



**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI
TIKET KERETA API MELALUI APLIKASI KAI ACCESS
(Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi KAI Access di Semarang)**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

ADINDA SEKAR AYU LARASATI

14020217140021

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2021

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Adinda Sekar Ayu Larasati
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020217140021
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 25 Juni 1998
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jalan Tegalsari Sendang III No.68 Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul :

**Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan
Terhadap Minat Beli Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access
(Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi KAI Access di Kota Semarang)**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan. Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 29 September 2021

Pembuat Pernyataan



Adinda Sekar Ayu Larasati
NIM. 14020217140021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi KAI Access di Semarang)

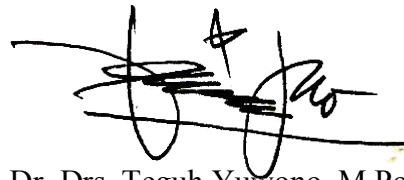
Nama Penyusun : Adinda Sekar Ayu Larasati

Departemen : S1-Administrasi Bisnis

Semarang, 29 September 2021

Dekan

Wakil Dekan I

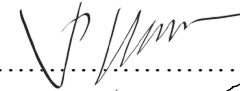



Dr. Hardi Warsono, M.T.P
NIP. 19640827 199001 1 001

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing :

1. Dr. Hari Susanta Nugraha, M.Si
2. Widayanto, S.Sos, M.Si

()
.....)
()
.....)

Dosen Penguji Skripsi:

1. Drs. Saryadi, M.Si
2. Widayanto, S.Sos., M.Si
3. Dr. Hari Susanta Nugraha, M.Si

()
.....)
()
.....)
()
.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Wahai orang-orang yang beriman!
Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan sholat.
Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar.
Q.S. Al-Baqarah:153*

PERSEMBAHAN

1. Kedua orang tua saya, bapak Luluk Wibowo, mama Novy Endriastuti, yang selalu saya sayangi, yang selalu memberikan dukungan, doa, perhatian, semangat yang tidak pernah berhenti.
2. Adik kandung saya, Fadlilla Ayu Rizqi Amalia, yang selalu menemani saat mengerjakan skripsi dan mendengarkan keluh kesah.
3. Diri saya sendiri, Adinda Sekar Ayu Larasati yang sudah selalu mau berjuang hingga sekarang semoga semangat belajar tidak pernah putus.
4. Ibu Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si, Ketua Departemen Administrasi Bisnis.
5. Dosen pembimbing skripsi 1 bapak Dr. Hari Susanta Nugraha, M.Si yang selalu sabar dalam membantu dan membimbing saya serta selalu mendengarkan keluh kesah saya hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Dosen pembimbing skripsi 2 bapak Widayanto, S.Sos, M.Si yang selalu membimbing dan memberikan arahan dalam proses penyelesaian skripsi.
7. Dosen wali bapak Drs. Saryadi, M.Si yang sudah berkenan menjadi dosen penguji skripsi serta membantu saya dalam perkuliahan.
8. Seluruh bapak/ibu dosen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama masa perkuliahan.

9. Keluarga Administrasi Bisnis 2017, yang telah menjadi keluarga pertama di kehidupan kampus, memberikan suka, duka, canda, tawa setiap harinya.
10. Keluarga Ekotif BEM Undip 2020, yang telah menjadi keluarga kedua di kehidupan organisasi kampus, selalu memberikan semangat, canda, tawa, suka, dan duka.
11. Keluarga Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Diponegoro yang telah menjadi tempat saya untuk belajar berorganisasi dalam menggali *softskill* dan menambah relasi serta pengalaman.
12. Serta semua sahabat, teman dekat, yang sudah banyak membantu dalam proses menyelesaikan skripsi saya, terima kasih atas doa dan supportnya!

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP MINAT BELI TIKET KERETA API MELALUI
APLIKASI KAI ACCESS
(STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI KAI ACCESS DI SEMARANG)**

ABSTRAK

Kehidupan masyarakat semakin dipermudah dengan menggunakan internet untuk berbagai hal termasuk membeli tiket kereta api. Saat ini, masyarakat dapat menggunakan beberapa cara untuk membeli tiket kereta api melalui *mobile application* dengan menggunakan perangkat sendiri (*smartphone*, tablet atau komputer desktop). *Mobile application* yang menyediakan fasilitas pembelian tiket kereta api di Indonesia antara lain seperti KAI Access, Traveloka, Tokopedia, dan Tiket.com. Salah satu *mobile application* yang cukup terkenal adalah aplikasi KAI Access oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero). Sejak diterbitkan pada 4 September 2014, KAI Access awalnya hanyalah memberi penawaran fitur memesan tiket kereta api jarak jauh serta menengah, akan tetapi saat ini KAI Access tumbuh pesat dengan berbagai macam fitur.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat beli tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access di Kota Semarang. Tipe penelitian ini ada *explanatory research* dan menggunakan Teknik pengambilan sampel non probability sampling serta purposive sampling. Kemudian, sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 97 responden pengguna aplikasi KAI Access di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan uji Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linear sederhana, regresi linear berganda, dan uji signifikansi yaitu uji t dan uji F.

