

Analysis Of Factors Affecting Interest Kai Access Application Users Using Models Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2)

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Aplikasi KAI Access Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2)

Rifki Firmansyah¹, Yuli Fauziah², Rifki Indra Perwira³

^{1,2,3} Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Indonesia

^{1*}124180008@student.upnyk.ac.id, ²yuli.fauziah@upnyk.ac.id, ³rifki@upnyk.ac.id

*: *Penulis korespondensi (corresponding author)*

Informasi Artikel

Received: December 2022

Revised: May 2023

Accepted: June 2023

Published: June 2023

Abstract

Purpose: This study aims to analyze the factors that influence user interest in the KAI Access application using the Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2) model.

Methodology: This study used the Structural Equation Modeling (SEM) method with two tests, namely the outer model and the inner model with the help of the SmartPLS Version 3 software. A total of 406 respondent data were used from the Special Region of Yogyakarta and also users of the KAI Access application.

Results: The results of the study show that of the fourteen hypotheses proposed in the study, only seven were accepted, namely social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, and habit. The strongest factors that have a significant effect are hedonic motivation and habit.

State of the art: based on previous research, this study has quite similar characteristics but different cases, variables, and research samples.

Abstrak

Tujuan: penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna terhadap aplikasi KAI Access menggunakan model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2).

Metode: penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan dua pengujian yaitu outer model dan inner model dengan bantuan software SmartPLS Versi 3. Sebanyak 406 data responden yang digunakan dengan asal Daerah Istimewah Yogyakarta dan juga pengguna aplikasi KAI Access.

Keywords: KAI Access, User Factor Analysis, UTAUT2, SmartPLS

Kata kunci: KAI Access, Analisis Faktor Pengguna, UTAUT2, SmartPLS

Hasil: Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dari empat belas hipotesis yang diajukan dalam penelitian, hanya tujuh hipotesis yang diterima yaitu *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. Faktor terkuat yang berpengaruh signifikan yaitu *hedonic motivation* dan *habit*.

State of the art: berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki karakteristik yang cukup mirip namun berbeda kasus, variabel, dan sampel penelitian.

