

**Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2019)**

Ahmad Rustian Luthfia*)

M. Ridwan Basalamah)**

Budi Wahono*)**

Email : ahmadrustian110@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to analyze the relationship between trust, ease of transaction and lifestyle on purchasing decisions. Using a quantitative approach to data processing using statistical data. The data used comes from primary data resulting from data collection sourced from questionnaires distributed online through the Google Forms website. The entire population is UNISMA students class of 2019. The sample is 85 respondents. The sample technique used in this study was purposive sampling with the criteria of active 2019 UNISMA students, aged 21-24 years (Generation Z) and made purchases on the KAI Access application more than twice. The method used is hypothesis testing, normality test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, F test, t test and adjust R Square. Data processing using SPSS software version 26. The conclusion of the research that has been done is trust, ease of transaction and lifestyle have a simultaneous and partial influence.

Keywords: *Lifestyle, Ease of Transaction, Trust, Purchase Decision*

Pendahuluan

Latar Belakang

IPTEK memberikan peningkatan di era ini secara pesat. Teknologi memperlihatkan kemajuan dimana semua kegiatan sehari-hari yang dilakukan dapat dikerjakan dengan mudah dan cepat hanya dengan mengakses internet. Teknologi jaringan internet memberikan akses interaksi antar manusia dapat dilakukan kapan saja, dimana saja, keadaan apapun dan menjangkau global. Perkembangan teknologi internet itu bertujuan untuk mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas.

Perkembangan teknologi membuat sektor industri, ekonomi dan transportasi melakukan pembaruan untuk meningkatkan layanan dengan cara digitalisasi. Transportasi umum dibawah naungan BUMN yaitu KAI meluncurkan *application* bernama KAI Access. Aplikasi yang berfungsi sebagai *e-ticketing* memberikan kemudahan bagi para pelanggan dan diresmikan pada tahun 2004.

Era ini adanya perubahan perilaku konsumen yang beralih melakukan pembelian dan pemesanan *online*. Hal yang terjadi memiliki penyebab yang menjadi pengaruhnya. Kepercayaan, kemudahan transaksi dan *lifestyle* menjadikan karakteristik mendorong melakukan pemilihan pembelian, menurut Mahar dkk, (2020). Dalam penelitian terdapat tiga hal yang berdampak pada keputusan pembelian tiket pada aplikasi. Pertama, pemberian informasi yang jelas, sesuai dan proteksi keamanan yang memberikan rasa aman terhadap pelanggan untuk terhindarkan dari banyaknya penipuan. Kedua, transaksi dilakukan secara mudah dimengerti, dapat dilakukan *every where* dan *every time* dan menyediakan banyak opsi dalam pembayaran. Munculnya pesaing akan menentukan pelanggan untuk memilih mana yang memberikan kemudahan transaksi. Ketiga, gaya hidup generasi Z menggambarkan hedonism, bergantung teknologi dan ingin serba instan akan melekat pada keputusan pembelian lewat aplikasi.

Mahasiswa UNISMA 2019 sebagian memiliki asal di luar Malang dan menggunakan transportasi kereta api sebagai pilihan utama dalam melakukan perjalanan jarak dekat maupun jauh.

Mahasiswa mewakili generasi Z yang berkehidupan hedonism dan ketergantungan teknologi yang menjadikan populasi dalam penelitian.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi dan Gaya Hidup secara simultan terhadap Keputusan Pembelian *ticket* kereta api *appllication* KAI *Access*?
2. Bagaimana pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian *ticket* kereta api *appllication* KAI *Access*?
3. Bagaimana pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian *ticket* kereta api *appllication* KAI *Access*?
4. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian *ticket* kereta api *appllication* KAI *Access*?

Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi dan Gaya Hidup secara simultan terhadap Keputusan Pembelian *ticket* kereta api *appllication* KAI *Access*.
2. Untuk memahami pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian *ticket* kereta api *appllication* KAI *Access*.
3. Untuk memahami pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian *ticket* kereta api *appllication* KAI *Access*.
4. Untuk memahami pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian *ticket* kereta api *appllication* KAI *Access*.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diarahkannya untuk memperkaya wawasan ilmu bidang manajemen bagian pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kepercayaan, kemudahan transaksi, gaya hidup dan faktor lain.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Memperkuat wawasan teoritis penulis aspek ilmu manajemen pemasaran serta menjadi sarana untuk mengaplikasikan ilmu.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian dapat menjadi sebuah masukan untuk meningkatkan perusahaan KAI. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam penelitian dapat menjadi bahan acuan untuk penentuan strategi perusahaan.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Keputusan Pembelian

Swastha Irawan (2008) Penentuan pilihan dari opsi dengan pemahaman yang menilai dari identifikasi alternatif untuk kebutuhan/keinginan yang dinamakan keputusan pembelian.

Kepercayaan

Kotler dan Keller (2016) Kepercayaan adalah keyakinan dan harapan pihak satu kepada pihak lain yang memiliki berbagai atribut dan manfaat akan melakukan sesuai yang diharapkan.

Kemudahan Transaksi

Jogiyanto (2007) Kemudahan adalah suatu proses seseorang mempercayai penggunaan teknologi akan membantu proses yaitu mudah dipahami, mudah dimengerti, mudah digunakan dan mudah dioperasikan.

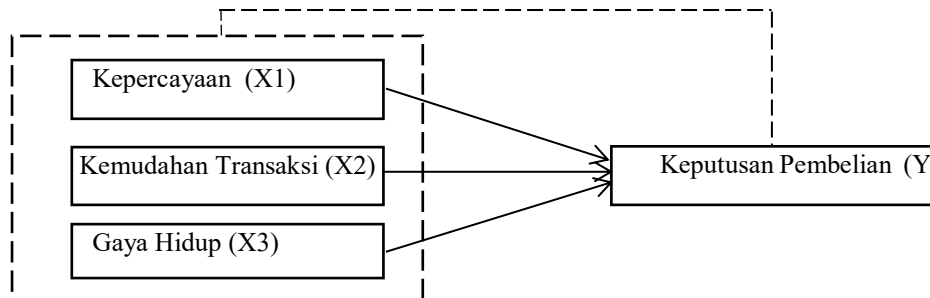
Gaya Hidup

Kotler dan Keller (2016) *Lifestyle* didefinisikan tingkah laku yang menghasilkan pola/gambaran dan tingkah dengan aktivitas, minat dan tingkah laku dalam memanfaatkan waktu.

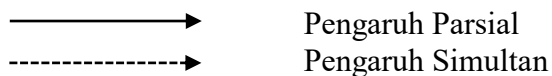
Kerangka Konseptual

Variabel yang mempengaruhi yaitu Kepercayaan (X1), Kemudahan Transaksi (X2), Gaya Hidup (X3). Variabel yang menjadi akibat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Disajikan dalam gambar:

Gambar 1 Kerangka Konseptual



Keterangan:



Hipotesis dapat dikemukakan dalam penelitian adalah:

H1: Kepercayaan, Kemudahan Transaksi dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

H2: Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

H3: Kemudahan Transaksi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

H4: Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Analisis dilakukan bermetode pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menggambarkan pengumpulan berwujud angka-angka, data *statistics*, bersifat faktual dan sumber data diperoleh dari responden.

Lokasi Penelitian

Bertempatkan UNISMA di Jalan Mayjen Haryono 193, Dinoyo, Kec.Lowokwaru, Malang 65144.

Waktu Penelitian

Dilaksanakan pengerjaan berkisar Juni 2023 - Juli 2023.

Populasi

Populasi penelitian adalah mahasiswa UNISMA 2019 total 3004 mahasiswa.

Sampel

Teknik memperoleh *sample* dalam menggunakan metode *purposive sampling* ditemukan 85 responden berhasil dikumpulkan. Berikut ini adalah kriteria pengambilan sampel untuk penelitian:

1. Mahasiswa aktif Universitas Islam Malang Angkatan 2019.
2. Responden termasuk dalam kategori gen Z (18-24 tahun).
3. Melakukan transaksi pembelian tiket kereta api melalui *application* KAI *Access* sebanyak 2 kali lebih.

Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian

Swastha dan Irawan (2008) Penentuan pilihan dari opsi dengan pemahaman yang menilai dari identifikasi alternatif untuk kebutuhan/keinginan yang dinamakan keputusan pembelian, berikut:

1. Penentuan merek (*brand*)
2. Penentuan tempat penyalur (*dealer*)
3. Penentuan jumlah pembelian (*quantity*)
4. Penentuan waktu pembelian (*timing*)
5. Penentuan metode pembayaran (*payment method*)

Kepercayaan

Kotler dan Keller (2016) Kepercayaan adalah keyakinan dan harapan pihak satu kepada pihak lain yang memiliki berbagai atribut dan manfaat akan melakukan sesuai yang diharapkan, berikut:

1. Dapat sesuai harapan
2. Dapat dipercaya
3. Kepedulian
4. *Kredible*

Kemudahan Transaksi

Jogiyanto (2007) Kemudahan adalah suatu proses seseorang mempercayai penggunaan teknologi akan membantu proses yaitu mudah dipahami, mudah dimengerti, mudah digunakan dan mudah dioperasikan, berikut:

1. Sangat mudah dimengerti
2. Sangat mudah dipakai
3. Sangat mudah diidamkan atau sesuai ekspektasi
4. Tidak diperlukan banyak usaha
5. Fleksibel

Gaya Hidup

Kotler dan Keller (2016) *Lifestyle* didefinisikan tingkah laku yang menghasilkan pola/gambaran dan tingkah dengan aktivitas, minat dan tingkah laku dalam memanfaatkan waktu, berikut:

1. Kegiatan
2. Minat
3. Pendapat

Sumber Data

Sumber data primer berasal dari penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2019 sejumlah 85 responden.

Metode Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan diberikan sebuah list pernyataan atau kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini berupa penyebaran langsung dan link *google form* terhadap mahasiswa UNISMA 2019 yang sesuai dengan persyaratan. Penelitian ini memakai kuesioner untuk mengumpulkan data.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

Variable	Instrumen	r-Hitung	r-Table	KET
Keputusan Pembelian	(Y.1)	0.695	0.213	VALID
	(Y.2)	0.644	0.213	VALID
	(Y.3)	0.605	0.213	VALID
	(Y.4)	0.654	0.213	VALID
	(Y.5)	0.643	0.213	VALID
Kepercayaan	(X1.1)	0.777	0.213	VALID
	(X1.2)	0.730	0.213	VALID
	(X1.3)	0.812	0.213	VALID
	(X1.4)	0.807	0.213	VALID
Kemudahan Transaksi	(X2.1)	0.706	0.213	VALID
	(X2.2)	0.718	0.213	VALID
	(X2.3)	0.833	0.213	VALID
	(X2.4)	0.775	0.213	VALID
	(X2.5)	0.873	0.213	VALID
Gaya Hidup	(X3.1)	0.888	0.213	VALID
	(X3.2)	0.894	0.213	VALID
	(X3.3)	0.802	0.213	VALID

Yusuf (2017), Instrument tes untuk menentukan kevalidan suatu instrument yang telah dibuat oleh peneliti valid. Nilai $\text{sig} < 0,050$ dan rhitung ditemukan berjumlah lebih banyak jika dibandingkan dengan rtable. Dilihat hasil *statistics* maka result diketahui bahwa sig indikator keseluruhan *variable* nilai $\text{sig} < 0.05$ dan rhitung $>$ ttabel maka dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	KET
Keputusan Pembelian (Y)	0,625	Reliable
Kepercayaan (X1)	0,787	Reliable
Kemudahan Transaksi (X2)	0,840	Reliable
Gaya Hidup (X3)	0,798	Reliable

