

ANALISIS DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI E-TICKETING OLEH PELANGGAN KERETA API: PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Disusun oleh:
Laras Dwi Arofatin

Dosen Pembimbing:
Dr. Zaki Baridwan, Ak., CA., CPA.

Abstract

This study aims to examine factors that affect the intention to use e-ticketing information system using Technology Acceptance Model (TAM), a developed model used by Lee and Wan (2010), Dehbashi (2009), and Johan, et al. (2016). The data of this study were collected through a survey. 170 students of Accounting in Brawijaya University that have used train e-ticketing information system and were analyzed using Partial Least Square (PLS) software. The results of this study indicate that perceived usefulness and perceived security positively affect the intention to use train e-ticketing information system. However, perceived risk negatively affects the intention to use train e-ticketing information system. In addition, perceived ease of use and trust do not positively affect the intention to use train e-ticketing information system. The implication of this study is relevant to the management of the company and e-ticketing information system analysis, so they can reconsider relevant factors that influence transactions using e-ticketing information system for train.

Keywords: *intention to use, e-ticketing, Technology Acceptance Model (TAM)*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api dengan menggunakan metode *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai pengembangan model yang digunakan oleh Lee dan Wan (2010), Dehbashi (2009) dan Johan, *et al* (2016). Metode pengumpulan data adalah metode survei. Sampel sebesar 170 orang merupakan mahasiswa Jurusan Akuntansi di Universitas Brawijaya yang telah menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Data dianalisis menggunakan aplikasi *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi keamanan berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*, dan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*. Sedangkan persepsi kemudahan dan kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*. Implikasi dari penelitian ini relevan bagi pihak manajemen dan analisis sistem informasi *e-ticketing* agar memperhatikan kembali faktor-faktor yang berpengaruh dalam mengembangkan transaksi pemesanan tiket kereta api melalui penggunaan sistem informasi *e-ticketing*.

Kata Kunci: *minat penggunaan, e-ticketing, Technology Acceptance Model (TAM)*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi khususnya *internet* yang sangat cepat dengan kemudahan akses yang diberikan, menjadikan *internet* menjadi kebutuhan umum dalam pengiriman dan perdagangan informasi, baik jasa maupun barang bagi banyak orang (Albarq, 2006). Di Indonesia, penggunaan *internet* menurut hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Jasa *Internet* Indonesia (APJII) tahun 2017 mencapai 143,26 juta pengguna. Hasil ini meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2016 pengguna *internet* di Indonesia mencapai 132,7 juta pengguna. Berdasarkan hasil tersebut, jumlah pengguna *internet* tahun 2017 mencakup 54,68 persen dari total penduduk Indonesia yang mencapai 262 juta orang (www.ekonomi.kompas.com, 2018).

Menurut Badan Litbang Kementerian Dalam Negeri menyebutkan hasil riset yang dilakukan oleh UGM bahwa penambahan jumlah pengguna *internet* seluler memiliki pengaruh pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hasil tersebut juga akan berdampak pada kenaikan PDB nasional bahwa setiap kenaikan 10 persen pengguna *internet* seluler akan menaikkan PDB sebesar 0,4 persen (www.litbang.kemendagri.go.id, 2017). Berdasarkan hasil tersebut, masyarakat Indonesia telah siap secara teknis dalam menggunakan *internet* seluler tersebut, hal ini yang menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk mengubah unit bisnis fisik mereka ke situs berbasis web (Nikhashemi *et al.*, 2012).

E-commerce pertama kali digunakan oleh Kalakota dan Whinston pada tahun 1996. *E-commerce* memberikan fasilitas transaksi dan penjualan produk yang dilakukan secara *online*, baik melalui *internet* atau melalui perangkat telekomunikasi lainnya (Karami, 2006). Penggunaan *internet* dapat meningkatkan pendapatan bagi perusahaan dan menjadi salah satu strategi bisnis dalam meningkatkan bisnisnya (Kinanti dan Baridwan, 2013). Salah satunya adalah penggunaan sistem tiket yang terkomputerisasi atau yang disebut dengan *e-ticketing*. Sistem *e-ticketing* ini telah digunakan oleh beberapa sektor industri seperti industri penerbangan yang diikuti oleh industri perfilman dan industri transportasi umum (Johan, *et al.*, 2016).

E-ticketing merupakan salah satu *service* penting dalam *e-commerce*. *E-ticketing* merupakan dokumen elektronik tanpa kertas yang digunakan sebagai tiket perjalanan, terutama pada industri penerbangan komersial (Alfawer *et al.*, 2011). Sedangkan, menurut Hoosain *et al.*, (2000) dalam Lee dan Wan (2010) menyatakan bahwa *e-ticketing* adalah bentuk dari *e-commerce* dimana penggunanya dapat melakukan pembelian dan pembayaran tiket secara online melalui *internet*. *E-ticketing* merupakan pondasi dimana perusahaan dapat mengurangi biaya-biaya dan memperbaiki pelayanan pelanggan (Alfawer *et al.*, 2011).

Selain dalam industri penerbangan, penggunaan *e-ticketing* juga sudah mulai diimplementasikan di Indonesia dalam industri transportasi umum, khususnya kereta api. PT. KAI mulai menggunakan *e-ticketing* sejak tahun 2011 dengan menerapkan *Railway Ticketing System* (RTS). RTS merupakan sistem tiket penumpang kereta dengan sistem *online*. Dengan sistem ini, calon penumpang dapat melakukan reservasi

tiket secara *online* melalui website resmi KAI yaitu <http://tiket.kereta-api.co.id> atau melalui aplikasi KAI *Access* atau juga bisa melalui *channel* eksternal KAI yang telah terintegrasi dengan sistem RTS (www.merdeka.com, 2015).

