

PENGARUH *MOBILE E-COMMERCE* APLIKASI KAI ACCESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBLIAN TIKET KERETA API LOKAL

(Studi pada PT.Kereta Api Indonesia (persero) pada kereta api Penataran Daop 8
Surabaya)

Intan Permata Trisanti, Idola Perdini Putri S.Sos., M.Si²

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Jalan Telekomunikasi Terusan Buah Batu No. 1 Bandung, Jawa Barat 40257

Email: permata.trisanti@gmail.com¹, idolaputri11@gmail.com²

ABSTRAK

Perkembangan dalam teknologi dan informasi menjadikan masyarakat semakin terlihat pesat dan dinamis dalam pergerakan dunia bisnis. Perkembangan sistem teknologi dan informasi mendorong munculnya peluang-peluang bisnis yang memanfaatkan layanan internet. Layanan internet dirasa lebih efektif dan efisien terutama segi penghematan waktu. Salah satu *e-commerce* yang berpeluang besar dalam dunia bisnis adalah *mobile commerce*. *Mobile commerce* dijadikan sebuah layanan aplikasi yang sangat dibutuhkan masyarakat berdasarkan lokasi dan pengguna. *Mobile commerce* disajikan dalam bentuk aplikasi dan *website*, salah satu *mobile commerce* yang sering digunakan masyarakat untuk kebutuhan sehari-hari adalah aplikasi KAI Access. Aplikasi KAI Access merupakan aplikasi yang dibuat oleh PT. Kereta Api Indonesia yang digunakan sebagai layanan pembelian tiket kereta secara online. Aplikasi Kai Access saat ini lebih sering digunakan untuk pembelian tiket kereta api lokal pada wilayah Daop 8 Surabaya, serta mengharuskan menggunakan aplikasi tersebut untuk transaksi pembelian tiket kereta api lokal. Keputusan pihak PT. Kereta Api Indonesia mengharuskan wilayah Daop 8 Surabaya menggunakan aplikasi KAI Access, karena untuk memberikan pelayanan lebih baik kepada pengguna kereta api dan mengedukasi masyarakat untuk bisa lebih mengenal dengan aplikasi layanan *online* tiket kereta. Pemesanan tiket kereta dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun tanpa melalui loket konvensional sehingga menghemat waktu dalam pembelian tiket kereta api lokal. Munculnya permasalahan tersebut, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh *Mobile E-Commerce* Aplikasi KAI Access Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Lokal. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan paradigma *postpositivisme*. Teknik *Incidental Sampling*, dengan jumlah responden 387 orang. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif secara parsial *M-Commerce* (Fleksibilitas, Internet, Hemat waktu, Peningkatan Produktifitas, dan Transparansi) terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh positif secara simultan *M-Commerce* (Fleksibilitas, Internet, Hemat waktu, Peningkatan Produktifitas, dan Transparansi) terhadap keputusan pembelian, serta terdapat korelasi antara *Mobile Commerce* terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *E-Commerce*, *M-Commerce*, KAI Access, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Developments in technology and information have made society increasingly visible and dynamic in the movement of the business world. The development of technology and information systems has encouraged the emergence of business opportunities that utilize internet services. Internet services are felt to be more effective and efficient, especially in terms of saving time. One e-commerce that has a big opportunity in the business world is mobile commerce. Mobile commerce is used as an application service that is needed by the community based on location and users. Mobile commerce is presented in the form of applications and websites, one of the mobile commerce that is often used by people for daily needs is the KAI Access application. KAI Access application is an application made by PT. Indonesian Railways are used as a train ticket purchase service online. The Kai Access application is now more often used to purchase local train tickets in the Daop 8 region of Surabaya, and requires that the application to use for local train ticket purchase transactions. The decision of PT. Indonesian Railways requires the Daop 8 Surabaya region to use the KAI Access application, because it provides better services to train users and educates the public to become more familiar with the train ticket online service application. Booking train tickets can be done anytime and anywhere without going through conventional counter so save time in purchasing local train tickets. The emergence of these problems, made researchers interested in conducting research on the Effect of KAI Access Mobile E-

Commerce Application on the Purchase Decision of Local Train Tickets. This research was conducted using quantitative descriptive methods with the postpositivism paradigm. Incidental Sampling Technique, with 387 respondents. The data analysis technique in this study uses the SPSS 24 application. The results of this study indicate that there is a partially positive effect of M-Commerce (Flexibility, Internet, Save time, Increased Productivity, and Transparency) on purchasing decisions, there is a positive influence simultaneously M-Commerce (Flexibility, Internet, Save time, Increased Productivity, and Transparency) on purchasing decisions, and there is a correlation between Mobile Commerce on purchasing decisions.