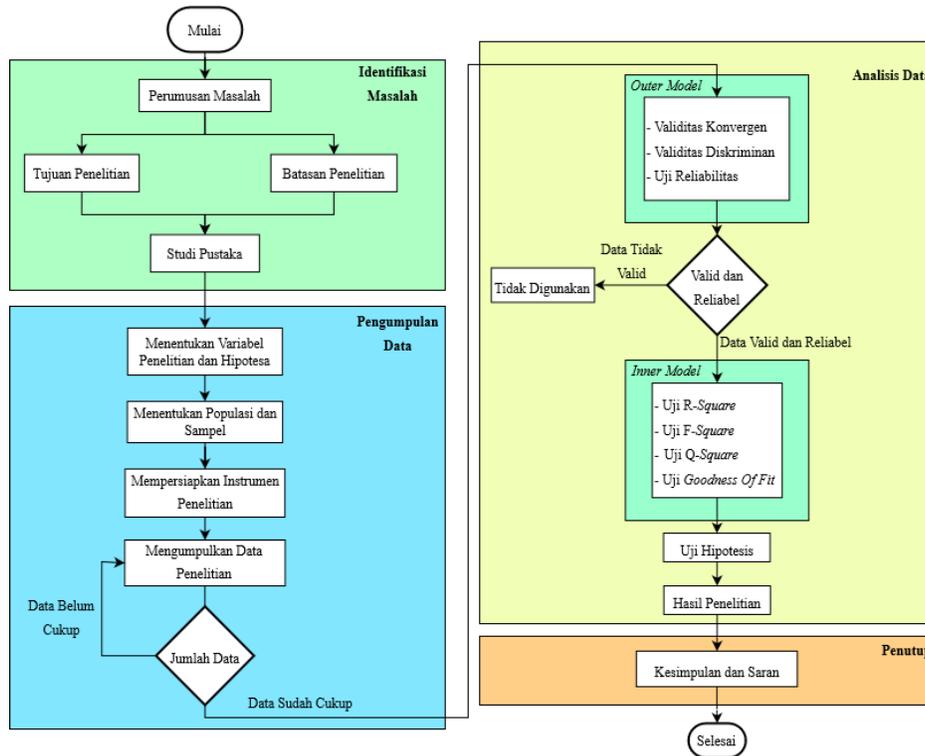
1. Pendahuluan

Menurut survey kepuasan pelanggan kereta api yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia pada tahun 2021 menyatakan bahwa penumpang kereta api sebesar 14,25% lebih sering memesan tiket di stasiun kereta, sementara 74,23% lebih sering membeli diluar stasiun (channel eksternal) dan 11,52% sama seringnya baik melalui stasiun kereta ataupun channel eksternal. Berdasarkan data tersebut, penumpang kereta api dalam membeli tiket lebih sering menggunakan channel eksternal sehingga penumpang merasa nyaman dan dapat menghemat waktu dalam pemesanan tiket kereta api. Oleh karena itu, minat penumpang dalam menggunakan transportasi kereta api meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan survey kepuasan pelanggan kereta api yang dilakukan oleh PT. KAI pada tahun 2021 juga menyatakan bahwa salah satu channel eksternal yang banyak digunakan oleh penumpang kereta api adalah aplikasi KAI Access. Diluncurkannya KAI Access bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen kereta api dalam memesan tiket secara online. Keputusan untuk berminat dalam mengadopsi sistem teknologi bergantung kepada penerimaan dan penggunaan masing-masing pengguna [1]. Selain itu dalam proses pembuatan keputusan untuk mengadopsi layanan atau teknologi banyak faktor yang mempengaruhi antara lain kinerja produk, harga dengan persepsi bahwa biaya yang dikeluarkan sepadan dengan manfaat yang diperoleh, kemudahan penggunaan sistem teknologi yang termasuk ketersediaan sumber daya dalam penggunaan sistem teknologi seperti ketersediaan jalur akses adalah faktor lain yang perlu diteliti pengaruhnya terhadap perilaku pelanggan atau konsumen [2]. Perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi oleh orang-orang yang menjadi pengaruh sosial dan dapat dipengaruhi juga oleh kebiasaan atau *habit* yang membuat pengguna merasa kecanduan untuk terus menggunakan layanan atau teknologi. Faktor-faktor ini perlu dicermati dan diteliti untuk memperoleh faktor-faktor manakah yang mempengaruhi minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi KAI Access agar aplikasi tersebut menjadi lebih baik dan menjadi aplikasi yang bisa diterima oleh pelanggan atau konsumen kereta api. Penerimaan terhadap suatu niat, serta penggunaan layanan digital bisa saja dipengaruhi oleh banyak faktor [3]. Salah satu model yang dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan juga penggunaan terhadap suatu layanan adalah *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2* (UTAUT2). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi KAI Access di Daerah Istimewa Yogyakarta. Diharapkan dengan adanya hasil dari penelitian pada aplikasi KAI Access menggunakan model *Unified Theory Of*

Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT2) dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen.

2. Metode/Perancangan

Penelitian ini menggunakan model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2* (UTAUT2) dengan melakukan penyebaran kuesioner secara online dan offline kepada 406 responden di Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk pengolahan datanya menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) dan dibantu dengan tools SmartPLS versi 3.2.9 pada pengujian validitas serta reliabilitas. Detail tahapan penelitian, seperti disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.1. Aplikasi KAI Access

Perusahaan Kereta Api Indonesia (KAI) adalah satu-satunya perusahaan BUMN milik pemerintah dibawah dinas perhubungan yang bergerak dibidang jasa angkutan kereta api [4]. Masyarakat lebih memilih transportasi darat kereta api karena kereta api lebih tepat waktu karena terhindar dari macet, penundaan pemberangkatan, dan perkiraan perhitungan waktu perjalanan yang tidak meleset jauh[5]. Pembelian tiket kereta api dapat dibeli melalui loket di stasiun atau melalui via online karena reservasi dengan mudah dan harga terjangkau untuk jarak jauh maupun jarak dekat. Untuk memudahkan masyarakat pengguna kereta api dalam mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan tiket kereta api secara online dimanapun dan kapanpun, PT. Kereta Api Indonesia berinovasi dengan memunculkan *mobile application* yaitu KAI Access. Aplikasi KAI Access menghadirkan kemudahan-kemudahan yang selama ini telah diharapkan oleh masyarakat indonesia seperti memudahkan proses pemesanan tiket kereta api tanpa perlu lagi untuk mendatangi loket dan antri yang lama serta pembayaran yang fleksibel

yang dapat dilakukan di ATM, dompet digital maupun swalayan yang termasuk dalam channel yang telah ditunjuk oleh PT. Kereta Api Indonesia.

