

Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Payment Versatility, dan Perceived Trust terhadap Minat Menggunakan Fitur In-App Ticketing pada Penumpang TRANSJATIM-AJAIB

Dwi Indah Lestiani¹, Muhammad Fachmi²

^{1,2} Bisnis Digital, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

*) Corresponding Author (Email: dwiindah.22066@mhs.unesa.ac.id)

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, payment versatility, and perceived trust on the intention to use the in-app ticketing feature of Trans Jatim. The research adopts a quantitative approach using a survey method and multiple linear regression analysis. Data were collected from Trans Jatim passengers who have accessed or used the in-app ticketing feature. The results indicate that perceived usefulness, payment versatility, and perceived trust have a positive and significant effect on behavioral intention to use. Meanwhile, perceived ease of use has a negative and insignificant effect. These findings suggest that users prioritize functional benefits, flexible payment options, and trust in the system over perceived ease of use when deciding to adopt digital ticketing services. This study contributes empirically by examining the applicability of the Technology Acceptance Model (TAM) in the context of digital ticketing for public transportation, particularly in the Trans Jatim service, by incorporating payment versatility and perceived trust as contextual variables. The results provide practical implications for improving digital ticketing strategies and enhancing user adoption in public transportation applications.

Keywords: *perceived usefulness, perceived ease of use, payment versatility, perceived trust, intention to use, in-app ticketing*

I. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor layanan publik. Perkembangan teknologi informasi mendorong pergeseran dari sistem konvensional menuju sistem digital yang lebih efisien dan terintegrasi (Tubaltseva et al., 2024). Dalam sektor layanan, digitalisasi berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional, kualitas pelayanan,



Copyright © 2026 by Authors; this is an open-access article under the CC BY-SA License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>).

serta aksesibilitas masyarakat, sekaligus mengubah pola interaksi menjadi lebih banyak dilakukan secara daring. Secara global, tren ini terlihat dari menurunnya penggunaan uang tunai dan meningkatnya transaksi elektronik secara signifikan (McKinsey, 2023).

Di Indonesia, transformasi digital juga berkembang pesat dalam satu dekade terakhir. APJII (2025) mencatat jumlah pengguna internet mencapai 229,43 juta jiwa dengan penetrasi 80,66%. Selain itu, Bank Indonesia (2025) melaporkan nilai transaksi uang elektronik telah melampaui Rp3.000 triliun, yang menunjukkan meningkatnya preferensi masyarakat terhadap pembayaran non-tunai. Kondisi ini menjadi dasar penting dalam pengembangan layanan berbasis digital, termasuk penerapan sistem *e-ticketing* pada transportasi publik.

Seiring perkembangan tersebut, berbagai moda transportasi di Indonesia mulai mengadopsi sistem tiket digital sebagai bentuk inovasi layanan. PT Kereta Api Indonesia melalui aplikasi KAI Access dan TransJakarta dengan *e-ticketing* menjadi contoh implementasi digitalisasi. Di tingkat regional, Trans Jatim juga menghadirkan aplikasi TRANSJATIM-AJAIB dengan fitur pembelian tiket berbasis QR code yang diharapkan dapat meningkatkan efisiensi, transparansi, dan kenyamanan layanan.

Namun, keberhasilan implementasi teknologi tidak hanya bergantung pada ketersediaan sistem, tetapi juga pada minat menggunakan (*behavioral intention to use*) dari pengguna (Davis, 1989). Dalam konteks ini, minat menggunakan mencerminkan kecenderungan penumpang untuk beralih dari metode konvensional ke tiket digital. Minat ini menjadi indikator penting dalam keberhasilan adopsi teknologi.

Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM), minat menggunakan dipengaruhi oleh *perceived usefulness*, yaitu sejauh mana teknologi dianggap bermanfaat. Dalam konteks tiket digital, manfaat tersebut dapat berupa kemudahan pemesanan dan kecepatan transaksi (Ferreira et al., 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Ahmady et al., 2021), meskipun terdapat temuan yang menunjukkan hasil tidak signifikan pada konteks tertentu (Fiska & Wasilah, 2025).

Selain itu, *perceived ease of use* juga menjadi faktor penting karena berkaitan dengan kemudahan sistem untuk dipahami dan digunakan. Kemudahan ini dapat meningkatkan pengalaman pengguna serta memperkuat persepsi manfaat (Ferreira et al., 2022; Ahmady et al., 2021). Oleh karena itu, desain sistem yang sederhana dan mudah digunakan menjadi kunci dalam mendorong adopsi teknologi.

Faktor lain yang memengaruhi minat menggunakan adalah *payment versatility*. Variasi metode pembayaran dapat meningkatkan kenyamanan dan nilai yang dirasakan pengguna, sehingga mendorong minat penggunaan (Park et al., 2025; Giang et al., 2024). Selain itu, kemudahan pembayaran juga terbukti meningkatkan ekspektasi kinerja dan usaha yang pada akhirnya memengaruhi *intention to use* (Jung et al., 2019).

Perceived trust juga menjadi faktor penting, karena berkaitan dengan keyakinan pengguna terhadap keamanan dan perlindungan data. Penelitian menunjukkan bahwa *perceived trust* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Abdo et al., 2025), meskipun terdapat hasil yang tidak konsisten pada konteks tertentu (Irianto & Chanvarasuth, 2025).

