

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Paradigma masyarakat telah diubah secara signifikan oleh kemajuan pesat dalam teknologi selama beberapa dekade terakhir. Perubahan besar dalam cara kita berinteraksi dengan produk dan layanan telah terjadi di era digital yang kita alami saat ini, dan pemahaman masyarakat tentang produk digital adalah pusat dari perubahan ini. Era digital yang kita alami saat ini ditandai oleh inovasi teknologi yang luar biasa. Munculnya perangkat pintar seperti smartphone, tablet, dan komputer, bersama dengan konektivitas internet yang semakin cepat dan merata, telah memungkinkan masyarakat untuk lebih dekat dengan dunia digital. Semua ini secara substansial telah mengubah cara kita hidup, bekerja, dan berkomunikasi. Perkembangan teknologi sangat penting karena dampaknya terhadap ekonomi dunia. Perubahan dan kemajuan di bidang teknologi memiliki dampak yang sangat besar pada banyak bidang yang mengikuti perekonomian dunia. Dengan kebutuhan hidup masyarakat yang semakin meningkat, kebutuhan akan transportasi menjadi lebih penting. Semakin meningkatnya ini berdampak positif pada kemajuan sektor transportasi Indonesia. Hal ini dapat menyebabkan peningkatan usaha transportasi darat dan peluang pasar yang besar. Menurut (Suwondo, 2017) dalam Syifa & Maulani (2021) perubahan teknologi juga berdampak pada pemesanan transportasi yang dapat meningkatkan persaingan

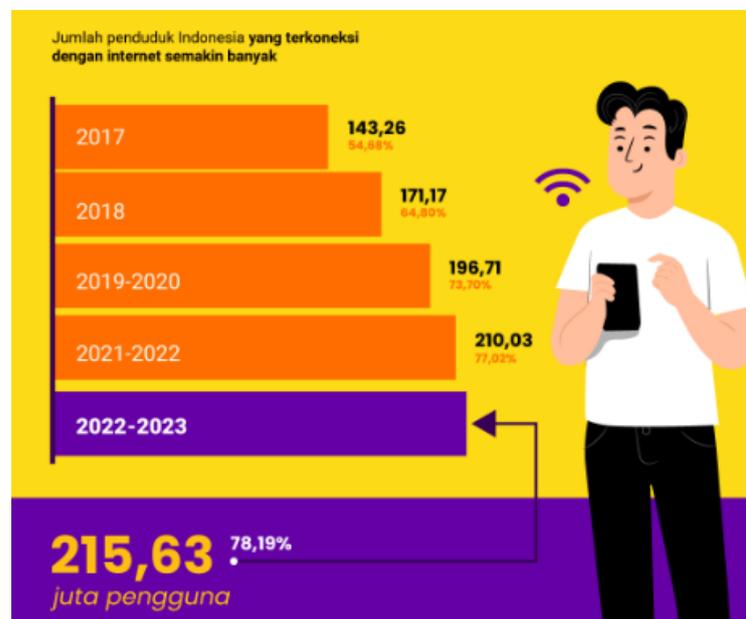
sehingga konsumen semakin selektif menentukan pilihan, maka dari itu perusahaan harus meningkatkan pelayanan.

Dalam beberapa dekade terakhir, sektor transportasi darat, khususnya kereta api, telah mengalami perkembangan yang signifikan. Kereta api, sebagai salah satu moda transportasi darat yang penting dan berkelanjutan, telah menjadi fokus utama inovasi teknologi untuk meningkatkan efisiensi, keamanan, dan kenyamanan perjalanan penumpang. Kemajuan ini menunjukkan upaya terus-menerus untuk memodernisasi sistem kereta api dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat dan lingkungan. Penggunaan teknologi modern seperti sistem kontrol kereta api otomatis dan teknologi pemantauan jalur telah memungkinkan kereta api beroperasi dengan kecepatan dan akurasi yang lebih baik. Ini meningkatkan kapasitas kereta api dan mengurangi kemacetan lalu lintas di jalan raya, serta mengurangi waktu perjalanan antar kota. Selain itu, kereta api yang diintegrasikan dengan teknologi komunikasi telah memperbaiki pengalaman penumpang. Penumpang sekarang dapat menikmati akses internet nirkabel selama perjalanan, menghubungkan perangkat mereka, dan bekerja atau bersantai dengan lebih nyaman. Ini telah menciptakan lingkungan perjalanan yang lebih produktif dan menghibur.