Dengan sistem RTS juga berdampak pada meningkatnya jumlah penumpang dan pengguna *channel* eksternal PT. KAI. Hal ini dibuktikan dengan sebelum PT. KAI menggunakan RTS, pada tahun 2010 hanya ada 520 penumpang yang melakukan reservasi tiket melalui *channel* eksternal. Namun, setelah RTS mulai digunakan dan diimplementasikan pada September 2011, pada tahun 2014 tercatat 13.2 juta penumpang telah melakukan reservasi atau pembelian tiket melalui *channel* eksternal (www.bumn.go.id/keretaapi, 2015). Menurut data tahunan yang dirangkum oleh salah satu *channel* eksternal PT. KAI yaitu pegipegi.com dari Google Trend menyatakan bahwa popularitas pemesanan tiket kereta api secara *online* terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Meskipun banyak manfaat yang didapat dari penggunaan sistem *e-ticketing* oleh PT. KAI, tetapi masih saja ada calon penumpang kereta api yang melakukan pembelian tiket kereta api dengan cara manual dengan datang langsung ke stasiun mengisi formulir data diri dan jadwal keberangkatan kereta serta antri di loket-loket stasiun. Hal ini dibuktikan masih terdapat 15 persen penumpang kereta api yang membeli tiket secara manual yang diakibatkan ketidaktahuan dari masyarakat tentang adanya penggunaan sistem *e-ticketing*, terutama masyarakat yang berada di daerah-daerah. Sehingga, banyak penumpang yang tidak mendapatkan tiket kereta api saat membeli melalui loket di stasiun karena tiket telah habis terjual secara *online* (www.nasional.republika.co.id, 2017). Berdasarkan hal tersebut menimbulkan masalah tentang penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi informasi tersebut.

Pengaruh minat terhadap perilaku penerimaan teknologi informasi pada studi ini telah dijelaskan sebelumnya oleh beberapa penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989) dan Lee dan Wan (2010). Lee dan Wan (2010) mengambil kedua konstruk tersebut dan menambahkan konstruk kepercayaan dan norma subjektif pada konstruk minat perilaku individu. Lee dan Wan (2010) melakukan penelitian terhadap penduduk di Cina untuk mendapatkan pemahaman tentang faktor adopsi *e-ticketing* di Cina. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut memengaruhi minat pengguna di Cina untuk melakukan pembelian tiket secara *online* menggunakan *e-ticketing*.

Peneliti ingin memfokuskan penelitian pada permasalahan mengapa individu mau menerima atau tidak dalam menggunakan sistem *e-ticketing*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat individu dalam menggunakan sistem *e-ticketing*. Alasan peneliti mengambil studi ini karena terdapat beberapa fenomena yang menunjukkan bahwa adanya kekurangpahaman yang terjadi dari para penumpang kereta api dalam pembelian tiket kereta menggunakan sistem *e-ticketing*. Kekurangpahaman dari para penumpang ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan dalam menggunakan *internet* maupun sistem *e-ticketing*. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat pelanggan dalam penerimaan sistem *e-ticketing*.

Peneliti melakukan pengembangan dan pereplikasian dari penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Wan (2010) dengan menggunakan persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan sebagai konstruk yang diuji. Peneliti juga menggunakan konstruk persepsi risiko dan kepercayaan sebagai konstruk yang diuji dari penelitian yang dilakukan oleh Dehbashi (2009). Selain itu, peneliti juga memasukkan konstruk persepsi keamanan ke dalam penelitian yang sebelumnya juga digunakan oleh Johan *et al.*, (2016) dalam penelitiannya.

Dalam pengembangan dan pereplikasian penelitian ini, perbedaan yang terjadi adalah terletak pada objek penelitian. Dimana peneliti merubah objek penelitian dari yang sebelumnya dilakukan di Cina menjadi di Indonesia karena adanya perbedaan sosial budaya dan pendidikan antara di Indonesia dengan di Cina. Peneliti melakukan penelitian di Indonesia khususnya kepada Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya Malang yang pernah atau sedang menggunakan *online ticketing* kereta api. Pemilihan fokus penelitian adalah mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya karena mahasiswa berpotensi menjadi pengguna sistem informasi *e-ticketing* kereta api di Indonesia. Kereta api dipilih oleh mahasiswa sebagai moda transportasi dalam menunjang mobilitasnya karena harga tiket kereta api yang lebih terjangkau oleh uang saku bulanan mahasiswa dibandingkan dengan harga tiket pesawat (Prilyanda, 2015). Hal tersebut dibuktikan dengan harga tiket kereta yang lebih stabil atau tidak mengalami perubahan layaknya tiket pesawat ketika pembelian dilakukan pada tanggal yang sama dengan tanggal keberangkatan, misalnya saja harga tiket rute Jakarta-Malang yaitu Rp. 109.000 untuk kelas ekonomi AC sedangkan harga tiket pesawat untuk kelas ekonomi bisa mencapai Rp. 547.000 (www.liputan6.com, 2017). Selain hal tersebut, dengan adanya penggunaan sistem *e-ticketing* kereta api ini memberikan kemudahan akses bagi calon penumpangnya untuk membeli tiket karena pembelian tiket bisa dilakukan secara *online* melalui *internet*. Hal ini didukung dengan penggunaan *internet* oleh mahasiswa di Indonesia. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh APJII tahun 2017 menyatakan bahwa sebanyak 88 persen pengguna *internet* di Indonesia adalah lulusan S2 atau S3 dan sebanyak 79,23 persen pengguna *internet* adalah lulusan Sarjana atau diploma (www.ekonomi.kompas.com, 2018). Inilah yang mendasari peneliti menjadikan Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang sebagai objek penelitian.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat disimpulkan rumusan masalahnya adalah sebagai berikut: 1) Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api?, 2) Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api?, 3) Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api?, 4) Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api?, 5) Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api?.

TELAAH PUSTAKA

Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Hall (2009:9) sistem informasi adalah serangkaian prosedur formal dimana data dikumpulkan, diproses menjadi informasi dan didistribusikan ke para pengguna. Menurut Wilkinson (2000:11) menyebutkan bahwa sistem informasi akuntansi adalah suatu kerangka pengkoordinasian sumber data untuk mengkonversi inupt berupa data ekonomik menjadi keluaran berupa informasi keuangan yang digunakan untuk melaksanakan suatu entitas dan menyediakan informasi akuntansi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Menurut Romney dan Steinbart (2000:9) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi adalah serangkaian dari satu atau lebih komponen yang saling berelasi dan berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan, yang terdiri dari pelaku, serangkaian prosedur dan teknologi informasi. Wayan (2011) berpendapat sistem informasi akuntansi berbasis teknologi adalah sistem informasi akuntansi yang sudah menggunakan teknologi komputer dalam pemrosesan transaksi. Artha (2011) menyebutkan bahwa sistem informasi akuntansi berbasis teknologi merupakan suatu sistem yang dapat membantu untuk membuat, mengubah, menyimpan, mengkomunikasikan dan menyebarkan informasi yang berkenaan dengan akuntansi.

