

PENGARUH KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT BELI TIKET MENGGUNAKAN APLIKASI KA BANDARA (STUDI KASUS: KA BANDARA YIA)

Uswatun Sholekhah Manajemen Transportasi Perkeretaapian Politeknik Perkeretaapian Indonesia Madiun Jalan Tirta Raya, Nambangan Lor, Manguharjo, Madiun, Jawa Timur	Atik Roro Siti Kuswati ¹ Manajemen Transportasi Perkeretaapian Politeknik Perkeretaapian Indonesia Madiun Jalan Tirta Raya, Nambangan Lor, Manguharjo, Madiun, Jawa Timur	Endras Setyo Darmawan Manajemen Transportasi Perkeretaapian Politeknik Perkeretaapian Indonesia Madiun Jalan Tirta Raya, Nambangan Lor, Manguharjo, Madiun, Jawa Timur
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Abstract

KA Bandara is PT Railink's application which makes it easier to book airport train tickets. Based on data, purchasing tickets through applications is in third place. Complaints related to KA Bandara include the convenience and service features. The research objective is to analyze the effect of convenience & service features on interest in buying tickets using KA Bandara Application. Data collection by questionnaire and analysis by multiple linear regression using SPSS 26. Analysis includes instrument, classical assumption and hypothesis testing. From the results, there is an effect of convenience on the interest in buying tickets using KA Bandara, the sig. (0.000<0.05) and t_{count} (7.573>1.984). Service features affect interest in buying tickets using KA Bandara, sig. (0.001<0.05) & t_{count} (3.326>1.984). Simultaneously, convenience variables & service features affect interest in buying tickets with KA Bandara with sig. (0.000<0.05), F_{count} value (98.823>3.090), and a coefficient of determination of 66.4%.

Keywords: Convenience, Service Features, Purchase Intention, KA Bandara, Multiple Linear Regression

Abstrak

Aplikasi KA Bandara merupakan aplikasi PT Railink yang bertujuan memudahkan pemesanan tiket dari/ke Bandara. Berdasarkan data, pembelian tiket KA Bandara melalui aplikasi di urutan ketiga setelah *ibook* dan *vending machine*. Beberapa keluhan terkait aplikasi KA Bandara meliputi kemudahan serta fitur layanan pada aplikasi yang perlu diperhatikan operator. Tujuan penelitian menganalisis pengaruh kemudahan serta fitur layanan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan analisis dengan regresi linear berganda dengan SPSS 26. Analisis meliputi pengujian instrumen, pengujian asumsi klasik serta pengujian hipotesis. Dari analisis, kemudahan mempunyai pengaruh terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi, sig. (0,000<0,05) dan t_{hitung} (7,573>1,984). Fitur layanan mempengaruhi minat membeli tiket menggunakan aplikasi, nilai sig. (0,001<0,05) dan nilai t_{hitung} (3,326>1,984). Sedangkan secara simultan, terdapat pengaruh variabel kemudahan dan fitur layanan terhadap minat membeli tiket menggunakan KA Bandara dengan sig (0,000<0,05), F_{hitung} (98,823>3,090), dan koefisien determinasi sebesar 66,4%.

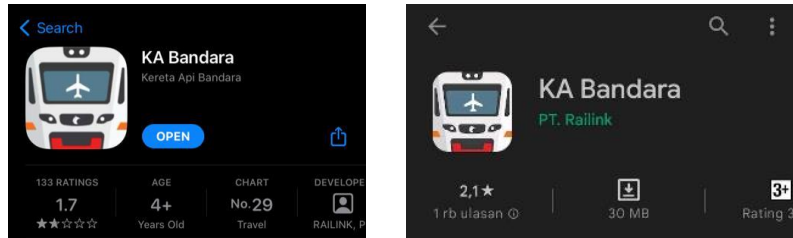
Kata Kunci: Kemudahan, Fitur Layanan, Minat Beli, Aplikasi KA Bandara, Regresi Linear Berganda

PENDAHULUAN

PT Railink adalah anak dari perusahaan PT KAI dan PT AP II. Bulan April 2022, PT Railink mendapatkan penugasan sebagai penyedia layanan dan sistem pembelian tiket di KA Bandara *Yogyakarta International Airport* (YIA). PT Railink menciptakan aplikasi KA