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan yang signifikan dalam kehidupan manusia. Perubahan ini tidak hanya terjadi pada aspek teknologi itu sendiri, tetapi juga pada aspek-aspek lain dalam kehidupan, seperti ekonomi, sosial, dan budaya. Salah satu dampak yang paling nyata dari perkembangan teknologi adalah meningkatnya pengguna internet. Internet telah menjadi bagian

tak terpisahkan dari kehidupan manusia, baik di negara maju maupun di negara berkembang. Ada beberapa faktor yang mendorong meningkatnya pengguna internet, seperti penurunan biaya akses internet, peningkatan penetrasi smartphone, peningkatan kesadaran masyarakat akan manfaat internet, meningkatkan akses informasi, meningkatkan konektivitas, meningkatkan efisiensi dan efektivitas dll. Penggunaan internet yang tinggi di Indonesia tidak terlepas dari keinginan masyarakat untuk mengikuti perkembangan teknologi. Hal ini dapat dilihat dari survey pengguna internet yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023, dapat dilihat dari gambar 1.1 sebagai berikut:

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: indonesiabaik.id (2023)

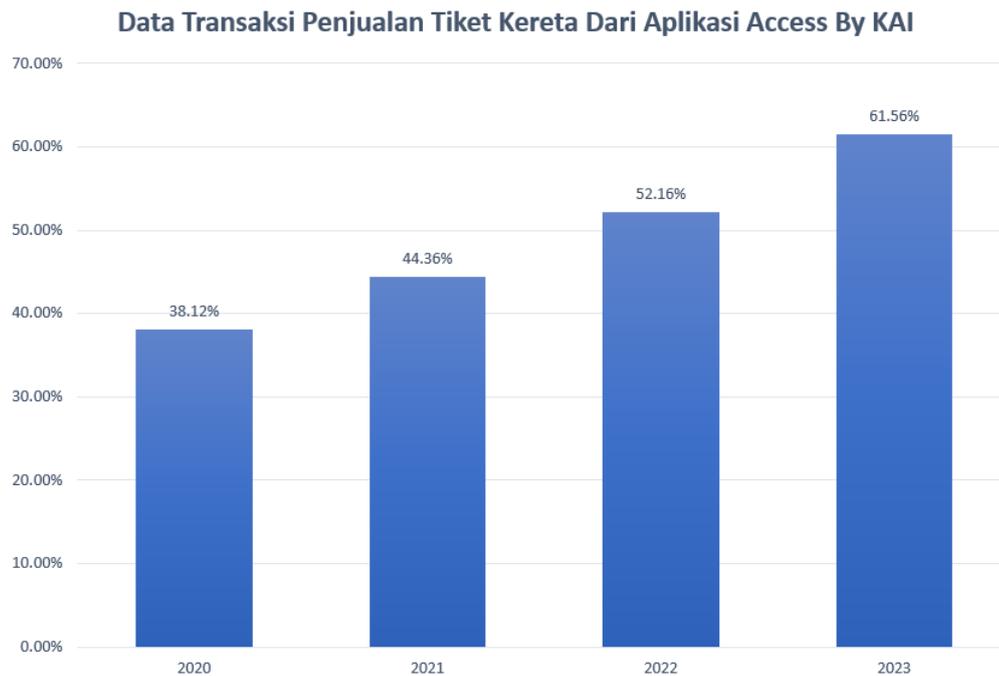
Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal tersebut memberikan

bukti bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia berperan aktif dalam penggunaan internet. Perkembangan internet juga berdampak pada perkembangan *e-commerce*. Adanya berbagai fasilitas yang memungkinkan akses ke internet memberi peluang bagi para pengusaha untuk menggunakan fasilitas ini untuk menjalankan bisnis mereka. Salah satunya ialah keluarnya *e-commerce*, banyaknya perusahaan *e-commerce* yang bekerja dalam industri yang sama sehingga persaingan bisnis semakin ketat. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:28) dalam Hanifa, et al (2018) memiliki pendapat bahwa perkembangan pesat teknologi telah membangun cara baru yang menarik untuk mempelajari dan melacak konsumen serta menciptakan produk serta jasa yang diperuntukkan bagi kebutuhan konsumen perorangan. Teknologi juga membantu perusahaan mendistribusikan produk secara lebih efektif serta efisien.

Salah satu perusahaan yang mengikuti perkembangan teknologi adalah PT Kereta Api Indonesia (Persero), pada tahun 2014 PT Kereta Api Indonesia (Persero) meluncurkan jenis layanan *e-commerce* yaitu aplikasi KAI Access. Aplikasi tersebut dibuat untuk memudahkan para calon penumpang dalam melakukan pemesanan tiket kereta api, pengubahan jadwal tiket atau pembatalan, pembelian tiket kereta api jarak jauh dan lokal, serta *E-boarding pass*. Menurut Septiana (2011) dalam Kurniawati & Azizah (2023) salah satu majunya teknologi digital dalam mendapatkan suatu informasi melalui smartphone adalah semakin banyaknya masyarakat yang melakukan traveling atau berlibur dengan menggunakan jasa transportasi pemesanan tiket melalui online aplikasi. Moda transportasi berperan sebagai penunjang, pendorong, dan penggerak bagi

pertumbuhan suatu daerah yang berpotensi tetapi belum berkembang, dalam upaya peningkatan dan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya.

