 0,50 termasuk moderat, dan 0,25 termasuk lemah. Dengan demikian, nilai R^2 bernilai 0,485 dapat dikategorikan sebagai moderat (mendekati sedang), yang berarti model struktural memiliki kemampuan yang cukup dalam menjelaskan varians Behavioral Intention, meskipun belum tergolong kuat. Selain itu, perbedaan antara nilai R^2 (0,485) dan R-square adjusted (0,481) relatif kecil, yang mengindikasikan bahwa model yang dibangun cukup stabil dan tidak mengalami penurunan kemampuan penjelasan yang signifikan setelah disesuaikan dengan jumlah konstruk dalam model. Secara keseluruhan, model penelitian ini dapat dikatakan memiliki daya jelas yang cukup baik dalam menjelaskan variabel Behavioral Intention.

Uji Hipotesis

Tabel 3. Model Struktural

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Hasil
Personal Innovativeness -> Perceived Usefulness	0.613	0.613	0.030	20.669	0.000	Diterima
Self-Efficacy -> Perceived Ease of Use	0.642	0.642	0.029	22.469	0.000	Diterima
System Quality -> Perceived Enjoyment	0.522	0.523	0.033	15.718	0.000	Diterima
Perceived Ease of Use -> Behavioral Intention	0.430	0.432	0.049	8.845	0.000	Diterima
Perceived Enjoyment -> Behavioral Intention	0.143	0.143	0.057	2.501	0.012	Diterima
Perceived Usefulness -> Behavioral Intention	0.236	0.236	0.058	4.099	0.000	Diterima

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Berlandaskan tabel hasil di atas, diketahui bahwasannya penelitian berikut menguji 4 hubungan pengaruh secara langsung yang dinyatakan oleh nilai koefisien jalur dari satu variabel terhadap variabel lainnya. Hipotesis 1 diterima, hasil pengujian hipotesis mengemukakan bahwasannya *personal innovativeness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. Hipotesis 2 diterima, hasil pengujian hipotesis mengemukakan bahwasannya *self-efficacy* memberikan pengaruh positif

dan signifikan terhadap *perceived ease of use*. Hipotesis 3 diterima, hasil pengujian hipotesis mengemukakan bahwasannya *system quality* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived enjoyment*. Hipotesis 4 diterima, hasil pengujian hipotesis mengemukakan bahwasannya *perceived ease of use* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intentions*. Hipotesis 5 diterima, hasil pengujian hipotesis mengemukakan bahwasannya *perceived enjoyment* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intentions*. Hipotesis 6 diterima, hasil pengujian hipotesis mengemukakan bahwasannya *perceived usefulness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intentions*.

Tabel 4. Model Struktural (Uji Pengaruh Tidak Langsung)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Hasil
Personal Innovativeness -> Perceived Usefulness -> Behavioral Intention	0.145	0.145	0.037	3.926	0.000	Diterima
Self-Efficacy -> Perceived Ease of Use -> Behavioral Intention	0.276	0.277	0.035	7.866	0.000	Diterima
System Quality -> Perceived Enjoyment -> Behavioral Intention	0.075	0.075	0.031	2.398	0.017	Diterima

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Berlandaskan tabel hasil di atas, diketahui bahwasannya penelitian berikut menguji 4 hubungan pengaruh secara langsung yang dinyatakan oleh nilai koefisien jalur dari satu variabel terhadap variabel lainnya. Hipotesis 7 diterima, hasil pengujian hipotesis mengemukakan bahwasannya *Personal Innovativeness (PI)* memberikan pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention (BI)* melalui *Perceived Usefulness (PU)*. Hipotesis 8 diterima, hasil pengujian hipotesis mengemukakan bahwasannya *Self Efficacy (SE)* memberikan pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention (BI)* melalui *Perceived Ease of Use (PEOU)*. Hipotesis 9 diterima, hasil pengujian hipotesis mengemukakan bahwasannya *System Quality (SQ)* memberikan pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention (BI)* melalui *Perceived Enjoyment (PE)*.

Personal Innovativeness terhadap Perceived usefulness

Berlandaskan hasil pengujian hipotesis, dinyatakan bahwasannya *Personal Innovativeness* memberikan pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*, sehingga hipotesis diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna dengan tingkat *personal innovativeness* yang tinggi cenderung lebih cepat memahami manfaat yang ditawarkan, seperti kemudahan dalam bertransaksi, efisiensi waktu, serta berkurangnya proses manual. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis SEM/PLS, dan menghasilkan temuan bahwa *personal innovativeness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*, dengan nilai *path coefficient* bernilai 0,097 dan *p-value* < 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dengan nilai koefisien bernilai 0,295 dan *p-value* < 0,05, yang

mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan yang dirasakan oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk memanfaatkan platform pembelajaran berbasis metaverse. Dengan demikian, kesimpulan yang dapat ditarik yaitu bahwa peningkatan persepsi kegunaan pada aplikasi mobile Transjakarta cukup menyasar pengguna yang memiliki tingkat inovatif tinggi, dan fokus pada optimalisasi fitur dan kualitas sistem sehingga memberikan manfaat nyata bagi pengguna.

Dalam konteks penelitian ini, khususnya pada pemanfaatan aplikasi mobile Transjakarta, temuan tersebut menunjukkan bahwa pengguna yang memiliki tingkat personal innovativeness tinggi akan lebih mudah memahami manfaat dari fitur-fitur yang disediakan, seperti informasi rute, pelacakan bus secara real-time, hingga pengembangan fitur baru seperti toilet tracking. Persepsi terhadap manfaat ini akan semakin meningkat apabila sistem mampu memberikan nilai guna yang nyata, seperti efisiensi waktu, kemudahan akses informasi, serta peningkatan kenyamanan perjalanan. Dengan demikian, kesimpulan yang dapat ditarik yaitu bahwa peningkatan perceived usefulness pada aplikasi mobile Transjakarta dipengaruhi oleh tingkat personal innovativeness pengguna.