2.2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data ditentukan oleh ukuran sampel dengan penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan rumus slovin. Rumus slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya [6]. Jumlah sampel yang harus terpenuhi untuk penelitian ini adalah 400 sampel. Sampel didapatkan dengan cara menyebar kuesioner yang terdiri dari 29 pernyataan berdasarkan UTAUT2 [7]. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui media sosial Whatsapp, Telegram, Line, dan Instagram serta penyebaran kuesioner juga dilakukan dengan mencari responden di sekitar stasiun Yogyakarta. Pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana untuk memperoleh responden maka peneliti terlebih dahulu menentukan kriteria terkait responden [8]. Adapun kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian ini yaitu pengguna aktif yang telah mengakses aplikasi KAI Access selama minimal satu kali.

2.3. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data penelitian diolah dengan pendekatan *Partial Least Square* yang merupakan salah satu teknik *Structural Equation Model* (SEM). PLS-SEM memiliki keunggulan dimana memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif kompleks secara stimulan dapat menggunakan ukuran sampel yang kecil serta dapat menilai hubungan antar variabel [9]. Metode analisis PLS-SEM memiliki dua tahapan evaluasi model yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Perhitungan dilakukan menggunakan *tools* SmartPLS versi 3.2.9 untuk pengujian SEM pada *outer model* akan menguji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan uji reliabilitas. Untuk *inner model* akan menggunakan *R-Square*, *F-Square*, *Q-Square*, dan uji *Goodness Of Fit*, sedangkan *path coefficient* dan uji *t-statistik* untuk menguji hipotesis [10].

2.4. Hipotesis Awal

Hipotesis diajukan berdasarkan dari acuan [1]. Berikut adalah hipotesis yang diajukan.

H1: Diduga terdapat pengaruh signifikan antara *Performance Expectancy* terhadap variabel *Behavioral Intentions* dalam menggunakan aplikasi KAI Access.

H2: Diduga terdapat pengaruh positif antara *Effort Expectancy* terhadap variabel *Behavioral Intentions* dalam menggunakan aplikasi KAI Access.

H3: Diduga variabel *Social Influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *Behavioral Intentions* dalam menggunakan aplikasi KAI Access.

H4a: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Facilitating Conditions* dengan variabel *Behavioral Intentions* dalam menggunakan aplikasi KAI Access.

H4b: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Facilitating Conditions* dengan variabel *Behavioral Intentions* yang dimoderasi oleh umur pada aplikasi KAI Access.

H4c: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Facilitating Conditions* dengan variabel *Behavioral Intentions* yang dimoderasi oleh jenis kelamin pada aplikasi KAI Access.

H5a: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Hedonic Motivation* terhadap variabel *Behavioral Intentions* dalam menggunakan aplikasi KAI Access.

H5b: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Hedonic Motivation* terhadap variabel *Behavioral Intentions* yang dimoderasi oleh umur terhadap aplikasi KAI Access.

- H5c: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Hedonic Motivation* terhadap variabel *Behavioral Intentions* yang dimoderasi oleh jenis kelamin terhadap aplikasi KAI Access.
- H5d: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Hedonic Motivation* terhadap variabel *Behavioral Intentions* yang dimoderasi oleh pengalaman terhadap aplikasi KAI Access.
- H6: Diduga terdapat pengaruh yang positif antara variabel *Price Value* terhadap variabel *Behavioral Intentions* untuk menggunakan aplikasi KAI Access.
- H7: Diduga variabel *Habit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Behavioral Intentions* untuk menggunakan aplikasi KAI Access.
- H8: Diduga variabel *Habit* memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel *Use Behavior* untuk menggunakan aplikasi KAI Access.
- H9: Diduga variabel *Behavioral Intentions* berpengaruh positif terhadap variabel *Use Behavior* dalam menggunakan aplikasi KAI Access.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Karakteristik Responden

Hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner yaitu sebanyak 406 data responden yang memenuhi kriteria. Data responden yang ditampilkan meliputi jenis kelamin, umur, pengalaman waktu penggunaan aplikasi, dan pekerjaan. Berikut hasil olah data yang sudah dilakukan menggunakan *tools* Microsoft Excel.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Pria	106
Wanita	300
Umur	Jumlah
< 20 Tahun	51
20-25 Tahun	352
26-35 Tahun	24
ahun	1
> 50 Tahun	0
Waktu Penggunaan	Jumlah
0 Kali	0
1-2 Kali	215
3-4 Kali	178
5-7 Kali	35
> 7 Kali	0
Pekerjaan	Jumlah
Mahasiswa	311
Karyawan Swasta	63
Wirausaha	19
Belum Bekerja	14
Pegawai Negeri	12
Freelance	6
Staff Magang	2
Pelajar	1

3.2. Uji SEM

Pengujian menggunakan dua tahap evaluasi yaitu *outer model* dan *inner model*. Pada evaluasi *outer model* terdapat pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan uji reliabilitas. Selanjutnya untuk evaluasi *inner model* akan dilakukan pengujian *R-Square*, *F-Square*, *Q-Square*, dan uji *Goodness Of Fit*. Sementara untuk uji hipotesis menggunakan *path coefficient* dan pengujian *t-statistik*.

