

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan secara mendalam dan rinci sebelumnya pada BAB V, maka peneliti kemudian menarik sebuah kesimpulan dari penelitian ini dan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan untuk penelitian pada masa yang selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik suatu kesimpulan untuk penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejumlah faktor yang menentukan atau mempengaruhi niat pengguna dalam mengadopsi *m-ticketing* KAI Access yang ada di Indonesia dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuantitatif melalui kuesioner yang disebarakan secara online. Hal ini dilakukan untuk dapat menjangkau pengguna *m-ticketing* KAI Access yang tersebar di beberapa daerah di Indonesia.
2. Dari hasil pengujian hipotesis yang sudah dilakukan menunjukkan jika terdapat enam hipotesis yang diterima diantaranya yaitu : *perceived ease of use* (PEOU) terhadap *perceived usefulness* (PU). Hal tersebut menunjukkan kebermanfaatan yang dirasakan oleh pengguna sangat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan aplikasi. Berikutnya *perceived ease of use* (PEOU)

terhadap *attitude toward using* (ATU) yang menunjukkan kemudahan system yang digunakan mempengaruhi sikap pengguna untuk memutuskan niat untuk menggunakan. Selanjutnya, *perceived usefulness* (PU) terhadap *attitude toward using* (ATU) yang menunjukkan sistem yang bermanfaat, akan menentukan sikap pengguna. Selanjutnya *perceived usefulness* (PU) terhadap *behavioral intention to use* (BIU), manfaat yang dirasakan besar akan memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan sistem. *Attitude toward using* (ATU) terhadap *Behavioral intention to use* (BIU), dimana sikap pengguna yang dipengaruhi oleh PEOU dan PU berpengaruh dalam menentukan niat mereka untuk menggunakan. Selanjutnya, *perceived trust* (PT) terhadap *behavioral intention to use* (BIU) yang menunjukkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem yang mereka gunakan, bahwa sistem tersebut dapat diandalkan untuk menyelesaikan pekerjaan yang diinginkan. Satu hipotesis ditolak yaitu *perceived cost* (PC). Hal tersebut dapat disebabkan karena sebagian pengguna menganggap jika melakukan reservasi tiket melalui *m-ticketing* KAI Access lebih sedikit mahal dibandingkan dengan metode pembelian tiket melalui kanal lainnya yang lebih banyak menawarkan diskon.

3. Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini telah diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan *m-ticketing* KAI Access diantaranya adalah faktor *perceived ease of use* (PEOU) yang secara tidak langsung mempengaruhi niat pengguna. Kemudian faktor

perceived usefulness (PU), *attitude toward using* (ATU) dan *perceived trust* (PT) yang secara langsung mempengaruhi niat pengguna.

6.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan secara menyeluruh, maka saran yang dapat peneliti berikan diantaranya adalah :