Self-efficacy terhadap Perceived ease of use

Berlandaskan hasil pengujian hipotesis, dinyatakan bahwasannya *Self-efficacy* memberikan pengaruh positif terhadap *Perceived ease of use*, sehingga hipotesis diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* memberikan pengaruh positif terhadap *perceived ease of use* dengan nilai koefisien bernilai 0,61 dan nilai statistik bernilai 27,49, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi keyakinan diri mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi, maka semakin tinggi pula persepsi kemudahan pemanfaatan sistem e-learning. Penelitian ini melibatkan pengguna sistem pembelajaran online dan dilakukan pada tahun 2025, dalam konteks pemanfaatan platform pembelajaran digital berbasis peta. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana faktor kebiasaan dan keyakinan diri memengaruhi penerimaan teknologi. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif dengan metode SEM/PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan teknologi dengan nilai koefisien bernilai 0,465 dan $p\text{-value} < 0,001$, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat keyakinan diri pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan terhadap sistem pembelajaran online. Berdasarkan hal tersebut penelitian sebelumnya mendukung dan mengemukakan bahwa *self-efficacy* memberikan pengaruh positif terhadap *Perceived ease of use*.

System quality terhadap Perceived enjoyment

Melalui hasil pengujian hipotesis, sudah dibuktikan bahwasannya *System quality* terhadap *Perceived enjoyment* pada pemanfaatan aplikasi *mobile* Transjakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman pengguna, termasuk *perceived enjoyment*, dengan nilai koefisien bernilai 0,73, yang mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas sistem, maka semakin tinggi tingkat kesenangan yang dirasakan pengguna dalam memanfaatkan aplikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem memberikan pengaruh positif terhadap *perceived enjoyment* dengan nilai koefisien bernilai 0,206, yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas sistem dapat membuat peningkatan kesenangan pengguna, meskipun dengan tingkat pengaruh yang moderat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem memberikan pengaruh positif terhadap *perceived enjoyment* dengan nilai koefisien bernilai 0,236, yang mengindikasikan bahwa semakin baik

kualitas sistem yang dirasakan, maka semakin tinggi pula tingkat kesenangan pengguna dalam memanfaatkan teknologi tersebut. Hasil-hasil tersebut secara konsisten menunjukkan bahwa kualitas sistem yaitu faktor penting dalam membentuk pengalaman emosional pengguna terhadap teknologi berbasis aplikasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa peningkatan kualitas sistem tidak hanya berdampak pada aspek fungsional, tetapi juga berperan dalam membuat peningkatan pengalaman emosional pengguna.

Perceived usefulness terhadap Behavioral intention

Melalui hasil pengujian hipotesis, dibuktikan bahwa *perceived usefulness* memberikan pengaruh terhadap *behavioral intention* pada pemanfaatan aplikasi mobile Transjakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dengan nilai koefisien bernilai $\beta = 0,650$, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk memanfaatkan teknologi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dengan nilai koefisien bernilai 5,401, yang menunjukkan bahwa persepsi kegunaan menjadi faktor yang sangat kuat dalam membuat peningkatan niat pemanfaatan layanan pembayaran digital. Berdasarkan hasil tersebut, kesimpulan yang dapat ditarik yaitu bahwa penelitian-penelitian sebelumnya secara konsisten mendukung bahwa *perceived usefulness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Perceived ease of use terhadap Behavioral intention

Berlandaskan hasil pengujian hipotesis, telah dibuktikan bahwa *Perceived Ease of Use* memberikan pengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, yang dibuktikan dengan nilai *path coefficient* (β) bernilai 0,165, nilai *t-statistic* bernilai 2,657, serta *p-value* bernilai 0,004, sehingga mengindikasikan bahwa semakin mudah sistem QRIS digunakan, maka semakin tinggi pula niat masyarakat untuk memanfaatkannya dalam transaksi sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, dengan nilai signifikansi bernilai $0,001 < \alpha 0,05$ dan nilai estimate positif bernilai 0,287. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan pemanfaatan yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk memanfaatkan platform e-commerce. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, dengan nilai *path coefficient* (β) bernilai 0,165, nilai *t-statistic* bernilai 2,657, serta *p-value* bernilai 0,004. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin mudah sistem QRIS digunakan, maka semakin tinggi pula niat masyarakat untuk memanfaatkannya dalam transaksi sehari-hari.

Dengan demikian, hipotesis pada penelitian tersebut dinyatakan diterima. Hasil penelitian ini pada konteks aplikasi mobile Transjakarta turut memperkuat temuan-temuan sebelumnya. Artinya, semakin mudah aplikasi Transjakarta digunakan, baik dalam hal navigasi menu, pencarian rute, maupun proses transaksi, maka semakin tinggi pula niat pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi tersebut. Kemudahan pemanfaatan memberikan rasa nyaman dan mengurangi hambatan teknis, sehingga mendorong pengguna

untuk menjadikan aplikasi mobile Transjakarta sebagai sarana utama dalam mengakses layanan transportasi publik secara digital.