Meskipun berbagai faktor tersebut telah terbukti memengaruhi minat menggunakan, masih terdapat kesenjangan fenomena dan penelitian. Aplikasi TRANSJATIM-AJAIB telah diunduh lebih dari 100 ribu kali dengan *rating* 4,5, namun belum tersedia data publik terkait tingkat penggunaan fitur *in-app ticketing* secara aktual. Selain itu, hasil penelitian sebelumnya juga menunjukkan inkonsistensi pada beberapa variabel, seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived trust*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *payment versatility*, dan *perceived trust* terhadap minat menggunakan fitur *in-app ticketing* pada layanan transportasi Trans Jatim. Penelitian ini tidak hanya menguji hubungan antar variabel dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), tetapi juga memberikan kontribusi empiris dengan mengkaji penerapan model tersebut dalam konteks layanan transportasi publik berbasis digital, khususnya pada layanan Trans Jatim yang masih relatif terbatas diteliti.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) sebagai landasan teoretis. TAM menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua keyakinan utama, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Model ini berakar dari *Theory of Reasoned Action* yang menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat terbentuk dari keyakinan dan sikap terhadap suatu objek (Rifaldy et al., 2021). Dalam konteks teknologi, semakin besar manfaat dan kemudahan yang dirasakan, maka semakin tinggi kecenderungan individu untuk menggunakannya. Oleh karena itu, TAM banyak digunakan dalam menjelaskan adopsi teknologi digital, termasuk pada layanan transportasi berbasis aplikasi.

Perceived usefulness merupakan persepsi individu mengenai sejauh mana suatu sistem memberikan manfaat dalam meningkatkan efektivitas aktivitas. Dalam tiket digital, manfaat tersebut meliputi kemudahan pemesanan, efisiensi waktu, dan kepraktisan penggunaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* dan penggunaan aktual aplikasi KAI Access (Rifaldy et al., 2021), sehingga menjadi faktor penting dalam mendorong minat menggunakan layanan digital.

Selain itu, *perceived ease of use* merujuk pada keyakinan bahwa sistem mudah dipahami dan digunakan tanpa usaha besar (Rifaldy et al., 2021). Semakin

mudah suatu sistem digunakan, semakin besar kecenderungan individu untuk memiliki minat menggunakan. Penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* menjadi salah satu prediktor utama minat penggunaan layanan digital (Harrison & Arifin, 2024).

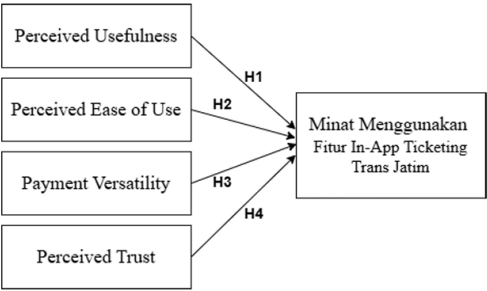
Seiring perkembangan teknologi, TAM juga dikembangkan dengan menambahkan variabel kontekstual. Davis dalam Trianita et al. (2024) menyatakan bahwa TAM dapat diperkaya dengan konstruk seperti *trust* dan faktor eksternal lainnya. Ilieva et al. (2024) menegaskan bahwa meskipun dikembangkan, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* tetap menjadi inti model. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan kedua variabel tersebut sebagai konstruk utama, yang kemudian diperkaya dengan *payment versatility* dan *perceived trust* agar sesuai dengan konteks layanan tiket digital Trans Jatim.

Payment versatility merujuk pada fleksibilitas metode pembayaran yang memberikan berbagai pilihan sesuai preferensi pengguna. Menurut Hejazi et al. (2022), fleksibilitas ini tercermin dari ketersediaan berbagai metode seperti kartu, dompet digital, dan QR code, yang dapat meningkatkan daya tarik layanan karena mampu menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

Sementara itu, *perceived trust* merujuk pada keyakinan bahwa layanan digital aman, andal, dan melindungi kepentingan pengguna (Aloufi, 2025). Dalam konteks pembayaran digital, *trust* mencakup keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi yang dapat mengurangi kekhawatiran serta meningkatkan kecenderungan penggunaan (Giang et al., 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, hubungan antar variabel dalam penelitian ini dibangun dari konstruk utama TAM, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, yang diperkaya dengan *payment versatility* dan *perceived trust* untuk menjelaskan minat menggunakan fitur *in-app ticketing* pada aplikasi TRANSJATIM-AJAIB.

Secara konseptual, hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Konseptual
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan landasan teori dan hasil temuan pada penelitian sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H1: *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fitur *in-app ticketing* pada penumpang Trans Jatim.
2. H2: *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fitur *in-app ticketing* pada penumpang Trans Jatim.
3. H3: *Payment versatility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fitur *in-app ticketing* pada penumpang Trans Jatim.
4. H4: *Perceived trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fitur *in-app ticketing* pada penumpang Trans Jatim

III. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena bertujuan menguji hipotesis mengenai pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *payment versatility*, dan *perceived trust* terhadap minat menggunakan fitur *in-app ticketing*, dengan data berbentuk angka yang dianalisis menggunakan teknik statistik (Sugiyono, 2023). Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan hubungan kausal, yaitu untuk mengetahui hubungan sekaligus pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2023).

Pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan desain *cross-sectional*, yaitu pada satu periode waktu tertentu. Data diperoleh melalui kuesioner daring kepada responden yang memenuhi kriteria, sehingga menghasilkan data yang menggambarkan kondisi pada saat penelitian (Sugiyono, 2023). Penelitian dilakukan pada layanan Bus Rapid Transit (BRT) Trans Jatim di wilayah Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik, dengan periode penelitian Desember 2025 hingga Februari 2026.

Populasi penelitian adalah penumpang Trans Jatim yang mengetahui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB, baik yang sudah maupun belum menggunakan fitur *in-app ticketing*. Teknik sampling menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* (Sugiyono, 2023). Kriteria responden meliputi: (1) pernah menggunakan Trans Jatim dalam enam bulan terakhir, (2) berusia minimal 17 tahun atau setara SMA, (3) memiliki *smartphone* dan akses internet, (4) mengetahui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB, serta (5) pernah mengunduh dan/atau membuka aplikasi tersebut.

Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pedoman Hair et al. (2019), yaitu 5–10 kali jumlah indikator. Dengan 20 indikator, jumlah minimum sampel adalah 100 responden, yang dinilai memadai untuk analisis multivariat. Pengumpulan data dilakukan pada minggu kedua Desember 2025 hingga minggu kedua Januari 2026 melalui kuesioner daring menggunakan Google Forms. Seluruh kuesioner yang masuk kemudian melalui proses pemeriksaan dan penyaringan berdasarkan kriteria penelitian, sehingga diperoleh 100 responden yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Seluruh data yang digunakan dinyatakan layak diolah tanpa adanya eliminasi dalam proses pengolahan data.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Pengukuran menggunakan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju), yang diperlakukan sebagai skala interval sehingga memungkinkan analisis parametrik (Ghozali, 2021). Indikator diadaptasi dari penelitian terdahulu untuk menjaga validitas dan reliabilitas. Berikut konstruk dan item pengukuran penelitian yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Item Penelitian			
Variabel	Item	Pernyataan	Referensi
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	PU1	Saya merasa fitur pembelian tiket melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB membuat saya lebih menghemat waktu.	(Islam 2023; Christanto et al., 2024)
	PU2	Saya merasa fitur pembelian tiket melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB membuat proses pembelian tiket terasa lebih mudah.	
	PU3	Saya merasa fitur pembelian tiket melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB memberikan kenyamanan bagi saya.	
	PU4	Saya merasa fitur pembelian tiket melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB bermanfaat untuk mendukung perjalanan saya dengan Trans Jatim.	
<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU)	PEOU1	Saya merasa cara membeli tiket melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB mudah dipelajari sejak pertama kali mencoba.	(Liu et al., 2020; Kusdibyo et al., 2020)
	PEOU2	Saya merasa tampilan informasi tiket pada aplikasi TRANSJATIM-AJAIB mudah dipahami.	
	PEOU3	Saya merasa fitur pembelian tiket melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB mudah digunakan.	
	PEOU4	Saya merasa pembelian tiket melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB menyederhanakan proses pemesanan tiket.	
<i>Payment Versatility</i> (PVt)	PVt1	Saya merasa pembelian tiket melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB menyediakan berbagai metode pembayaran yang biasa saya gunakan.	(Hejazi et al., 2022)
	PVt2	Saya merasa metode pembayaran yang tersedia pada aplikasi TRANSJATIM-AJAIB sesuai dengan preferensi (kebiasaan) pembayaran saya.	
	PVt3	Saya merasa proses pembayaran tiket Trans Jatim melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB mudah saya pahami.	
	PVt4	Saya merasa metode pembayaran yang tersedia pada aplikasi TRANSJATIM-AJAIB memproses pembayaran tiket Trans Jatim dengan cepat.	
<i>Perceived Trust</i> (PT)	PT1	Saya merasa informasi tiket yang ditampilkan pada aplikasi	(Tseng et al., 2024; Tan et al., 2025)

Variabel	Item	Pernyataan	Referensi
		TRANSJATIM-AJAIB jelas, sesuai dengan kondisi sebenarnya.	
	PT2	Saya percaya bahwa tiket yang saya beli melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB selalu dapat digunakan tanpa menimbulkan masalah di bus.	
	PT3	Saya merasa aplikasi TRANSJATIM-AJAIB jarang mengalami gangguan ketika saya membeli tiket Trans Jatim.	
	PT4	Saya merasa aman ketika memasukkan data pembayaran tiket Trans Jatim melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB	
Minat Menggunakan Fitur In-App Ticketing (BIU)	BIU1	Saya berminat menggunakan fitur pembelian tiket melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB saat melakukan perjalanan dengan Trans Jatim.	
	BIU2	Saya berencana menggunakan fitur pembelian tiket melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB untuk sebagian besar perjalanan saya dengan Trans Jatim.	(Marquez et al., 2020; Palumian et al., 2021)
	BIU3	Saya lebih memilih membeli tiket Trans Jatim melalui fitur pembelian tiket melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB dibanding cara lain.	
	BIU4	Saya memperkirakan akan sering menggunakan fitur pembelian tiket melalui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB dalam perjalanan saya dengan Trans Jatim ke depan.	