1. Pada penelitian ini hanya meneliti niat pengguna aplikasi *m-ticketing* KAI Access sedangkan terdapat banyak aplikasi *m-ticketing* untuk berbagai transportasi seperti darat (selain kereta api), laut dan udara. Sehingga penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada sektor transportasi yang sudah disebutkan.
2. Model penelitian yang digunakan selanjutnya dapat di tambahkan dengan variabel eksogen lain yang lebih berpengaruh terhadap variabel endogen sehingga nilai koefisien determinasi yang dihasilkan menjadi lebih besar dan mengingat variabel tersebut yang tergolong kuat.
3. Instrument pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif dari hasil kuesioner online yang diperoleh dari berbagai daerah di Indonesia, sehingga memungkinkan hasil tidak lebih obyektif. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang lebih lanjut dilakukan dengan data kualitatif melalui wawancara secara mendalam terhadap pengguna *m-ticketing* KAI Access agar lebih obyektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Emran, M., Mezhuyev, V. and Kamaludin, A. (2018) 'Technology Acceptance Model in M-learning context: A systematic review', *Computers and Education*. Elsevier Ltd, 125, pp. 389–412.
- Almaiah, M. A., Jalil, M. A. and Man, M. (2016) 'Extending the TAM to examine the effects of quality features on mobile learning acceptance', *Journal of Computers in Education*. Springer Berlin Heidelberg, 3(4), pp. 453–485.
- Amalia, F. (2019) 'Measuring Tools for Analyzing Factors Influencing Customer Continuance Intention towards Travel Mobile Application (A Case Study on KAI Access from PT . Kereta Api Indonesia)', *International Journal of Business and Management Invention*, 8(01), pp. 43–48. Available at: UTAUT; Travel; Technology Adoption; Continuance Intention.
- Arif, I., Afshan, S. and Sharif, A. (2016) 'Resistance to Adopt Mobile Banking in a Developing Country: Evidence from Modified TAM', *Journal of Finance & Economic Research*, 1(1), pp. 25–42.
- Bakhsh, M., Mahmood, A. and Sangi, N. A. (2017) 'Examination of factors influencing students and faculty behavior towards m-learning acceptance: An empirical study', *International Journal of Information and Learning Technology*, 34(3), pp. 166–188.
- Bartin, B., Ozbay, K. and Yang, H. (2018) 'Evaluation framework for mobile ticketing applications in public transit: a case study', *IET Intelligent Transport Systems*, 12(9), pp. 1166–1173.
- Brandon-Jones, A. and Kauppi, K. (2018) 'Examining the antecedents of the technology acceptance model within e-procurement', *International Journal of Operations and Production Management*, 38(1), pp. 22–42.
- Buabeng-Andoh, C. (2018) 'Predicting students' intention to adopt mobile learning', *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning*, 11(2), pp. 178–191.
- Chanchai Phonthanukitithaworn Carmine Sellitto Michelle W.L. Fong (2016) 'An Investigation of Mobile Payment (M-Payment) Services in Thailand', *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 5(2), p.
- Chang, S.-C. *et al.* (2015) 'An Extended TAM to Explore Behavioural Intention of Consumers to Use M-Commerce', *Journal of Information & Knowledge Management*, 14(02), p. 1550014.
- Chatterjee, D. and Bolar, K. (2019) 'Determinants of Mobile Wallet Intentions to Use: The Mental Cost Perspective', *International Journal of Human-Computer Interaction*. Taylor & Francis, 35(10), pp. 859–869.
- Chauhan, V., Yadav, R. and Choudhary, V. (2019) 'Analyzing the impact of consumer innovativeness and perceived risk in internet banking adoption: A study of Indian consumers', *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), pp. 323–339.
- Chin, W. W. (1998) 'The partial least squares approach for structural equation

- modeling.', *Modern methods for business research*, (January 1998), pp. 295–336.
- Davis, F. D. (1989) 'Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology', *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), pp. 319–339.
- F, N. A. (2019) *Tourist responses to the Kai Access service on the purchase of local Prambanan Express train tickets at Yogyakarta's large station*. Available at: UTAUT; Travel; Technology Adoption; Continuance Intention.
- Ferreira, M. C., Dias, T. G. and Cunha, J. F. e (2019) 'Codesign of a Mobile Ticketing Service Solution Based on BLE', *Journal of Traffic and Logistics Engineering*, 7(1), pp. 10–17.
- Fornell, C. and Larcker, D. F. (1981) 'Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error', *Journal of Marketing Research*, 18(1), p. 39.
- Geladi, P. and Kowalski, B. R. (1986) 'Partial least squares regression: A tutorial', *Analytica Chimica Acta*, 185, pp. 1–17.
- Ghazali, E. M. *et al.* (2018) 'Do consumers want mobile commerce? A closer look at M-shopping and technology adoption in Malaysia', *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(4), pp. 1064–1086.
- Ghozali, I. (2006) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Ke. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2011) 'PLS-SEM: Indeed a silver bullet', *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), pp. 139–151.
- Hartono (2004) *Statistika untuk Penelitian*. Pekanbaru: Lembaga Studi Filsafat, Kemasyarakatan, Kependidikan dan Perempuan.
- Irawan, H. and Ditya, S. A. (2018) 'The Impact of Self-Service Technology Service Quality Toward E- Satisfaction at PT Kereta Api Indonesia (Persero)', in *Proceedings of The IRES International Conference*, pp. 0–7.
- Isaac, O. *et al.* (2018) 'The effect of awareness and perceived risk on the technology acceptance model (TAM): mobile banking in Yemen', *International Journal of Services and Standards*, 12(2), p. 180.
- Joao Guilherme Martins (2017) *Mobile Ticketing System For Public Transport Based On Bluetooth Low Energy Table of Contents*.
- Kapoor, K. K., Dwivedi, Y. K. and Williams, M. D. (2015) 'Empirical Examination of the Role of Three Sets of Innovation Attributes for Determining Adoption of IRCTC Mobile Ticketing Service', *Information Systems Management*, 32(2), pp. 153–173.
- Li, J. *et al.* (2019) 'Mobile Payment with Alipay: An Application of Extended Technology Acceptance Model', *IEEE Access*. IEEE, 7, pp. 50380–50387.
- Liébana-Cabanillas, F., de Luna, I. R. and Montoro-Ríos, F. (2017) 'Intention to use new mobile payment systems: A comparative analysis of SMS and NFC