Gambar 1. 2 Data Transaksi Penjualan Tiket Kereta Dari Aplikasi Access By KAI



Sumber: katadata.co.id (2023)

Berdasarkan gambar data di atas, transaksi penjualan tiket kereta api yang dipesan melalui aplikasi Access By KAI mengalami peningkatan di setiap tahunnya. President Director PT Kereta Api Indonesia Didiek Hartantyo dikutip dari (katadata.co.id, 2023) mengatakan pengguna aplikasi Access By KAI didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z, hal ini mencerminkan perubahan tren konsumen dalam hal pemesanan tiket kereta api. Generasi milenial dan generasi Z, yang dikenal sebagai generasi digital, cenderung lebih terbiasa dengan teknologi dan aplikasi mobile. Mereka mencari kenyamanan, efisiensi,

dan kemudahan dalam semua aspek kehidupan, termasuk perjalanan. Menurut Widiyanti (2020) Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya. Oleh karena itu, penggunaan aplikasi Access By KAI sebagai alat untuk memesan tiket kereta api semakin populer di kalangan generasi ini.

Menurut Davis (2018) dalam Shabilla, et al (2022) menuturkan bila kemudahan transaksi dipahami sebagai tingkatan ketika seseorang yakin bila pemanfaatan teknologi sebagai sesuatu yang mudah dan tidak membutuhkan usaha keras. Adanya peningkatan transaksi penjualan tiket kereta api yang dipesan melalui aplikasi Access By KAI menunjukkan bahwa PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah berhasil menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan melalui platform digital. Perusahaan ini telah mengadopsi teknologi terbaru untuk memenuhi tuntutan pelanggan yang semakin digital dan menawarkan solusi yang efisien dalam pemesanan tiket dan mengakses informasi perjalanan. Menurut Winarno (2017) dalam Agustina, et al (2019) menyatakan informasi dapat berguna bagi pemakainya atau bisa juga tidak berguna sama sekali. Hal itu tergantung kepada kualitas informasi tersebut, informasi akan berguna apabila kualitasnya baik. Oleh karena itu, penting untuk memahami tren ini dalam konteks perjalanan kereta api dan bagaimana hal ini dapat mempengaruhi perencanaan strategis dan pemasaran di masa depan.

Pada tanggal 7 Juli 2023 PT Kereta Api Indonesia (Persero) meluncurkan aplikasi baru bernama Access by KAI, aplikasi tersebut hasil dari *revamp* pada aplikasi KAI Access. Aplikasi ini diharapkan menjadi solusi modern yang KAI

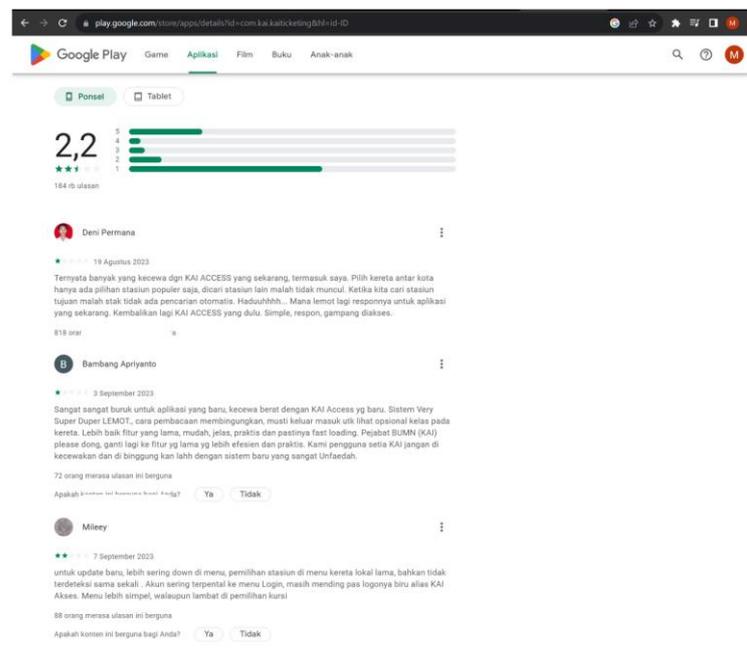
tawarkan bagi masyarakat untuk memfasilitasi perjalanan kereta api dengan fitur-fitur yang inovatif, adapun 4 fitur unggulan yang ada pada aplikasi Access By KAI diantaranya *trip planner*, reservasi hotel, *live tracking* dan *loyalty point*. Selain itu, fitur lainnya juga ditingkatkan untuk memberikan kemudahan pengguna dan pengembangan fitur sebagai bentuk adaptasi atas perkembangan zaman dan teknologi saat ini, seperti pemesanan tiket commuter line, KA Bandara, LRT Jabodebek, *single sign on*, pendaftaran *Face Recognition Boarding Gate*, transfer tiket, dan produk layanan KA terbaru lainnya. Salah satu peningkatan fitur unggulan terbaru yang saat ini bisa dimanfaatkan oleh pengguna aplikasi Access diantaranya hadirnya menu *Trip Planner*, dengan adanya fitur ini, akan memudahkan pelanggan dalam menyusun rencana perjalanan yang dapat disesuaikan dengan budget, waktu, dan preferensi wisata.