3.2.1. Outer Model

1. Validitas Konvergen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner [11]. Hasil pengujian validitas konvergen dianggap valid apabila nilai *loading factor* pada indikator terkait lebih besar dari 0,7. Kemudian pengujian juga akan dilakukan dengan melihat nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada masing-masing variabel laten. Data akan dinyatakan valid apabila nilai AVE pada variabel lebih besar dari 0,5 [12].

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Outer Loadings	Batas Nilai Loading Factor	Nilai AVE	Batas Nilai AVE	Keterangan
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	PE1	0.826	0.70	0.581	0.50	Valid
	PE2	0.815	0.70		0.50	Valid
	PE3	0.779	0.70		0.50	Valid
	PE4	0.790	0.70		0.50	Valid
<i>Effort Expectancy (EE)</i>	EE1	0.842	0.70	0.702	0.50	Valid
	EE2	0.859	0.70		0.50	Valid
	EE3	0.811	0.70		0.50	Valid
<i>Social Influence (SI)</i>	SI1	0.898	0.70	0.771	0.50	Valid
	SI2	0.922	0.70		0.50	Valid
	SI3	0.811	0.70		0.50	Valid
<i>Facilitating Conditions (FC)</i>	FC2	0.738	0.70	0.664	0.50	Valid
	FC3	0.884	0.70		0.50	Valid
<i>Hedonic Motivation (HM)</i>	HM2	0.826	0.70	0.768	0.50	Valid
	HM3	0.842	0.70		0.50	Valid
<i>Price Value (PV)</i>	PV1	0.859	0.70	0.736	0.50	Valid
	PV2	0.874	0.70		0.50	Valid
	PV3	0.841	0.70		0.50	Valid
<i>Habit (H)</i>	HB1	0.811	0.70	0.715	0.50	Valid
	HB2	0.875	0.70		0.50	Valid
	HB3	0.849	0.70		0.50	Valid
<i>Behaviour Intention (BI)</i>	BI1	0.838	0.70	0.649	0.50	Valid
	BI2	0.840	0.70		0.50	Valid
	BI3	0.733	0.70		0.50	Valid
<i>Use Behaviour (UB)</i>	UB1	0.900	0.70	0.774	0.50	Valid
	UB2	0.875	0.70		0.50	Valid
	UB3	0.864	0.70		0.50	Valid
<i>Experience (EX)</i>	EX	1.000	0.70	1.000	0.50	Valid

Gender (JK)	JK	1.000	0.70	1.000	0.50	Valid
Age (U)	U	1.000	0.70	1.000	0.50	Valid
FC→BI*JK	FC*JK	1.034	0.70	1.000	0.50	Valid
FC→BI*U	FC*U	0.961	0.70	1.000	0.50	Valid
HM→BI*EX	HM*EX	1.025	0.70	1.000	0.50	Valid
HM→BI*JK	HM*JK	1.053	0.70	1.000	0.50	Valid
HM→BI*U	HM*U	0.995	0.70	1.000	0.50	Valid

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan semua variabel memiliki nilai di atas 0,7 dan di atas 0,5. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel telah memenuhi standar dari uji validasi konvergen dan selanjutnya untuk melakukan uji validitas diskriminan.

2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan menunjukkan sejauh mana suatu variabel benar-benar berbeda dengan variabel lainnya [13]. Uji validitas diskriminan dapat dilakukan berdasarkan nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0,70 [14].