Sumber: Islam 2023; Christanto et al., 2024; Liu et al., 2020; Kusbibyo et al., 2020; Hejazi et al., 2022; Tseng et al., 2024; Tan et al., 2025; Marquez et al., 2020; Palumian et al., 2021

Data pada penelitian ini akan dianalisis menggunakan regresi linier berganda, yang mencakup uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji regresi menggunakan *software* SPSS.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil partisipan yang terlibat dalam penelitian. Data diperoleh dari 100 responden yang memenuhi kriteria, yaitu penumpang Trans Jatim dari berbagai koridor operasional Trans Jatim di wilayah Provinsi Jawa Timur, yang mengetahui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB, baik yang sudah maupun belum pernah menggunakan fitur *in-app ticketing*. Distribusi karakteristik responden disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Analisis Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	70	70
	Laki-laki	30	30
Usia	17-22 tahun	65	65
	23-28 tahun	22	22
	29-35 tahun	9	9
	36-44 tahun	1	1
	≥45 tahun	3	3
Domisili	Gresik	41	41
	Surabaya	21	21
	Malang	13	13
	Sidoarjo	11	11
	Lamongan	7	7
	Mojokerto	4	4
	Madura	2	2
	Lumajang	1	1
Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	70	70
	Pegawai Negeri/ Swasta	14	14
	Guru/ Dosen	3	3
	Ibu Rumah Tangga	6	6
	Lainnya	7	7
Frekuensi Naik Trans Jatim	Jarang	46	46
	Kadang-kadang	35	35
	Cukup sering	12	12
	Sering	7	7
Pengetahuan Terkait Fitur	Tahu	91	91
	Tidak Tahu	9	9
Pengalaman Pembelian Tiket Melalui Aplikasi	Pernah	55	55
	Tidak Pernah	45	45

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 70% (70 orang), sedangkan laki-laki 30% (30 orang), sehingga partisipasi didominasi oleh perempuan. Dari segi usia, mayoritas berada pada rentang 17–22 tahun sebesar 65%, diikuti usia 23–28 tahun (22%), 29–35 tahun (9%), 36–44 tahun (1%), dan ≥45 tahun (3%). Hal ini menunjukkan dominasi kelompok usia muda yang cenderung lebih familiar dengan teknologi digital.

Berdasarkan domisili, responden terbanyak berasal dari Gresik (41%), diikuti Surabaya (21%), Malang (13%), Sidoarjo (11%), Lamongan (7%), Mojokerto (4%), Madura (2%), dan Lumajang (1%). Sebaran ini menunjukkan responden berasal dari berbagai wilayah Jawa Timur, terutama daerah operasional Trans Jatim. Dari segi pekerjaan, mayoritas merupakan pelajar/mahasiswa (70%), diikuti pegawai negeri/swasta (14%), ibu rumah tangga (6%), guru/dosen (3%), dan

lainnya (7%), yang menunjukkan dominasi kelompok dengan mobilitas tinggi dan cukup familiar dengan teknologi.

Berdasarkan frekuensi penggunaan, mayoritas responden menggunakan Trans Jatim dalam kategori jarang (46%), diikuti kadang-kadang (35%), cukup sering (12%), dan sering (7%), sehingga intensitas penggunaan masih tergolong rendah hingga sedang. Dari segi pengetahuan, sebanyak 91% responden mengetahui fitur *in-app ticketing*, sedangkan 9% tidak. Namun, hanya 55% yang pernah menggunakannya, sementara 45% belum, yang menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan sudah tinggi tetapi penggunaan belum optimal.

Analisis Deskripsi Berdasarkan Variabel

Analisis deskripsi variabel dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden terhadap variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *payment versatility*, *perceived trust*, dan minat menggunakan. Statistik deskripsi yang digunakan meliputi nilai minimum, maksimum, *mean* (rata-rata), dan standar deviasi untuk melihat kecenderungan serta variasi jawaban responden. Hasil analisis disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Analisis Deskripsi Variabel					
	PU	PEOU	PVt	PT	BIU
N	100	100	100	100	100
Min	2.00	2.25	1.25	2.25	1.50
Max	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Mean (Rata-rata)	4.12	4.12	3.90	3.99	3.69
Standar Deviasi	0.742	0.648	0.779	0.624	0.894

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel memiliki nilai rata-rata mendekati 4,00 yang menunjukkan responden cenderung setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada *perceived usefulness* (4,12) dan *perceived ease of use* (4,12), diikuti *perceived trust* (3,99), *payment versatility* (3,90), dan minat menggunakan (3,69). Hal ini menunjukkan bahwa fitur *in-app ticketing* dinilai cukup bermanfaat dan mudah digunakan, serta didukung oleh tingkat kepercayaan dan fleksibilitas pembayaran yang relatif baik.