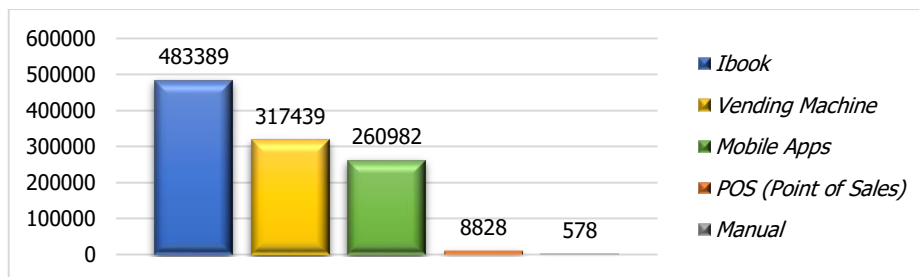
¹ Corresponding author: atikroro@ppi.ac.id

Bandara yang merupakan aplikasi khusus untuk pemesanan tiket dari atau ke bandara. Aplikasi ini menyediakan berbagai informasi terkait pemesanan tiket, jadwal perjalanan, tarif, dan informasi lain terkait KA Bandara yang ada di Kualanamu, Soekarno - Hatta dan *Yogyakarta International Airport* (PT Railink, 2023).



Gambar 1. Rating Aplikasi KA Bandara

Pada bulan Januari 2023, *rating* aplikasi ini pada angka 2,1 di *Play Store* dan 1,7 di *App store* dari skala 1 sampai 5. Beberapa pengguna yang ada di *App Store* juga *Play Store* menyatakan bahwa aplikasi KA Bandara masih terdapat beberapa kekurangan. Pengguna mengeluhkan aplikasi yang susah untuk diakses, fitur pembayaran yang tidak sesuai, terdapat *bug* atau kondisi yang menyebabkan aplikasi menjadi *error* saat proses pemesanan serta beberapa tampilan yang kurang tepat (PT Railink, 2023).



Gambar 2. Pembelian Tiket KA Bandara Berdasarkan Saluran Pemesanan (April 2022 – Desember 2022)

Pada gambar 2, menerangkan pembelian tiket KA Bandara YIA berdasarkan saluran pemesanannya. Pembelian tiket dengan menggunakan aplikasi KA Bandara lebih rendah jika dibandingkan dengan pemesanan melalui internet booking (*ibook*) dan *vending machine*. Persentase pembelian dengan aplikasi pada angka 24%, sedangkan melalui *ibook* 45% dan *vending machine* sejumlah 29% (PT Railink, 2023).

Menurut Syifa dan Maulani (2021), minat beli tiket dengan aplikasi dipengaruhi kemudahan penggunaan. Penelitian Abrilia dan Sudarwanto (2020), menunjukkan minat menggunakan aplikasi dipengaruhi oleh kemudahan dan fitur layanan. Berdasarkan uraian di atas, bahwa aspek kemudahan penumpang dalam pemesanan tiket di aplikasi, fitur layanan dalam aplikasi serta informasi keluhan, perlu mendapatkan perhatian dari pihak operator yaitu PT Railink. Penelitian untuk menganalisis bagaimana pengaruh dari faktor-faktor minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara, diantaranya yaitu kemudahan dan fitur layanan. Diharapkan, hasilnya nanti dapat berguna untuk PT Railink dalam melakukan evaluasi aplikasi KA Bandara agar dapat meningkatkan pelayanannya.

Variabel merupakan sesuatu ketetapan dari peneliti yang kemudian dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi mengenai variabel tersebut. Berikut merupakan variabel yang digunakan:

1. Variabel bebas (X)

a. Kemudahan (X1)

Menurut Jogiyanto (2007) dalam (Abrilia & Sudarwanto, 2020) kemudahan ialah keadaan saat seseorang yakin bahwa penggunaan sebuah teknologi dapat bebas dari usaha. Davis (1989) dalam (Wahyuningtyas, 2016) berpendapat bahwa kemudahan adalah sebuah tingkatan, dimana sebuah teknologi bisa dipakai dengan mudah dan terhindar dari berbagai macam masalah. Apabila penumpang yakin dengan kemudahan teknologi yang ada, maka penumpang akan menggunakannya. Indikator dari kemudahan menurut Davis (1989) dalam (Badaruddin & Risma, 2021) yaitu: efisiensi, kemampuan melakukan transaksi, kemudahan operasional, dan fleksibel.

b. Fitur Layanan (X2)