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah variabel kepercayaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat beli tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access di Kota Semarang. Merujuk pada hasil tersebut maka perusahaan disarankan untuk membentuk kepercayaan konsumen dalam menggunakan aplikasi KAI Access agar konsumen menaruh kepercayaan yang besar pada saat menggunakan aplikasi. Serta perusahaan mengupayakan aplikasi KAI Access sebagai *mobile application* yang mudah digunakan sehingga dapat memberikan dampak minat beli konsumen.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Minat Beli

**The Effect of Trust and Ease for Using of Interest in Buying Train Tickets
Through the KAI Access Application
(Study on Users of the KAI Access Application in Semarang)**

ABSTRACT

Nowadays people's lives are getting easier by using the internet for various things including buying train tickets. The public can use several ways to buy train tickets through a mobile application using their own device (smartphone, tablet or desktop computer). Mobile applications that provide facilities for purchasing train tickets in Indonesia such as KAI Access, Traveloka, Tokopedia, and Tiket.com. One of the familiar mobile applications is the KAI Access application created by PT Kereta Api Indonesia (Persero). Since published on September 4 2014, KAI Access has only offered features to book train tickets for long trips and medium trips, but currently KAI Access is growing rapidly with various features.

This study aims to find out the effect of trust and ease of use on interest in buying train tickets through the KAI Access application in Semarang City. This type of research is explanatory research and uses non-probability sampling and purposive sampling. Afterwards, the sample used in this study were 97 respondents using the KAI Access application in the city of Semarang. This study uses quantitative analysis by means of validity and reliability tests, classical assumption test, correlation coefficient, coefficient of determination, simple linear regression, multiple linear regression, and significance test, namely t test and F test.

The conclusion obtained in this study is that the variables of trust and ease of using the application have a major influence on the interest in buying train tickets through the KAI Access application in the city of Semarang. In connection with these results, the companies are advised to form a sense of trust when using the KAI Access application, so that consumers can have a great sense of trust and comfort when using the application. The company must also make the KAI Access application as a mobile application that is easy to use for everyone, so that it can have an impact on consumer buying interest.

Keywords: Trust, Ease to Use, Buying Interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT. atas limpahan berkat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata-1 pada departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang berjudul **“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI TIKET KERETA API MELALUI APLIKASI KAI ACCESS (STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI KAI ACCESS DI SEMARANG)”**.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak dengan tulus dan ikhlas secara langsung dan tidak langsung. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, saya mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis.
3. Dr. Hari Susanta Nugraha, M.Si, selaku dosen pembimbing 1 saya yang selalu sabar dalam membantu dan membimbing saya serta selalu mendengarkan keluh kesah saya hingga penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Widayanto, S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing 2 yang selalu membimbing dan memberikan arahan dalam proses penyelesaian skripsi.

5. Seluruh bapak/ibu dosen dan staf departemen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama masa perkuliahan.
6. Mas Nur Sekha selaku Supervisor Pemasaran Angkutan Penumpang dan Bu Dian Fitriyana selaku Pelaksana Sumber Daya Manusia yang telah membantu dalam proses perizinan penelitian di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 4 Semarang.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
8. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu secara moril dan materiil membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi sampai selesai.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Kerangka Teori.....	15
1.5.1 Perilaku Konsumen	15
1.5.2 Keputusan Pembelian.....	16
1.5.3 Kepercayaan	18
1.5.4 Kemudahan Penggunaan	21
1.5.5 Minat Beli.....	23
1.5.6 Kajian Empiris	26
1.5.7 Pengaruh Antar Variabel	28
1.6 Hipotesis.....	30
1.7 Definisi Konsep	31
1.7.1 Kepercayaan	31
1.7.2 Kemudahan Penggunaan	32
1.7.3 Minat Beli.....	32
1.8 Definisi Operasional.....	32
1.8.1 Kepercayaan	32
1.8.2 Kemudahan Penggunaan	32
1.8.3 Minat Beli.....	33
1.9 Metode Penelitian	33
1.9.1 Tipe Penelitian	33
1.9.2 Populasi dan Sampel	34
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel	35
1.9.4 Jenis dan Sumber Data	35