Keywords: E-Commerce, M-Commerce, KAI Access, Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Internet saat ini sudah menjadi sesuatu yang familiar bagi semua kalangan masyarakat. Perkembangan dalam bidang teknologi informasi menjadikan internet tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, akan tetapi merambah pada interaksi yang lebih kompleks. Dalam perkembangan zaman bahwa pergerakan dunia bisnis terlihat semakin pesat dan dinamis, ditambah dengan adanya internet dan kemajuan teknologi yang memanjakan masyarakat. Internet membantu masyarakat untuk berkomunikasi dan melakukan transaksi bisnis ke segala penjuru dunia dengan memberikan biaya yang murah, cepat, dan mudah. Perkembangan sistem teknologi informasi ini mendorong munculnya peluang bisnis yang memanfaatkan layanan internet karena dirasa lebih efektif dan efisien, terutama dari segi penghematan waktu. Dapat jumlah pengguna internet di Indonesia sangat banyak yaitu 171,17 juta jiwa pengguna di tahun 2018 yang telah di riset oleh APJII. Jadi dapat di perkirakan bahwa jumlah pengguna internet akan semakin bertambah. Dengan munculnya pertumbuhan teknologi digital yang tumbuh dengan pesat, salah satu signifikannya adalah munculnya internet. Maka jumlah perangkat untuk mengakses internet seperti smartphone atau tablet, komputer dan dll, juga semakin meningkat. Usia milenial lainnya yang merajai posisi teratas lainnya soal pengguna internet ini, yaitu 20-24 tahun dengan penetrasi 88,5 %. Kemudian di bawahnya terdapat kelompok umur 25-29 tahun dengan penetrasi 82,7%, kelompok umur 30-34 tahun dengan penetrasi 76,5%, dan kelompok umur 35-39 tahun dengan penetrasi 68,5%. Berdasarkan tabel dibawah dapat dilihat kelompok umur 25-34 adalah umur produktif untuk melakukan produktifitas dalam sehari-hari.

Perkembangan yang sangat pesat dan tergolong penting dalam kehidupan dan untuk mendukung mobilitas produktifitas, saat ini adalah sarana transportasi. Dapat dilihat kondisi penggunaan kendaraan transportasi yang berlebihan menimbulkan kemacetan terutama pada jam sibuk, kondisi dimana pegawai negeri maupun swasta, anak sekolah, pekerja wiraswasta dan berbagai elemen masyarakat berbondong-bondong menuju dari satu tempat ke tempat lain dengan kendaraan yang akan menimbulkan intensitas yang berlebih, jalan raya dipadati oleh kendaraan roda dua ataupun roda empat bahkan menumpuk dijalan tanpa ada pergerakan. Dimana yang dimaksudkan dengan adanya transportasi sebagai usaha pemindahan atau pergerakan dari satu lokasi ke lokasi lainnya dengan menggunakan suatu alat tertentu (Fidel Miro,2005) Yang dimaksud alat tertentu, merupakan bisnis jasa. Di zaman sekarang ini bisnis jasa berkembang pesat, diantaranya transportasi. Salah satu contoh permasalahan sehari-hari saat ini yang menjadi perhatian masyarakat sekarang adalah transportasi.

Transportasi, adalah sebuah sarana umum yang apapun jenisnya dan dimanapun tempatnya, sangat diperlukan bagi setiap orang yang hendak berpergian, apalagi ketempat yang tidak dapat dijangkau dengan berjalan kaki. Banyak alat transportasi yang disediakan oleh Pemerintah, Swasta, dan perorangan yang memudahkan masyarakat untuk mencari alternatif yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Tidak hanya manusia tetapi barangpun juga memerlukan alat transportasi untuk memindahkan sesuatu.

Transportasi secara umum terdiri dari transportasi darat, transportasi laut, dan transportasi udara. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 bahwa kereta api merupakan sarana transportasi darat yang memiliki kemampuan mengangkut penumpang dan barang dalam jumlah besar melalui jarak yang jauh maupun dekat. Kereta api merupakan pilihan bagi masyarakat baik menengah ke atas maupun ke bawah yang mencari kepraktisan serta kenyamanan untuk mencapai tempat tujuan. Dalam penyelenggaraan jasa angkutan, kereta api dikelola oleh sebuah