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Diskriminan

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PV	SI	UB
BI1	0,838	0,444	0,473	0,596	0,544	0,433	0,497	0,366	0,617
BI2	0,840	0,453	0,486	0,547	0,577	0,344	0,465	0,518	0,620
BI3	0,733	0,437	0,470	0,456	0,544	0,410	0,514	0,247	0,453
EE1	0,466	0,842	0,544	0,475	0,429	0,478	0,445	0,250	0,411
EE2	0,503	0,859	0,520	0,475	0,512	0,540	0,399	0,252	0,392
EE3	0,406	0,811	0,501	0,436	0,402	0,582	0,448	0,201	0,326
FC2	0,385	0,547	0,738	0,408	0,373	0,488	0,445	0,134	0,373
FC3	0,557	0,490	0,884	0,454	0,446	0,388	0,437	0,451	0,500
HB1	0,462	0,481	0,408	0,811	0,434	0,402	0,345	0,279	0,631
HB2	0,582	0,424	0,453	0,875	0,510	0,439	0,376	0,376	0,674
HB3	0,633	0,499	0,476	0,849	0,513	0,514	0,478	0,334	0,626
HM2	0,582	0,469	0,465	0,544	0,868	0,398	0,449	0,383	0,517
HM3	0,622	0,474	0,421	0,469	0,885	0,406	0,477	0,329	0,468
PE1	0,444	0,551	0,468	0,520	0,461	0,826	0,452	0,251	0,453
PE2	0,394	0,488	0,407	0,406	0,314	0,815	0,379	0,186	0,314
PE3	0,353	0,512	0,408	0,395	0,348	0,779	0,457	0,205	0,342
PE4	0,367	0,478	0,379	0,385	0,337	0,790	0,399	0,214	0,266
PV1	0,511	0,425	0,439	0,382	0,451	0,436	0,859	0,237	0,409
PV2	0,540	0,433	0,472	0,412	0,467	0,452	0,874	0,293	0,432
PV3	0,510	0,459	0,463	0,428	0,443	0,463	0,841	0,269	0,418
SI1	0,458	0,266	0,344	0,341	0,392	0,262	0,275	0,898	0,382
SI2	0,438	0,258	0,399	0,350	0,336	0,258	0,317	0,922	0,398
SI3	0,350	0,213	0,273	0,347	0,338	0,175	0,221	0,811	0,336
UB1	0,637	0,438	0,504	0,704	0,518	0,367	0,426	0,386	0,900
UB2	0,599	0,413	0,457	0,661	0,438	0,417	0,438	0,320	0,875
UB3	0,626	0,338	0,473	0,642	0,522	0,362	0,429	0,415	0,864

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai korelasi indikator suatu variabel lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya. Kemudian nilai *cross loading* pada setiap

indikator variabel sudah sesuai dengan nilai yang distandarkan yaitu *minimum* 0.70. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa data memiliki validitas diskriminan yang baik.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner ang merupakan indikator dari variabel atau konstruk [13]. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu [15]. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Penelitian ini akan menggunakan *composite reliability* dalam uji reliabilitasnya. Data yang diuji harus memiliki nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 sehingga data tersebut dapat dinyatakan reliabel [14].

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	Batas Nilai Composite Reliability	Keterangan
Performance Expectancy (PE)	0,879	0,70	Reliabel
Effort Expectancy (EE)	0,876	0,70	Reliabel
Social Influence (SI)	0,910	0,70	Reliabel
Facilitating Conditions (FC)	0,797	0,70	Reliabel
Price Value (PV)	0,893	0,70	Reliabel
Habit (HB)	0,882	0,70	Reliabel
Behavioral Intention (BI)	0,847	0,70	Reliabel
Use Behaviour (UB)	0,911	0,70	Reliabel
Experience (EX)	1,000	0,70	Reliabel
Gender (JK)	1,000	0,70	Reliabel
Age (U)	1,000	0,70	Reliabel
FC→BI * JK	1,000	0,70	Reliabel
FC→BI * U	1,000	0,70	Reliabel
HM→BI * EX	1,000	0,70	Reliabel
HM→BI * JK	1,000	0,70	Reliabel
HM→BI * U	1,000	0,70	Reliabel

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* yang dihasilkan semua variabel lebih dari 0.70. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel atau telah memenuhi kriteria uji reliabilitas.

3.2.2. Inner Model

1. R-Square

Pengujian *R-Square* dilakukan untuk menjelaskan pengaruh atau hubungan dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Pengaruh atau hubungan tersebut akan dikatakan “kuat” apabila memiliki nilai lebih besar sama dengan 0,75, dikatakan “moderat” apabila memiliki nilai lebih besar sama dengan 0,50 hingga lebih kecil dari 0,75, dan dikatakan “lemah” apabila memiliki nilai lebih besar sama dengan 0,35 hingga lebih kecil dari 0,50 [16].