1.9.5 Skala Pengukuran.....	36
1.9.6 Teknik pengumpulan Data.....	36
1.9.7 Pengolahan Data	37
1.9.8 Teknik Analisis Data.....	37

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS RESPONDEN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 4

SEMARANG.....	43
2.1 Sejarah PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	43
2.2 Profil PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 4 Semarang.....	45
2.3 Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero)	46
2.3.1 Visi Perusahaan.....	46
2.3.2 Misi Perusahaan	46
2.4 Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	46
2.4.1 Bentuk dan Arti Logo.....	46
2.4.2 Warna Logo	47
2.5 Wilayah Operasional PT Kereta Api Indonesia (Persero)	47
2.6 Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 4 Semarang...	49
2.7 Gambaran Umum KAI Access	49
2.8 Kegiatan Usaha PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	53
2.9 Identitas Responden	55
2.9.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
2.9.2 Responden Berdasarkan Domisili	56
2.9.3 Responden Berdasarkan Usia	57
2.9.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
2.9.5 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	58
2.9.6 Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Per Bulan	59
2.9.7 Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Aplikasi KAI Access...	60
2.9.8 Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan Kereta Api.....	61

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN 62

3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
3.1.1 Uji Validitas.....	63
3.1.2 Uji Reliabilitas	66
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	67
3.2.1 Persepsi Responden terhadap Variabel Kepercayaan	67
3.2.2 Persepsi Responden terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan.....	75
3.2.3 Persepsi Responden terhadap Variabel Minat Beli.....	83
3.3 Uji Asumsi Klasik.....	89
3.3.1 Uji Normalitas.....	90
3.3.2 Uji Multikolinearitas	92
3.3.3 Uji Autokorelasi.....	93

3.3.4 Uji Heteroskedastisitas	93
3.4 Analisis Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli.....	94
3.4.1 Koefisien Korelasi.....	94
3.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)	95
3.4.3 Regresi Linear Sederhana.....	96
3.4.4 Uji t.....	97
3.5 Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli	98
3.5.1 Koefisien Korelasi.....	98
3.5.2 Koefisien Determinasi.....	99
3.5.3 Regresi Linear Sederhana.....	99
3.5.4 Uji t.....	101
3.6 Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli.....	102
3.6.1 Koefisien Korelasi.....	102
3.6.2 Koefisien Determinasi (R^2)	103
3.6.3 Regresi Linear Berganda.....	104
3.6.4 Uji F.....	105
3.7 Pembahasan	107
BAB IV PENUTUP.....	111
4.1 Kesimpulan.....	111
4.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Register Melalui Aplikasi KAI Access Periode 2015 s.d. 2019	3
Tabel 1.2	Data Perbandingan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access dan Pembelian Offline Tahun 2019	6
Tabel 1.3	Data Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Beberapa Mobile Application di Indonesia Tahun 2019	10
Tabel 1.4	Kajian Empiris	27
Tabel 1.5	Kriteria Koefisien Korelasi	39
Tabel 2.1	Jalur Operasional Kereta Api Daerah Operasi 4 Semarang	45
Tabel 2.2	Jenis Stasiun Daerah Operasi 4 Semarang	45
Tabel 2.3	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 2.4	Identitas Responden Berdasarkan Domisili	56
Tabel 2.5	Identitas Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 2.6	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 2.7	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	59
Tabel 2.8	Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Per Bulan	59
Tabel 2.9	Identitas Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Aplikasi KAI Access	60
Tabel 2.10	Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan Jasa Kereta Api	61
Tabel 3.1	Uji Validitas Variabel Kepercayaan	63
Tabel 3.2	Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan	64
Tabel 3.3	Uji Validitas Variabel Minat Beli	65
Tabel 3.4	Uji Reliabilitas Variabel	66
Tabel 3.5	Konsumen merasa nyaman saat menggunakan aplikasi KAI Access	67
Tabel 3.6	Konsumen merasa aman saat menggunakan aplikasi KAI Access	68
Tabel 3.7	Perusahaan Dapat Menjamin Keamanan Data Transaksi Saat Menggunakan Aplikasi KAI Access	69
Tabel 3.8	Perusahaan Mengamankan Transaksi Dari Segala Gangguan Saat Menggunakan Aplikasi KAI Access	69
Tabel 3.9	Perusahaan Memberikan Informasi yang Jujur pada Aplikasi KAI Access	70
Tabel 3.10	Perusahaan Memberikan Informasi yang Lengkap pada Aplikasi KAI Access	71
Tabel 3.11	Aplikasi KAI Access Mampu Memenuhi Kebutuhan Konsumen	72
Tabel 3.12	Rekapitulasi Jawaban Partisipan Perihal Variabel Kepercayaan	73
Tabel 3.13	Kategorisasi Variabel Kepercayaan	75
Tabel 3.14	Melakukan Interaksi dengan Aplikasi KAI Access Secara Jelas	75
Tabel 3.15	Melakukan Interaksi dengan Aplikasi KAI Access Secara Mudah	76
Tabel 3.16	Saya Tidak Banyak Menghabiskan Waktu untuk Melakukan Interaksi dengan Aplikasi KAI Access	77
Tabel 3.17	Saya Memahami Aplikasi KAI Access dengan Cepat	78
Tabel 3.18	Saya Hanya Melakukan Usaha yang Sedikit Saat Menggunakan Aplikasi KAI Access	78
Tabel 3.19	Saya Menggunakan Aplikasi KAI Access dengan Mudah	79