E-ticketing

E-ticketing adalah sebuah dokumen elektronik yang digunakan sebagai tiket oleh penumpang pengguna moda transportasi (Dilla dan Setiawan, 2014). Menurut Kruelle, *et al* (2006) *e-ticketing* diartikan sebagai suatu metode mendokumentasikan proses penjualan dari perjalanan pelanggan tanpa perlu mengeluarkan dokumen fisiknya. *E-ticketing* juga merupakan salah satu layanan pertumbuhan yang paling cepat yang telah disediakan *internet* (Dehbashi, 2007). Dengan *e-ticketing*, semua informasi akan disimpan secara digital dalam *central database*, sehingga tidak ada kemungkinan bagi penumpang tiketnya hilang atau tiket dicuri. Dengan penggunaan *e-ticketing* dapat mengurangi biaya proses tiket, menghilangkan formulir kertas dan meningkatkan fleksibilitas pelanggan (Jati, 2012).

Technology Acceptance Model (TAM)

TAM merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer (Wikipedia). Model TAM pertama kali dikemukakan oleh Davis pada tahun 1989. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi (Adhiputra, 2015). Menurut Davis (1989), terdapat dua konstruk utama yang dipercaya dalam *user acceptance* yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Kedua konstruk tersebut dapat menjelaskan aspek keperilakuan pengguna. Sehingga, model ini dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna menentukan sikapnya dalam penggunaan teknologi informasi.

Minat Penggunaan

Minat pemanfaatan teknologi informasi (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi (Jati, 2012). Seseorang akan berminat menggunakan suatu teknologi informasi yang baru apabila si pengguna tersebut meyakini bahwa dengan menggunakan teknologi informasi tersebut akan meningkatkan kinerjanya, menggunakan teknologi informasi dapat dilakukan dengan mudah, dan si pengguna tersebut mendapatkan pengaruh lingkungan sekitarnya dalam menggunakan teknologi informasi tersebut.

Pengembangan Hipotesis Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan merupakan faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi (Davis, 1989). Persepsi kemudahan diartikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi sistem informasi akan mudah dan tidak membutuhkan usaha yang keras. Semakin teknologi tersebut mudah digunakan, tidak ada hambatan dalam pemakaiannya, maka teknologi tersebut akan semakin memiliki persepsi kemudahan penggunaan oleh pemakainya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Wan (2010) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Feel *et al.*, (2012) persepsi kemudahan diidentifikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen karena semakin mudah penggunaan situs *website* yang dirasakan oleh pengguna *internet*, maka semakin besar kepercayaan terhadap *website* tersebut, sehingga minat konsumen akan lebih tinggi untuk menggunakan situs *website* tersebut. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Persepsi kemudahan berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api

Pengembangan Hipotesis Persepsi Kegunaan

Davis (1989) menyatakan bahwa persepsi kegunaan memiliki korelasi yang tinggi dengan penerimaan teknologi informasi oleh pengguna. Davis (1989) juga mengidentifikasi persepsi kegunaan sebagai sebuah konstruk fundamental dalam menentukan minat pengguna dan disebutkan juga bahwa fungsi aplikasi yang dijalankan mendorong pengguna untuk mengadopsinya. Persepsi kegunaan menurut penelitian Lee dan Wan (2010) merupakan tingkatan kepercayaan seseorang terhadap penggunaan sesuatu subyek yang dapat memberikan manfaat bagi penggunanya. Subyek yang dimaksud adalah minat penggunaan *online ticketing* pada kereta api.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wang *et al.*, (2003) dalam konteks *internet banking system*, menemukan bahwa persepsi kegunaan secara signifikan memengaruhi minat pengguna dalam menggunakan sistem *internet banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Pavlou *et al.*, (2001) dengan konteks *e-commerce* juga menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi

dengan *web retailer*. Berdasarkan studi tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Persepsi kegunaan berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan *e-ticketing* kereta api

Pengembangan Hipotesis Persepsi Risiko

Menurut Wang *et al.*, (2003) mendefinisikan persepsi risiko sebagai suatu ekspektasi subjektif dari pengguna terhadap kerugian yang akan dialami demi mendapatkan sesuatu yang diinginkannya. Liebermann dan Stashevsky (2002) dalam studinya mengidentifikasi beberapa komponen risiko pada penggunaan *internet*, terdapat dua elemen utama persepsi risiko yaitu pencurian atau pembobolan kartu kredit dan ketersediaan informasi pribadi. Karena saat ini sering kali terjadi pembobolan saldo maupun penggunaan informasi pribadi milik orang lain yang digunakan dengan tidak semestinya oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab yang dapat merugikan orang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Dehbashi (2009) terhadap adopsi *e-ticketing* di Iran, menyebutkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat penggunaan *e-ticketing*. Dalam penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa secara umum konsumen akan mengadopsi *e-ticketing* jika mereka merasa bahwa *e-ticketing* tersebut tidak berisiko. Penelitian tersebut mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Featherman (2003). Berdasarkan penjelasan di atas, maka dirumuskan hipotesis adalah sebagai berikut:

H3: Persepsi risiko berpengaruh secara negatif terhadap minat penggunaan *e-ticketing* kereta api

Pengembangan Hipotesis Kepercayaan

Kepercayaan dikenal sebagai faktor penting dalam hubungan antara penjual dan pembeli dan niat pembelian online dalam *e-commerce* (Meskaran, 2013). Secara alternatif, kepercayaan dapat didefinisikan sebagai kemauan konsumen untuk menginterpretasikan terjadinya kemungkinan kerugian selama proses belanja, menurut definisi ini, kepercayaan bisa dijadikan atau dianggap sebagai suatu niat perilaku (Gefen *et al.*, 2003). Berdasarkan beberapa studi yang dilakukan sebelumnya menyatakan bahwa kepercayaan adalah faktor yang paling signifikan dalam mempengaruhi niat pembelian secara *online* (Heijden *et al.*, 2003).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Wan (2010) menunjukkan bahwa *technology trust* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi. Dengan demikian, hipotesis yang dirumuskan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai berikut:

H4: Kepercayaan berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan *e-ticketing* kereta api

Pengembangan Hipotesis Persepsi Keamanan

Eksplorasi terhadap data personal dan data finansial pengguna mungkin saja terjadi dalam lingkungan bisnis *online* (Aziz *et al*, 2015). Misalnya saja dalam penggunaan kartu kredit dan data pribadi seperti nama, alamat dan kontak pribadi bisa saja terjadi manipulasi oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab yang akan berdampak pada keamanan penggunanya. Hal ini yang seharusnya menjadi *concern* bagi banyak perusahaan yang menggunakan *internet* sebagai media transaksi bisnis antara penjual dan pembeli. Perusahaan harus lebih melindungi hak-hak penggunanya dari kejahatan seperti itu. Persepsi keamanan bisa saja menjadi salah satu faktor penting dari penerimaan konsumen terhadap bisnis atau pembelian yang dilakukan secara *online*.