- payments', *Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja* . Routledge, 30(1), pp. 892–910.
- Mohd Suki, Norazah and Mohd Suki, Norbayah (2017) 'Flight ticket booking app on mobile devices: Examining the determinants of individual intention to use', *Journal of Air Transport Management*. Elsevier Ltd, 62, pp. 146–154.
- Muñoz-Leiva, F., Climent-Climent, S. and Liébana-Cabanillas, F. (2017) 'Determinantes de la intención de uso de las aplicaciones de banca para móviles: una extensión del modelo TAM clásico', *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 21(1), pp. 25–38.
- Oney, E., Guven, G. O. and Rizvi, W. H. (2017) 'The determinants of electronic payment systems usage from consumers' perspective', *Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja* . Routledge, 30(1), pp. 394–415.
- Park, Y. P. (2009) 'An Analysis of the Technology Acceptance Model in Understanding University Students' Behavioral Intention to Use e-Learning', *Educational Technology & Society*, 12(3), pp. 150–162.
- Phonthanakitithaworn, C., Sellitto, C. and Fong, M. (2015) 'User intentions to adopt mobile payment services: A study of early adopters in Thailand', *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1).
- Phonthanakitithaworn, C., Sellitto, C. and Fong, M. W. L. (2016) 'A Comparative Study of Current and Potential Users of Mobile Payment Services', *SAGE Open*, 6(4).
- Rahman, M. M. and Sloan, T. (2017) 'User adoption of mobile commerce in Bangladesh: Integrating perceived risk, perceived cost and personal awareness with TAM', *The International Technology Management Review*, 6(3), p. 103.
- Raza, S. A., Umer, A. and Shah, N. (2017) 'New determinants of ease of use and perceived usefulness for mobile banking adoption', *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 11(1), pp. 44–65.
- Santini, F. D. O. *et al.* (2019) 'A meta-analytical study of technological acceptance in banking contexts', *International Journal of Bank Marketing*, 37(3), pp. 755–774.
- Sharma, S. K. *et al.* (2017) 'A multi-analytical model for mobile banking adoption: a developing country perspective', *Review of International Business and Strategy*, 27(1), pp. 133–148.
- Sharma, S. K. (2019) 'Integrating cognitive antecedents into TAM to explain mobile banking behavioral intention: A SEM-neural network modeling', *Information Systems Frontiers*. Information Systems Frontiers, 21(4), pp. 815–827.
- Singh, S., Zolkepli, I. A. and Cheah, W. K. (2018) 'New Wave in Mobile Commerce Adoption via Mobile Applications in Malaysian Market: Investigating the Relationship Between Consumer Acceptance, Trust, and Self Efficacy', *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 12(7), p. 112.

- statista.com (2019) *statista, statista.com*. Available at: <https://www.statista.com/>.
- Sugiyono (2010) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tatjana Apanasevic, J. M. (2017) 'Mobile ticketing services in the Northern Europe: Critical business model issues', in *2017 Internet of Things Business Models, Users, and Networks*. Copenhagen, Denmark: IEEE.
- Yang, Y. and Wang, X. (2019) 'Modeling the intention to use machine translation for student translators: An extension of Technology Acceptance Model', *Computers and Education*. Elsevier Ltd, 133, pp. 116–126.
- Zainab, B. *et al.* (2015) 'E-training adoption in the nigerian civil service', *European Journal of Training and Development*, 39(6), pp. 538–564.
- Zhao, Q. *et al.* (2016) 'Study of factors influencing mobile ticketing adoption: Status quo bias perspective', *Journal of Marine Science and Technology (Taiwan)*, 23(5), pp. 926–937.