Sugiyono (2022:175), Jika hasil yang dihitung *statistics reliable* terlampir hasil data yang sama walupun waktu satu ke lain berbeda, hal itu untuk melakukan ukuran konsistensi pada instrumen yang digunakan. Uji menggunakan Cronbach' Alpha dengan ketentuan nilai cronbach's alpha $> 0,60$ dikatakan *reliable*. Terlampirkan *result test* bahwa nilai pada *variable* Keputusan Pembelian (Y) terkumpul (0,625), Kepercayaan (X1) sebesar (0,787), Kemudahan Transaksi (X2) terkumpul (0,840) dan Gaya Hidup terkumpul (0,798). Keseluruhan variabel dikumpulkan *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ alhasil keseluruhan indikator *variable* dinyatakan *reliable*.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.66233125
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.078
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Ghozali (2021), Permodelan regresi diuji dalam normalitas didedikasikan menemukan nilai residual penelitian mempunyai distribusi normal. Ketentuan taraf sig >0,05 dihasilkan terdistribusi normal. Terlampirkan *result test* maka disajikan bahwa sig 0,200 > 0,050. Melihat fakta empiris dapat dinyatakan mengenai model regresi dibuat memiliki nilai residual terbagi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.120	1.771		2.326	.023		
	Kepercayaan	.332	.127	.268	2.602	.011	.500	1.999
	Kemudahan Transaksi	.294	.125	.299	2.362	.021	.331	3.024
	Gaya Hidup	.379	.145	.287	2.619	.011	.441	2.269
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelajaran								

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Ghozali (2021:157), Permodel regresi diuji dalam multikolinearitas untuk menemukan apakah ada korelasi/hubungan dalam variabel bebas satu sama lain. *Result test* melampirkan *variable* Kepercayaan (X1) dengan VIF 1,999 < 10,00 dengan nilai *tolerance* 0,500 > 0,10. *Variable* Kemudahan Transaksi (X2) dengan VIF 3,024 < 10,00 dengan nilai *tolerance* 0,331 > 0,10. Variabel Gaya Hidup (X3) dengan VIF 2,269 < 10,00 dengan nilai *tolerance* 0,441 > 0,10. Simpulan melampirkan menunjukkan dinyatakan bahwa permodelan regresi tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.268	1.049		.003
	Kepercayaan	-.071	.075	-.142	.348
	Kemudahan Transaksi	.067	.074	.168	.366
	Gaya Hidup	-.165	.086	-.309	.058

a. Dependent Variable: ABS RES1

Permodelan regresi diuji heteroskedastisitas untuk menemukan apakah ada perbedaan semua varian residual dengan nilai sig > 0,05 maka tidak adanya heteroskedastisitas (homokedastisitas) dan sebaliknya. *Result test* bahwa *variable* Kepercayaan (X1) nilai sig 0,348 > 0,050. *Variable* Kemudahan Transaksi (X2) nilai sig 0,366 > 0,050. *Variable* Gaya Hidup (X3) nilai sig 0,058 > 0,050. Maka disimpulkan permodelan regresi menimbulkan (homoskedastisitas).

Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan matematis penelitian pada pengujian:

Tabel 6 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.120	1.771		.023
	Kepercayaan	.332	.127	.268	.011
	Kemudahan Transaksi	.294	.125	.299	.021
	Gaya Hidup	.379	.145	.287	.011

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari hasil tabel di atas dapat model regresi seperti berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 4,120 + 0,332 X_1 + 0,294 X_2 + 0,379 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta bernilai positif sebesar 4,120 bahwa jika Kepercayaan (X1), Kemudahan Transaksi (X2) dan Gaya Hidup (X3) nilai sama dengan 0 maka Keputusan Pembelian (Y) nilainya sebesar 4,120

2. Nilai koefisien regresi kepercayaan (X1) sebesar 0,332 (positif) menunjukkan asumsi faktor lain konstan, keputusan pembelian meningkat seiring dengan peningkatan kepercayaan.
3. Nilai koefisien regresi kemudahan transaksi (X2) sebesar 0,294 (positif) menunjukkan asumsi faktor lain konstan, keputusan pembelian meningkat seiring dengan peningkatan kemudahan transaksi.
4. Nilai koefisien regresi gaya hidup (X3) sebesar 0,379 (positif) menunjukkan asumsi faktor lain konstan, keputusan pembelian meningkat seiring dengan peningkatan *lifestyle*.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 7 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	309.455	3	103.152	35.995	.000 ^b
	Residual	232.121	81	2.866		
	Total	541.576	84			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Kepercayaan, Gaya Hidup						

