



Jurnal Ilmiah Aset
Vol. 25 No. 2
September 2023
p-ISSN 1693-928X
e-ISSN 2685-9629

Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, Kenyamanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Konsumen untuk Menggunakan Aplikasi Pemesanan Tiket Kapal Online

Lisda Rahmasari
Adenantha Lesmana Dewa

Universitas Maritim AMNI
Jl. Soekarno-Hatta No.180 Semarang
Email: lisdarahmasari272@gmail.com dan
adenanthal.dewa@gmail.com

Abstract: *This research aims to examine the Influence of Trust, Service Features, Convenience and Ease of Use on Consumer Intention in Using the Online Ticket Ordering Application. The type of data used in this research is primary data obtained through questionnaires. The questionnaire was given to one hundred respondents. The data obtained was then processed using multiple linear regression analysis. The research results show that Service Features, Comfort and Convenience influence consumer intention in using online ticket ordering applications*

hal. 147-152
DOI: 10.37470/1.25.2.226

Diterima : 23 Agustus 2023
Disetujui : 2 September 2023

Keywords : *consumer intention, trust, service features, convenience, ease of use.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi berkembang sangat pesat karena didukung oleh aplikasi teknologi internet. Di sisi lain, mobilitas individu juga semakin tinggi sehingga mereka butuh aplikasi teknologi yang bisa menjawab semua tuntutan kebutuhan mobilitas tersebut. Dalam kondisi ini maka sangat beralasan jika kemudian pemanfaatan atas semua piranti yang berbasis teknologi menjadi semacam *lifestyle* dan juga *workstyle* karena hampir semua pekerjaan yang ada juga menuntut aplikasi teknologi tinggi.

Mengikuti perkembangan teknologi yang diterapkan pada sarana transportasi sangat jarang ditemukan pada sarana transportasi laut yang bisa diakses melalui perangkat mobile, baik dari jadwal keberangkatan, informasi maupun untuk pemesanan tiket pada satu perusahaan. Maka dengan merancang sebuah aplikasi mobile berbasis android yang dapat menyelesaikan permasalahan tersebut. Aplikasi ini akan memanfaatkan akses cepat yang dimiliki oleh Android OS yang digunakan untuk melakukan pemesanan tiket kapal laut, mengetahui jadwal keberangkatan dari berbagai kapal yang akan

berlayar sampai dengan pembayaran. Aplikasi pemesanan tiket online kapal laut berbasis android dengan menggunakan metodologi DAD (*Disciplined Agile Delivery*) dapat memberikan informasi bagi masyarakat yang akan melakukan perjalanan menggunakan transportasi kapal laut, baik informasi mengenai kapal, jadwal pelayaran, pemesanan tiket ke masing

Pemesanan tiket yang dilakukan secara konvensional mengharuskan pelanggan datang ke loket untuk membeli tiket dan kemudian menanyakan jam pemberangkatannya yang menyebabkan calon penumpang memerlukan banyak waktu dan tenaga hanya untuk mendapatkan informasi dan memesan tiket kapal dengan mendatangi langsung ke pelabuhan sehingga tidak menutup kemungkinan sering terjadi ketidaksesuaian antara keinginan calon penumpang dalam jam keberangkatan dan ketersediaan tiket di tempat. Dari rumusan masalah di atas, maka muncul pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Aplikasi Pemesanan Tiket Kapal Online?

2. Apakah fitur layanan (*service features*) berpengaruh terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Aplikasi Pemesanan Tiket Kapal Online?
3. Apakah kenyamanan (*convinience*) berpengaruh terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Aplikasi Pemesanan Tiket Kapal Online?
4. Apakah kemudahan penggunaan (*ease of use*) berpengaruh terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Aplikasi Pemesanan Tiket Kapal Online?

Selanjutnya, untuk mengakomodasi itu semua dilakukanlah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, Kenyamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Aplikasi Pemesanan Tiket Kapal Online”**.

TINJAUAN TEORETIS

Kepercayaan(*Trust*)

Faktor kepercayaan (*trust*) menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan aplikasi pemesanan online dalam transaksi perbankan, seiring maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun (*account hacking*). Keamanan berarti bahwa penggunaannya aman, resiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian (*hacking*) rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya.