Hamidah & Anita (2013), mengartikan bahwa fitur adalah produk dari sebuah Perusahaan yang bisa menjadi pembeda antara perusahaan dengan perusahaan lain sebagai alat persaingan sejenis. Kotler dan Keller (2012) dalam (Hananto, 2021) mengemukakan pengertian fitur merupakan karakteristik yang menjadi pelengkap sebuah produk. Schmitt (2010) dalam (Abrilia & Sudarwanto, 2020) menjelaskan pengertian fitur merupakan sebuah karakteristik yang memberi nilai tambah dari fungsi dasar sebuah produk. Empat indikator menurut Suryani (2013) dalam (Humaidi et al., 2022) yaitu: kelengkapan fitur, kebutuhan fitur, ketertarikan konsumen dan kemudahan fitur.

2. Variabel Terikat

a. Minat beli (Y)

Mc. Carthy (2002) dalam (Wicaksono, 2015), mendefinisikan minat beli yakni sebuah dorongan yang muncul untuk melakukan pembelian barang maupun pembelian jasa dengan tujuan untuk pemenuhan kebutuhannya. Minat yang timbul dapat menciptakan sebuah motivasi, yang menyebabkan seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya. Ketika ia harus melakukan pemenuhan atas apa yang dibutuhkan, maka konsumen akan mewujudkan apa yang ada dalam angan – angannya tersebut (Maghfiroh et al., 2016). Jati (2019) dalam (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021) menjelaskan bahwa minat penggunaan teknologi informasi yaitu kemauan pada penggunaan suatu teknologi informasi dengan secara terus dan berpikiran sebenarnya seseorang mempunyai akses pada teknologi tersebut. Menurut Ferdinand (2002) dalam (Srisusilawati, Ibrahim, & Ganjar, 2019) minat beli memiliki empat indikator, yakni minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Sumber berdasarkan data yang diambil adalah data primer serta sekunder. Data primer diambil dari hasil penyebaran kuesioner dari variabel penelitian yaitu kemudahan, fitur layanan dan minat beli kepada penumpang KA Bandara YIA sejumlah sampel yang telah ditentukan yaitu 100 responden. Kuesioner tersebut diisi oleh penumpang KA Bandara YIA di tiga stasiun, yaitu Stasiun Yogyakarta, Stasiun Wates dan Stasiun Bandara YIA. Data sekunder adalah data jumlah atau total penumpang KA Bandara YIA April 2022 - Desember 2022 berdasarkan saluran pemesanan tiket dengan total penumpang 1.071.216 penumpang dan data keluhan mengenai aplikasi KA Bandara. Teknik pemilihan sampel dengan acak sederhana, yaitu dengan mengambil populasi yang merupakan anggota dari penumpang KA Bandara YIA bulan April 2022 hingga Desember 2022 sejumlah 1.071.216 penumpang yang akan dijadikan sampel dengan memakai pengambilan sampel probabilitas, prosedur yang digunakan sampel acak sederhana. Besaran sampel yang diambil dengan rumus slovin dengan hasil akhir perhitungan adalah 100 responden penumpang KA Bandara YIA. Menurut Setiawan (2007) dalam (Riadi, 2016) slovin berguna untuk menentukan minimal jumlah suatu sampel dari populasi.

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)} \quad (1)$$

Dimana,

n : besaran sampel

N : besaran populasi (1.071.216 penumpang)

e : *margin of error* (ditentukan peneliti sebesar 10%)

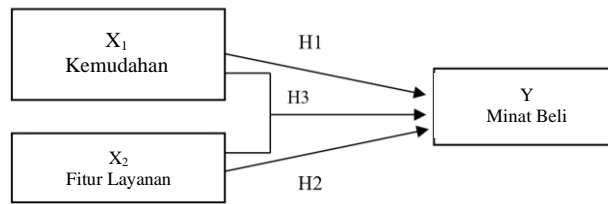
Margin of error atau batas toleransi kesalahan yang digunakan adalah 10% yang dapat diartikan bahwa tingkat ketepatan sampel adalah 90%. Menurut Sugiyono (2019) tingkat toleransi kesalahan maksimal pada penelitian ilmu sosial adalah 10%. Dari rumus slovin, diperoleh hasil 99,99 besaran sampel yang dibulatkan keatas menjadi 100.

Metode Pengolahan Data

Metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS versi 26 digunakan sebagai metode pengolahan data karena mampu melakukan analisis statistik, lengkap dengan sistem manajemen datanya. SPSS 26 dilengkapi dengan beberapa kelebihan yang memudahkan untuk dipahami saat dioperasikan (Fauziah & Karhab, 2019).

Hipotesis

Pengertian hipotesis yaitu jawaban sementara yang berkaitan dengan masalah yang ada pada penelitian yang dapat dibuktikan melalui data yang dikumpulkan (Suharsini, 2002) dalam (Abubakar, 2021).



Gambar 3. Hipotesis Variabel Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Minat Beli

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan kerangka berpikir di atas adalah:

1. H_{01} = tidak ada pengaruh kemudahan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara
 H_1 = ada pengaruh kemudahan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara
2. H_{02} = tidak ada pengaruh fitur layanan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara
 H_2 = ada pengaruh fitur layanan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara
3. H_{03} = tidak ada pengaruh kemudahan dan fitur layanan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara
 H_3 = ada pengaruh kemudahan dan fitur layanan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Kesimpulan sesuai dengan situasi sebenarnya berasal dari instrumen yang benar, yang ditentukan oleh uji validitas dan reliabilitasnya (Yusup, 2018).

Uji pertama yakni validitas berguna untuk menguji kelayakan ataupun ketepatan dari tiap butir pernyataan yang dapat menggambarkan suatu variabel (Sujarweni, 2019). Uji validitas dilakukan untuk tiap - tiap variabel. Pertama pada variabel kemudahan (X1) digambarkan oleh indikatornya yaitu efisiensi (X1,1;X1,2), kemampuan melakukan transaksi (X1,3;X1,4), kemudahan operasional (X1,5;X1,6) dan fleksibel (X1,7;X1,8). Variabel fitur layanan (X2) digambarkan oleh indikatornya yaitu kelengkapan fitur (X2,1;X2,2), kebutuhan fitur (X2,3;X2,4), ketertarikan fitur (X2,5;X2,6) dan kemudahan fitur (X1,7;X1,8). Kemudian Minat Beli (Y) indikatornya yaitu minat transaksional (Y1), minat referensial (Y2), minat preferensial (Y3) dan minat eksploratif (Y4)

Variabel	Item	F_{hitung}	F_{tabel}
Kemudahan (X1)	X1,1	0,564	0,361
	X1,2	0,605	
	X1,3	0,844	
	X1,4	0,778	
	X1,5	0,685	
	X1,6	0,597	
	X1,7	0,499	
	X1,8	0,605	
Fitur Layanan (X2)	X2,1	0,829	0,361
	X2,2	0,886	
	X2,3	0,760	
	X2,4	0,797	
	X2,5	0,816	
	X2,6	0,585	
	X2,7	0,822	
	X2,8	0,784	
Minat beli (Y)	Y1	0,965	0,361
	Y2	0,875	
	Y3	0,853	
	Y4	0,773	

Gambar 4. Hasil Uji Validitas Item

Berdasarkan gambar, tiap – tiap item pernyataan pada variabel memiliki nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (0,361). Berdasarkan pernyataan tersebut, berarti item-item pernyataan variabel kemudahan, fitur layanan dan minat beli valid.

Uji reliabilitas digunakan sebagai alat ukur reliabelnya kuesioner yang dipakai. Konsistensi, kehandalan jawaban responden terkait item - item pertanyaan yang mewakili suatu variabel dalam kuesioner disebut reliabilitas (Sujarweni, 2019). Menurut Ghazali (2021), reliabilitas ini dapat mengukur suatu kuesioner agar dikatakan reliabel atau handal. Menurut Riadi (2016), koefisien reliabilitas dapat diterima ketika *cronbach's alpha* $> 0,60$.

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>
Kemudahan	0,809
Fitur Layanan	0,906
Minat beli	0,877

Gambar 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Berdasarkan gambar, tiap – tiap variabel yang dipakai pada penelitian ini yaitu kemudahan, fitur layanan dan minat beli memberikan *Cronbach alpha* $> 0,60$. Dapat diambil kesimpulan, setiap pernyataan kemudahan, fitur layanan dan minat beli reliabel, yang dapat diartikan bahwa semua responden menjawab dengan konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Sujarweni (2019) menyatakan model regresi yang digunakan baik jika model regresinya bisa memenuhi uji asumsi klasik. Model dapat dikatakan baik ketika mempunyai perkiraan tepat, estimasi tepat, konsisten serta tidak bias. Asumsi klasik meliputi:

Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2021), dalam menguji kenormalitasan model yang digunakan, bisa dilihat dari variabel pengganggu atau residualnya. Uji normalitas residual melalui analisis statistik dengan *pengujian Kolmogorov-Smirnov*, apabila $sig. > 0,05$ maka memenuhi normalitas.