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aziz *et al.*, (2015) yang menyatakan bahwa persepsi privasi dan keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat perilaku melakukan pembelian *online*. Penelitian lain oleh Lallmahamood (2007) juga menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki hubungan yang kuat terhadap minat perilaku pembelian *online*. Berdasarkan penjabaran di atas, maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H5: Persepsi keamanan berpengaruh secara negatif terhadap minat penggunaan *e-ticketing* kereta api

METODE PENELITIAN

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang telah menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Dipilihnya mahasiswa S1 Akuntansi di Universitas Brawijaya sebagai populasi dikarenakan mahasiswa tersebut berpotensi menjadi pengguna sistem informasi *e-ticketing* kereta api di Indonesia. Kereta api dipilih oleh mahasiswa sebagai moda transportasi dalam menunjang mobilitasnya karena harga tiket kereta api yang lebih terjangkau oleh uang saku bulanan mahasiswa dibandingkan dengan harga tiket pesawat (Prilyanda, 2015). Hal tersebut dibuktikan dengan harga tiket kereta yang lebih stabil atau tidak mengalami perubahan layaknya tiket pesawat ketika pembelian dilakukan pada tanggal yang sama dengan tanggal keberangkatan. Selain hal tersebut, dengan adanya penggunaan sistem *e-ticketing* kereta api ini memberikan kemudahan akses bagi calon penumpangnya untuk membeli tiket karena pembelian tiket bisa dilakukan secara *online* melalui *internet*. Hal ini didukung dengan penggunaan *internet* oleh mahasiswa di Indonesia. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh APJII tahun 2017 menyatakan bahwa sebanyak 88 persen pengguna *internet* di Indonesia adalah lulusan S2 atau S3 dan sebanyak 79,23 persen pengguna *internet* adalah lulusan Sarjana atau diploma (www.ekonomi.kompas.com, 2018). Inilah yang mendasari peneliti menjadikan Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang sebagai objek penelitian.

Jumlah populasi mahasiswa yang telah menggunakan *e-ticketing* kereta api tidak diketahui secara pasti. Oleh sebab itu, peneliti melakukan penentuan jumlah sampel yaitu dengan mengambil 30-500 responden dengan cara menyebarkan 272 kuesioner.

Untuk penentuan jumlah sampel disesuaikan dengan pendapat Sekaran (2006) dalam Kinanti (2013) yang menyatakan bahwa jumlah sampel untuk penelitian korelasional adalah lebih besar dari 30 dan lebih kecil dari 500 sampel.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Metode *convenience sampling* ini adalah salah satu metode pengambilan sampel secara nonprobabilitas atau secara nonrandom. *Convenience sampling* digunakan sebagai metode pengambilan sampel karena dengan metode ini peneliti bisa dengan cepat dan lebih efisien mendapatkan informasi yang diperlukan yang berasal dari responden.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan metode *survey*. Dalam penelitian ini metode *survey* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari responden dalam bentuk kuesioner.

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam studi ini adalah minat penggunaan. Variabel independen dalam studi ini adalah persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, kepercayaan, dan persepsi keamanan. Indikator variabel diukur dengan menggunakan skala likert tujuh poin.

Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden. Peneliti menunggu responden melakukan pengisian kuesioner, sehingga kuesioner dapat langsung di ambil kembali oleh peneliti. Penyebaran kuesioner secara langsung dilakukan untuk meningkatkan tingkat respon atau pengembalian dari responden.

Pengujian hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SmartPLS ver. 2.0 M3. *Partial Least Squares* (PLS) adalah salah satu metoda statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian yang kecil, adanya data yang hilang dan multikolinearitas (Hartono, 2011:55). Dalam menganalisis penelitian ini digunakan beberapa pengujian hipotesis dengan menggunakan PLS, yaitu: Evaluasi *outer model* (model pengukuran) yang terdiri dari uji validitas konvergen dan validitas diskriminan, uji reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan nilai *Composite Reliability*. Evaluasi *inner model* (model struktural) menggunakan nilai R^2 dan nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antar variabel dalam model struktural.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode *survey* yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi di Universitas Brawijaya yang pernah menggunakan *e-ticketing* kereta api. Pengumpulan data dilakukan selama dua minggu oleh peneliti. Berikut adalah hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 1
Sampel dan Tingkat Pengembalian

Jumlah kuesioner disebar	272
Jumlah kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	272
Kuesioner yang digugurkan	102
Kuesioner yang digunakan	170
Tingkat pengembalian (<i>respon rate</i>)	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan (<i>usable respon rate</i>)	62,5%

Sumber: Data Primer (diolah)

Selanjutnya, gambaran demografi responden pada penelitian dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2
Demografi Responden

1. Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	66	39
Perempuan	104	61
2. Usia		
<19 tahun	18	11
19-21 tahun	145	85
22-23 tahun	6	3
>23 tahun	1	1
3. Pengalaman Menggunakan Sistem <i>E-Ticketing</i> Kereta Api		
<1 tahun	64	38
1-3 tahun	80	47
>3 tahun	26	15
4. Metoda Penggunaan Sistem <i>E-ticketing</i> Kereta Api		
Website Resmi KAI	70	41
Aplikasi KAI <i>Access</i>	27	16
<i>Channel</i> Eksternal	73	43

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak daripada laki-laki. Responden yang berusia 19-21 tahun rata-rata berpengalaman menggunakan sistem e-ticketing kereta api adalah 1-3 tahun. Responden yang berpengalaman menggunakan e-ticketing kereta api tersebut rata-rata mengakses *e-ticketing* kereta api melalui *channel* eksternal.

Setelah melakukan pengujian statistik deskriptif, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan uji *outer model* (uji validitas dan uji reliabilitas) dan uji

inner model. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kesahihan dan keandalan dari setiap instrument dalam penelitian.