Perceived enjoyment terhadap Behavioral intention

Berlandaskan hasil pengujian hipotesis, dapat dibuktikan bahwa *perceived enjoyment* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesenangan yang dirasakan pengguna dalam memanfaatkan sebuah sistem, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk terus memanfaatkannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, yang dibuktikan dengan nilai t-statistic bernilai 5,995 (lebih besar dari t-tabel 1,661) serta tingkat signifikansi bernilai 0,000, sehingga hipotesis dinyatakan diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kesenangan yang dirasakan konsumen saat memanfaatkan fitur tersebut, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk terus memanfaatkannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, dengan nilai koefisien bernilai 0,427 dan p-value < 0,001, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kesenangan yang dirasakan pengguna dalam memanfaatkan e-learning, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk terus memanfaatkan sistem tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* dengan nilai koefisien bernilai 2,418, yang menunjukkan bahwa kesenangan yang dirasakan pengguna menjadi faktor penting dalam mendorong niat pemanfaatan teknologi pembayaran digital. Berdasarkan berbagai temuan tersebut, kesimpulan yang dapat ditarik yaitu bahwa penelitian-penelitian sebelumnya secara konsisten mendukung bahwa *perceived enjoyment* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Perceived usefulness memediasi pengaruh Personal Innovativeness terhadap Behavioral intention

Mengacu pada hasil pengujian, ditemukan bahwa *perceived usefulness* mampu memediasi hubungan antara *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi individu dalam mencoba teknologi baru, maka akan membuat peningkatan persepsi kegunaan sistem, yang pada akhirnya mendorong niat untuk memanfaatkan teknologi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan mediasi tersebut bersifat positif dan signifikan, dengan nilai t-statistic bernilai 2,097 dan p-value bernilai 0,036 ($p < 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa *perceived usefulness* berperan penting sebagai variabel intervening dalam menjembatani pengaruh *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention*, sehingga semakin tinggi tingkat inovasi individu, maka akan membuat peningkatan persepsi kegunaan yang pada akhirnya mendorong niat pemanfaatan teknologi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* mampu memediasi pengaruh *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention* secara positif dan signifikan, dengan nilai koefisien bernilai 0,532. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi individu, maka semakin tinggi pula persepsi terhadap kegunaan sistem, yang pada akhirnya akan membuat peningkatan niat pengguna dalam memanfaatkan aplikasi Traveloka. Dengan memanfaatkan pendekatan kuantitatif berbasis SEMPLS, hasil penelitian menunjukkan p value bernilai 0,000 dengan demikian *perceived usefulness* secara signifikan memediasi hubungan tersebut, sehingga individu dengan tingkat inovasi tinggi akan lebih mudah merasakan manfaat teknologi, yang pada akhirnya membuat peningkatan *behavioral intention* dalam memanfaatkan sistem tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa individu yang memiliki tingkat inovasi

yang tinggi cenderung merasakan manfaat yang lebih besar dari sebuah sistem, sehingga membuat peningkatan niat mereka untuk memanfaatkannya.

Perceived ease of use memediasi pengaruh Self efficacy terhadap Behavioral intention

Mengacu pada hasil pengujian, ditemukan bahwasannya *perceived ease of use* memediasi hubungan antara *self-efficacy* terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* melalui *perceived ease of use*, dengan nilai t-statistic bernilai 2,452 dan p-value bernilai 0,014 ($p < 0,05$), sehingga hubungan tersebut dinyatakan signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memberikan pengaruh positif terhadap *behavioral intention*, sehingga memperkuat peran variabel ini dalam menjembatani hubungan faktor individu seperti *self-efficacy* terhadap niat pemanfaatan teknologi. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam memanfaatkan teknologi cenderung menilai sistem tersebut lebih mudah untuk dioperasikan, yang pada akhirnya membuat peningkatan niat mereka untuk memanfaatkan teknologi tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung yang positif antara *self-efficacy* terhadap *behavioral intention* melalui *perceived ease of use*, dengan nilai koefisien bernilai $\beta \approx 0,254$. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu yang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi cenderung memandang sistem lebih mudah digunakan, sehingga secara tidak langsung membuat peningkatan niat mereka dalam mengadopsi teknologi berbasis AI. Dalam konteks pemanfaatan fitur pada aplikasi mobile Transjakarta, temuan ini mengindikasikan bahwa pengguna yang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi seperti kemampuan dalam memahami dan mengoperasikan fitur pencarian rute, pelacakan bus secara real-time, serta pemanfaatan layanan tiket digital cenderung akan menilai aplikasi tersebut lebih mudah digunakan. Persepsi kemudahan ini selanjutnya berkontribusi terhadap peningkatan niat pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi Transjakarta dalam mendukung aktivitas mobilitas sehari-hari. Dengan demikian, semakin tinggi *self-efficacy* pengguna, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk merasakan kemudahan dalam memanfaatkan fitur *toilet tracking*, yang pada akhirnya akan membuat peningkatan niat pemanfaatan fitur tersebut.

Perceived enjoyment memediasi pengaruh System quality terhadap Behavioral intention

Mengacu pada hasil pengujian, ditemukan bahwasannya *perceived ease of use* memediasi hubungan antara *system quality* terhadap *behavioral intention* melalui *perceived enjoyment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung antara kualitas sistem terhadap *behavioral intention* melalui *perceived enjoyment* bersifat positif dan signifikan, dengan nilai koefisien bernilai 0,117, nilai t-statistic bernilai 2,858, dan p-value bernilai 0,004 ($p < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berkaitan dengan pengalaman dan respons emosional, seperti *happiness*, memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dengan nilai koefisien bernilai 0,535. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kebahagiaan atau kesenangan yang dirasakan wisatawan, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk melakukan kunjungan ulang atau memanfaatkan layanan tersebut di masa mendatang.