<i>Test Of Normality</i>			
<i>Unstandardized Residual</i>	<i>Kolmogorov-Smirnov^a</i>		
	<i>Statistic</i>	<i>df</i>	<i>Sig.</i>
	.072	100	.200 [*]

Gambar 6. Hasil Asumsi Normalitas

Berdasarkan pengujian dengan *kolmogorov-smirnov*, diketahui sig. 0,200. Disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Berfungsi mengetahui apakah variabel kemudahan dan fitur layanan dengan variabel minat beli memiliki hubungan yang terletak di suatu garis lurus atau tidak. Dikatakan linear apabila nilai sig. > 0,05.

<i>ANOVA Table</i>		
Minat Beli * Kemudahan	<i>Deviation From Linearity</i>	<i>Sig.</i>
		.060
<i>ANOVA Table</i>		
Minat Beli * Fitur Layanan	<i>Deviation From Linearity</i>	<i>Sig.</i>
		.071

Gambar 7. Hasil Asumsi Linearitas

Berdasarkan uji linearitas pada gambar 7, nilai sig. yang dihasilkan adalah 0,60 dan 0,71 yang menyatakan bahwa sig. > 0,05 maka variabel kemudahan dan fitur layanan dengan variabel minat beli linear.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan dalam mengetahui kemiripan antar *independent variable* yang berada pada suatu model (Sujarweni, 2019). Kriteria dari uji multikolineritas yakni apabila $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

<i>Coefficients^a</i>			
<i>Model</i>		<i>Tolerance</i>	<i>Collinearity Statistics</i>
			<i>VIF</i>
1	(Constant)		
	Kemudahan	.522	1.915
	Fitur Layanan	.522	1.915

a. Dependent Variable: Minat Beli

Gambar 8. Hasil Asumsi Multikolinearitas

Diketahui nilai *tolerance* dari variabel independen $0,522 > 0,10$ dan *VIF* $1,915 < 10$. Dapat diartikan, variabel kemudahan dan fitur layanan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Regresi dengan model yang baik yakni yang homoskedastisitas (Ghozali, 2021). Terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dari model dapat diketahui dengan menggunakan uji glejser dengan ketentuan nilai sig. > 0,05, apabila memenuhi ketentuan maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas (Widana & Muliani, 2020).

Coefficients ^a		
Model		Sig.
1	(Constant)	.001
	Kemudahan	.589
	Fitur Layanan	.058

a. Dependent Variable: ABS RES

Gambar 9. Hasil Asumsi Heteroskedastisitas

Dari uji glejser pada gambar 9, dapat diketahui sig. dari kemudahan adalah $0,589 > 0,05$ serta sig. dari fitur layanan adalah $0,058 > 0,05$. Disimpulkan bahwa variabel kemudahan dan fitur layanan tidak mengalami heteroskedastisitas. Setelah mendapatkan dan memenuhi semua uji asumsi klasik, kemudian bisa dilakukan analisis regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi memiliki tujuan dalam menguji pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain (Sujarweni, 2019). Menurut Ghozali (2021) metode statistik regresi linear berganda adalah metode yang dipakai dalam menguji pengaruh antara kemudahan, fitur layanan terhadap minat beli baik secara individu maupun secara bersama-sama.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.319	1.032		3.217	.002
	Kemudahan	.294	.039	.610	7.573	.000
	Fitur Layanan	.123	.037	.268	3.326	.001

a. Dependent Variable: Minat Beli

Gambar 10. Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pada gambar 10, kemudahan dan fitur layanan memiliki persamaan regresi:

$$Y = 3,319 + 0,294X_1 + 0,123X_2 \quad (1)$$

Persamaan regresi sebagaimana yang tertulis diatas dapat diartikan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Constant* (a) atau konstanta senilai 3,319, mengartikan apabila variabel X_1 dan X_2 dianggap 0 (nol), maka $Y = 3,319$. Artinya, apabila tidak ada kemudahan dan fitur layanan pada aplikasi KA Bandara minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara 3,319.
2. Koefisien kemudahan adalah 0,294, menerangkan bahwa jika terdapat peningkatan variabel kemudahan sebesar satu satuan, nilai variabel minat beli bertambah 0,294 dengan anggapan variabel fitur layanan tetap.
3. Koefisien fitur layanan yaitu 0,123, menerangkan bahwa jika terdapat peningkatan variabel fitur layanan sebesar satu satuan, nilai variabel minat beli bertambah 0,123 dengan anggapan variabel kemudahan tetap.