Namun, nilai rata-rata minat menggunakan yang lebih rendah dibanding variabel lain mengindikasikan bahwa kecenderungan penggunaan fitur tersebut belum optimal. Selain itu, seluruh variabel memiliki standar deviasi di bawah nilai rata-rata, yang menunjukkan penyebaran data relatif rendah dan jawaban responden cenderung konsisten atau homogen.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara tepat. Pengujian dilakukan menggunakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dengan kriteria r-hitung lebih besar dari r-tabel pada tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2021). Dengan jumlah responden sebanyak 100, diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,197, sehingga item dinyatakan valid apabila nilai korelasinya melebihi angka tersebut. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi internal instrumen penelitian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, di mana nilai di atas 0,70 menunjukkan bahwa instrumen memiliki reliabilitas yang baik (Ghozali, 2021). Hasil uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Cronbach's Alpha	Rule of Thumb
PU	PU1	0,822	0,197	0,920	>0,70
	PU2	0,818			
	PU3	0,799			
	PU4	0,830			
PEOU	PEOU1	0,594	0,197	0,801	>0,70
	PEOU2	0,672			
	PEOU3	0,733			
	PEOU4	0,509			
PVt	PVt1	0,773	0,197	0,861	>0,70
	PVt2	0,796			
	PVt3	0,604			
	PVt4	0,690			
PT	PT1	0,690	0,197	0,798	>0,70
	PT2	0,636			
	PT3	0,621			
	PT4	0,653			
BIU	BIU1	0,732	0,197	0,899	>0,70
	BIU2	0,898			
	BIU3	0,812			
	BIU4	0,763			

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 4, seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dari r-tabel sebesar 0,197. Nilai korelasi pada setiap item berada pada rentang 0,509 hingga 0,898, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam penelitian ini dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan konstruk yang diteliti secara tepat. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70, yaitu *perceived usefulness* sebesar 0,920, *perceived ease of use* sebesar 0,801, *payment versatility* sebesar 0,861, *perceived trust* sebesar 0,798, dan minat

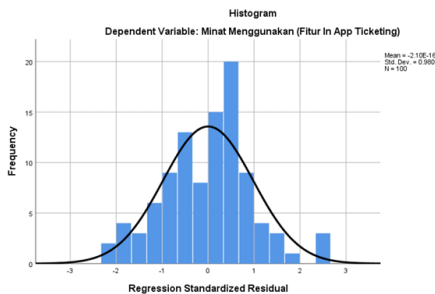
menggunakan sebesar 0,899. Artinya, seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

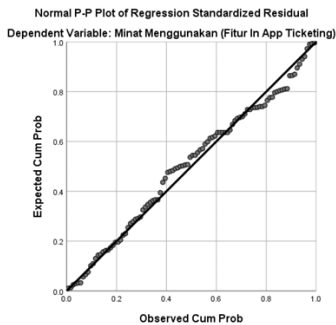
Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual pada model regresi berdistribusi normal. Menurut Ghozali (2021), asumsi normalitas bertujuan memastikan bahwa estimasi parameter regresi bersifat tidak bias dan pengujian statistik dapat dilakukan secara valid. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan grafik dan uji statistik nonparametrik.



Gambar 2 Hasil Uji Grafik Histogram

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Hasil uji grafik histogram residual terstandarisasi membentuk pola menyerupai kurva lonceng (*bell-shaped*) dan relatif simetris di sekitar nilai nol. Pola tersebut menunjukkan bahwa residual menyebar secara normal dan tidak menunjukkan adanya kemencengan (*skewness*) yang ekstrem ke kiri maupun ke kanan. Berdasarkan grafik histogram, residual cenderung memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 3 Hasil Uji Normalitas P-P-Plot

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Hasil uji normalitas melalui grafik Normal P-P Plot terlihat titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal. Menurut Ghazali (2021), kondisi tersebut menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi. Selain itu, Pengujian statistik menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan *Shapiro-Wilk* menghasilkan nilai signifikansi sebagaimana disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas Statistik		
	Kolmogorov-Smirnov	Shapiro-Wilk
	Sig.	Sig.
Unstandardized Residual	0,178	0,311

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,178, sedangkan uji *Shapiro-Wilk* sebesar 0,311. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal. Meskipun *Kolmogorov-Smirnov* umumnya digunakan untuk sampel besar dan *Shapiro-Wilk* lebih sensitif untuk sampel kecil, keduanya memberikan hasil yang konsisten pada penelitian ini dengan jumlah 100 responden. Hal ini memperkuat kesimpulan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi. Dengan demikian, analisis dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Menurut Ghazali (2021), model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada output regresi.

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas		
	Collinearity Statistics	
	Tolerance (> 0,10)	VIF (< 10)
PU	0,449	2,229
PEOU	0,285	3,509
PVt	0,547	1,829
PT	0,475	2,104

Dependent Variable: BIU

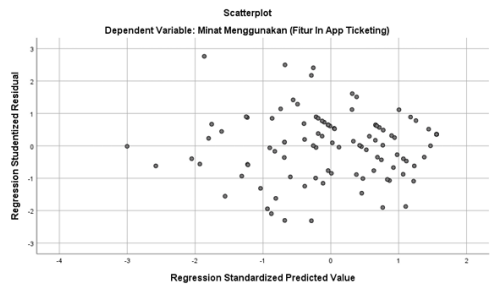
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas yang disajikan pada Tabel 6, seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing

variabel independen tidak saling berkorelasi secara kuat dan model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya (Ghozali, 2021).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Menurut Ghozali (2021), model regresi yang baik harus memenuhi asumsi homoskedastisitas, yaitu varians residual yang konstan. Secara visual, pengujian dilakukan melalui grafik *scatterplot*, dimana titik-titik residual yang menyebar secara acak di sekitar nol dan tidak membentuk pola tertentu menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas.