Uji validitas dalam penelitian bertujuan untuk mengetahui keandalan data dari setiap instrument penelitian. Uji validitas konvergen dalam penelitian dapat diukur melalui nilai AVE dan *Communality* lebih dari 0,5 dan nilai faktor *loading* lebih dari 0,5. Sedangkan, uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan nilai akar AVE lebih besar dari nilai korelasi variabel laten dan nilai *cross loading* lebih dari 0,7. Berdasarkan hasil penelitian, setiap instrument variabel telah memenuhi syarat uji validitas konvergen dan validitas diskriminan.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur konsistensi alat ukur. Tingkat konsistensi alat ukur dapat dilihat berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang di hasilkan lebih dari 0,7. Berdasarkan tabel algoritma, nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dari setiap variabel telah lebih dari 0,7. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dan hasil pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *reliable* dan telah memenuhi kriteria dalam uji reliabilitas.

Selanjutnya melakukan pengujian inner model dinilai berdasarkan dua parameter, yaitu nilai R^2 dan nilai *path coefficient*. Nilai R^2 dan nilai *path coefficient* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3
Nilai R^2

Konstruk	R^2
N	0,3614

Sumber: Data Primer (diolah)

Keterangan: N = Minat

Tabel 4
Nilai *Path Coeficients*

Konstruk	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)	Keputusan
PKM -> N	0,1286	1,1505	Ditolak
PKG -> N	0,2596	1,8881	Diterima
PR -> N	-0,1415	1,9486	Diterima
KPC -> N	0,1644	1,5040	Ditolak
PKA -> N	0,2027	1,8482	Diterima

Sumber: Data Primer (diolah)

Keterangan: PKM = Persepsi Kemudahan, PKG = Persepsi Kegunaan, PR = Persepsi Risiko, KPC = Kepercayaan, PKA = Persepsi Keamanan, N = Minat

Selanjutnya dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa:

1. Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa konstruk persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat bahwa nilai beta (β) adalah positif yaitu 0,1286 dan nilai *t-statistic* dari konstruk persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api adalah sebesar 1,1505 atau $\leq 1,64$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 1 ditolak**. Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Johan *et al.*, (2016), Ramayah dan Ignatius (2003) dan Lee *et al.*, (2011). Namun, hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumadewi *et al.*, (2017). Peneliti menduga ketidakkonsistenan hasil penelitian ini adalah karena apabila dibandingkan dengan sebagian besar hasil penelitian terdahulu semua responden memiliki latar belakang pendidikan yaitu lulusan sarjana, yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan menganggap bahwa penggunaan sistem informasi *e-ticketing* ini mudah digunakan dan membuat persepsi kemudahan ini tidak lagi menjadi penting dan menjadi diabaikan karena responden telah terbiasa dalam menggunakan teknologi informasi seperti *internet*.

Hasil ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Karahanna *et al.*, (1999) yang menyatakan bahwa dengan berkembangnya teknologi dari waktu ke waktu akan mengurangi efek dari persepsi kemudahan karena pengguna teknologi informasi tersebut akan menjadi akrab dengan teknologi yang digunakannya tersebut. Selain itu, hasil ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Scott dan Walczak (2009) yang menyatakan bahwa ketika suatu teknologi secara inheren mudah untuk digunakan, maka persepsi kemudahan dalam penggunaan teknologi tersebut tidak lagi menjadi penting. Selain latar belakang pendidikan responden, ketidakconsistenan juga dapat disebabkan oleh lamanya pengalaman pelanggan kereta api dalam menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Berdasarkan data demografi responden dengan pengalaman dalam menggunakan sistem informasi *e-ticketing* antara 1 sampai 3 tahun sebesar 47% membuat mahasiswa menjadi terbiasa dalam menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api.

2. Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan bahwa konstruk persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat bahwa nilai beta (β) adalah positif yaitu 0,2596 dan nilai *t-statistic* dari konstruk persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api adalah sebesar 1,8881 atau $\geq 1,64$, menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 2 diterima**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan dengan Lee dan Wan (2010), Dehbashi (2009) dan Johan, *et al.*, (2016). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan merupakan salah satu faktor penentu minat mahasiswa dalam menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Johan, *et al.*, (2016) yang menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan sistem *e-ticketing*.

3. Hipotesis 3

Hipotesis 3 menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat bahwa nilai beta (β) adalah negatif yaitu -0,1415 dan nilai *t-statistic* dari konstruk persepsi risiko terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api adalah sebesar 1,9486 atau $\geq 1,64$, menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 3 diterima**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan dengan Johan *et al.*, (2016), Dehbashi (2009) dan Karami (2006). Hasil penelitian saat ini yang konsisten dengan penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa minat seseorang dalam menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api tergantung dari tingkatan persepsi risiko yang dimiliki seseorang. Semakin mahasiswa merasa bahwa risiko *server* pada sistem tidak berjalan dengan baik ketika digunakan yang dapat menyebabkan kegagalan atau bahkan kehilangan tiket rendah, maka minat mahasiswa dalam menggunakan sistem informasi *e-ticketing* tersebut akan semakin tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko merupakan salah satu faktor penentu yang sangat kuat dari minat mahasiswa dalam menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api.

4. Hipotesis 4

Hipotesis 4 menyatakan bahwa konstruk kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat bahwa nilai beta (β) adalah positif yaitu 0,1644 dan nilai *t-statistic* dari konstruk kepercayaan terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api adalah sebesar 1,5040 atau $\leq 1,64$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 4 ditolak**. Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Wan (2010), Lee *et al.*, (2011) dan Karami (2006) namun konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Dehbashi (2009) dan Zailani *et al.*, (2008). Ketidakconsistenan hasil penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu disebabkan perbedaan responden yang digunakan dalam penelitian. Dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Dehbashi (2009) pada kelompok kedua adalah orang-orang yang memiliki pengetahuan tentang IT yang baik, sehingga responden akan lebih memfokuskan pada apa yang akan mereka dapat ketika menggunakan sistem *e-ticketing* seperti harus adanya konfirmasi dari pihak-pihak penting dalam bidang yang sama atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dengan demikian, konsumen akan mengadopsi sistem informasi *e-ticketing* apabila konsumen percaya bahwa sistem yang digunakan oleh perusahaan telah mendapatkan pengakuan dari pihak-pihak penting dimana perusahaan tersebut didirikan, sehingga konsumen yakin atas jaminan yang diberikan ketika menggunakan sistem *e-ticketing*.