Tabel 5. Hasil R-Square

Variabel	R-Square	Keterangan
Behavioral Intention (BI)	0,660	Moderat
User Behaviour (UB)	0,651	Moderat

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel di atas, didapatkan beberapa kesimpulan yaitu Variabel *behavioral intention* dapat dipengaruhi oleh variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *experience*, *age*, dan *gender* sebesar 66%. Pengaruh tersebut termasuk ke dalam kategori moderat. Sedangkan 34% lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Variabel *use behaviour* dapat dipengaruhi oleh variabel *habit*, dan *behavioral intention* sebesar 65%. Pengaruh tersebut termasuk ke dalam kategori moderat. Sedangkan 35% lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

2. F-Square

Pengujian *F-Square* dilakukan untuk mengukur pentingnya pengaruh atau dampak dari variabel laten eksogen apabila dihilangkan terhadap variabel endogen. Pengaruh atau dampak tersebut akan dikatakan “besar” apabila memiliki nilai lebih besar sama dengan 0,35, dikatakan “menengah” apabila memiliki nilai lebih besar sama dengan 0,15 hingga lebih kecil dari 0,35, dan dikatakan “kecil” apabila memiliki nilai lebih besar sama dengan 0,15 hingga lebih kecil dari 0,02 [14].

Tabel 6. Hasil F-Square

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PV	SI	UB
BI									0,204
EE	0,001								
FC	0,021								
HB	0,095								0,437
HM	0,136								
PE	0,001								
PV	0,067								
SI	0,041								
UB									

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel di atas, didapatkan beberapa kesimpulan yaitu Nilai variabel *habit* terhadap *use behaviour* memiliki nilai sebesar 0,437 atau 43,7%. Nilai F-Square tersebut memiliki efek yang besar, sehingga variabel *habit* memiliki dampak yang besar terhadap variabel *use behaviour*. Nilai variabel *behavioral intention* terhadap *use behaviour* memiliki nilai 0,204 atau 20,4%. Nilai F-Square tersebut memiliki efek yang sedang, sehingga variabel *behavioral intention* memiliki dampak yang sedang terhadap variabel *use behavior*. Nilai variabel *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention*, *habit* terhadap *behavioral intention*, *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*, *price value* terhadap *behavioral intention*, *social influence* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai diantara 0,02 hingga 0,015. Nilai F-Square tersebut memiliki efek yang kecil, sehingga variabel *facilitating condition*, *habit*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *social influence* memiliki dampak yang kecil terhadap variabel *behavioral intention*.

3. Q-Square

Pengujian *Q-Square* atau *predictive relevance* dilakukan untuk menguji seberapa baik nilai-nilai yang di periksa atau bisa dikatakan uji kemampuan prediksi suatu model. Apabila nilai *predictive relevance* lebih besar sama dengan 0,35 dapat dikatakan “kuat”, apabila nilai

predictive relevance lebih besar sama dengan 0,15 hingga lebih kecil dari 0,35 dapat dikatakan “moderat”, dan apabila nilai *predictive relevance* lebih besar sama dengan 0,02 hingga lebih kecil dari 0,15 dapat dikatakan “lemah” [14].

Tabel 7. Hasil Q-Square

Variabel	Q-Square	Predictive Relevance
Performance Expectancy (PE)		
Effort Expectancy (EE)		
Social Influence (SI)		
Facilitating Conditions (FC)		
Hedonic Motivation (HM)		
Price Value (PV)		
Habit (HB)		
Behavioral Intention (BI)	0,405	Sedang
Use Behaviour (UB)	0,496	Sedang

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel di atas, didapatkan beberapa kesimpulan yaitu Variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *experience*, *age*, dan *gender* memiliki tingkat *predictive relevance* sedang atau moderat terhadap variabel *behavioral intention*. Variabel *habit*, dan *behavioral intention* memiliki tingkat *predictive relevance* sedang atau moderat terhadap variabel *behavioral intention*.

3.2.3. Uji Hipotesis

1. Path Coefficients

Untuk melihat hasil hipotesis diterima atau ditolak dapat dilihat dari *path coefficients* dan nilai t-statistik. Uji *path coefficient* dilakukan dengan melihat nilai ambang batas. Jika memiliki nilai ambang batas di atas 0,1, maka jalur atau path yang diuji bersifat positif dan apabila nilai ambang batas di bawah 0,1, maka jalur atau path yang diuji bersifat negatif [10].