Definisi Ghazali (2021:148), berfungsi mencari apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Pengambilan keputusan dapat dilihat pada tabel jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ fakta empirisnya H_1 diterima dan H_0 ditolak begitupun sebaliknya. Menentukan F tabel dengan rumus $df = n - k$ ($85 - 3 = 82$) yang menghasilkan F_{tabel} 2,72. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_1 diterima H_0 ditolak. Diketahui pengujian nilai sig $0,000 < 0,05$ tentunya nilai F_{hitung} $35,995 > F_{tabel}$ 2,72 sehingga dapat dinyatakan H_1 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga keseluruhan *variable* independen Kepercayaan (X1), Kemudahan Transaksi (X2) dan Gaya Hidup (X3) secara simultan (saling) berpengaruh terhadap Putusan Pembelian (Y).

Uji t

Ghazali (2021:148), Berfungsi mencari *variable* bebas secara sendiri-sendiri berpengaruh terdapat variabel terikat. Pengambilan keputusan dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak begitupun sebaliknya. t_{tabel} 1,989. Pengujian juga melampirkan nilai $sig < 0,05$ maka H_1 diterima H_0 ditolak begitupun sebaliknya.

Tabel 8 Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.120	1.771		2.326	.023
	Kepercayaan	.332	.127	.268	2.602	.011
	Kemudahan Transaksi	.294	.125	.299	2.362	.021
	Gaya Hidup	.379	.145	.287	2.619	.011
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Hipotesis 2 (H2) : Diketahui nilai sig Kepercayaan (X1) $0,011 < 0,05$ tentunya t_{hitung} $2,602 > t_{tabel}$ 1,989 H2 diterima. Sehingga Kepercayaan (X1) berpengaruh signifikan.

Hipotesis 3 (H3) : Diketahui nilai sig Kemudahan Transaksi (X2) $0,021 < 0,05$ tentunya t_{hitung} $2,362 > t_{tabel}$ 1,989 H3 diterima. Sehingga Kemudahan Transaksi (X2) berpengaruh signifikan.

Hipotesis 4 (H4) : Diketahui nilai sig Gaya Hidup (X3) $0,011 < 0,05$ tentunya t_{hitung} $2,619 > t_{tabel}$ 1,989 H4 diterima. Sehingga Gaya Hidup (X3) berpengaruh signifikan.

Koefisien Determinasi

Ghozali (2021:147), koefisien determinasi merupakan pengukuran kuatnya yang terbuat semua variable terhadap variabel akibatnya. Pelanjutan riset yang tersaji menggunakan *Adjusted R Square*. Dengan skala dari nol sampai 1.

Tabel 9 KoefisienDeterminasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.571	.556	1.693
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Kepercayaan, Kemudahan Transaksi				

Result test nilai *Adj R Square* 0,556. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan Transaksi (X2) dan Gaya Hidup (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,556 (55,6%) sedangkan sisanya sebesar 0,444 (44,4%) dipengaruhi oleh variable lain atau faktor lainnya.

Pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap keputusan pembelian *ticket app KAI Access*

Pelanggan percaya aplikasi KAI Access memberikan informasi dan layanan yang sesuai. Pelanggan percaya akan informasi yang diberikan aplikasi KAI Access seperti waktu keberangkatan, waktu sampai tujuan, syarat menggunakan transportasi kereta api dan informasi lainnya. Aplikasi yang dapat diandalkan, sesuai dengan informasi yang diberikan dan kredibel akan membuat kepercayaan dari pelanggan sehingga pelanggan akan menggunakan aplikasi tersebut dalam rangka pemesanan *ticket* kereta api. Sesuai dengan yang telah dilakukan Sari (2019), Fitri dkk (2020), Mahar dkk (2020) dan Suriyanti (2021).

Pengaruh kemudahan transaksi secara parsial terhadap keputusan pembelian *ticket app KAI Access*

Transaction fleksibel dapat dilakukan dengan situasi apapun akan memberikan pelanggan untuk memilih keputusan pembelian. Arah perilaku konsumen jaman saat ini telah beralih ke *online*. Dengan transaksi *online*, pembelian tiket dapat dilakukan *everywhere* dan *everytime* tanpa perlu ke stasiun ataupun antri. Hal tersebut sangat memudahkan konsumen sehingga Tindakan pembelian *ticket*. Sesuai dengan yang telah dilakukan Fitri dkk (2020) dan Mahar dkk (2020).

Pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap keputusan pembelian *ticket app KAI Access*

Masyarakat terutama Gen Z menginginkan praktis dalam melakukan keputusan pembelian. Dikarenakan perkembangan teknologi yang terus berkembang pesat dan kebutuhan konsumen makin bervariasi, maka masyarakat menginginkan suatu hal yang cepat, efektif dan mudah dilakukan. Aplikasi yang dikemas praktis sesuai kebutuhan pelanggannya akan membuat pelanggan menggunakan dan melakukan pembelian tiket dengan aplikasi. Sesuai dengan yang telah dilakukan Sari (2019).

Simpulan, Keterbatasan Dan Saran

Simpulan

Melakukan penelitian diakhir memberikan *result* yang telah sesuai dari dugaan dan fakta empiris dilakukan memberi simpulan:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kepercayaan, kemudahan transaksi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *ticket KA application KAI Access*.
2. Berdasarkan hasil pengujian *variable* kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *ticket KA application KAI Access*.
3. Berdasarkan hasil pengujian *variable* kemudahan transaksi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *ticket KA application KAI Access*.

4. Berdasarkan hasil pengujian *variable* gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian *ticket* KA *application* KAI Access.

Keterbatasan

Berikut keterbatasan yang dialami oleh peneliti:

1. Keterbatasan jumlah sampel, yang terjadi ukuran penelitian hanya mencakup 85 responden sehingga sesuatu yang menjadikan objek didapat belum mewakili keseluruhan konsumen.
2. Lingkupan terbatas, yaitu diperbesar area lingkupan seperti mahasiswa universitas lain ataupun stasiun malang.

Saran

Penelitian yang telah dilakukan akan memberikan berbagai manfaat berkaitan:

1. Bagi Perusahaan

Dapat memberi manfaat kepada PT KAI terkait faktor-faktor yang berkaitan dengan pembelian. Hal tersebut bisa menjadi acuan perusahaan melakukan menyusun strategi yang tepat untuk mempengaruhi keputusan pembelian tiket kereta api.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat tentunya memberi kemanfaatan bersama dalam satu tujuan yang ingin mengetahui fenomena umum dalam referensi yang dibagikan. Sehingga kritik dan jalan bisa disajikan dengan keragaman hasil result bermacam-macam dan penimbangan.

Referensi

- Fitri, A., Mananda, S., & Sagita, P. (2020). Pengaruh Harga, Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Mobile Application Garuda Indonesia. *Jurnal IPTA*, Vol. 8 No. 1.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovinda, F. R. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket.com . *PROSIDING BIEMA*, Volume 1, 2020 | Hal. 470 - 485.
- Herington, C. (2003). *Trust One Dimension or Two Market Orientation and Relationship Marketing*. Perth: ANZMAC.
- Indarsin, T., & Ali, H. (2017). Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta–Indonesia. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 995-1007.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jogiyanto, M. H. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga.
- KAI. (2022, Juni). *Hati-Hati Penipuan Mengatasnamakan Program Promo KAI*. Diambil kembali dari [kai.id: https://www.kai.id/information/full_news/5345-hati-hati-penipuan-mengatasnamakan-program-promo-kai](https://www.kai.id/information/full_news/5345-hati-hati-penipuan-mengatasnamakan-program-promo-kai)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Mahar, R., Kustiyah, E., & Damayanti, R. (2020). Kepercayaan, Kemudahan Transaksi Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Tiket Kereta Api Secara Online. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta* , Vol.18 No.3.

- Sadya, S. (2023, Maret). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*. Diambil kembali dari DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>
- Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.com. *eJournal Administrasi Bisnis*, 7(4): 474-487.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Suriyanti, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Desain Website Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tiket.com . *JURNAL PELITA ILMU*, Vol. 15 No. 01.

Ahmad Rustian Luthfia*) Adalah Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang
M. Ridwan Basalamah**) Adalah Dosen Tetap FEB Universitas Islam Malang
Budi Wahono***) Adalah Dosen Tetap FEB Universitas Islam Malang