Dengan demikian, *perceived enjoyment* berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam menjembatani pengaruh kualitas sistem terhadap *behavioral intention*. Dalam konteks aplikasi mobile Transjakarta, kualitas sistem seperti kecepatan akses, keakuratan informasi, serta kemudahan navigasi dapat

membuat peningkatan pengalaman menyenangkan pengguna dalam memanfaatkan fitur, termasuk fitur toilet tracking.

Prototipe Mobile Transjakarta Fitur Toilet Tracking



Gambar 1. Prototipe Aplikasi Mobile Transjakarta Fitur Toilet Tracking

Sumber: (Adaptasi Prototipe Aplikasi Mobile Transjakarta dengan Penambahan Fitur Baru Oleh Peneliti 2026)

Dengan adanya fitur toilet tracking di menu fitur halte, pengguna bisa dengan mudah mengetahui informasi tentang keberadaan toilet pria dan toilet wanita di sebuah halte secara langsung melalui aplikasi. Ketika pengguna memilih menu "Rute & Halte, sistem akan menampilkan daftar halte terdekat serta informasi fasilitas yang tersedia. Pada fitur Halte, pengguna dapat memilih menu Toilet, yang kemudian menampilkan informasi mengenai ketersediaan toilet di halte yang dipilih. Informasi berikut ditampilkan dengan cara yang mudah dipahami memanfaatkan ikon dan tanda ketersediaan, sehingga membantu pengguna dalam memahami informasi tersebut lebih baik. Perancangan fitur tersebut juga memperhatikan kualitas sistem, dengan menyediakan tampilan antarmuka yang mudah, informasi yang terorganisir, serta cara navigasi yang mudah dipahami oleh pengguna. Sistem yang memiliki kualitas yang baik dapat membantu pengguna mengakses informasi dengan lebih cepat dan tepat. Sistem yang memiliki kualitas tinggi dapat membantu pengguna mendapatkan informasi secara lebih cepat dan akurat. Selain itu, desain fitur yang sederhana juga bisa membuat peningkatan rasa percaya diri pengguna, karena pengguna merasa lebih yakin dalam memanfaatkan aplikasi untuk mencari informasi fasilitas halte yang dibutuhkan.

Dari sisi personal innovativeness, kehadiran fitur baru berikut memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mencoba inovasi layanan digital dalam aplikasi transportasi publik. Pengguna yang memiliki kecenderungan untuk mencoba teknologi baru akan lebih tertarik untuk mengeksplorasi fitur tambahan yang dapat membuat peningkatan kenyamanan perjalanan mereka. Pemanfaatan fitur pelacakan toilet juga memberikan manfaat nyata bagi pengguna, karena mereka dapat merencanakan perjalanan dengan lebih efektif melalui informasi tentang fasilitas toilet yang tersedia. Hal tersebut membuat peningkatan kegunaan yang dirasakan, karena aplikasi tidak hanya digunakan sebagai alat untuk merencanakan rute perjalanan, tetapi juga sebagai sumber informasi tentang fasilitas yang mendukung perjalanan. Peningkatan fitur ini diharapkan dapat memberikan pengalaman memanfaatkan aplikasi yang lebih baik secara keseluruhan. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi mudah digunakan, memberikan manfaat nyata, serta menyediakan pengalaman pemanfaatan yang menyenangkan, maka hal tersebut

berpotensi membuat peningkatan *behavioral intention*, yaitu niat pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi mobile Transjakarta dalam mendukung aktivitas perjalanan sehari-hari.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan terkait pengaruh *personal innovativeness*, *self-efficacy*, *system quality*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, serta *perceived enjoyment* terhadap *behavioral intention* pada fitur *toilet tracking* aplikasi mobile Transjakarta, ada beberapa kesimpulan antara lain adalah bahwa *Personal Innovativeness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat inovasi pribadi pengguna yang tinggi, seperti kecenderungan untuk mencoba teknologi baru dan keterbukaan terhadap inovasi digital, mampu membuat peningkatan persepsi pengguna terhadap manfaat fitur *toilet tracking* pada aplikasi Transjakarta. Ketika pengguna memiliki minat yang tinggi terhadap teknologi baru, mereka akan lebih mudah memahami dan merasakan kegunaan fitur tersebut dalam mendukung aktivitas perjalanan, sehingga aplikasi dipersepsikan memberikan manfaat yang nyata.

Self-Efficacy menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Ease of Use*. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan diri pengguna dalam mengoperasikan teknologi memiliki peran penting dalam membentuk persepsi kemudahan pemanfaatan aplikasi. Pengguna yang memiliki keyakinan terhadap kemampuannya dalam memanfaatkan sistem akan lebih mudah dalam memahami, mempelajari, serta mengoperasikan fitur yang tersedia, sehingga aplikasi dipersepsikan lebih mudah untuk digunakan. Adapun *System Quality* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Enjoyment*. Temuan menggambarkan bahwa kualitas sistem yang baik, seperti kecepatan akses aplikasi, stabilitas kinerja sistem, serta kemudahan navigasi, mampu membuat peningkatan pengalaman pemanfaatan yang menyenangkan bagi pengguna aplikasi Transjakarta. Ketika sistem dapat diakses dengan lancar dan memberikan kenyamanan dalam pemanfaatan, maka pengguna akan merasakan pengalaman yang lebih positif dan menyenangkan.

Perceived Usefulness memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap manfaat fitur *toilet tracking* menjadi faktor penting dalam mendorong niat pemanfaatan. Semakin besar manfaat yang dirasakan dalam membantu menemukan fasilitas toilet selama perjalanan, maka kecenderungan pengguna agar selalu memanfaatkan fitur tersebut akan meningkat. Begitu halnya dengan *Perceived Ease of Use* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Temuan menggambarkan bahwa kemudahan dalam pemanfaatan aplikasi menjadi faktor yang signifikan dalam membuat peningkatan niat pengguna. Ketika fitur *toilet tracking* mampu dimanfaatkan dengan mudah, jelas, serta tanpa memerlukan usaha yang besar, maka pengguna akan lebih terdorong untuk memanfaatkannya secara berkelanjutan.