Hasil tersebut mendukung penelitian dilakukan oleh Zailani *et al.*, (2008). Konsteks penelitian yang dilakukan oleh Zailani *et al.*, (2008) terkait persepsi konsumen terhadap *online ticketing* yang menunjukkan bahwa faktor kepercayaan tidak berpengaruh secara positif terhadap minat konsumen dalam melakukan pembelian tiket penerbangan melalui *internet*. Berdasarkan hasil tersebut dapat

disimpulkan bahwa faktor kepercayaan bukan merupakan faktor yang dapat memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Hal tersebut terjadi karena mahasiswa memiliki pengetahuan tentang IT yang baik, sehingga sebelum menggunakan atau menerima sistem informasi *e-ticketing* mahasiswa akan lebih memperhatikan jaminan keamanan sistem informasi tersebut yang dikonfirmasi oleh pihak-pihak penting dalam bidang yang sama yaitu transportasi yang akan memberikan keyakinan dalam diri mahasiswa untuk tetap menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api.

5. Hipotesis 5

Hipotesis 5 menyatakan bahwa konstruk persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat bahwa nilai beta (β) adalah positif yaitu 0,2027 dan nilai *t-statistic* dari konstruk persepsi keamanan terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api adalah sebesar 1,8482 atau $\geq 1,64$, menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 5 diterima**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Aziz *et al.*, (2015), Zailani *et al.*, (2008), Johan *et al.*, (2016), dan Delafrooz *et al.*, (2011). Hasil ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Delafrooz *et al.*, (2011) yang menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh secara positif terhadap minat konsumen melakukan pembelian secara *online*.

Zailani *et al.*, (2008) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa persepsi keamanan menjadi faktor penting dalam memengaruhi minat bertransaksi *online*. Konsumen akan menerima penggunaan transaksi *online* apabila adanya jaminan keamanan dari proses transaksi *online* tersebut. Sehingga, semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan maka akan meningkatkan penggunaan transaksi *online*.

Persepsi keamanan dalam penelitian ini berpengaruh secara positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api. Hal ini karena ketika mahasiswa memiliki keyakinan bahwa sistem *online* tiket kereta yang digunakan adalah aman dan mahasiswa percaya atas jaminan keamanan yang diberikan melalui mekanisme yang baik dari sistem yang digunakannya, maka mahasiswa akan semakin berminat untuk menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pertama, penelitian ini mengambil konteks pengaruh sistem informasi *e-ticketing* oleh pelanggan kereta api dengan objek penelitian yang dipilih adalah mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Mahasiswa dipilih karena berpotensi menjadi pengguna sistem informasi *e-ticketing*. *E-ticket* adalah suatu layanan yang diberikan oleh jasa kereta api dalam melayani calon penumpang yang akan melakukan perjalanan dengan kereta api dengan cara cepat dan mudah melalui media elektronik. *E-ticket* dapat menyimpan informasi penumpangnya secara digital, sehingga penumpang tidak perlu lagi khawatir tiket yang sudah dibeli akan hilang atau dicuri.

Hasil pengujian pada penelitian ini, menunjukkan bahwa minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* kereta api oleh mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bsinis Universitas Brawijaya dipengaruhi oleh faktor persepsi kegunaan, persepsi risiko dan persepsi keamanan. Berdasarkan hasil tersebut persepsi kegunaan dan persepsi keamanan berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*, dan persepsi risiko berpengaruh secara negatif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*. Sedangkan, persepsi kemudahan dan kepercayaan tidak berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*.

Dengan demikian, penelitian yang berkonteks sistem informasi *e-ticketing* pada kereta api ini secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa mahasiswa berminat untuk menggunakan sistem informasi *e-ticketing* kereta api, apabila sistem informasi *e-ticketing* tersebut memberikan manfaat dan kegunaan bagi individu yang menggunakannya, dan sistem *e-ticketing* yang digunakan memiliki jaminan keamanan sistem yang baik, serta sistem informasi *e-ticketing* ini tidak menimbulkan risiko bagi penggunaannya di masa yang akan datang.

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi manajemen PT. KAI untuk terus melakukan perbaikan-perbaikan pelayanan bagi calon penumpang kereta api dengan mempertimbangkan faktor persepsi kegunaan, persepsi risiko dan persepsi keamanan yang dapat memengaruhi minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*. Selain manajemen perusahaan, penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan masukan bagi analis sistem *e-ticketing* agar lebih memperhatikan faktor persepsi kegunaan, persepsi risiko dan persepsi keamanan yang berpengaruh dalam mengembangkan transaksi pemesanan tiket melalui penggunaan sistem informasi *e-ticketing*.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu terkait penggunaan responden yang digunakan yaitu bukan merupakan pengguna *e-ticketing* sesungguhnya. Selanjutnya metode pengambilan sampel kepada responden yang digunakan, peneliti menggunakan *convenience sampling*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tidak dapat memastikan jumlah pengguna sistem informasi *e-ticketing* kereta api di Indonesia karena adanya keterbatasan informasi, sehingga hasil ini tidak dapat digeneralisasikan secara umum.