Badan Usaha Milik Negara yaitu PT. KAI. Masyarakat lebih memilih transportasi darat kereta api karena kereta api tidak mengenal lalu lintas macet karena kereta api memiliki jalur atau lintasan tersendiri yang khusus dilewati oleh kereta api itu sendiri. Berbeda dengan bus umum yang harus berbagi jalan dengan kendaraan lain seperti truk, mobil, dan sepeda motor. Kereta api lebih tepat waktu karena terhindari dari macet, penundaan pemberangkatan, dan perkiraan perhitungan waktu perjalanan yang tidak meleset jauh. Berbeda dengan perjalanan menggunakan bus dimana sering terjadi keterlambatan saat pemberangkatan, waktu tempuh lebih lama karena adanya kemacetan, pengalihan arus, dan waktu kedatangan yang terlambat dari jadwal. Tiket Kereta Api yang dijual saat ini masih lebih murah dibandingkan dengan harga tiket bus dengan trayek yang sama. Hal ini disebabkan karena strategi marketing dari PT KAI dan adanya subsidi yang diberikan pemerintah.

Kereta api cenderung lebih aman dari kecelakaan karena kereta api jarang terjadi kecelakaan dibandingkan dengan bus umum bila dilihat dari data statistik kecelakaan transportasi di Indonesia. Pembelian tiket kereta api lebih mudah didapatkan dari pada tiket transportasi lainnya. Tiket kereta api dapat didapatkan membeli tiket di stasiun atau melalui via online karena reservasi dengan mudah dan harga terjangkau untuk jarak jauh maupun jarak dekat. PT. Kereta Api Indonesia (persero) untuk memudahkan masyarakat pengguna kereta api dalam mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan tiket api secara online dimanapun dan kapanpun. PT. Kereta Api Indonesia semakin berinovasi dengan mengikuti perkembangan teknologi dengan tujuan untuk memenuhi layanan kenyamanan dan hal yang praktis bagi pelanggannya, yaitu memanfaatkan internet sebagai solusinya dengan cara memunculkan Official Mobile Application yaitu KAI Access untuk pemesanan tiket kereta api lokal.

KAI Acces otomatis akan semakin memudahkan masyarakat dalam pelayanan tiket kereta api, dimana sebelumnya adanya sistem tiket online pengguna jasa transportasi kereta api harus datang ke lokasi untuk membeli tiket secara langsung, lalu dengan adanya pelayanan tiket online berupa KAI Acces maka masyarakat bisa membeli tiket dimana saja dan kapan saja tidak lagi harus datang ke lokasi stasiun hanya untuk membeli tiket kereta api.

KAI Access diluncurkan pada 26 Juli 2013. KAI Access merupakan hasil inovasi PT Kereta Api Indonesia berkaitan dengan pemesanan tiket. Dari awal beroperasinya kereta api, pemesanan tiket hanya bisa dilakukan secara offline yang artinya penumpang membeli tiket kereta api di loket stasiun. Aplikasi KAI Access menghadirkan kemudahan-kemudahan yang selama ini telah diharapkan oleh masyarakat Indonesia, yang dapat memudahkan proses pemesanan tiket kereta api tanpa perlu lagi untuk mendatangi loket dan antri yang lama, pembayaran yang fleksibel tanpa perlu mengantri di stasiun yang dapat dilakukan di ATM maupun swalayan yang masuk dalam channel yang telah ditunjuk oleh PT. Kereta Api Indonesia.

PT. Kereta Api Indonesia juga melihat bahwa jumlah pengguna internet Mobile Phone di Indonesia sangat besar. Oleh karena itu, PT. Kereta Api Indonesia berinovasi dengan Aplikasi KAI Access untuk dimanfaatkan kereta api lokal. Menurut data PT. Kereta Api Indonesia jumlah pengguna internet mobile phone di Indonesia. Melihat perkembangan pengguna internet mobile phone di Indonesia selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya dengan mencapai 76,11 juta orang pada tahun 2017 yang menggunakan internet mobile phone di Indonesia. Pengguna internet mobile phone di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya, pada 2018 diperkirakan mencapai 83,19 juta orang yang menggunakan internet mobile phone di Indonesia. PT. Kereta Api terus berinovasi dengan mengikuti perkembangan teknologi dengan tujuan untuk memenuhi layanan kenyamanan dan hal yang praktis bagi pelanggannya. Pemesanan tiket kereta api yang mulai dari cara konvensional menjadi lebih modern yaitu e-Ticketing (Online Booking) yaitu Aplikasi KAI Acces saat ini sudah dipegang penuh oleh mobile phone, karena aplikasi tersebut hanya dapat didownload pada Android dan IOS. Banyak orang yang sudah mengunduh aplikasi tersebut untuk produktifitas dalam sehari-hari. Aplikasi ini sudah di unduh oleh +5 juta orang dan mendapatkan ulasan yang positif bagi orang-orang pengguna aplikasi KAI Access. Banyak orang yang mendownload aplikasi KAI Acces sejak awal diluncurkan sampai saat ini. Aplikasi KAI Acces saat telah diperbarui pada tanggal 1 September 2019 yang dimana konsumen khusus pembeli tiket kereta api lokal dapat melakukan pembelian melalui aplikasi KAI Acces. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan pada aplikasi KAI Access diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan pada aplikasi.