Tabel 8. Hasil Path Coefficients

Hipotesis	Path Coefficients	Keterangan Arah
H1: <i>Performance Expectancy</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	-0,024	Negatif
H2: <i>Effort Expectancy</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	0,034	Negatif
H3: <i>Social Influence</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	0,139	Positif
H4a: <i>Facilitating Conditions</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	0,122	Positif
H4b: <i>Facilitating Conditions</i> → <i>Behavioral Intentions</i> * <i>Age</i>	-0,040	Negatif
H4c: <i>Facilitating Conditions</i> → <i>Behavioral Intentions</i> * <i>Gender</i>	0,007	Negatif
H5a: <i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	0,300	Positif
H5b: <i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavioral Intentions</i> * <i>Age</i>	0,048	Negatif
H5c: <i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavioral Intentions</i> * <i>Gender</i>	0,002	Negatif
H5d: <i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavioral Intentions</i> * <i>Experience</i>	0,044	Negatif
H6: <i>Price Value</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	0,202	Positif
H7: <i>Habit</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	0,268	Positif
H8: <i>Habit</i> → <i>Use Behaviour</i>	0,523	Positif
H9: <i>Behavioral Intentions</i> → <i>Use Behaviour</i>	0,358	Positif

Berdasarkan hasil pengujian *path coefficients* pada Tabel 8. dapat diketahui bahwa terdapat 7 hipotesis yang memiliki arah positif dan 7 hipotesis yang memiliki arah negatif.

2. T-Statistik

Uji t-statistik dilakukan menggunakan *bootstrapping* dan diuji dengan *two-tailed* dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 yang merupakan batas untuk menguji hipotesis. Hipotesis akan diterima jika nilai t-statistik lebih dari 1,96 dan hipotesis akan ditolak jika nilai t-statistik kurang dari 1,96 [14].

Tabel 9. Hasil T-Statistik

Hipotesis	T-Statistik	T-Statistik > 1.96	Keterangan Hipotesis
H1: <i>Performance Expectancy</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	0,532	Tidak Signifikan	Ditolak
H2: <i>Effort Expectancy</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	0,655	Tidak Signifikan	Ditolak
H3: <i>Social Influence</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	3,468	Signifikan	Diterima
H4a: <i>Facilitating Conditions</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	2,704	Signifikan	Diterima
H4b: <i>Facilitating Conditions</i> → <i>Behavioral Intentions</i> * <i>Age</i>	0,995	Tidak Signifikan	Ditolak
H4c: <i>Facilitating Conditions</i> → <i>Behavioral Intentions</i> * <i>Gender</i>	0,174	Tidak Signifikan	Ditolak
H5a: <i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	5,221	Signifikan	Diterima
H5b: <i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavioral Intentions</i> * <i>Age</i>	0,042	Tidak Signifikan	Ditolak
H5c: <i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavioral Intentions</i> * <i>Gender</i>	0,041	Tidak Signifikan	Ditolak
H5d: <i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavioral Intentions</i> * <i>Experience</i>	1,398	Tidak Signifikan	Ditolak
H6: <i>Price Value</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	4,826	Signifikan	Diterima
H7: <i>Habit</i> → <i>Behavioral Intentions</i>	4,838	Signifikan	Diterima
H8: <i>Habit</i> → <i>Use Behaviour</i>	11,275	Signifikan	Diterima
H9: <i>Behavioral Intentions</i> → <i>Use Behaviour</i>	8,012	Signifikan	Diterima

Berdasarkan hasil pengujian t-statistik pada Tabel 9. dapat diketahui bahwa terdapat 7 hipotesis yang memiliki hubungan tidak signifikan dan 7 hipotesis yang memiliki hubungan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 7 hipotesis yang dinyatakan ditolak dan 7 hipotesis lainnya dinyatakan diterima.

4. Kesimpulan dan Saran

Hasil penelitian pada penelitian yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan yaitu terdapat 7 hipotesis diterima dan 7 hipotesis ditolak dari 14 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Variabel *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *behavioral intentions*. Selain itu variabel *habit*, dan *behavioral intentions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *use behavior*. Dari hasil uji hipotesis tersebut juga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel moderasi yaitu umur (*age*), jenis kelamin (*gender*), dan pengalaman (*experience*) tidak mempengaruhi minat pengguna (*behavioral intentions*) terhadap aplikasi KAI Access. Kemudian didapatkan juga hasil bahwa faktor terkuat yang dapat mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan aplikasi KAI Access dapat dilihat dari nilai T-Statistik.