Saran peneliti bagi penelitian selanjutnya dengan konteks penelitian yang sama adalah agar responden yang digunakan adalah pengguna *e-ticketing* yang sesungguhnya yaitu pengguna *e-ticketing* kereta api yang berada di stasiun. Kemudian untuk penelitian selanjutnya agar lebih memfokuskan metode pengambilan sampel acak (*random sampling*) untuk meningkatkan generalisasi dalam penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy & Jugiyanto Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Adhiputra, M. 2015. Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Penggunaan Layanan *Internet Banking*. *Kalbisocio*. 2(1): 54-55
- Albarq, A. N. 2006. *Intention To Shop Online Among University Students In Jordan*. University Utara Malaysia.
- Alfawaer, Z. M., Awni, M., Al-Zoubi, S. 2011. Mobile E-ticketing Reservation System For Amman International Stadium in Jordan. *International Journal of Academic Research*. 3(1): 848
- Anonim. 2015. Teknologi yang Mengubah Wajah PT KAI, dari Offline Menjadi Online. <http://www.bumn.go.id/keretaapi/berita/0-Teknologi-yang-Mengubah-Wajah-PT-KAI-dari-Offline-Menjadi-Online>, diakses 12 November 2017 pukul 12:22
- Anonim. 2015. Rail ticketing system, pesan tiket tinggal klik aja!. *Merdeka.com*. <https://www.merdeka.com/jakarta/rail-ticketing-system-pesan-tiket-tinggal-klik-aja.html>, diakses tanggal 05 Juni 2017
- Anonim. 2016. Tren Pemesanan Kereta Api Online Terus Meningkat. <https://bisnis.tempo.co/read/811931/tren-pemesanan-kereta-api-online-terus-meningkat>, diakses 13 November 2017
- Anonim. 2017. Peningkatan Layanan Tiketing Online PT KAI https://kai.id/?_it8tnz=TWc9PQ==&_8dnts=WkdWMFIXbHM=&_4zph=TVRFPQ==&_24nd=TVRZMU9BPT0= diakses tanggal 16 Oktober 2017
- Anonim. 2017. Hanya 15 Persen Penumpang Masih Beli Tiket Online. <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/jabodetabeknasional/17/12/24/p1gtcf428-hanya-15-persen-penumpang-masih-beli-tiket-offline>, diakses 24 April 2018
- Anonim. 2017. 6 Alasan Naik Kereta Api Jadi Pilihan Cerdas Para Traveler. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2917512/6-alasan-naik-kereta-api-jadi-pilihan-cerdas-para-traveler>, diakses 01 Mei 2018
- Anonim. 2018. Tahun 2017, Pengguna *Internet* di Indonesia Mencapai 143,26 Juta. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang>, diakses 24 April 2018
- Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Dalam Negeri. 2017. Riset UGM: Jumlah Pengguna *Internet* Pengaruhi PDB.

<http://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-ugm-jumlah-pengguna-internet-pengaruhi-pdb-2/> diakses 24 April 2018

- Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia. 2016. Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna *Internet* Indonesia Survey 2016.
- Aziz, N. H. A., Mohamed, I. S., Zakaria, N. B. 2015. Security, Risk and Trust Issues among Muslim Users for Online Businesses. *Procedia Economics and Finance*. 31: 587-594
- Compeau, D. R., dan Higgins, C. A. 1995. Computer Self-Efficacy: Development of a Measure and Initial Test. *MIS Quarterly*. 19(2): 189-211
- Davis, Fred D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. 13(3): 319
- Dehbashi, Shima. 2007. *Factors Affecting on Iranian Customers' Acceptance Towards E-Ticketing Provided by Airlines*. Master Thesis
- Dehbashi, S., dan Navahandi, N. 2009. Effect of Perceived Risk, Perceived Usefulness, Trust and It-related Knowledge on Adoption of E-ticketing in Iran. *World Applied Science Journal*. 6(1): 86-96
- Delafrooz, N., Paim, Laily H., Khatibi, A. 2011. Understanding Consumer's *Internet* Purchase Intention in Malaysia. *African Journal of Business Management*. 5(3): 2837-2846
- Dilla, A. P., dan Setiawan, B. 2014. Analisis Keberhasilan Implementasi *Rail Ticket System* Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model*. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*.
- Featherman, M.S., dan Pavlou, P.A. 2003. Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *Int. J. Human-Computer Studies*. 59: 451-474
- Feel, F.L., Yin, L. C., Yee, N. S., Jin, T. J., dan Gee, Wong Mei. 2012. *An Analysis of The Determinants Influencing The Consumers' Intention Towards Adoption of E-Ticketing on Transportation in Malaysia*. Thesis
- Gefen, D., Karahanna, E., dan Straub, D. W. 2003. Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*. 27(1): 51-90
- Hall, James A. 2009. *Accounting Information Systems*. Jakarta: Salemba Empat
- Hartono.J.M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andy

- Hartono, Jogiyanto. 2011. *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: STIM YKPN
- Hartono, Jogiyanto. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE
- Heijden, H., Verhagen, T., dan Creemers, M. 2003. Understanding online purchase intentions: contributions from technology and trust perspectives. *European Journal of Information Systems*. 12: 41-48
- Hong, W., Thong, Y. J. L., Wong, W. M., Tam, K. Y. 2003. Determinants of User Acceptance of Digital Libraries: An Empirical Examination of Individual Differences and System Characteristics. *Journal of Management Information Systems*. 18(3): 97-124
- Jati, Nugroho Jatmiko. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan Sistem *E-Ticket* (Studi Empiris Pada Biro Perjalanan Di Kota Semarang). *Skripsi*: FEB, Universitas Diponegoro Semarang
- Johan, M. R. M., Bahar, N., Noor, N. A. Z. M., Yap, Ceong J., dan Wen, Lee Shi. 2016. A Study on Consumers' Intention to Use E-Ticketing System for Train Service in Malaysia: The Technology Acceptance Model (TAM). *The International Journal of Business & Management*
- Karahanna, E., D.W Straub, & N.L. Chervany. 1999. Information Technology Adoption Accros Time: A Cross-sectional Comparioson of Pre-adoption and Post-adoption Beliefs. *MIS Quarterly*. 23(2): 183-213
- Karami, Mitra. 2006. *Factors Influencing Adoption of Online Ticketing*. Master's Thesis
- Kinanti, F., dan Baridwan, Z. 2013. Analisis Determinan Sistem Informasi E-ticketing: Pendekatan Extended Theory of Planned Behaviour. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>)
- Kruelle, G.N., Kruelle, O., dan Swatman, P.A. 2006. E-Ticketing Strategy and Implementation in an Open Access System: The case of Deutsche Bahn. *Researchgate.net*
- Kusumadewi, A.w., Baridwan, Z., Hariadi, B. 2017. Study on Auditor's Attitude in Using Information Technology for Auditing: Theory of Planned Behaviour and Social Cognitive Theory Modification.
- Lallmahamood, M., 2007. An Examination of Individual's Perceived Security and Privacy of the *Internet* in Malaysia and the Influence of this on Their Intention to

Use E-commerce: Using an Extension of the Technology Acceptance Model. *Journal of Internet Banking and Commerce*. 12(3): 1-26.