Kepercayaan mengacu pada keyakinan terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan. Kepercayaan(*trust*) memiliki pengaruh signifikan pada keinginan konsumen untuk terlibat dalam transaksi finansial secara online dan pemberian informasi yang bersifat rahasia (seperti kerahasiaan *user id* dan *password*). Dalam hal penggunaan aplikasi online, kebanyakan pengguna tidak memahami betul risiko keamanan dan kerahasiaan dari aplikasi pemesanan online. Mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan. Oleh karena itu, kepercayaan konsumen merupakan faktor penting yang mendorong konsumen untuk bertransaksi perbankan. Menurut Jia, Shen, (2008) dalam S.A.Pranidana (2009) terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator kepercayaan (*trust*) yaitu: (1) sistem keamanan bank; (2) sistem kerahasiaan bank; (3) jaminan keamanan dan

kerahasiaan; dan (4) kompensasi kerugian karena alasan keamanan dan kerahasiaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut,

H1 : kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan (*intention to use*)

Fitur Layanan (*Service Features*)

Menurut Poon (2008) dalam S.A Pranindana (2009) beberapa indikator fitur layanan (*service features*), yaitu: (1) kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa; (2) keberagaman layanan transaksi; (3) keberagaman fitur; dan (4) inovasi produk. Inovasi produk berhubungan dengan ketersediaan teknologi yang sesuai, pengenalan produk yang tepat, dan pengembangan atas jasa. Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut,

H2 : fitur layanan (*service features*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan (*intention to use*).

Kenyamanan (*Convinience*)

Menurut Poon (2008) dalam S.A Pranindana (2009) ada beberapa yang merupakan indikator kenyamanan (*convenience*) antara lain: (1) Konsumen dapat mengakses aplikasi online kapanpun dan dimanapun (*anytime and anywhere*); (2) Tidak terdapat antrian (*queue*); (3) Hemat waktu jika dibandingkan dengan cara manual; (4) biaya yang murah; Apabila konsumen mempersepsikan bahwa sistem aplikasi pemesanan online itu adalah nyaman, maka konsumen akan merasa puas terhadap jasa aplikasi pemesanan online, yang kemudian mereka akan berminat untuk menggunakannya di masa datang.

Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut,

H3 : kenyamanan (*convinience*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan (*intention to use*).

Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang di dalam mempelajari TI (teknologi informasi). Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan TI (teknologi informasi) bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan TI (secara manual). Beberapa indikator kemudahan penggunaan antara lain meliputi: Efisiensi waktu, kemampuan melakukan transaksi, kemudahan operasional aplikasi pemesanan online, dan penggunaan yang fleksibel (Gilang Rizky Amijaya, 2010).

Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut,

H4 : kemudahan penggunaan (*ease of use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan (*intention to use*)

Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh kepercayaan (*trust*), fitur layanan (*service features*), kenyamanan (*convenience*), dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) terhadap minat untuk menggunakan (*intention to use*). Gambar dibawah ini menyajikan rerangka pemikiran teoritis untuk pengembangan hipotesis pada penelitian ini. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen yaitu minat konsumen untuk menggunakan (*intention to use*) aplikasi pemesanan online. Sedangkan variabel independennya adalah kepercayaan (*trust*), fitur layanan (*service features*), kenyamanan (*convenience*), dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Gambar kerangka penelitian disajikan dalam Gambar 1.

METODE PENELITIAN

Metode Pengambilan Sampel

Populasi merupakan kumpulan yang lengkap dari seluruh elemen yang sejenis dan dapat dibedakan menjadi objek penelitian. Dalam melaksanakan penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengguna aplikasi online pemesanan tiket kapal di Semarang.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil untuk diteliti dan diharapkan dapat mewakili seluruh populasi. Secara umum besarnya sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh maksimum error (*e*) dan derajat kepercayaan dalam penaksiran populasi tersebut. Menurut pendapat Umar (2007), secara umum besarnya sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh maksimum error (*e*) dan derajat

kepercayaan dalam penaksiran populasi tersebut sehingga besarnya sampel dapat diketahui sebagai berikut:

1. Dengan kepercayaan 95% dan *error sampling* sebesar 5% besar sampel dapat dihitung dengan rumus *error* (Umar, 2007):

$$e = 1.96 \frac{p(1-p)}{\sqrt{n}}$$

2. Rumus tersebut tidak dapat digunakan secara langsung. Untuk menentukan besar sampel, karena rumus tersebut besar *p* tidak diketahui. Tetapi karena nilai *p* selalu berkisar antara 0 – 1, maka besar *p* (1-*p*) maksimum dapat dicari :

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{dp} = 1 - 2p$$

Maksimum bila

$$\frac{df(p)}{dp} = 0$$

$$1 - 2p = 0$$

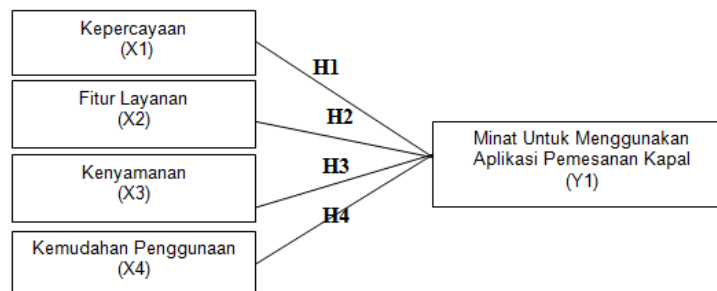
$$p = 0,5$$

Jadi besarnya sampel yang digunakan penelitian ini sebesar $96,04 \approx 100$. Sedangkan untuk pengambilan sampel teknik yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* dikenakan pada individu yang kebetulan dijumpai atau yang dapat dijumpai saja pada saat dilakukannya penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat oleh pengumpul data langsung dari sumber data. Dalam penelitian ini yang termasuk data primer adalah data yang diperoleh dari hasil kuisioner, yaitu tanggapan responden terhadap variabel penelitian.

Gambar 1
Kerangka Penelitian



Sumber : S.A Pranidana, 2023

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, yaitu daftar pertanyaan yang telah disusun selanjutnya dikirimkan ke responden untuk mendapatkan data primer. Kuesioner yang dipakai adalah kuesioner tertutup campuran yaitu kuesioner yang responden hanya tinggal memberikan tanda silang (x) pada kolom yang sudah disediakan sesuai dengan pendapatnya serta responden juga dapat mengisi pada tempat yang sudah disediakan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Alat uji hipotesis yang digunakan adalah regresi berganda (*multiple regression*) untuk mengetahui pengaruh kepercayaan (*trust*), fitur layanan (*service features*), kenyamanan (*convenience*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) terhadap minat untuk menggunakan (*intention to use*) pemesanan tiket kapal online. Dalam penelitian ini, signifikansi yang ditetapkan sebesar 5% ($\alpha = 0.05$).

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

X1 : Kepercayaan (*Trust*)

X2 : Fitur Layanan (*Service Features*)

X3 : Kenyamanan (*Convenience*)

X4 : Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

$\hat{Y}$: Minat Untuk Menggunakan (*Intention to Use*)

β_0 : Konstanta

$\beta_1-\beta_4$: Koefisien Regresi

e : Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Alat uji hipotesis yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh kepercayaan (*trust*), fitur layanan (*service features*), kenyamanan (*convenience*), dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) terhadap minat untuk menggunakan (*intention to use*). Berdasarkan perhitungan melalui komputer dengan menggunakan program SPSS (Versi 19)

diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

Berdasarkan nilai koefisien regresi pada tabel 1, maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -7,528 + 0,301X_1 + 0,403X_2 + 0,537X_3 + 0,113X_4 + e$$

- Nilai konstanta sebesar -7,528 artinya apabila kepercayaan (X1), fitur layanan (X2), Kenyamanan (X3) dan kemudahan penggunaan (X4) nilainya adalah 0, maka minat untuk menggunakan (Y) nilainya negatif atau menurun.
- Nilai koefisien regresi 0,301 untuk kepercayaan (X1) menyatakan setiap peningkatan indikator-indikator kepercayaan sebesar 100% dengan asumsi variabel lainnya konstan maka akan meningkatkan variabel minat untuk menggunakan (Y) akan tercapai sebesar 30,1%.
- Nilai koefisien regresi 0,403 untuk fitur layanan (X2) menyatakan setiap peningkatan indikator-indikator fitur layanan sebesar 100% dengan asumsi variabel lainnya konstan maka akan meningkatkan variabel minat untuk menggunakan (Y) akan tercapai sebesar 40,3%.
- Nilai koefisien regresi 0,537 untuk kenyamanan (X3) menyatakan setiap peningkatan indikator-indikator kenyamanan sebesar 100% dengan asumsi variabel lainnya konstan maka akan meningkatkan variabel minat untuk menggunakan (Y) akan tercapai sebesar 53,7%.
- Nilai koefisien regresi 0,113 untuk kemudahan penggunaan (X4) menyatakan setiap peningkatan indikator-indikator kemudahan penggunaan sebesar 100% dengan asumsi variabel lainnya konstan maka akan meningkatkan variabel minat untuk menggunakan (Y) akan tercapai sebesar 11,3%.
- Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh adalah variabel kenyamanan (*convenience*) dengan koefisien 0,537. Kemudian diikuti oleh

Tabel 1.
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.528	2.048		-3.676	.000
	X1	.301	.100	.216	2.999	.003
	X2	.403	.122	.290	3.313	.001
	X3	.537	.126	.417	4.253	.000
	X4	.113	.051	.131	2.205	.030

a. Dependent Variable: Y1

variabel fitur layanan (*service features*) dengan koefisien 0,403 dan kepercayaan (*trust*) dengan koefisien 0,301. Sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah yaitu variabel kemudahan penggunaan (*ease of use*) dengan nilai koefisien 0,113. Dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel bebas kepercayaan (*trust*), fitur layanan (*service features*), kenyamanan (*convinience*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan (*intention to use*).

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda di bab sebelumnya maka berikut kesimpulan penelitian ini.

1. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi pemesanan online, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel persepsi kepercayaan pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,301 dan nilai signifikansi variabel kepercayaan adalah sebesar $0.003 < 0.05$.
2. Variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi pemesanan online, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel resiko pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,403 nilai signifikansi variabel fitur layanan sebesar $0.001 < 0.05$.
3. Variabel kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi pemesanan online, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel kemudahan penggunaan pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,537 dan nilai signifikansi variabel kemudahan penggunaan adalah sebesar $0.000 < 0.05$.
4. Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi pemesanan online, hal ini terlihat dari besarnya koefisien variabel kemudahan penggunaan pada persamaan regresi yaitu sebesar 0,131 dan nilai signifikansi variabel kemudahan penggunaan adalah sebesar $0.030 < 0.05$.
5. Besarnya koefisien determinasi yang disesuaikan (*adjusted R²*) sebesar 0,671 artinya 67,1% variasi dari semua variabel independen (kepercayaan, fitur layanan, kenyamanan, dan kemudahan penggunaan) dapat menerangkan variabel dependen (minat untuk menggunakan aplikasi pemesanan

online), sedangkan sisanya sebesar 32,9% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Saran

1. Variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi pemesanan online, maka diharapkan perusahaan tetap berusaha mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen.
2. Variabel Fitur layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi pemesanan online, maka diharapkan perusahaan tetap mengupdate fitur-fitur yang dibutuhkan oleh konsumen. Adanya kelengkapan fitur akan memudahkan konsumen dalam mendukung aktivitasnya sehingga konsumen akan terus menggunakan aplikasi pemesanan online.
3. Variabel kenyamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan, maka diharapkan perusahaan tetap berusaha mempertahankan kualitas pelayanan dan solusi yang tepat kepada konsumen.
4. Variabel kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi pemesanan online, maka dari itu perusahaan terus aktif mempromosikan fasilitas aplikasi pemesanan online baik dengan brosur maupun dengan penawaran langsung kepada konsumen.

Saran

1. Variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi pemesanan online, maka diharapkan perusahaan tetap berusaha mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen.
2. Variabel Fitur layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi pemesanan online, maka diharapkan perusahaan tetap mengupdate fitur-fitur yang dibutuhkan oleh konsumen. Adanya kelengkapan fitur akan memudahkan konsumen dalam mendukung aktivitasnya sehingga konsumen akan terus menggunakan aplikasi pemesanan online.
3. Variabel kenyamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan, maka diharapkan perusahaan tetap berusaha mempertahankan kualitas pelayanan dan solusi yang tepat kepada konsumen.
4. Variabel kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat

untuk menggunakan aplikasi pemesanan online, maka dari itu perusahaan terus aktif mempromosikan fasilitas aplikasi pemesanan online baik dengan brosur maupun dengan penawaran langsung kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Konsumen Bank Dalam Menggunakan Aplikasi pemesanan online*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Chellappa, R. and Paul A. Pavlou, (2001), "Perceived Information Security, Financial Liability, and consumer Trust in Electronic Commerce Transactions", *Journal of Logistics Information Management*.
- .Dharm mesta & Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Indriaty, Dewi Retno. 2010. *Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas pelayanan Jasa Puskesmas terhadap Kepuasan Pasien*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam .2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. RPUD Semarang.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. "Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi,dan Kontrol". Jakarta : PT. Prehallindo, 2001.
- Marzuki. 2000. *Metodologi Riset*. BPFE – UII. Yogyakarta.
- Nasri, Wadie. 2011. *Consumer acceptance of e-banking in Tunisia. International Journal of Bisnis dan Manajemen. Canadian Pusat Sains dan Pendidikan*. Universitas Gabes. Tunisia. <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/viewFile/13568/9420/> Diakses tanggal 02 Februari 2015.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi dan Manajemen)*. Edisi Pertama, BPFE UGM Yogyakarta.
- Poon, Wai-Ching. 2008. *User'R Adopton Of E-Banking Services: The Malaysia Perspective. International Journal of Bisnis dan Manajemen. Canadian Pusat Sains dan Pendidikan*. Universitas Multimedia.Malaysia. <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/download/29032/18013>. Diakses tanggal 02 Februari 2015.
- Sri Maharsi dan Yuliani Mulyadi, 2007, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Menggunakan Aplikasi pemesanan online dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*. Jurusan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi - Universitas Kristen Petra. <http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting>
- Swastha dan Irawan. 2001. *Perilaku Konsumen*. Alfabeta. Bandung
- Umar, Husein. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.