Gambar 4 Hasil Uji Scatterplot

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Namun, Ghozali (2021) menyatakan bahwa analisis melalui grafik memiliki keterbatasan karena interpretasinya dipengaruhi oleh jumlah observasi, sehingga sulit memberikan kesimpulan yang pasti. Oleh karena itu, diperlukan pengujian statistik untuk memperkuat hasil analisis. Dalam penelitian ini, uji lanjutan dilakukan menggunakan uji Park dengan meregresikan nilai LnU^2_i (logaritma kuadrat residual) terhadap variabel independen. Jika nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

Tabel 7 Hasil Uji Park

Variabel	Nilai Sig.
PU	0,280
PEOU	0,229
PVt	0,247
PT	0,524

Dependent Variable: LnU^2_i (logaritma kuadrat residual)

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji Park pada Tabel 7, seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi homoskedastisitas dan dinyatakan layak untuk

digunakan, sehingga analisis dapat dilanjutkan ke tahap regresi linier berganda (Ghozali, 2021).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *payment versatility*, dan *perceived trust* terhadap minat menggunakan layanan *in-app ticketing*. Hasil estimasi koefisien regresi disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda					
	B	Std.Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-0,977	0,388		-2,517	0,014
<i>PU</i>	0,634	0,108	0,525	5,858	0,000
<i>PEOU</i>	-0,090	0,155	-0,065	-0,578	0,565
<i>PVt</i>	0,357	0,093	0,311	3,826	0,000
<i>PT</i>	0,258	0,125	0,180	2,065	0,042
<i>Dependent Variable: BIU</i>					

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Tabel 8 menunjukkan nilai koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel minat menggunakan. Berdasarkan hasil tersebut, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$BIU = - 0,977 + 0,634PU - 0,090PEOU + 0,357PVt + 0,258PT + e$$

Berdasarkan persamaan regresi, koefisien regresi menunjukkan arah dan besaran perubahan minat menggunakan akibat perubahan masing-masing variabel independen dengan asumsi variabel lain konstan. Konstanta sebesar -0,977 menunjukkan nilai minat menggunakan ketika seluruh variabel independen bernilai nol, meskipun kondisi tersebut secara empiris tidak terjadi karena menggunakan skala Likert. Koefisien *perceived usefulness* sebesar 0,634 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel tersebut akan meningkatkan minat menggunakan sebesar 0,634. Koefisien *perceived ease of use* sebesar -0,090 menunjukkan arah hubungan negatif, di mana peningkatan kemudahan penggunaan justru menurunkan minat menggunakan, meskipun variabel ini tidak berpengaruh signifikan.

Koefisien *payment versatility* sebesar 0,357 menunjukkan bahwa peningkatan fleksibilitas metode pembayaran akan meningkatkan minat menggunakan sebesar 0,357. Sementara itu, koefisien *perceived trust* sebesar 0,258 menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan pengguna akan meningkatkan minat menggunakan sebesar 0,258. Secara umum, *perceived usefulness*, *payment versatility*,

dan *perceived trust* memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan, sedangkan *perceived ease of use* menunjukkan arah pengaruh negatif.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berada pada rentang 0 hingga 1, di mana semakin besar nilainya menunjukkan semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi minat menggunakan (Ghozali, 2021).

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,811	0,657	0,643	0,53451

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,657 dan *Adjusted R Square* sebesar 0,643. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *payment versatility*, dan *perceived trust* mampu menjelaskan 64,3% variasi minat menggunakan fitur *in-app ticketing*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Mengacu pada kriteria Hair et al. (2017), nilai *R Square* sebesar 0,657 termasuk dalam kategori sedang (*moderate*), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki daya jelas yang memadai dan dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap minat menggunakan fitur *in-app ticketing* dalam penelitian ini.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk menilai kelayakan (fit) model regresi serta menguji apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2021), model dinyatakan layak apabila nilai signifikansi < 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 10 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Model	F	Sig.
Regression	45,556	0,000

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 4.26, diperoleh nilai F hitung sebesar 45,556 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini layak (*fit*) dan signifikan secara simultan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *payment versatility*, dan *perceived trust* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fitur

in-app ticketing. Dengan demikian, model yang digunakan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen serta dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap minat menggunakan secara parsial menggunakan uji t. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel pada taraf signifikansi 5 persen. Dengan penentuan t-tabel $df = n - k - 1$, maka $df = 100 - 3 - 1 = 95$, sehingga diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,985. Hipotesis dinyatakan didukung apabila nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)					
Hubungan	B	t	t-tabel	Sig.	Keterangan
PU → BIU	0,525	5,858	1,985	0,000	Berpengaruh positif dan signifikan
PEOU → BIU	-0,065	-0,578	1,985	0,565	Berpengaruh negatif, namun tidak signifikan
PVt → BIU	0,311	3,826	1,985	0,000	Berpengaruh positif dan signifikan
PT → BIU	0,180	2,065	1,985	0,042	Berpengaruh positif dan signifikan