Adanya berbagai keunggulan pada aplikasi Access By KAI diatas dapat menarik minat beli masyarakat pada pembelian tiket kereta api melalui aplikasi andalan KAI tersebut. Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit yang dibutuhkan pada periode tertentu (Durianto & Liana, 2004; dalam Taan, 2021:89). Melalui upgrade aplikasi Access tersebut, pelanggan yang memesan makanan/minuman melalui menu Railfood sudah dapat menggunakan pembayaran melalui KAI Pay, serta dapat dilakukan pemesanan tiket kereta bersamaan dengan makanan/minuman. Sebelumnya di dalam menu aplikasi KAI Access yang lama, pemesanan Railfood dilakukan secara terpisah dengan tiket kereta (*Add ons*). Menurut Sumarwan (2013) dalam Agustina, et al (2019)

keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, dimana membeli dan bagaimana cara pembayarannya.

Meskipun telah dilakukan *revamp* pada aplikasi Access by KAI, aplikasi tersebut masih memiliki beberapa masalah. Beberapa pengguna melaporkan mengalami masalah saat menggunakan fitur-fitur baru, seperti kesulitan memilih stasiun, sering down di menu, sistem yang lemot, dll sehingga banyak pengguna menginginkan aplikasi lama kembali. Padahal tujuan dilakukannya *revamp* pada aplikasi Acces By KAI adalah untuk mempermudah pelanggan dan meningkatkan customer experience, dengan adanya masalah-masalah pada aplikasi yang baru diluncurkan oleh KAI tersebut menimbulkan keluhan dari pengguna. Hal ini bisa dilihat dari ulasan yang diberikan pelanggan terhadap aplikasi Access By KAI yang muncul di play store, dapat dilihat dari gambar 1.3 sebagai berikut:

Gambar 1.3 Ulasan Pengguna Aplikasi Access By KAI



Sumber: play.google.com (2023)

Hal ini cukup disayangkan karena dengan adanya permasalahan-permasalahan yang ada pada aplikasi Access By KAI dapat menghambat pelanggan ketika ingin menggunakan aplikasi Access By KAI untuk pemesanan tiket kereta api. Menurut Chin & Todd (2011) dalam Romla & Ratnawati (2018:62) kemudahan penggunaan adalah seberapa besar kemudahan dalam menggunakan teknologi untuk dimengerti dan dipahami dengan mudah serta bebas dari masalah. Dengan adanya masalah dalam penggunaan aplikasi Access By KAI tentunya akan mempengaruhi kemudahan pelanggan dalam melakukan proses transaksi, kemudahan transaksi adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak membutuhkan usaha besar, artinya mudah untuk digunakan (Jogiyanto 2019:934; dalam Mustaqor & Winanto, 2022). Jika dalam proses penggunaan aplikasi sudah terdapat masalah yang dapat menghambat konsumen dalam melakukan transaksi, maka hal tersebut dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen ketika ingin membeli tiket kereta api melalui aplikasi Access By KAI, minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Assael, 2001; dalam Taan, 2021:90). Jika ada kendala pada sebuah aplikasi yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen maka keputusan pembelian tidak dapat terealisasikan. Menurut Kotler (2009) dalam Sundah, et al (2022:432) keputusan pembelian adalah sebuah proses atau beberapa tahap yang dilakukan oleh konsumen sebelum membuat keputusan untuk membeli produk.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kemudahan Transaksi Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Pada Aplikasi Access By KAI (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan antara lain :

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli?
2. Apakah kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli?
3. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap minat beli?
4. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?
5. Apakah kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?
6. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?
7. Apakah minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?
8. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli?
9. Apakah kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli?

10. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kemudahan penggunaan terhadap minat beli.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kualitas informasi terhadap minat beli.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kemudahan transaksi terhadap minat beli.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan minat beli terhadap keputusan pembelian.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.
9. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.
10. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya teori-teori pemasaran dan juga sebagai bahan perbandingan dan acuan guna melakukan penelitian objek atau masalah yang sama pada penelitian selanjutnya

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam memberikan informasi terhadap masalah yang dihadapi dan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pengambilan keputusan mengenai bidang pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian.