



Analisis Niat Menggunakan *E-Ticketing Application* dalam Layanan Transportasi Publik: Studi Pengguna Fitur *E-Ticketing* pada Aplikasi MyMRTJ

Raissa Diamantha Kalila¹, Ryna Parlyna², Osly Usman³

Jurusan Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespondensi: raissadiamantha04@gmail.com

Diterima: 20-07-2026 | Disetujui: 26-07-2026 | Diterbitkan: 28-07-2026

ABSTRACT

Advancements in information technology have driven digital transformation in public transportation, such as the e-ticketing feature on the MyMRTJ app. However, the usage of this feature is still not optimal, so this study was conducted to find out what factors influence user intention. Data were collected through questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 3.0. The results show that Perceived Usefulness, Perceived ease of use, and Trust have a positive and significant effect on Attitude toward using. Attitude toward Using also has a positive and significant influence on Intention to use. However, Attitude toward Using does not mediate the effects of Perceived Usefulness and Perceived ease of use on Intention to use.

Keywords: *Technology Acceptance Model (TAM), perceived usefulness, perceived ease of use, Trust, attitude toward using, intention to use, e-ticketing, application, MyMRTJ.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi menyebabkan perubahan digital pada bidang transportasi umum, salah satunya melalui penerapan fitur tiket digital pada aplikasi MyMRTJ. Namun, pemanfaatan fitur e-ticketing masih belum maksimal sehingga diperlukan penelitian untuk mengidentifikasi faktor yang memengaruhi niat pengguna. Data yang diperoleh dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)* melalui SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived ease of use*, dan *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude toward using*. Lalu, *Attitude toward Using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*. Namun, *Attitude toward Using* tidak memediasi pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived ease of use* terhadap *Intention to use*.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model (TAM), perceived usefulness, perceived ease of use, Trust, attitude toward using, intention to use, e-ticketing, aplikasi, MyMRTJ.*

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Kalila, R. D. ., Parlyna, R. ., & Usman, O. (2026). Analisis Niat Menggunakan E-Ticketing Application dalam Layanan Transportasi Publik: Studi Pengguna Fitur E-Ticketing pada Aplikasi MyMRTJ. *Indonesia Economic Journal*, 2(2), 2215-2227. <https://doi.org/10.63822/4p3ghs51>

PENDAHULUAN

Digitalisasi pada layanan transportasi terus berkembang pada beberapa negara melalui konsep *Mobility as a Service* (MaaS), konsep tersebut mengintegrasikan informasi perjalanan, pemesanan hingga pembayaran dalam satu aplikasi untuk menciptakan mobilitas yang lebih efisien. MRT memiliki peran penting dalam mendukung mobilitas masyarakat, dalam beberapa tahun terakhir MRT Jakarta selain mendukung peningkatan kualitas operasional, MRT tentunya memperhatikan kualitas pengembangan digital aplikasi MyMRTJ. Pengembangan aplikasi MyMRTJ menghadirkan fitur yang mempermudah perjalanan pengguna, termasuk fitur *e-ticketing* sebagai inovasi yang memungkinkan pembelian tiket langsung melalui aplikasi tanpa harus menggunakan kartu fisik atau mesin tiket konvensional.



Namun, terdapat kendala yang dirasakan oleh pengguna ketika menggunakan fitur *e-ticketing* pada aplikasi MyMRTJ. Informasi dari Antara News mengungkapkan bahwa pemanfaatan fitur *e-ticketing* pada aplikasi MyMRTJ masih sangat terbatas di kalangan pengguna. Himel et al. (2021) mengemukakan bahwa perilaku pengguna ketika merasakan sebuah layanan yang baik dapat memberikan pengalaman positif, menyenangkan, bermanfaat dan dapat diandalkan akan mengarah kepada intensi yang lebih kuat untuk terus menggunakan teknologi. Salah satu pengguna mengatakan bahwa “aplikasi ini menjadi tidak membantu untuk pembelian tiket”, yang mengungkapkan bahwa persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) dari fitur *e-ticketing* belum terpenuhi. Secara keseluruhan, pemberitaan ini mengungkapkan bahwa meskipun MyMRTJ telah menyediakan fitur *e-ticketing*, berbagai hambatan mulai dari manfaat yang belum dirasakan, proses penggunaan yang masih dirasa sulit, hingga keterbatasan metode pembayaran masih memengaruhi perilaku dan minat pengguna dalam mengadopsi layanan digital tersebut.



Rachmat Gunawan



13/07/22

Udah 2x beli tiket dengan gopay. Tiket ga muncul. Beli lagi saldo GO-PAY kepotong 2x, baru muncul tiket menunggu 15 menit. Sangat tidak efisien pake apps ini

Ulasan pada gambar diatas mengungkapkan bahwa pengguna mengalami ketidaksesuaian antara transaksi pembayaran dan munculnya tiket digital. Pengguna menyampaikan bahwa saldo terpotong dua kali, sementara tiket baru muncul beberapa menit kemudian. Situasi seperti ini membuat pengguna merasa ragu terhadap keandalan sistem *e-ticketing*, terutama pada aspek konsistensi transaksi dan juga keamanan saldo. Penelitian ini dilakukan dengan adanya terlihat dari bagaimana responden yang merasa prosesnya lancar menunjukkan penerimaan yang lebih positif, sedangkan mereka yang mengalami kendala cenderung bersikap lebih hati-hati dalam menggunakan fitur tersebut. Penelitian terdahulu mengenai penerimaan teknologi dan sistem umumnya menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) guna menerangkan niat penggunaan. Namun, penelitian dengan keterlibatan fitur *e-ticketing*, khususnya pada bidang transportasi publik digital sekaligus mengintegrasikan variabel eksternal yaitu *Trust* masih terbatas. Sebagian besar penelitian tersebut belum mengintegrasikan hal-hal tersebut dalam model penelitiannya. Mengingat fitur *e-ticketing* melibatkan proses transaksi serta pengelolaan data pengguna, aspek kepercayaan sangat dibutuhkan dalam menentukan penerimaan teknologi.

Oleh karena itu, peneliti memandang perlunya penyempurnaan fitur *e-ticketing* melalui penerapan *Automated Transaction Reconciliation & Instant Recovery*, yaitu mekanisme sistem yang secara otomatis mendeteksi dan mengoreksi transaksi ganda serta memulihkan tiket yang terlambat terbit, sekaligus memberikan informasi status transaksi kepada pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah penelitian dengan menganalisis penerimaan pengguna terhadap fitur *e-ticketing* pada aplikasi MyMRTJ melalui penggabungan variabel *Trust* melalui kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM).

TNJAUAN PUSTAKA

Technology Accaptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Fred D. Davis (1989). Model ini menerangkan bagaimana persepsi individu kepada teknologi membentuk perilaku dan niat untuk menggunakannya. Temuan Naji et al. (2024) mengemukakan bahwa *Trust* dapat mempertegas *Perceived Usefulness* serta *Perceived ease of use* terhadap perilaku penerapan teknologi. Peneliti menggunakan TAM karena model TAM terbukti tepat dalam menerangkan perspektif mengenai pemanfaatan pengguna terhadap teknologi

Intention to Use

Intention to use yaitu keinginan ataupun kecenderungan individu dalam menggunakan sistem teknologi setelah melihat manfaat, kemudahan serta rasa percaya terhadap sistem tersebut. Keinginan

tersebut dapat muncul dari pengalaman sekaligus persepsi positif yang ditimbulkan dari teknologi yang dianggap bermanfaat bagi aktivitas pengguna (Awal et al., 2024). Lebih lanjut, Moca & Badulescu (2023) mengemukakan bahwa *intention to use* mencerminkan ketertarikan individu dalam melanjutkan penggunaan teknologi setelah merasakan manfaat dan kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut. Dari definisi yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa *intention to use* yaitu keinginan sadar seseorang dalam memanfaatkan atau melanjutkan penggunaan sebuah sistem teknologi.

Attitude toward Using

Attitude toward Using menjelaskan bagaimana penilaian seseorang terhadap penggunaan teknologi dapat membentuk kecenderungan untuk menerima atau menolak teknologi (Gößwein & Liebherr, 2025). Kepercayaan terhadap suatu kendala dan keamanan sistem menjadi faktor pendorong yang utama akan munculnya perilaku positif dalam penggunaan aplikasi digital (Naji et al., 2024). Berdasarkan berbagai studi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *Attitude toward Using* dapat diartikan sebagai reaksi psikologis yang berupa penilaian positif ataupun negatif untuk suatu teknologi baru.

Perceived Usefulness

Zhou et al. (2022) mengemukakan bahwa *Perceived Usefulness* didefinisikan sebagai batas keyakinan dari individu bahwa pemanfaatan teknologi secara khusus dapat mendukung peningkatan pekerjaan yang dilakukan. Sementara itu, Singh & Sinha (2020) mengemukakan bahwa *Perceived Usefulness* adalah ekspektasi dari pengguna bahwa penggunaan dari sebuah sistem akan mendukung peningkatan kinerja dalam suatu aktivitas dalam menerima teknologi. Dari berbagai uraian pengertian di atas, kesimpulan yang dapat ditarik yaitu bahwa *Perceived Usefulness* adalah rasa yakin seseorang bahwa pemanfaatan sebuah sistem teknologi dapat bermanfaat.

Perceived ease of use

Perceived ease of use menggambarkan rasa yakin individu dalam penggunaan sebuah sistem mampu dilakukan secara lancar dengan tidak membutuhkan banyak usaha (Moca & Badulescu, 2023). Selain itu, Awal et al. (2024) menegaskan bahwa *Perceived ease of use* juga menjadi faktor penting pada lingkup layanan publik digital seperti sistem *e-ticketing*. *Perceived ease of use* menggambarkan keyakinan penumpang bahwa penggunaan layanan *e-ticketing* mampu dilakukan dengan mudah tanpa memerlukan banyak usaha. Dari berbagai pandangan tersebut, disimpulkan bahwa *Perceived ease of use* adalah tingkatan rasa yakin seseorang bahwa sebuah sistem teknologi data dipahami, dioperasikan, serta dimanfaatkan secara mudah dengan tidak membutuhkan banyak usaha.

Trust

Menurut Alrawad et al. (2023), *Trust* merupakan respon psikologis dari suatu individu dalam menanggapi bahwa sistem teknologi dapat berperilaku secara jujur, aman dan dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Sejalan dengan pendapat tersebut Wang & Chen (2024) menjelaskan bahwa, *Trust* tidak hanya berkaitan dengan perilaku individu mempercayai suatu sistem melainkan *Trust* juga berkaitan dengan kesiapan yang dimiliki oleh sistem. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa *Trust* merupakan keyakinan seseorang terhadap keamanan, integritas dan rasa bahwa sistem aplikasi dapat diandalkan.

sekaligus dapat memberikan pengalaman yang aman.

Tujuan Penelitian

1. Melakukan analisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude toward Using* fitur e-ticketing pada aplikasi MyMRTJ.
2. Melakukan analisis pengaruh *Perceived ease of use* terhadap *Attitude toward Using* fitur e-ticketing pada aplikasi MyMRTJ.
3. Melakukan analisis pengaruh *Trust* terhadap *Attitude toward Using* fitur e-ticketing pada aplikasi MyMRTJ.
4. Melakukan analisis pengaruh *Attitude toward Using* terhadap *Intention to use* fitur e-ticketing pada aplikasi MyMRTJ.
5. Melakukan analisis peran mediasi *Attitude toward Using* dalam hubungan antara *Perceived Usefulness* dan *Intention to use* fitur e-ticketing pada aplikasi MyMRTJ.
6. Melakukan analisis peran mediasi *Attitude toward Using* dalam hubungan antara *Perceived ease of use* dan *Intention to use* fitur e-ticketing pada aplikasi MyMRTJ.
7. Melakukan analisis peran mediasi *Attitude toward Using* dalam hubungan antara *Trust* dan *Intention to use* fitur e-ticketing pada aplikasi MyMRTJ.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan distribusi kuesioner. Menurut Sugiyono (2023), penelitian kuantitatif menekankan penggunaan data numerik sebagai objek analisis statistik. Penelitian ini menerapkan teknik *purposive sampling*, yaitu satu di antara berbagai jenis *non-probability sampling* dengan memilih responden yang berdasar pada penetapan kriteria dengan kesesuaian capaian penelitian. penelitian ini berfokus pada sudut pandang konsumen yang menggunakan layanan transportasi umum MRT Jakarta dan memanfaatkan fitur *e-ticketing* pada aplikasi MyMRTJ. Berikut populasi responden pada penelitian ini (1) Pernah menggunakan aplikasi MyMRTJ. (2) Pernah melakukan pembelian tiket MRT melalui fitur *e-ticketing* MyMRTJ minimal satu kali (3) Berdomisili atau beraktivitas di wilayah Jabodetabek. (4) Berada dalam usia produktif yaitu 17-40 tahun. Hair (2022) menyatakan bahwa jumlah sampel yang ideal dalam penelitian ditentukan dengan mengalikan jumlah indikator yang dianalisis sebanyak 5 hingga 20 kali. Dari pertimbangan tersebut, dilakukan penentuan jumlah sampel pada penelitian ini melalui rumus berikut:

$$n = (\text{Total jumlah indikator} \times 5)$$

$$n = 23 \times 5 = 115$$

Responden dengan berdasar pada rumus tersebut memiliki sampel dengan jumlah 115 responden.

Pengembangan Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Indikator	Sumber
<i>Perceived Usefulness</i> (X1)	6	Kecepatan pekerjaan, Performa pekerjaan, Peningkatan produktifita, Efektifitas pekerjaan, Kemudahan pekerjaan, Penilaian manfaat	Andayani & Ono (2022)
<i>Perceived ease of use</i> (X2)	6	Teknologi mudah dipelajari, Mudah dalam mengontrol teknologi, Jelas dan mudah dimengerti, Fleksibilitas, Memudahkan pekerjaan, Penilaian kemudahan	Andayani & Ono (2022)
<i>Trust</i> (X3)	4	Keandalan hasil layanan, Kemampuan sistem dalam menangani masalah, Keamanan data dan privasi, Kesiediaan menggunakan meskipun ada risiko	J. Wang et al. (2021)
<i>Attitude toward Using</i> (Z)	4	Enjoyable (Menyenangkan), Pleasant (Nyaman), Good (Penilaian positif), Useful (Bermanfaat)	N. Islam (2023)
<i>Intention to use</i> (Y)	3	Melakukan transaksi dengan menggunakan aplikasi, Intent of Use, The Intention of Recommend Use	Wahyudi et al. (2021)

Teknik analisis penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Squares (PLS) dengan Structural Equation Modeling (SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0. Evaluasi model terdiri dari (1) Evaluation of Measurement Model (Outer Model) yang meliputi uji Convergent Validity, Discriminant Validity, dan Reliability; serta (2) Evaluation of Structural Model (Inner Model) yang meliputi uji Coefficient of Determination (R^2) dan pengujian hipotesis melalui metodebootstrapping. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistics > 1,96 dan p-value < 0,05 (Hair, 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada 115 responden menunjukkan, seluruh variabel penelitian mendapatkan nilai yang positif. Pada item dengan kode *Perceived Usefulness* 1 (PU1) mengenai kemampuan fitur e-tikceting dalam mempercepat proses perjalanan, mengungkapkan nilai mean sebesar 4,008. Kondisi ini menggambarkan bahwa kebanyakan pengguna merasa aplikasi MyMRTJ berhasil menciptakan efektivitas proses perjalanan mereka menjadi lebih singkat.

Pada item dengan kode *Perceived ease of use* 1 (PEOU1) mengenai kemudahan fitur *e-ticketing* MyMRTJ untuk dipelajari, mengungkapkan nilai mean sebesar 3,934. Hal ini mengungkapkan bahwa pengguna tidak menemukan kesulitan dan mudah memahami mekanisme penggunaan tiket digital di aplikasi tersebut. Pada item dengan kode TR1 yang membahas mengenai rendahnya kekhawatiran

pengguna terhadap fungsi fitur *e-ticketing* MyMRTJ, mengungkapkan nilai mean sebesar 3,549 dapat disimpulkan bahwa kondisi ini menggambarkan bahwa beberapa pengguna menaruh kepercayaan pada keandalan sistem, meski beberapa sisa lainnya masih menjawab ragu-ragu.

Nilai mean tertinggi diperoleh item *Attitude toward Using* 4 (ATT4) sebesar 4,107. Dapat dilihat, bahwa responden mayoritas merasa senang menggunakan aplikasi MyMRTJ, dengan penggunaan aplikasi memberikan pengalaman yang menyenangkan. Pada item dengan kode ITU2 memperoleh nilai mean tertinggi mengenai kemungkinan penggunaan fitur *e-ticketing* MyMRTJ untuk transaksi di masa mendatang, diperoleh mean dengan nilai 4,000. Kondisi ini menggambarkan bahwa niat responden adalah untuk melakukan penggunaan kembali aplikasi MyMRTJ di masa depan.

Uji Outer Model (Measurement Model)

- **Convergent Validity**

Untuk memastikan data yang diolah benar-benar valid, peneliti melakukan pengujian model pengukuran (*outer model*) guna memahami sampai batas mana instrumen tetap konsisten dan akurat. Hasilnya cukup memuaskan dengan syarat validitas konvergen terpenuhi secara utuh karena keseluruhan nilai *outer loading* melebihi 0,70 serta AVE diatas angka 0,50. Dari perolehan uji outer loading, diketahui seluruh indikator memperoleh outer loading dengan nilai di atas 0,70. Nilai outer loading dalam rentang 0,820 hingga 0,903. Dengan demikian, model ini telah mencapai pemenuhan syarat validitas konvergen serta analisis dapat dilaksanakan ke langkah berikutnya.

Kode Item	Perceived Usefulness	Perceived Ease of Use	Trust	Attitude Toward Using	Intention to Use
PU1	0,856				
PU2	0,866				
PU3	0,840				
PU4	0,852				
PU5	0,887				
PU6	0,859				
PEOU1		0,826			
PEOU2		0,820			
PEOU3		0,865			
PEOU4		0,870			
PEOU5		0,852			
PEOU6		0,853			
TR1			0,850		
TR2			0,884		
TR3			0,830		
TR4			0,868		
ATT1				0,850	
ATT2				0,885	
ATT3				0,903	
ATT4				0,865	
ITU1					0,901
ITU2					0,900
ITU3					0,867

• Discriminant Validity

Metode *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) dalam penelitian ini guna melakukan uji validitas diskriminan pada model PLS-SEM. Pencapaian nilai HTMT yang rendah, dapat menjadi bukti kuat bahwa setiap variabel penelitian bersifat memiliki perbedaan yang nyata secara empiris satu sama lain. Pengujian validitas diskriminan pada model ini dievaluasi dengan kriteria *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Hair et al. (2021) yang menetapkan nilai batas di bawah 0,90. Berdasarkan Hair et al. (2021), HTMT memiliki nilai kurang dari 0,90 menggambarkan bahwa *discriminant validity* antar konstruk terpenuhi.

Variabel	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Trust</i>	<i>Attitude Toward Using</i>	<i>Intention to Use</i>
<i>Perceived Usefulness</i>					
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,554				
<i>Trust</i>	0,527	0,531			
<i>Attitude Toward Using</i>	0,853	0,789	0,749		
<i>Intention to Use</i>	0,824	0,744	0,647	0,881	

Berdasarkan hasil pada tabel, seluruh nilai HTMT antar konstruk memiliki nilai kurang dari 0,90, sehingga ditunjukkan bahwa model penelitian telah mencapai pemenuhan kriteria validitas diskriminan.

• Realibility

Berdasarkan kriteria pengujian realibilitas, penelitian ini mendapatkan semua variabel memperoleh *Cronbach's Alpha* serta *composite reliability* nilai yang melampaui 0,70. Instrumen penelitian konsisten sehingga dapat disebut reliabel. Dari perolehan, seluruh variabel mengungkapkan tingkat reliabilitas yang cukup tinggi.

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
<i>Perceived Usefulness</i>	0,899	0,900	0,929
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,868	0,869	0,919
<i>Trust</i>	0,922	0,923	0,939
<i>Attitude Toward Using</i>	0,930	0,930	0,945
<i>Intention to Use</i>	0,881	0,885	0,918

Nilai *Cronbach's Alpha* mengungkapkan rentang 0,868 hingga 0,930, sementara nilai *Composite Reliability* (rho_c) berada pada rentang 0,918 hingga 0,945. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel

Uji Inner Model (Structural Model)

• Coefficient of Determination (R²)

Pengujian R-Square merupakan salah satu uji utama dalam pendekatan *Partial Least Squares*

Analisis Niat Menggunakan E-Ticketing Application dalam Layanan Transportasi Publik:
Studi Pengguna Fitur E-Ticketing pada Aplikasi MyMRTJ
(kalila, et al.)

Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Analisis ini memiliki tujuan guna melakukan pengukuran sampai batas mana variabel independen dapat melakukan penjelasan varians pada nilai variabel dependen.

	R-square	R-square adjusted
<i>Attitude Toward Using</i>	0,799	0,796
<i>Intention To Use</i>	0,69	0,683

Dari perolehan R-Square yang bernilai 0,799 pada variabel *attitude toward using*, 0,690 pada variabel *intention to use*. Kondisi ini menggambarkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan variabel *Attitude toward Using* sebesar 79,9% dan *intention to use* sebesar 69,0%. Merujuk pada kriteria Hair et al. (2021), nilai R-Square pada variabel *Attitude toward Using* termasuk dalam kategori kuat, sementara pada variabel *intention to use* berada pada kategori moderat menuju kuat.

Pengujian Hipotesis

• Pengaruh Langsung

<i>Direct Effect</i>	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDE V)	P values	Keterangan
PU -> ATT	0,470	0,469	0,049	9,570	0,000	Diterima
PEOU -> ATT	0,345	0,346	0,046	7,558	0,000	Diterima
TR -> ATT	0,275	0,275	0,047	5,802	0,000	Diterima
ATT -> ITU	0,215	0,213	0,109	1,971	0,049	Diterima

- 1) *Percived Usefulness terhadap Attitude Toward Using*. Data yang dikumpulkan dari responden mengungkapkan bahwa persepsi manfaat pada *e-ticketing* aplikasi MyMRTJ terletak di kategori yang baik. Hubungan antar variabel ini ditunjukkan dengan koefisien jalur (*path coefficient*) yang bernilai 0,470, T-statistics bernilai 9,570 berarti melampaui 1,96. serta P-values senilai 0,000 berarti hasil tersebut kurang dari 0,05. Dari data perolehan uji tersebut, maka **H1 dinyatakan diterima**. Temuan ini selaras dengan temuan Kinanti et al. (2025) di Jombang dalam bidang fintech yang menyatakan pengguna butuh bukti bahwa teknologi tersebut benar-benar bermanfaat secara actual pada peningkatan produktivitas dan efektivitas aktivitas mereka.
- 2) *Perceived ease of use terhadap attitude toward using*. Dari hasil uji statistik menggambarkan bahwa *Perceived ease of use* (PEOU) memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap *Attitude toward Using* (ATT). Perolehan tersebut mengungkapkan koefisien jalur (*path coefficient*) dengan nilai 0,345, T-statistics dengan nilai 7,558 yang mana hasil tersebut melampaui 1,96, serta P-values dengan nilai 0,000 yang mana hasil tersebut kurang dari 0,05. Berdasarkan data hasil tersebut, maka hipotesis **Hipotesis 2 dapat dinyatakan diterima**. Menurut penelitian di bidang fintech oleh Kinanti et al. (2025) di Jombang, pengguna butuh pengalaman bahwa teknologi tersebut dapat dioperasikan dengan lancar tanpa hambatan teknis yang membingungkan.
- 3) *Trust terhadap attitude toward using*. Dapat dilihat perolehan analisis statistik mengungkapkan

bahwa *Trust* (TR) memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap *Attitude toward Using* (ATT). Hal tersebut dibuktikan dengan koefisien jalur (*path coefficient*) yang bernilai 0,275, T-statistics yang bernilai 5,802 yang mana hasil tersebut melampaui 1,96. dan P-values senilai 0,000 yang mana hasil tersebut kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis **Hipotesis 3 dinyatakan diterima**. Pada temuan Himel et al. (2021) yang dilakukan di Bangladesh pada bidang financial technology, menemukan kepercayaan telah terbukti memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap perilaku pengguna dalam memakai mobile service.

- 4) *Attitude toward Using terhadap intention to use*. Jika dilihat dari pengujian statistik membuktikan bahwa *Attitude toward Using* (ATT) memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap *intention to use* (ITU). Hubungan ini digambarkan dengan koefisien jalur (*path coefficient*) yang bernilai 0,215, T-statistics yang bernilai 1,971 yang mana hasil tersebut melampaui 1,96, serta P-values sebesar 0,049 yang kurang dari 0,05. Hasil ini menyatakan bahwa hipotesis **Hipotesis 4 dinyatakan diterima**, meskipun pengaruhnya tergolong kecil dibandingkan variabel lainnya dalam model ini. Selaras dengan temuan Setyawati & Polar (2022) di Kota Ternate yang menemukan bahwa perilaku pengguna yang positif terhadap pemanfaatan e-wallet (*attitude toward using*) akan mendukung peningkatan minat mereka dalam penggunaan teknologi tersebut (*intention to use*)

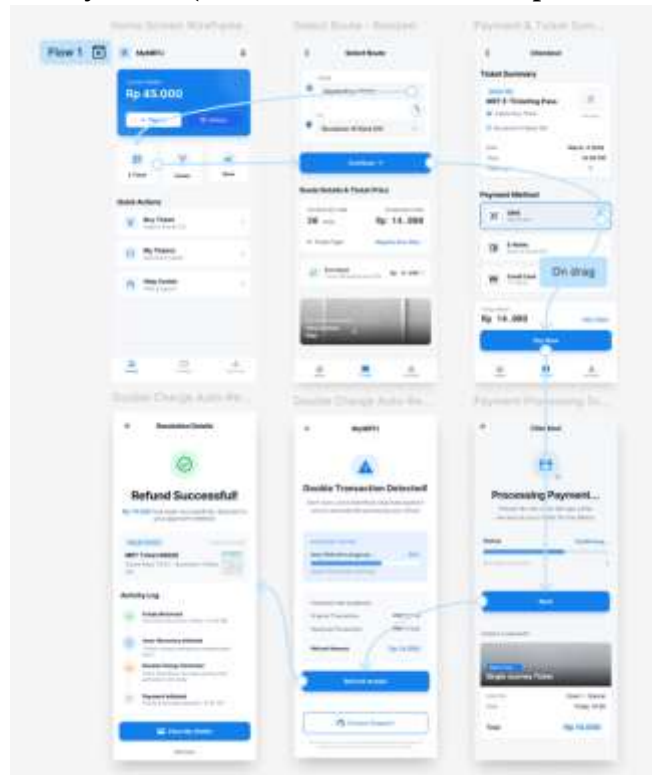
● **Pengaruh Tidak Langsung**

<i>Indirect Effect</i>	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
PU -> ATT -> ITU	0,101	0,101	0,054	1,878	0,06	Ditolak
PEOU -> ATT -> ITU	0,074	0,075	0,041	1,824	0,068	Ditolak
TR -> ATT -> ITU	0,059	0,057	0,029	2,018	0,044	Diterima

- 1) *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using*. **Hipotesis 5 ditolak**, *Attitude toward Using* (ATT) tidak terbukti secara signifikan memediasi hubungan antara *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *intention to use* (ITU). Hal ini ditunjukkan melalui *path coefficient* mediasi dengan nilai 0,101, nilai T-statistics dengan nilai 1,878 yang mana hasilnya kurang dari 1,96. P-values senilai 0,060 yang mana hasilnya melampaui 0,05. Selaras dengan temuan Wiprayoga et al. (2023) di Provinsi Bali pada bidang pengadaan barang dan jasa pemerintah berbasis *e-procurement* yang mengungkapkan bahwa *Perceived Usefulness* tidak memberikan pengaruh terhadap *Intention to Use* melalui *Attitude toward Using* sebagai variabel mediasi.
- 2) *Perceived ease of use* terhadap *Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using*. **Hipotesis 6 ditolak**, ditunjukkan dari koefisien mediasi dengan nilai 0,074, T-statistics dengan nilai 1,824 serta P-values senilai 0,068. Sehingga, hipotesis mediasi ini dinyatakan ditolak. Meskipun responden menilai aplikasi sangat mudah dipahami dan merasa senang menggunakannya, persepsi tersebut tidak cukup kuat dalam mendorong minat pemanfaatan secara nyata.
- 3) *Trust* terhadap *Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using*. **Hipotesis 7 diterima**. Perolehan analisis uji hipotesis mengungkapkan bahwa *Attitude toward Using* (ATT) mengungkapkan

signifikan dalam melakukan mediasi hubungan antara *Trust* (TR) terhadap intention to use (ITU). Jalur mediasi ini memiliki koefisien dengan nilai 0,059, T-statistics dengan nilai 2,018 serta P-values senilai 0,044. Berdasarkan data empiris tersebut, maka hipotesis mediasi ini dinyatakan diterima. selaras dengan temuan Abbas Naqvi et al. (2020) di Pakistan pada bidang penggunaan social networking sites (SNS) dengan objek pengguna Instagram yang mengungkapkan bahwa *Attitude toward Using* berperan signifikan dalam melakukan mediasi hubungan antara *Trust* terhadap intention to use.

Prototype Inovasi Aplikasi MyMRTJ (ini masih masuk hasil dan pembahasan sebelum kesimpulan)



Flowchart pada prototype tersebut menggambarkan alur interaksi pengguna dalam melakukan transaksi tiket dengan mengembangkan adanya fitur *Automated Transaction Reconciliation* pada aplikasi MyMRTJ. Sistem tersebut menampilkan layar *double charge auto-recovery* apabila terdeteksi adanya transaksi ganda bahwa masalah telah teridentifikasi dan proses pengembalian dana (*auto-refund*) sedang berjalan secara otomatis. Alur ini diakhiri dengan layar *resolution details* yang terdapat *audit log* seperti rincian sebagai bukti penyelesaian masalah dan konfirmasi dana kembali. Dapat disimpulkan, alur tersebut menunjukkan penerapan pemulihan instan dalam meningkatkan keandalan, transparansi, dan kepercayaan pengguna terhadap pengelolaan sistem *e-ticketing* MyMRTJ dengan memberikan penanganan masalah secara langsung tanpa menuntut usaha tambahan dari pengguna.

KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki tujuan guna memahami hal-hal dengan pengaruh niat menggunakan fitur *e-ticketing* dalam aplikasi transportasi public yang berada di Jakarta yaitu MyMRTJ yang merupakan aplikasi MRT. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui metode PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling), penelitian ini menguji tujuh hipotesis dengan kaitan variabel niat menggunakan, niat kepercayaan, hingga persepsi kemudahan dan kegunaan teknologi melalui perilaku yang dirasakan pengguna.

Dapat disimpulkan temuan pada penelitian ini adalah *Perceived Usefulness* menyatakan pengaruh positif serta signifikan terhadap *Attitude toward Using* Hal ini mengungkapkan bahwa persepsi dari pengguna terkait kegunaan *e-ticketing* pada aplikasi MyMRTJ, secara langsung dapat memengaruhi perilaku yang positif terhadap pengguna *e-ticketing* pada aplikasi MyMRTJ. *Perceived ease of use* menyatakan pengaruh positif serta signifikan terhadap *Attitude toward using*, temuan ini mengungkapkan bahwa kemudahan dalam mengoperasikan fitur-fitur pada aplikasi MyMRTJ secara langsung mampu mendukung peningkatan kenyamanan dan perilaku yang positif juga mendukung dari para penggunanya. *Trust* menyatakan pengaruh positif serta signifikan terhadap *Attitude toward Using* dengan hal ini membuktikan bahwa rasa percaya pengguna terhadap keamanan data dan keandalan sistem aplikasi MyMRTJ menjadi faktor yang krusial dalam membentuk evaluasi perilaku yang positif,

Attitude toward Using menyatakan pengaruh positif serta signifikan terhadap *Intention to use* dengan hasil ini mengungkapkan bahwa perilaku setuju dan perasaan senang pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi merupakan pendorong utama munculnya niat untuk terus menggunakan aplikasi di masa mendatang, *Attitude toward Using* tidak menunjukkan pengaruh untuk memediasi *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to use* Hal ini mengungkapkan bahwa persepsi kegunaan aplikasi MyMRTJ memiliki dampak langsung yang sangat kuat dalam mendorong niat penggunaan, *Attitude toward Using* tidak menunjukkan pengaruh untuk memediasi *Perceived ease of use* terhadap *Intention to use*, *Attitude toward Using* memberikan pengaruh untuk memediasi *Trust* terhadap *intention to use*

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Naqvi, M. H., Jiang, Y., Miao, M., & Naqvi, M. H. (2020). The effect of social influence, *Trust*, and entertainment value on social media use: Evidence from Pakistan. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1723825>
- Alrawad, M., Lutfi, A., Almaiah, M. A., & Elshaer, I. A. (2023). Examining the influence of *Trust* and perceived risk on customers intention to use NFC mobile payment system. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100070>
- Awal, M. R., Arzin, T. A., Islam, M. M., & Hasan, M. T. (2024). Understanding railway passengers' *E-ticketing* usage intention in an emerging economic context: application of an extended technology acceptance model. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, 42(3), 602–620. <https://doi.org/10.1108/AGJSR-12-2022-0294>
- Chen, C. C., Chang, C. H., & Hsiao, K. L. (2022). Exploring the factors of using mobile ticketing applications: Perspectives from innovation resistance theory. *Journal of Retailing and Consumer*

- Services, 67, 102974. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2022.102974>
- Fred D. Davis. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived ease of use, and User Acceptance of Information Technology*. 13, 319–340.
- Gößwein, E., & Liebherr, M. (2025). Embracing Change in the Modern Working Environment: Exploring the Role of *Trust*, Experimentation, and Adaptability in the Acceptance of New Technologies. *SAGE Open*, 15(1). <https://doi.org/10.1177/21582440241311126>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition* (Vol. 3). International Journal of Research & Method in Education.
- Himel, Md. T. A., Ashraf, S., Bappy, T. A., Abir, M. T., Morshed, M. K., & Hossain, Md. N. (2021). Users' attitude and intention to use mobile financial services in Bangladesh: an empirical study. *South Asian Journal of Marketing*, 2(1), 72–96. <https://doi.org/10.1108/sajm-02-2021-0015>
- Kasilingam, D. L. (2020). Understanding the attitude and intention to use smartphone chatbots for shopping. *Technology in Society*, 62. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101280>
- Kwangsawad, A., & Jattamart, A. (2022). Overcoming customer innovation resistance to the sustainable adoption of chatbot services: A community-enterprise perspective in Thailand. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(3). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100211>
- Liu, M., Wang, C., & Hu, J. (2023). Older adults' intention to use voice assistants: Usability and emotional needs. *Heliyon*, 9(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21932>
- Moca, M., & Badulescu, A. (2023). Determinants of Economical High School Students' Attitudes toward Mobile Devices Use. *Sustainability (Switzerland)*, 15(12). <https://doi.org/10.3390/su15129331>
- Naji, G. M. A., Kalid, K. S., & Savita, K. S. (2024). The Moderating Effect of App *Trustworthiness* and User Attitudes on Intention to Use Adopt Mobile Applications Among Employees in The Oil and Gas Industry. *SAGE Open*, 14(4). <https://doi.org/10.1177/21582440241286300>
- Prabandari, A. D., & Ansoriyah, F. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Perilaku, Niat Pengguna Terhadap Kenyataan Penggunaan Aplikasi SiPolgan. *Jurnal Mahasiswa Wacana Publik*, 2, 312–326. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/wp.v3i2.78254>
- Setyoparwati, I. C. (2019). PENGARUH DIMENSI KEPERCAYAAN (*TRUST*) KONSUMENTERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA E-COMMERCE DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3, 111–119.
- Singh, N., & Sinha, N. (2020). How perceived *Trust* mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101894>
- Zhou, L., Xue, S., & Li, R. (2022). Extending the Technology Acceptance Model to Explore Students' Intention to Use an Online Education *Platform* at a University in China. *SAGE Open*, 12(1). <https://doi.org/10.1177/21582440221085259>