Perceived Enjoyment memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Temuan ini menggambarkan bahwa pengalaman pemanfaatan yang menyenangkan memiliki peran penting dalam membentuk niat pemanfaatan aplikasi. Ketika pengguna merasa nyaman dan menikmati proses pemanfaatan aplikasi Transjakarta, maka mereka akan lebih tertarik untuk terus memanfaatkan fitur yang tersedia. Serta *Perceived Usefulness* memediasi pengaruh *Personal Innovativeness* terhadap *Behavioral Intention*. Temuan menggambarkan bahwa pengaruh inovasi pribadi terhadap niat pemanfaatan terjadi

melalui persepsi manfaat yang dirasakan pengguna. Individu yang inovatif akan memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan aplikasi apabila mereka merasakan bahwa fitur yang tersedia memberikan manfaat nyata dalam mendukung aktivitas mereka.

Perceived Ease of Use memediasi pengaruh *Self-Efficacy* terhadap *Behavioral Intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri pengguna pada memanfaatkan teknologi dapat memengaruhi niat pemanfaatan melalui persepsi kemudahan. Ketika pengguna merasa mampu mengoperasikan aplikasi dengan baik, maka mereka akan merasakan kemudahan pemanfaatan yang pada akhirnya mendorong niat untuk terus memanfaatkan aplikasi. Dan *Perceived Enjoyment* memediasi pengaruh *System Quality* terhadap *Behavioral Intention*. Temuan menggambarkan bahwa kualitas sistem yang baik mampu membuat peningkatan pengalaman pemanfaatan yang menyenangkan, yang kemudian berdampak pada peningkatan niat pemanfaatan. Ketika aplikasi memiliki kinerja yang stabil dan memberikan kenyamanan dalam pemanfaatan, maka pengguna akan lebih terdorong untuk terus menerapkan aplikasi Transjakarta dalam aktivitas perjalanan pengguna.

Implikasi teoritis dalam penelitian ini yaitu penelitian ini berkontribusi terhadap perluasan *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan mengintegrasikan variabel eksternal, yaitu *personal innovativeness*, *self-efficacy*, dan *system quality*, dalam menjelaskan perilaku pengguna aplikasi transportasi publik digital. Temuan menyatakan bahwa variabel mediasi tersebut memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel persepsi pengguna, yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived enjoyment*. Temuan ini menegaskan bahwa aspek individu dan kualitas sistem berperan secara krusial untuk membentuk persepsi pengguna terhadap teknologi. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam memperluas model TAM dengan pendekatan yang lebih komprehensif, melalui integrasi faktor psikologis, teknis, dan pengalaman pengguna dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi.

Dari penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat berperan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak pengelola aplikasi Transjakarta dalam membuat peningkatan kualitas layanan digital. Adapun implikasi praktis yang dapat diidentifikasi antara lain adalah pihak pengembang aplikasi perlu membuat peningkatan kualitas sistem (*system quality*), seperti memastikan stabilitas aplikasi, membuat peningkatan kecepatan akses, serta meminimalisir terjadinya kesalahan sistem (*error*) guna menciptakan pengalaman pemanfaatan yang lebih optimal. Pengembangan fitur toilet tracking perlu dilakukan secara lebih optimal dengan menyediakan informasi yang akurat, relevan, dan real-time terkait lokasi halte yang memiliki fasilitas toilet, sehingga dapat membuat peningkatan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) bagi pengguna. Untuk membuat peningkatan *perceived ease of use*, pengelola aplikasi perlu menyederhanakan desain antarmuka, memperjelas navigasi, serta memastikan bahwa seluruh fitur dapat diakses dengan mudah oleh pengguna, termasuk pengguna baru.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden dengan melibatkan pengguna aplikasi Transjakarta dari berbagai wilayah di Indonesia. Perluasan wilayah penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang lebih representatif dalam menggambarkan persepsi pengguna terhadap pemanfaatan aplikasi transportasi publik digital pada tingkat nasional. Penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang relevan dalam menjelaskan *behavioral intention*, seperti *trust*, *perceived risk*, *service quality*, atau *user satisfaction*, sehingga mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi niat pemanfaatan aplikasi. Dan penelitian

selanjutnya diharapkan dapat memanfaatkan metode pengumpulan data yang lebih beragam, seperti kombinasi kuesioner online dan offline atau wawancara langsung, agar dapat menjangkau responden dari berbagai kelompok usia secara lebih merata, khususnya kelompok usia yang lebih tua.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, R., & Prasad, J. (1998). *A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology*. Information Systems Research, 9(2), 204–215. <https://doi.org/10.1287/isre.9.2.204>
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Marroof, R. A. S., Salloum, S. A., AlHamad, A. Q. M., & Shaalan, K. (2023). *Factors affecting users' adoption of smart government applications in the UAE: Extending the TAM with trust and perceived cyber risk*. Government Information Quarterly, 40(1), 101751. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101751>
- Al-Qadri, A. H., Mouas, S., Saraa, N., & Boudouaia, A. (2024). *Measuring academic self-efficacy and learning outcomes: The mediating role of university English students' academic commitment*. Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education, 9(35). <https://doi.org/10.1186/s40862-024-00253-5>
- Al-Adwan, A. S., Al-Madadha, A., & Al-Okaily, M. (2023). *Extending the Technology Acceptance Model (TAM) to predict university students' intentions to use metaverse-based learning platforms*. Education and Information Technologies, 28(10), 10945–10967. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11889-2>
- Andayani, S., & Ono, R. S. (2020). Analisis Kesiapan Penerimaan Pengguna Terhadap E-Learning Memanfaatkan Model TRAM. *JuSiTik: Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 3(2), 32–39. <https://doi.org/10.32524/jusitik.v3i2.498>
- Aditya, I Made Fery., I Made Pande Dwiana Putra. (2021). Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Norma Subjektif, Kualitas Informasi dan Minat Pemanfaatan: Studi pada Pengguna E-commerce. *Jurnal Akuntansi*, 31(5), 1318–1330.
- Ambarwati, R., Hariadi, R., & Kurniawan, Y. (2024). Assessing system quality and change management impact on behavioral intention: Evidence from PLS-SEM analysis. *The Winners: Journal of Management and Business*, 25(2), 87–102
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York, NY: W.H. Freeman.
- Basileo, L. D., Otto, B., Lyons, M., Vannini, N., & Toth, M. D. (2024). *Peran efikasi diri, motivasi, dan dukungan terhadap kebutuhan psikologis dasar siswa dalam pencapaian akademik*. *Frontiers in Education*, 9, 1385442. <https://doi.org/10.3389/educ.2024.1385442>
- Battour, M., Noviyani, N. A., Ratnasari, R. T., Aboelmaged, M., & Eid, R. (2022). *The Impact of HDA, Experience Quality, and Satisfaction on Behavioral Intention: Empirical Evidence from West Sumatra Province, Indonesia*. *Sustainability*, 14(8), 4674. <https://doi.org/10.3390/su14084674>
- Billman, A., Budi, S., Daniel, H., & Bahri, B. (2024). *Analysis Pengaruh Fun, Enjoyment, Service Quality dan Quality System Factors of e-Learning System terhadap Student Satisfaction and Student*

- Loyalty Setelah Pandemi Covid-19*. Jurnal Teknologi, Industri, dan Rekayasa (JTIR), 4(12), 1–11. <https://doi.org/10.53091/jtir.v4i12.58>
- Blanca, B. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment terhadap Behavioral Intention to Use melalui Consumer Attitude pada Mobile Banking Bank Mandiri/Beata Blanca/26150260/Pembimbing: Dergibson Siagian.
- Chen, T. (2022). Path analysis of the roles of age, self-efficacy, and Technology Acceptance Model in the use of educational technology. *Computers & Education*, 180, 104450.
- Chen, X. (2025). Impact of perceived ease of use and self-efficacy on technology adoption: Evidence from AI-supported learning environments. *Acta Psychologica*, 105516. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105516>
- Chen, L., Wu, B., Liu, Z., Hu, J., Chen, X., & Zhang, Y. (2025). Integrating TAM–ISSM–SOR framework to explore how virtual tourism experience influences tourists’ travel intention. *Scientific Reports*, 15(1), 1–16. <https://www.nature.com/articles/s41598-025-24793-z>
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). *FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment*. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Darmayanti, N., Anggraini, D., Winata, A., & Mardianto, Y. (2021). *Confirmatory factor analysis of the academic self-efficacy scale: An Indonesian version*. *Jurnal Psikologi dan Pendidikan Islam*, 10(2), 123–137. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). *The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update*. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Donmez-Turan, A., & Zehir, C. (2021). Personal innovativeness and perceived system quality for information system success: The role of diffusability of innovation. *Tehnički Vjesnik / Technical Gazette*, 28(5), 1717–1726. <https://doi.org/10.17559/TV-20200415165146>
- Esawe, A. T. (2022). Understanding mobile e-wallet consumers’ intentions and user behavior. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(3), 363–384. <https://doi.org/10.1108/SJME-05-2022-0105>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). *Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective*. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Fitri, N., Rahim, F. A., & Hassan, N. S. (2024). *Extending the Technology Acceptance Model (TAM) to Predict University Students’ Intentions to Use Metaverse-Based Learning Platforms*. *Education and Information Technologies*, 29(4), 1523–1545. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11985-9>
- Feryanto, A., & Octaviani, R. (2024). *Pengaruh perceived ease of use dan perceived enjoyment terhadap behavioral intention pada e-learning*. *Jurnal Equilibrium*, 9(2), 45–59. <https://jurnal.upb.ac.id/index.php/equalibrium/article/view/510>
- Gianto, K. C. (2021). *Pengaruh Perceived Enjoyment terhadap Continuous Use Intention dan Purchase Intention for Virtual Goods pada Game PUBG Mobile di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen*

- Petra. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2), 101–112. Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra.
- Gupta, M., & Bhatt, K. (2021). *A multidimensional measure of system quality – An empirical study in context of mobile banking apps in India*. *International Journal of Business Information Systems*, 38(1), 1–16. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2021.118636>
- Gultom, D. G., Turnip, K., & Siregar, N. S. (2022). *Pengaruh Computer Self-Efficacy, Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Pemanfaatan Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit (SIMRS) oleh Perawat*. Universitas Medan Area. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/15995>
- Ginting, E. R. B. B. (2025). *Perceived ease of use dan perceived enjoyment terhadap behavioral intention pemanfaatan aplikasi digital*. *Jiic Nusantara*, 12(1), 22–37. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/4448>
- Hansel, B. (2021). *Pengaruh Perceived Enjoyment terhadap Repurchase Intention melalui Shopping Orientation untuk Seller yang membuka Lapak pada aplikasi Tokopedia di Surabaya*. AGORA, 9(2).
- Jefferson, T. C. E. (2023). *Personal Innovativeness, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Trust as Determinants of Mobile Payment Utilization*. *Review of Management & Entrepreneurship*, 7(2), 251–270. <https://doi.org/10.37715/rme.v7i2.4157>
- Jasin, M. (2022). The effect of perceived ease of use on behavior intention through perceived enjoyment as an intervening variable on digital payment in the digital era. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(5), 127–133. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v3i5.414>
- Khan, S. K. (2024). *The impact of perceived cyber-risks on automated vehicle adoption*. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 104, 232–247. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2024.05.009>
- Khudori, K., Rahmawati, E., & Pratiwi, A. (2024). *Ease of Use (Perceived Ease of Use) dalam Implementasi Teknologi Informasi pada Organisasi*. *JESICA: Journal of Enhanced Studies in Informatics and Computer Applications*, 2(1), 12–20. Institut Teknologi Kesehatan Soepraoen Malang. <https://jesica.itsk-soepraoen.ac.id/index.php/jesica/article/download/3/2>
- Kitazawa, R. (2024). Why do consumers adopt access-based services? *Quarterly Journal of Marketing*, 44(2), 167–173. <https://doi.org/10.7222/marketing.2024.045>
- Kim, J., Kim, M., & Lee, J. (2021). The effect of experience quality, perceived value, happiness, and tourist satisfaction on behavioral intention. *Sustainability*, 13(2), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su13020521>
- Koswara, T. M. (2022). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, Mobility, Customization, Customer Involvement terhadap Behavioral Intention pada E-Commerce di Masa Pandemi Covid-19*. *Riviera Publishing JMI*, 1(4). Retrieved from <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp/article/view/127/268>
- Kholilah, K., Kawulur, H. R., & Subekti, I. (2022). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Facilitating Condition, Social Influence, and Personal Innovativeness of Accounting Students' Cloud Computing Adoption. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 141–151. <https://doi.org/10.35138/organum.v5i2.257>

- Mawaddah, F., Murazanty, T. A., Mukerdi, R., Fitri, R., Ashari, F. N., Saputra, I., Zaeri, A., & Septiawan, A. (2024). *Urban students self-efficacy profile on mathematics learning: Instrument validation and evaluation*. *Mathematics Research and Education Journal*, 8(2), 53–64.
- Mulia, N. T., & Adlina, H. (2023). *The effect of perceived trust and perceived enjoyment on repurchase intention (Study on Tokopedia users in Medan City)*. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 123–134
- Mawardi, R., & Hidayat, F. (2023). *Pengaruh perceived ease of use dan perceived enjoyment terhadap behavioral intention dengan trust sebagai variabel mediasi pada pengguna e-wallet Dana (studi kasus pada generasi Z di Kota Lhokseumawe)*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(2), 115–128.
- Nurqamarani, A. S., Fadilla, S., & Juliana, A. (2024). *Revolutionizing Payment Systems: The Integration of TRAM and Trust in QRIS Adoption for Micro, Small, and Medium Enterprises in Indonesia*. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 10(3), 314–327. <https://doi.org/10.20473/jisebi.10.3.314-327>
- Nguyen, S. H. (2025). *Leveraging Virtual Reality Experiences to Shape Tourists' Behavioral Intentions: The Mediating Roles of Enjoyment and Immersion*. *Journal of Zoological and Botanical Gardens*, 6(2), 24.
- Nikmatuniayah., Yudhaningsih, R., Handayani, J., Anugrahwati, L. M., & Andrini, N. I. (2025). *Readiness model of micro, small, and medium enterprises in the creative industry to adopt information technology*. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(4).
- Oematan, M. E., Rahayu, S., & Dyah, J. (2024). *The effect of perceived usefulness and perceived ease of use on behavioral intention mediated by user satisfaction in e-commerce users*. *Jurnal Ekonomi (SEANI)*, 11(1), 33-48. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/4914>
- Octavika, A. M. (2020). *The influence of perceived usefulness, ease of use, behavioral control, security and trust towards the behavioral intention to use Go-Pay (a case study on accounting students in Universitas Brawijaya)*. *JIMFEB: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 8(2). JIMFEB UB. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6773/5863>
- Pradipta, K. W., Desi, Y. P., & Khuntari, D. (2024). *Pengaruh kualitas sistem dan kualitas informasi aplikasi Jogja Smart Services (JSS) terhadap kepuasan pengguna pada masyarakat Yogyakarta*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 8(1). <https://doi.org/10.56873/jimik.v8i1.333>
- Pratiwi, R. T., Purwanto, S. K., & Nurhasanah, N. (2023). *Impact of perceived usefulness, perceived ease of use and consumer trust on behavioral intention*. *PENANOMICS: International Journal of Economics*, 2(3), 112-125. <https://penajournal.com/index.php/PENANOMICS/article/view/152>
- Pradipta, I. G. A., Putra, I. G. B. N., & Yasa, N. N. K. (2024). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Attitude Toward Using terhadap Behavioral Intention to Use pada Aplikasi OVO*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 45–56.
- Pham, L. (2025). *Personal innovativeness and perceived usefulness in AI-based voice assistants: An empirical analysis*. *Acta Psychologica*, [Volume], 105516. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105516>
- Putri, A. D., & Santoso, H. (2020). *Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Intention to Use Aplikasi M-Tix di Surabaya*. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(3), 512–522.