Berdasarkan hasil nilai T-Statistik pada pengujian hipotesis, maka faktor terkuat yang mempengaruhi *behavioral intentions* adalah *hedonic motivation*, sedangkan faktor terkuat yang mempengaruhi *use behavior* ialah *habit*. Saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya yaitu diharapkan dapat menamabahkan faktor-faktor penentu adopsi teknologi lain diluar model UTAUT2, baik variabel utama maupun variabel moderasinya. Kemudian penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan metode wawancara ataupun kuesioner terbuka dan penelitian selanjutnya dapat menggunakan daerah yang berbeda, dan latar belakang responden yang berbeda.

Daftar Pustaka

- [1] A. Prasetyo and W. Nursandi, "Analisis Minat Pengguna OTA Tiket . com di Indonesia Menggunakan," *J. Manaj. DAN Keuang.*, vol. 11, no. 1, pp. 36–54, 2022.
- [2] H. K. Setiawan and Purwoko, "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belanja Online Menggunakan Media Sosial Instagram," *J. Ilm. Mhs. Ekon. Manaj.*, vol. 5, no. 4, pp. 806–820, 2020, doi: 10.32528/jmbi.v6i1.3533.
- [3] Z. Y. Pamungkas and A. Sudiarno, "Implementasi Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Untuk Menganalisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi BRIMO," vol. 9, no. 3, pp. 569–578, 2022, doi: 10.25126/jtiik.202296047.
- [4] H. Setiawan and D. Novita, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi KAI Access Sebagai Media Pemesanan Tiket Kereta Api Menggunakan Metode EUCS," *J. Teknol. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 162–175, 2021, doi: 10.35957/jtsi.v2i2.1375.
- [5] I. Permata and I. Perdini, "Pengaruh Mobile E-Commerce Aplikasi Kai Access Terhadap Keputusan Pemeblian Tiket Kereta Api Lokal," *E-Proceeding Manag.*, vol. 7, no. 2, p. 4176, 2020.
- [6] A. . R. Gustiani Pakendek, "Study Persepsi Pasien Kualitas Penyediaan Makanan Terhadap Citra Rumah Sakit Umum Jayapura," *J. Nas. Ilmu Kesehat.*, vol. 1, no. 69, pp. 1–16, 2018, [Online]. Available: <http://journal.unhas.ac.id/index.php/jnik/issue/view/542>.
- [7] V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, and X. Xu, "Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology," *MIS Q. Manag. Inf. Syst.*, vol. 36, no. 1, pp. 157–178, 2012, doi: 10.2307/41410412.
- [8] D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. BANDUNG: ALFABET, 2013.
- [9] H. Latan and N. A. Ramli, "The Results of Partial Least Squares-Structural Equation Modelling Analyses (PLS-SEM)," *Ssrn*, 2013, [Online]. Available: <http://ssrn.com/abstract=2364191>Electroniccopyavailableat:<https://ssrn.com/abstract=2364191>.
- [10] J. F. Hair, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd ed., vol. 46, no. 1–2. SAGE Publications, 2016.
- [11] Audrey Josephine and M. S. Dhyah Harjanti S.E., "Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap

- Kinerja Karyawan pada Bagian Produksi melalui Motivasi Kerja sebagai Variabel Intervening pada PT. Trio Corporate Plastic (Tricopla),” *J. AGORA*, vol. 5, no. 3, pp. 1–8, 2017.
- [12] Y. W. Saragih and B. Rikumahu, “ANALISIS FAKTOR ADOPTSI E-WALLET GOPAY, OVO, DAN DANA DENGAN MODEL UTAUT2 PADA MASYARAKAT JAWA BARAT,” *Barom. Ris. Akunt. dan Manaj.*, vol. 11, no. 1, pp. 98–121, 2022.
- [13] R. Fadilah and E. Surya Negara, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pengguna Aplikasi Elektronik Renumerasi Kinerja (E-RK) Menggunakan Metode UTAUT dan SDT (Studi Kasus : Pemerintah Kabupaten Musi Rawas),” *J. Ilm. Matrik*, vol. 24, no. 1, pp. 40–50, 2022, doi: 10.33557/jurnalmatrik.v24i1.1658.
- [14] I. Ghozali and H. Latan, *PARTIAL LEAST SQUARES KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang, 2015.
- [15] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Ke-9*. Universitas Diponegoro, 2018.
- [16] J. F. Hair, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, “PLS-SEM: Indeed a silver bullet,” *J. Mark. Theory Pract.*, vol. 19, no. 2, pp. 139–152, 2011, doi: 10.2753/MTP1069-6679190202.