Menurut Christiane Morris di dalam (<http://cryptome.org/jya/glomob.htm>) menyatakan bahwa Mobile Commerce (M-Commerce) merupakan perkembangan dari E-Commerce yang memberikan kemudahan kepada

konsumen melalui perangkat mobile yang dimilikinya dan jaringan Wireless. Mengingat bahwa teknologi Mobile dan Mobile Commerce terus berkembang dari waktu ke waktu. (Pratama, 2015, hlm. 108)

Menurut Christiane Morris di dalam (<http://cryptome.org/jya/glomob.htm>) menyatakan bahwa Mobile Commerce (M-Commerce) merupakan perkembangan dari E-Commerce yang memberikan kemudahan kepada konsumen melalui perangkat mobile yang dimilikinya dan jaringan Wireless. Bahkan mengingat bahwa teknologi Mobile dan Mobile Commerce terus berkembang dari waktu ke waktu. (Pratama, 2015, hlm. 108).

Aplikasi KAI *Access* dapat membantu konsumen atau pelanggan kereta api lokal untuk melakukan pembelian tiket secara cepat dan mudah. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara online adalah trust (kepercayaan) terhadap suatu sistem yang didesain sedemikian rupa untuk memudahkan calon pengguna atau konsumen untuk mengakses segala kebutuhan mereka secara cepat dan mudah. Berdasarkan pengumuman PT. Kereta Api Indonesia mengenai pembelian tiket kereta api Indonesia melalui akun Twitter resmi @KAI121 menyatakan bahwa: (1) Mulai keberangkatan tanggal 1 September 2019, pemesanan tiket kereta api lokal hanya bisa melalui aplikasi KAI *Access*. (2). Loket stasiun melayani penjualan tiket kereta api lokal secara *Go-Show* mulai 3 jam sebelum keberangkatan kereta api. Dengan adanya peraturan tersebut calon pembeli yang menggunakan aplikasi KAI *Access* akan lebih diuntungkan dari pada calon pembeli yang masih membeli tiket di loket stasiun. Pengguna aplikasi KAI *Access* dapat melakukan pemesanan tiket lebih dahulu dari pada pengguna yang melakukan pembelian tiket secara konvensional. Ditambah lagi peraturan pembelian tiket lokal melalui loket di stasiun hanya melayani *Go-Show* atau tiga jam sebelum keberangkatan kereta yang calon pembelinya diwajibkan untuk mengantri terlebih dahulu. Sedangkan tidak semua orang mampu menggunakan aplikasi KAI *Access*.

Bedasarkan sumber yang peneliti malalui [website www.kominfo.jatimprov.go.id](http://www.kominfo.jatimprov.go.id) dan <https://kai.id> dapatkan mengenai penggunaan aplikasi KAI *Access* hanya kereta api wilayah Daop 8 Surabaya yang disebutkan PT. Kereta Api Indonesia yang harus menggunakan aplikasi KAI *Access* untuk memberikan pelayanan lebih baik kepada pengguna kereta api dan mengedukasi masyarakat untuk bisa lebih mengenal dengan aplikasi layanan online tiket kereta. Selain itu di situs resmi PT. Kereta Api Indonesia tahun 2014, PT KAI pernah meraih enam penghargaan diterima dalam kategori Prima Madya (Penghargaan Pelayanan dan Keamanan Terbaik) dua stasiun yang mendapatkan yaitu Stasiun Surabaya Pasar Turi dan Stasiun Surabaya Gubeng. PT. Kereta Api Indonesia ingin memudahkan calon penumpang untuk menikmati fasilitas-fasilitas yang ditawarkan salah satunya dengan menggunakan aplikasi KAI *Access*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut. (Martono, 2010, hlm. 19) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Mobile E-Commerce* aplikasi KAI *Acces* terhadap Keputusan Pembelian tiket kereta api lokal (studi pada PT. Kereta Api Indonesia (persero) kereta api lokal Penataran DAOP 8 Surabaya). Penelitian ini menggunakan Skala pengukuran *Skala Likert* Menurut Sugiyono (2014:92), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menemukan panjang pendeknya interval yang terdapat pada alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala untuk mengukur pada penelitian ini menggunakan skala likert. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Darmawan, 2013). Tahapan penelitian ini berawal dari rumusan masalah yang selanjutnya dijawab dengan menggunakan berbagai teori. Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru tersebut dinamakan hipotesis. Perumusan hipotesis selanjutnya akan dibuktikan kebenarannya dengan melakukan pengumpulan data. Data yang terkumpul akan dianalisis sehingga dapat ditarik kesimpulan dan saran atas penelitian yang dilakukan. Pengambilan populasi dan sampel dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kelayakan *Mobile Commerce* Aplikasi KAI *Acces* terhadap Keputusan Pembelian tiket kereta api lokal, maka sampel populasi dalam penelitian ini calon konsumen dan pengguna kereta api lokal *Access* tidak diketahui. Pada penelitian ini, jumlah populasi penduduk DAOP 8 Surabaya yang memakai aplikasi KAI *Access* tidak diketahui, dikarenakan tidak adanya data yang menyebutkan jumlah pengguna aplikasi KAI *Acces*. Maka, untuk menentukan jumlah sampel