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada Tabel 11, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Perceived usefulness* memiliki nilai t-hitung sebesar 5,858 yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1,985 serta nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H1 diterima.
2. *Perceived ease of use* memiliki nilai t-hitung -0,578 yang lebih kecil dari t-tabel 1,985 dan nilai signifikansi 0,565 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian H2 ditolak.
3. *Payment versatility* menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3,826 yang lebih besar dari t-tabel 1,985 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H3 diterima.
4. *Perceived trust* menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2,065 yang lebih besar dari t-tabel 1,985 dengan nilai signifikansi 0,042 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H4 diterima.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada penumpang Trans Jatim yang mengetahui aplikasi TRANSJATIM-AJAIB, dengan hasil yang menunjukkan beberapa temuan

utama. Pertama, *perceived usefulness* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fitur *in-app ticketing*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan, seperti efisiensi waktu, kemudahan pembelian, dan kenyamanan perjalanan, maka semakin tinggi minat pengguna untuk memanfaatkan fitur tersebut. Temuan ini sejalan dengan Rifaldy et al. (2021) dan Harrison & Arifin (2024) yang menyatakan bahwa manfaat merupakan determinan utama dalam membentuk *behavioral intention to use*. Dalam konteks penelitian ini, manfaat menjadi faktor kunci karena pengguna cenderung mengadopsi teknologi yang memberikan nilai praktis secara langsung. Namun demikian, masih terdapat kesenjangan antara tingkat pengetahuan dan penggunaan aktual, yang mengindikasikan bahwa manfaat yang dirasakan belum sepenuhnya optimal bagi sebagian pengguna. Oleh karena itu, peningkatan manfaat nyata menjadi strategi penting dalam mendorong adopsi fitur.

Kedua, *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fitur *in-app ticketing*. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan bukan merupakan faktor utama dalam mendorong minat pengguna. Temuan ini sejalan dengan Trianita et al. (2024) dan Fiska & Wasilah (2025) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan tidak selalu menjadi determinan utama, khususnya pada layanan digital yang sudah familiar. Dalam penelitian ini, kemudahan cenderung dipersepsikan sebagai standar dasar (*baseline*), sehingga tidak lagi menjadi faktor pembeda dalam keputusan penggunaan. Kondisi ini menjelaskan bahwa meskipun aplikasi dinilai mudah digunakan, hal tersebut belum tentu mendorong pengguna untuk benar-benar memanfaatkannya.

Ketiga, *payment versatility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin beragam dan sesuai metode pembayaran yang tersedia, maka semakin tinggi minat pengguna untuk menggunakan fitur tersebut. Temuan ini konsisten dengan Hejazi et al. (2022), Park et al. (2025), dan Giang et al. (2024) yang menyatakan bahwa fleksibilitas pembayaran mampu meningkatkan minat menggunakan layanan digital. Dalam konteks penelitian ini, ketersediaan metode pembayaran yang sesuai dengan preferensi pengguna dapat mengurangi hambatan transaksi serta meningkatkan kenyamanan. Dengan demikian, fleksibilitas pembayaran menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi fitur *in-app ticketing*.

Keempat, *perceived trust* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap keamanan, keandalan sistem, dan perlindungan data, maka semakin tinggi pula minat pengguna. Temuan ini sejalan dengan Tseng et al. (2024), Tan et al. (2025), dan Abdo et al. (2025) yang menegaskan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam adopsi layanan digital berbasis transaksi. Dalam konteks penelitian ini, masih adanya pengguna yang memilih pembayaran langsung menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap sistem belum sepenuhnya terbentuk.

Oleh karena itu, peningkatan aspek keamanan, stabilitas aplikasi, serta transparansi informasi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan minat penggunaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *payment versatility*, dan *perceived trust* merupakan faktor utama yang mendorong minat menggunakan fitur *in-app ticketing*, sedangkan *perceived ease of use* tidak menjadi faktor penentu dalam konteks penelitian ini. Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini terletak pada penguatan bukti empiris terkait penerapan TAM dalam konteks layanan transportasi publik digital, bukan pada pengembangan model teoretis baru.

V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fitur *in-app ticketing* Trans Jatim, yang menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan, maka semakin tinggi kecenderungan pengguna untuk menggunakan fitur tersebut. *Perceived ease of use* menunjukkan arah pengaruh negatif namun tidak signifikan, sehingga tidak menjadi faktor utama dalam mendorong minat penggunaan. *Payment versatility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, yang menunjukkan bahwa keberagaman metode pembayaran mampu meningkatkan kenyamanan dan mendorong penggunaan fitur. *Perceived trust* juga berpengaruh positif dan signifikan, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan sistem, maka semakin tinggi minat pengguna. Secara keseluruhan, *perceived usefulness*, *payment versatility*, dan *perceived trust* menjadi faktor yang memengaruhi minat menggunakan fitur *in-app ticketing*, sedangkan *perceived ease of use* tidak terbukti berpengaruh signifikan dalam penelitian ini.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan secara luas pada seluruh populasi penumpang Trans Jatim. Hal ini berpotensi menimbulkan bias pemilihan responden, karena sampel hanya mencakup individu yang memenuhi kriteria tertentu.

Kedua, data yang digunakan bersifat *cross-sectional*, sehingga hanya menggambarkan kondisi pada satu periode waktu tertentu dan belum mampu menangkap perubahan perilaku pengguna secara dinamis.