Lee, C., dan Wan, G. 2010. Including Subjective Norm and Technology Trust in the Technology Acceptance Model: A Case of E-Ticketing in China. *The DATA BASE for Advances in Information Systems*. 41(4): 42-43

Lee, Chai L., Eze, Uchenna C., dan Ndubisi, Nelson O. 2011. Analyzing Key Determinants of Online Repurchase Intentions. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics*. 23(2): 200-221

Leiva, M. F., Climent, S. C., dan Cabanillas, F. L. 2017. Determinants of Intention to Use The Mobile Banking Apps: An Extension of The Classic TAM Model . *Spanish Journal of Marketing – ESIC*

Liebermann, Y., dan Stashevsky, S. 2002. Perceived risks as barriers to *Internet* and e-commerce usage. *Qualitative Market Research: An International Journal*. 5(4): 291-300

Meskaran, F., Ismail, Z., dan Shanmugam, B. 2013. Online Purchase Intention: Effects of Trust and Security Perception. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. 7(6): 309

Nikhashemi, S. R., Haque, A., dan Yasmin, F. 2012. Service Quality and Consumer Purchasing Intention Toward Online Ticketing: An Empirical Study in Iran. *International Conference on Economics, Business Innovation*. Vol. 8

Pavlou, P. 2001. Integrating Trust in Electronic Commerce with The Technology Acceptance Model: Model Development and Validation. *AMCIS 2001 Proceedings*. 159

Prilyanda, Faradila A. 2015. Perilaku Konsumen Jasa Moda Transportasi Kereta Api (Studi Pada Mahasiswa Migran dari Jakarta di Universitas Brawijaya Malang). Malang: Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Ramayah, T., dan Ignatius, Joshua. 2003. *Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment on Intention to Shop Online*.

Romney, Marshall B., dan Steinbart, Paul John. 2000. *Accounting Information Systems*. Terjemahan. Sistem Informasi Akuntansi. Salemba Empat

Scott, Judy E. & Walczak, Steven. 2009. Cognitive Engagement With A Multimedia ERP Training Tool: Assessing Computer Self-Efficacy and Technology Acceptance. *Information & Management*. 46: 221-232

Sekaran, U., dan Bougie, R. 2014. *Research Methods for Business Sixth Edition: A Skill-Building Approach*. Itali: Printer Trento Srl

Undang-Undang Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2007 Tentang Perkeretapian. Diakses dari www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2007_23

Wang, Yi-Shun., Wang, Yu-Min., Lin, Hsin-Huin., dan Tang, Tzung-I. 2003. Determinants of User Acceptance of *Internet Banking: An Empirical Study*. *International Journal of Service Industry Management*. 14(5): 501-519

Wilkinson, Joseph W., Michael, J.Cerullo, Vasant Raval, dan Bernard Wong-On-Wing. 2000. *Accounting Information System 4th Edition: Essential Concepts and Application*. New Jersey: John Willey and Sons, Inc

Zailani, S., Kheng, L. C., dan Fernando, Y. 2008. Service Quality Analysis on the Consumer Perceptions Toward Online Ticketing: Evidence in Malaysia. *International Business Management*. 2(1): 11-21

LAMPIRAN

Tabel Algoritma

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
PKM	0,6906	0,9175		0,8870	0,6906	
PKG	0,7604	0,9049		0,8431	0,7604	
PR	0,7870	0,9172		0,8644	0,7870	
KPC	0,5959	0,8548		0,7751	0,5959	
PKA	0,7856	0,9360		0,9094	0,7856	
N	0,7565	0,9031	0,3614	0,8420	0,7565	0,0693

Tabel Outer Loadings

	1PKM	2PKG	3PR	4KPC	5PKA	6N
PKM1	0,8579					
PKM2	0,7774					
PKM3	0,8444					
PKM4	0,8967					
PKM5	0,7719					
PKG1		0,8371				
PKG2		0,8699				
PKG3		0,9076				
PR1			0,8490			
PR2			0,9146			
PR3			0,8965			
KPC1				0,7985		
KPC2				0,7200		
KPC3				0,7848		
KPC4				0,7820		
PKA1					0,8260	
PKA2					0,8598	
PKA3					0,9263	
PKA4					0,9289	
N2						0,8911
N3						0,8819
N4						0,8354

Tabel Nilai Akar AVE dan Korelasi Variabel Laten

	Akar AVE	PKM	PKG	PR	KPC	PKA	N
PKM	0,8310	1	0	0	0	0	0
PKG	0,8720	0,6138	1	0	0	0	0
PR	0,8871	-0,1208	-0,0855	1	0	0	0
KPC	0,7719	0,4213	0,2526	-0,2005	1	0	0
PKA	0,8865	0,3215	0,2088	-0,1679	0,6084	1	0
N	0,8698	0,4395	0,4345	-0,2462	0,4358	0,4220	1

Tabel Cross Loadings

	1PKM	2PKG	3PR	4KPC	5PKA	6N
PKM1	0,8579	0,5162	-0,0845	0,3422	0,3074	0,3907
PKM2	0,7774	0,3206	-0,1497	0,4015	0,2404	0,3227
PKM3	0,8444	0,4758	-0,0595	0,3467	0,2325	0,3936
PKM4	0,8967	0,5255	-0,1596	0,4116	0,2990	0,3708
PKM5	0,7719	0,7099	-0,0555	0,2506	0,2545	0,3410
PKG1	0,5333	0,8371	-0,0252	0,1555	0,1591	0,3147
PKG2	0,4913	0,8699	-0,0911	0,2826	0,2195	0,3936
PKG3	0,5826	0,9076	-0,0969	0,2121	0,1656	0,4167
PR1	-0,1406	-0,0733	0,8490	-0,1520	-0,1257	-0,2032
PR2	-0,0962	-0,0763	0,9146	-0,1983	-0,1456	-0,2394
PR3	-0,0878	-0,0782	0,8965	-0,1805	-0,1758	-0,2101
KPC1	0,2740	0,1670	-0,0419	0,7985	0,5050	0,2586
KPC2	0,3952	0,1661	-0,2725	0,7200	0,3842	0,3483
KPC3	0,2560	0,1436	-0,2010	0,7848	0,4219	0,3268
KPC4	0,3517	0,2819	-0,0829	0,7820	0,5593	0,3829
PKA1	0,2482	0,1304	-0,2455	0,6029	0,8260	0,3683
PKA2	0,2111	0,1330	-0,0117	0,4828	0,8598	0,2549
PKA3	0,3075	0,2060	-0,0815	0,5069	0,9263	0,3863
PKA4	0,3425	0,2449	-0,2081	0,5544	0,9289	0,4419
N2	0,3208	0,3304	-0,1850	0,3610	0,3678	0,8911
N3	0,2942	0,3455	-0,1331	0,3355	0,3060	0,8819
N4	0,4892	0,4342	-0,2926	0,4203	0,4063	0,8354