yang dibutuhkan, peneliti menggunakan rumus Cochran. sehingga pada penelitian ini diambil sampel sebanyak 387 responden. Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*.

Menurut Indrawati (2015:169) *Non Probability Sampling* adalah teknik sampling yang tidak memungkinkan anggota-anggota dalam populasi mempunyai peluang yang sama atau tidak. Khususnya penelitian ini menggunakan metode *incidental sampling*. pengumpulan data menggunakan penelitian lapangan yang dilakukan oleh penulis dengan membuat kuesioner di *google form* dan penelitian kepustakaan yaitu yang dilakukan dengan membaca buku-buku dan majalah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, skripsi maupun tesis sebagai bahan acuan peneliti terdahulu, dan dengan cara *browsing* di internet untuk mencari artikel-artikel serta jurnal-jurnal atau data-data yang dapat membantu hasil dari penelitian.

Teknik pengujian data yang digunakan peneliti adalah Uji validitas dan reliabilitas yang merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan dalam menyusun kuesioner. Tujuannya agar dapat menggambarkan fenomena yang ingin diukur dan kebenarannya dapat dipercaya, sehingga peneliti ini dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Untuk mempermudah perhitungan validitas dan reliabilitas guna mendapatkan data yang akurat dan meminimalkan kesalahan, pengolahan data dilakukan dengan bantuan *Software Statistical Program of Social Science* (SPSS 24).

Sumber data yang diolah dalam penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, regresi linear berganda, korelasi berganda, determinasi, uji T, dan uji F.

HIPOTESIS

- H₀₁: Fleksibilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal penataran Daop 8 Surabaya.
- H_{a1}: Fleksibilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal penataran Daop 8 Surabaya.
- H₀₂: Internet tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal penataran Daop 8 Surabaya.
- H_{a2}: Internet berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal penataran Daop 8 Surabaya.
- H₀₃: Hemat Waktu tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal penataran Daop 8 Surabaya.
- H_{a3}: Hemat Waktu berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal penataran Daop 8 Surabaya.
- H₀₄: Peningkatan Produktifitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal penataran Daop 8 Surabaya.
- H_{a4}: Peningkatan Produktifitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal penataran Daop 8 Surabaya.
- H₀₅: Transparansi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal penataran Daop 8 Surabaya.
- H_{a5}: Transparansi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal penataran Daop 8 Surabaya.
- H₀₆: Tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel *M-Commerce* Aplikasi KAI *Access* secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya.
- H_{a6}: Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *M-Commerce* Aplikasi KAI *Access* secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN
TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI VARIABEL *MOBILE COMMERCE* ALIKASI KAI
ACCESS

NO Item	Pertanyaan	Skor Total	Skor Ideal	Kategori
1.	<i>Fleksibilitas</i>	9939	11610	Sangat Baik
		85.60%	100%	
2.	<i>internet</i>	12334	15480	Baik
		79.67%	100%	
3.	<i>Hemat Waktu</i>	11062	13545	Baik
		81.66%	100%	
4.	<i>Peningkatan Produktifitas</i>	14771	19350	Baik
		76.33%	100%	
5.	<i>Transparansi</i>	9476	11610	Baik
		81.61%	100%	
Rata-rata skor		115164		Baik
Rata-Rata presentase		80.43%		

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis, 2020

TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI VARIABL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO Item	Pertanyaan	Skor Total	Skor Ideal	Kategori
38.	Saya menggunakan Aplikasi KAI <i>Access</i> karena adanya kebutuhan.	1683	1935	Sangat Baik
		86.97%	100%	
39.	Saya memutuskan membeli tiket kereta api lokal di Aplikasi KAI <i>Access</i> karena terdorong ingin membeli tiket.	1574	1935	Baik
		81.34%	100%	
40.	Saya menggunakan Aplikasi KAI <i>Access</i> agar menghemat waktu saya dari pada datang ke stasiun.	1721	1935	Sangat Baik
		84.94%	100%	
41.	Saya harus menggunakan <i>mobile commerce</i> Aplikasi KAI <i>Access</i> agar cepat dan fleksibel.	1642	1935	Sangat Baik
		84.85%	100%	
42.	Saya mencari informasi tentang Aplikasi KAI <i>Access</i>	1579	1935	Baik
		82.53%	100%	

	sebelum memutuskan untuk membeli tiket kereta api lokal.			
43.	Saya mendapatkan informasi mengenai Aplikasi KAI <i>Access</i> dari iklan Web KAI.	1318	1935	Baik
		68.11%	100%	
44.	Saya mendapatkan informasi mengenai Aplikasi KAI <i>Access</i> dari keluarga.	1287	1935	Cukup
		66.51%	100%	
45.	Saya mendapatkan informasi mengenai Aplikasi KAI <i>Access</i> dari teman.	1529	1935	Baik
		79.01%	100%	
46.	Saya memutuskan untuk membeli tiket kereta api lokal menggunakan Aplikasi KAI <i>Access</i> .	1650	1935	Sangat Baik
		85.27%	100%	

47.	Saya berusaha untuk mengevaluasi pembelian tiket di Stasiun dan di Aplikasi KAI <i>Access</i> .	1558	1935	Baik
		80.51%	100%	
48.	Jika tiket sesuai dengan kebutuhan maka saya akan mengevaluasi mobile e-commerce KAI <i>Access</i> dengan cara membandingkan dengan pembelian tiket di Stasiun.	1518	1935	Baik
		78.44%	100%	
49.	Aplikasi KAI <i>Access</i> sebagai alternative utama dalam pembelian tiket kereta api lokal.	1630	1935	Sangat Baik
		84.23%	100%	
50.	Menurut saya Aplikasi KAI <i>Access</i>	1617	1935	

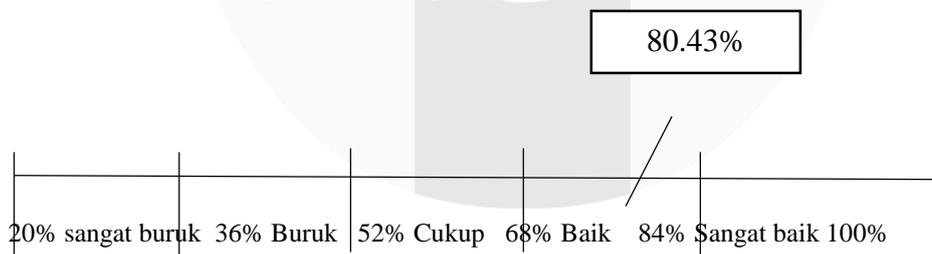
	sebagai tempat yang tepat untuk melakukan pembelian tiket kereta api lokal.	83.56%	100%	Baik
51	Saya membutuhkan waktu yang relative singkat memutuskan membeli tiket kereta api lokal di Aplikasi KAI Access.	1636	1935	Sangat Baik
		84.545	100%	
52	Saya yakin akan keputusan saya membeli tiket kereta api lokal dengan Aplikasi KAI Access karena adanya informasi yang jelas.	1646	1935	Sangat Baik
		85.06%	100%	
53.	Penggunaan Aplikasi KAI Access memuaskan.	1583	1935	Baik
		81.80%	100%	
54.	Karena sesuai dengan kebutuhan	1640	1935	Sangat Baik
		84.75%	100%	

	maka saya akan melakukan pembelian kembali dengan Aplikasi KAI Access.			
55.	Saya akan melakukan pembelian tiket kereta api lokal dengan Aplikasi KAI Access dengan terus menerus.	1569	1935	Baik
		81.08%	100%	
Rata-rata skor		15776		Baik
Rata-Rata presentase		81.49%		

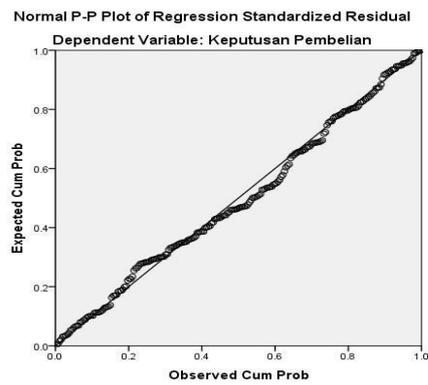
Sumber: Hasil Pengolahan Penulis, 2020

Bedasarkan pengolahan data tentang variabel Mobile Commerce aplikasi KAI Access (X) yang terdapat pada tabl 4.6, diperoleh jumlah rata-rata presentase 80.43% atau rata-rata skor yang diperoleh adalah 115164 yang menandakan bahwa tanggapan rpsonden mengenai variabel Mobile Commece aplikasi KAI Access (X) baik.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat garis kontinum pada gambar 4.14 berikut:

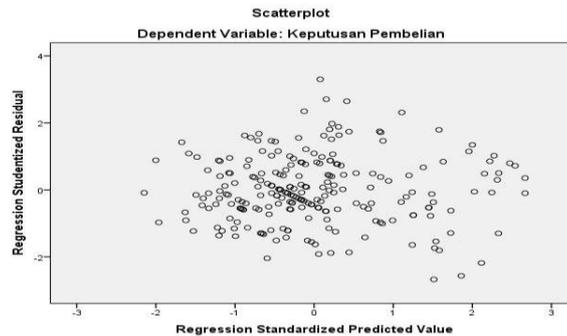


Uji Normalitas



Menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik terjadi disekitar dan disepanjang garis diagonal tersebut. Oleh karena itu, berdasarkan hasil pengolahan SPSS 24 bahwa data terdistribusi dengan normal. Dengan gambar dan kriteria regresi memenuhi uji normalitas.

Uji Heteroskedastisitas



Dapat dilihat bahwa terdapat titik-titik yang menyebar acak pada permukaan dan tidak membentuk suatu pola. Apabila titik-titik pada hasil tidak menyebar secara merata (acak) maka dapat dikatakan bahwa tidak adanya gejala heteroskedastisitas, sehingga tergresi dapat digunakan (Santoso,2015:187).

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.745	2.854		3.415	.001		
	Fleksibilitas	.512	.135	.187	3.808	.000	.460	2.174
	Internet	.344	.126	.145	2.718	.000	.387	2.587
	Hemat Waktu	.188	.119	.078	2.587	.000	.458	2.184
	Peningkatan Produktifitas	.403	.078	.247	5.189	.000	.487	2.051
	Transparansi	.764	.140	.263	5.453	.000	.476	2.103

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Pengujian multikolinearitas dilihat dari nilai VIF yang harus berada pada kisaran 1 – 10, dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.745	2.854		3.415	.001
	Fleksibilitas	.512	.135	.187	3.808	.000
	Internet	.344	.126	.145	2.718	.000
	Hemat Waktu	.188	.119	.078	2.587	.000
	Peningkatan Produktifitas	.403	.078	.247	5.189	.000
	Transparansi	.764	.140	.263	5.453	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Koefisien Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.760 ^a	.578	.573	4.91109	.578	104.453	5	381	.000

a. Predictors: (Constant), Transparansi, Fleksibilitas, Peningkatan Produktifitas, Hemat Waktu, Internet

Bedasarkan tabel pengujian korelasi berganda yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai Sig. F Change yang diperoleh kurang dari 0.05. dengan demikian, dapat dipastikan bahwa H_{06} ditolak dan H_{a6} diterima . artinya, Terdapat hubungan yang signifikan antara *M-Commerce* Aplikasi *KAI Access* secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal Daop 8 Surabaya.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.760 ^a	.578	.573	4.91109	.578	104.453	5	381	.000

a. Predictors: (Constant), Transparansi, Fleksibilitas, Peningkatan Produktifitas, Hemat Waktu, Internet

Bedasarkan dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 24 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh sebesar 0.573. hal ini artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap dependen (Y) sebesar 5.73% .Keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel fleksibilitas, internet, hemat waktu, peningkatan produktifitas, dan transparansi.

Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.745	2.854		3.415	.001
	Fleksibilitas	.512	.135	.187	3.808	.000
	Internet	.344	.126	.145	2.718	.000
	Hemat Waktu	.188	.119	.078	2.587	.000
	Peningkatan Produktifitas	.403	.078	.247	5.189	.000
	Transparansi	.764	.140	.263	5.453	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12596.376	5	2519.275	104.453	.000 ^b
	Residual	9189.257	381	24.119		
	Total	21785.633	386			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Transparansi, Fleksibilitas, Peningkatan Produktifitas, Hemat Waktu, Internet

Bedasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 104.453. Nilai ini lebih besar dari ketentuan nilai F_{tabel} yang ditentukan dalam penelitian, yaitu 3, 04 selain itu, perolehan nilai sig yang diperoleh < 0.05

KESIMPULAN DAN SARAN

Bedasarkan uraian analysis yang telah dilakukan terkait dengan penelitian mengenai pengaruh *M-Commerce* pada Aplikasi KAI *Access* terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari sub variabel fleksibilitas Aplikasi KAI *Access* terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya dengan nilai t_{tabel} sebesar 3.808. dengan demikian, fleksibilitas mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya melalui Aplikasi KAI *Access*.
2. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari sub variabel internet Aplikasi KAI *Access* terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya dengan nilai t_{tabel} sebesar 2.718.

Dengan demikian, internet mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya melalui Aplikasi KAI Access.

3. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari sub variabel hemat waktu Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya dengan nilai t_{tabel} sebesar 2.587. Dengan demikian, hemat waktu mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya melalui Aplikasi KAI Access.
4. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari sub variabel peningkatan produktifitas Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya dengan nilai t_{tabel} sebesar 5.189. Dengan demikian, hemat waktu mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya melalui Aplikasi KAI Access.
5. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari sub variabel transparansi Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya dengan nilai t_{tabel} sebesar 5.453. Dengan demikian, hemat waktu mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya melalui Aplikasi KAI Access.
6. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari variabel-variabel penelitian *M-Commerce* pada Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya dengan nilai F_{hitung} 104.453. Artinya, penggunaan kombinasi variabel *M-Commerce* yang baik dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya melalui Aplikasi KAI Access.
7. Terdapat hubungan antara variabel *M-Commerce* pada Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya dengan nilai R sebesar 760. Artinya, terdapat hubungan yang kuat antara *M-Commerce* pada Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya dalam mempengaruhi proses keputusan pembelian tiket kereta api Lokal.

Saran Teoritis

Dari segi keilmuan, penulis menyarankan agar selanjutnya diteliti lebih lanjut mengenai variabel-variabel terkait komunikasi, khususnya dalam Mobile Commerce. Hal ini diharapkan agar bidang keilmuan dapat memberikan penemuan-penemuan baru di luar penelitian ini yang hanya memiliki lingkup penelitian seputar *Mobile Commerce* Aplikasi dan proses keputusan pembelian.

Saran Praktis

Disarankan bagi pihak PT. Kereta Api Indonesia (persero) untuk melakukan perbaikan *server* agar tidak sering terjadi *system error*, menambahkan sistem pembayaran bukan hanya menggunakan *LinkAja* melainkan juga melalui berbagai Bank atau layanan Indomaret atau Alfamart agar mempermudah konsumen untuk pembayaran tiket kereta api lokal. Melakukan sosialisasi lebih lanjut mengenai aplikasi KAI Access agar meningkatkan jumlah pengguna KAI Access terutama kepada pengguna berusia lanjut agar lebih lancar dalam menggunakan aplikasi tersebut. Lebih sering mengadakan Promo-promo yang menarik bukan hanya pada saat hari libur besar saja seperti promo cashback pembelian tiket kereta api, dan promo snack untuk konsumen yang memesan menggunakan aplikasi KAI Access.

DAFTAR PUSTAKA**Referensi Buku**

- Agung, N. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Danang, & Sunyoto. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fidel, M. (2005). *Perencanaan Transportasi untuk Mahasiswa, Perencana Praktisi*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. (2002). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Istijanto. (2009). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Kotler, P. (2013). *Dasar-Dasar Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Pratama, & Pratama, I. A. (2015). *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce*. Bandung: Informatika.
- Priyatno. (2014). *Analisis dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal dan Skripsi

- Surya Destian, (2017). **“Pengaruh perilaku konsumen (faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis) terhadap Keputusan Pembelian Online pada situs MODIFIKASI.COM di Kota Bandung.”**
- Marheni Eka Saputri, (2016). **“Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia.”**
- Karina Septiani Nurindah dan Retno Setyorini, ST.,MM., (2016). **“Pengaruh Perilaku Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Damri Unit Angkutan Bus Kota Bandung.”**
- Alhasanah, J. U. (2014). **Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen Www. getscoop. com). Jurnal Administrasi Bisnis, 15(2).**

Website

<http://kai.id/>, diakses Oktober 2019

www.bps.go.id, diakses Oktober 2019