Ketiga, penelitian ini hanya menggunakan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *payment versatility*, dan *perceived trust*, sehingga masih terdapat kemungkinan faktor lain yang juga memengaruhi minat menggunakan, seperti *perceived risk*, *user experience*, dan *service quality* yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Rekomendasi

Rekomendasi dalam penelitian ini difokuskan pada aspek yang memiliki nilai rata-rata relatif lebih rendah dan faktor yang terbukti berpengaruh signifikan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji kembali peran *perceived ease of use* dalam konteks layanan digital yang sudah familiar, serta mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain seperti *perceived risk*, *service quality*, atau *user experience* agar lebih komprehensif. Dari sisi praktis, pengelola Trans Jatim disarankan untuk meningkatkan manfaat nyata fitur *in-app ticketing*, khususnya dalam hal kenyamanan dan efisiensi penggunaan. Selain itu, perlu dilakukan pengembangan variasi metode pembayaran agar lebih sesuai dengan preferensi pengguna, serta peningkatan stabilitas sistem dan keamanan aplikasi untuk memperkuat kepercayaan pengguna. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan minat dan penggunaan fitur secara lebih optimal.

REFERENSI

- Abdo, K. W., Hidayat-Ur-Rehman, I., Aljehani, S. B., Aloufi, E. M., & Alshehri, A. (2025). Factors influencing intentions to use Apple Pay: A behavioral perspective. *PLOS ONE*, 20(7 JULY). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0327122>
- Ahmady, F. R. El, Dewi, R. S., & Widyaningrum, R. (2021). The Development of Technology Acceptance Model of Train Ticket Booking Application considering Web Quality and Social Influence. *11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. <https://doi.org/https://doi.org/10.46254/an11.20210558>
- Aloufi, E. M. (2025). Investigating Consumer Behaviour in NFC Mobile Payment Adoption: An Extended TAM Approach. *TEM Journal*, 2159–2173. <https://doi.org/10.18421/tem143-22>
- APJII. (2025). *Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Penggunaan Internet 2025*. <https://survei.apji.or.id/>
- Bank Indonesia. (2025). *Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (Tabel 5e. Uang Elektronik)*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Ferreira, M. C., Oliveira, M., & Dias, T. G. (2022). To Use or Not to Use? Investigating What Drives Tourists to Use Mobile Ticketing Services in Tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116622>
- Fiska, Y., & Wasilah. (2025). Pengukuran Perilaku Penggunaan Mobile Ticketing: Perspektif Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Jurnal Informatika*, 25(1), 106–119. <https://doi.org/10.30873>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit - Undip.

- Giang, N. T. P., Tan, T. D., Hung, L. H., & Duy, N. B. P. (2024). The Adoption of Electronic Payments in Online Shopping: The Mediating Role of Customer Trust. *IJACSA International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 15(9). www.ijacsa.thesai.org
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. Annabel Ainscow. www.cengage.com/highered
- Harrison, D., & Arifin, A. Z. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan Fintech Pada Generasi Y dan Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8.
- Hejazi, M., Alrusaini, O., & Beyari, H. (2022). The effect of artificial intelligence and payment flexibility on operational performance: The enabling role of supply chain risk management. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(4), 1117–1130. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.8.015>
- Ilieva, G., Yankova, T., Ruseva, M., Dzhavarova, Y., Zhekova, V., Klisarova-Belcheva, S., Mollova, T., & Dimitrov, A. (2024). Factors Influencing User Perception and Adoption of E-Government Services. *Administrative Sciences*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/admsci14030054>
- Irianto, A. B. P., & Chanvarasuth, P. (2025). Drivers and Barriers of Mobile Payment Adoption Among MSMEs: Insights from Indonesia. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(5). <https://doi.org/10.3390/jrfm18050251>
- Jung, K. J., Park, J. B., Phan, N. Q., Bo, C., & Gim, G. Y. (2019). An international comparative study on the intension to using crypto-currency. In *Studies in Computational Intelligence* (Vol. 788, pp. 104–123). Springer Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-319-98370-7_9
- McKinsey. (2023). *The 2023 McKinsey Global Payments Report | McKinsey*. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-2023-mckinsey-global-payments-report#/>
- Park, S., Ju, Y., Kim, E., & Chang, J. H. (2025). Research On Consumer's Intention to Use Mobile Payment Platforms: Based on the VAM and TAM Models. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 19(3), 1007–1026. <https://doi.org/10.3837/tiis.2025.03.016>
- Rifaldy, A., Wicaksono, B. T., & Putra, D. F. (2021). Analisis Pengaruh Trust, Application Quality, Perceived Usefulness Terhadap Intention to Purchase dan Actual System Use (Studi Kasus pada Aplikasi KAI Access). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Kedua). Penerbit ALFABETA Bandung.
- Tan, K. L., Leong, C. M., & Richter, N. F. (2025). Navigating Trust in Mobile Payments: Using Necessary Condition Analysis to Identify Must-Have Factors for User Acceptance. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 41(5), 3325–3339. <https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2338319>

- Trianita, M., Fuji Lia Ristoni, F., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta, F. (2024). Peran Teori TAM Dalam Meningkatkan Repurchase Intention Pengguna SPayLater Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 26(2). <https://databoks.katadata.co.id/datapubli>
- Tseng, L. Y., Chang, J. H., & Zhu, Y. L. (2024). What drives the travel switching behavior of Chinese Generation Z consumers. *Journal of Tourism Futures*, 10(1), 131–146. <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2020-0110>
- Tubaltseva, N., Hryshyna, N., & Bondarenko, D. (2024). *The influence of digitalization on transformation processes in the field of services*. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-398-9-27>