Uji Hipotesis

Pembuktian hipotesis dengan uji yang meliputi uji t dan uji F. Uji t berguna mengetahui seberapa besar pengaruh tiap variabel independen secara individual terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.319	1.032		3.217	.002
	Kemudahan	.294	.039	.610	7.573	.000
	Fitur Layanan	.123	.037	.268	3.326	.001

a. Dependent Variable: Minat Beli

Gambar 11. Hasil Uji t

Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS 26 di gambar 11, didapatkan hasil uji secara parsial di tabel *SPSS Coefficients* yang bisa diuraikan:

1. Uji t untuk variabel kemudahan menunjukkan bahwa nilai sig. 0,000 dengan t_{hitung} sebesar 7,573. Karena sig. $< 0,05$ ($0,000 < ,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,573 > 1,984$), maka H_{01} ditolak. Jadi secara parsial atau secara individu variabel kemudahan (X_1) berpengaruh positif terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara
2. Uji t untuk variabel fitur layanan, bahwa nilai sig. 0,001 dengan t_{hitung} sebesar 3,326. Karena sig. $< 0,05$ ($0,001 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($3,326 > 1,984$), maka H_{02} ditolak. Jadi secara parsial atau secara individu variabel fitur layanan (X_2) berpengaruh positif terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara

Uji F berfungsi dalam mengetahui seberapa besar *independent variable* secara bersama-sama mempengaruhi *dependent variable* (Ghozali, 2021).

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	350.824	2	175.412	98.823	.000 ^b
	Residual	172.176	97	1.775		
	Total	523.000	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli
b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Kemudahan

Gambar 12. Hasil Uji F

Berdasarkan uji dengan SPSS 26 yaitu uji F berupa gambar 12, menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 98.823 dan sig. yaitu 0,000. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($98,823 > 3,090$) serta $P_{value} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka secara bersama – sama (simultan) variabel kemudahan dan variabel fitur layanan memiliki pengaruh positif terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara.

Koefisien Determinasi

Ketepatan dari sebuah fungsi regresi dalam menduga nilai aktual dapat dihitung dari *goodness of fit*nya. Dengan melalui statistik, nilai tersebut dapat dihitung dari nilai koef. determinasi. Koefisien determinasi bertujuan dalam mengukur ataupun menghitung bagaimana kemampuan atau sejauh mana variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2021). Besar pengaruh kemudahan dan fitur layanan secara bersama-sama dapat ditentukan dengan menggunakan nilai *adjusted R square*nya. Sedangkan secara parsial, terdapat rumus untuk menghitung koefisien determinasi secara parsial yaitu:

$$Kd = r^2, \text{ dimana } r \text{ adalah koefisien korelasi parsial} \quad (2)$$

Model	Correlation		
	Zero-Order	Partial	Part
1 (Constant)			
Kemudahan	.796	.610	.441
Fitur Layanan	.690	.320	.194

Gambar 13. Hasil Koefisien Determinasi Parsial

Dari hasil gambar 13 koefisien determinasi parsial, dapat diketahui pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat secara individu. Kemudahan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara adalah memberi pengaruh sebesar 0,372 atau 37,2%, diperoleh dari $(0,610)^2$. Sedangkan pengaruh fitur layanan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara adalah sebesar 0,102 atau 10,2% yang diperoleh dari $(0,320)^2$.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 ^a	.671	.664	1.332

a. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Kemudahan

Gambar 14. Hasil Koefisien Determinasi

Penelitian ini hanya menganalisis terkait kemudahan dan fitur layanan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara. Hasil dari output di tabel SPSS pada gambar 14, nilai *adjusted R square*nya adalah 0,664. Berdasarkan hasil tersebut, 66,4% minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara dipengaruhi oleh variabel kemudahan (X_1) dan variabel fitur layanan (X_2). Sisanya, yaitu 33,6% minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara dipengaruhi oleh variabel lain selain yang terdapat pada penelitian yang dilakukan. Beberapa variabel lain yang dimaksudkan berdasarkan penelitian terdahulu yaitu kenyamanan (Insani, 2013), keamanan dan kepercayaan (Saripudin & Faihaputri, 2021), serta kegunaan (Falaahuddin & Widiartanto, 2020).