- Putri, P. D. S., & Latrini, N. M. Y. (2024). *Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat pemanfaatan dompet elektronik (OVO) sebagai media transaksi keuangan*. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan (JIWP), 10(20), 656–667
- Qussini, S., Abdul-Rahim, H. F., Saeed, S., & El-Hennawi, R. A. (2024). An assessment of clinical research self-efficacy among researchers at the largest healthcare institute in Qatar: Recommendations and future actions. *Journal of Empirical Research on Human Research Ethics*, 19(3), 276–290. https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/23821205241233425?utm_source=chatgpt.com
- Qolbi, A., Sukmana, R., Ratnasari, R. T., & Sekarsari, N. (2024). *The role of personal innovativeness on behavioral intention waqf online: Extension of Technology Acceptance Model*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 7(1), 1–17.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York, NY: Free Press.
- Rahim, H. L., & Aslam, A. (2024). *Exploring the impact of device system quality on mobile shopping adoption among university students: Symmetrical and asymmetrical approaches*. SAGE Open, 14(1), 1–18. <https://doi.org/10.1177/21582440241248325>
- Rahmawati, N., & Arisanty, D. (2023). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention E-Wallet DANA di Kota Semarang melalui Trust sebagai Mediasi*. Prosiding Seminar Nasional Manajemen & Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS), 1–12.
- Rahayu, A., & Prayoga, A. (2023). *Analisis Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pemanfaatan E-Commerce*. Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer, 3(2), 45–56.
- Ratnawati, A., & Farid, M. (2019). *Pengaruh perceived ease of use, perceived enjoyment, perceived usefulness, dan satisfaction terhadap continued IT usage intention: Expected-confirmation model (ECM)*. Maksipreneur: Jurnal Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship, 9(2), 179–200.
- Roki, S. J, IB Nyoman, Putri Dwi C (2021) *Pengaruh Social Influence dan Personal Innovativeness terhadap Perceived Usefulness melalui Behavioral Intention Pengguna Traveloka*. Buletin Ekonomi
- Sinurat, E. M., & Sugiyanto, L. B. (2022). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Promosi Penjualan melalui Mediasi Attitude Toward Using dan Perceived Security terhadap Behavioral Intention to Use (Studi Empiris: Pengguna Mobile Wallet di Jakarta)*. *Business Management Journal*, 18(1). Retrieved from <https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-management/article/view/2820/1812> UBM Journal.
- Sulaymani, O., & colleagues. (2022). Student acceptance of e-learning systems: The role of self-efficacy, perceived ease of use, and age groups. *Education and Information Technologies*, 27, 3451–3470.
- Suryawirawan, O. A. (2021). *The effect of college students' technology acceptance on e-commerce adoption*. BISMA (Bisnis dan Manajemen), 14(1), 46–62. <https://doi.org/10.26740/bisma.v14n1.p46-62>
- Setyawati, Rena E. (2020) "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use terhadap Behavioral Intention To Use dengan Attitude Towards Using sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Gopay Dikota YOGYAKARTA)." *Jurnal Ekobis Dewantara*, vol. 3, no. 1, 2020, pp. 39-51.
- Soetanto, T. V., Proboyo, A., & Putri, P. A. (2021). *The indirect effect of computer self-efficacy of e-commerce users on intention to use*. PETRA International Journal of Business Studies, 4(2), 134–143.

- Sjahruddin, H., Halim, A., Ramli, V. S. O., Suan, G. A., Manek, L. U., & Irvine, T. (2025). *Apakah perceived enjoyment mediator dalam menguji efek perceived ease of use terhadap behavioral intention?* Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management, 5(1), 145–166. <https://doi.org/10.53363/buss.v5i1.345>
- To, A. T., & Trinh, T. H. M. (2021). Understanding behavioral intention to use mobile wallets in vietnam: Extending the tam model with trust and enjoyment. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1891661>
- Umaningsih, W. P. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Niat Memanfaatkan E-Money. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 5(3), 113–119.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). *Technology Acceptance Model 3 and a research agenda on interventions*. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies*. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Van der Walt, F., Nkoyi, A., & Thithi, M. (2024). *The influence of selected factors on perceived enjoyment of the online learning experience: lessons for post-COVID-19 classrooms*. *Frontiers in Education*, 9, Article 1274126. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1274126>
- Waddington, J. (2023). Teacher self-efficacy and professional learning in ELT: Current perspectives and future directions. *ELT Journal*, 77(2), 237–246. <https://doi.org/10.1093/elt/ccad009>
- Widodo, B., & Pratiwi, S. (2022). *Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Risiko dalam Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi*. *Neraca: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 101–112.
- Wirani, Y., Randi, R., Romadhon, M. S., & Suhendi, S. (2022). *The influence of familiarity and personal innovativeness on the acceptance of fintech lending services: A perspective from Indonesian borrowers*. *Register: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, 8(2), 300–311.
- Winangsih, T., Ramdhani, A., & Avrianto, A. (2025). *Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived enjoyment dan attitude toward using terhadap behavioral intention to use fitur personal color Wardah pada konsumen Generasi Z*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(3), 1778-1799. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i3.6440>
- Wulandari, A., & Nurhayati, H. (2023). *Perceived usefulness, perceived ease of use, dan user acceptance of information technology*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 25(2), 90–101. <https://jos.unsoed.ac.id/index.php/jeba/article/download/11582/5137>
- Yoon, C. (2020). An empirical investigation of personal innovativeness and technology adoption in online services. *Cogent Psychology*, 7(1), 1792259. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1792259>
- Yusuf, M., Putra, A., & Rahayu, S. (2024). *The influence of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived risk on behavioral intention for QRIS in Padang*. *JKMP – Jurnal Keuangan, Manajemen, dan Perbankan*, 12(2), 45-59. <https://jkmp.pj.unp.ac.id/index.php/mms/article/view/500>
- Zheng, Q., Li, C., & Bai, S. (2022). *Evaluating the couriers' experiences of logistics platform: The extension of expectation confirmation model and technology acceptance model*. *Frontiers in Psychology*, 13, 998482. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.998482>