KESIMPULAN

1. Hasil pengujian dengan uji t, nilai sig. dari variabel kemudahan $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,573 > 1,984$). Dari koef. determinasinya, kemudahan berpengaruh sebesar 37,2% terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara. Dari hasil analisis regresi linear berganda, uji t serta koef. determinasi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel kemudahan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara.
2. Hasil pengujian dengan uji t, nilai sig. dari variabel fitur layanan $< 0,05$ ($0,001 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,326 > 1,984$). Dari koef. determinasinya, fitur layanan memiliki pengaruh sebesar 10,2% terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara. Dari hasil analisis regresi linear berganda, uji t serta koef. determinasi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel fitur layanan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara.
3. Hasil pengujian dengan analisis regresi linear berganda, persamaan regresi yang didapat yaitu $Y = 3,319 + 0,294X_1 + 0,123X_2$. Berdasarkan uji F, sig. $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) serta $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($98,832 > 3,090$). Berdasarkan koefisien determinasi didapatkan hasil dari variabel bebas yaitu kemudahan dan fitur layanan berpengaruh sejumlah 66,4% terhadap

minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara. Dari hasil analisis regresi linear berganda, uji F dan koefisien determinasi diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh positif variabel kemudahan dan fitur layanan terhadap minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, bahwa ada pengaruh dari kemudahan dan fitur layanan terhadap minat membeli tiket menggunakan KA Bandara (aplikasi). Upaya peningkatan dari segi kemudahan dapat dilakukan dengan cara mengurangi masalah pada aplikasi dengan cara mempermudah tahapan atau langkah-langkah pemesanan tiket, meningkatkan kecepatan pada aplikasi saat digunakan, menjaga server agar tidak terjadi *error* atau *bug* saat digunakan dimanapun dan kapanpun. Upaya peningkatan dari segi fitur layanan dapat dilakukan dengan cara menambah jenis atau metode pada fitur pembayaran, menambah fitur yang berkaitan dengan KA Bandara seperti refund, ubah jadwal, informasi aktual terkait KA Bandara, meningkatkan tampilan agar lebih menarik atau *eye catching*, serta membuat fitur tersebut mudah dipahami dan digunakan. Untuk itu, diharapkan pihak operator memperhatikan dan meningkatkan kemudahan dan fitur yang ada pada aplikasi KA Bandara, agar menarik atau meningkatkan minat membeli tiket menggunakan aplikasi KA Bandara.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Aplikasi Dana di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1006-1012.
- Abubakar, H. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak). *Jurnal Margin*, 1-13.
- Falaahuddin, A. A., & Widiartanto. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Mobile KAI Access. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 295-301.
- Fauziah, F., & Karhab, R. S. (2019). Pelatihan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS Pada Mahasiswa. *Jurnal Pesut : Pengabdian Untuk Kesejahteraan Umat*, 129-136.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamidah, S., & Anita, D. (2013). Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus STIE Pelita Indonesia). *Jurnal Ekonomi*, 1-20.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1-10.

- Insani, E. P. (2013). Analisis Pengaruh Kenyamanan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui Website Resmi PT KAI. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO. *Journal IMAGE*.
- Saripudin, & Faihaputri, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus di E-Commerce JD.ID). *Edunomika Vol. 05, No. 02*.
- Srisusilawati, P., Ibrahim, M. A., & Ganjar, R. (2019). Komunikasi Pemasaran Syariah dalam Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 66-72.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2019). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.
- Syifa, A. N., & Maulani, T. S. (2021). 2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Tiket Kereta Api Secara Online Menggunakan Aplikasi KAI Access (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bandung). *Banking & Management Review*, 1425-1442.
- Wahyuningtyas. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Persepsi Kegunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Layanan Aplikasi Go-Jek Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 4 Nomor 3*.
- Wicaksono, S. A. (2015). Pengaruh Merek dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen.
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Lumajang: KLIK MEDIA.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 17-23.