Tabel 3.20	Aplikasi KAI Access Memberikan Pelayanan Pemesanan Tiket Kereta Api yang Diinginkan Konsumen	80
Tabel 3.21	Rekapitulasi Jawaban Partisipan Perihal Variabel Kemudahan Penggunaan	81
Tabel 3.22	Kategorisasi Variabel Kemudahan Penggunaan	83
Tabel 3.23	Aplikasi KAI Access Memiliki Manfaat yang Menarik untuk Selalu Dipelajari	83
Tabel 3.24	Aplikasi KAI Access Menjadi Pertimbangan yang Utama Sebagai Aplikasi Untuk Membeli Tiket Kereta Api	84
Tabel 3.25	Selalu Menggunakan Aplikasi KAI Access untuk Membeli Tiket Kereta Api karena Menarik.....	85
Tabel 3.26	Saya Memiliki Keinginan Menggunakan Aplikasi KAI Access untuk Membeli Tiket Kereta Api.....	86
Tabel 3.27	Saya Memiliki Tiket Kereta Api yang Dipesan Melalui Aplikasi KAI Access	86
Tabel 3.28	Rekapitulasi Jawaban Partisipan Perihal Variabel Minat Beli.....	87
Tabel 3.29	Kategorisasi Variabel Minat Beli.....	89
Tabel 3.30	Hasil Pengujian Normalitas Data	90
Tabel 3.31	Hasil Uji Multikolinearitas	92
Tabel 3.32	Hasil Uji Autokorelasi	93
Tabel 3.33	Hasil Uji Korelasi Kepercayaan terhadap Minat Beli	95
Tabel 3.34	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli.....	96
Tabel 3.35	Hasil Uji Korelasi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli	99
Tabel 3.36	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli	100
Tabel 3.37	Hasil Uji Korelasi Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli	103
Tabel 3.38	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli	104
Tabel 3.39	Uji F Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jenis Tiket yang Sering Dibeli Secara Daring.....	4
Gambar 1.2	Perbandingan Online Ticket dengan In-Store Ticketing.....	5
Gambar 1.3	Beberapa Kelebihan Membeli Tiket Secara Online	5
Gambar 1.4	Gambar Nilai, Ulasan, dan Rating Konsumen Mengenai KAI Access melalui App Store (Apple) Tahun 2020.....	11
Gambar 1.5	Gambar Nilai, Ulasan, dan Rating Konsumen Mengenai KAI Access melalui Play Store (Android) Tahun 2020	12
Gambar 1.6	Kerangka Berfikir	31
Gambar 1.7	Kurva Uji t (one tail).....	41
Gambar 1.8	Kurva Uji F.....	42
Gambar 2.1	Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	47
Gambar 2.2	Daerah Operasional (Daop) Pulau Jawa	48
Gambar 2.3	Wilayah Divisi Operasional (Divre) Pulau Sumatera.....	48
Gambar 2.4	Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 4 Semarang.....	49
Gambar 2.5	Tampilan KAI Access pada Play Store.....	50
Gambar 3.1	Grafik Histogram	91
Gambar 3.2	Grafik Probability Plot Uji Normalitas	91
Gambar 3.3	Grafik Scatterplot Pengujian Heterokedastisitas	94
Gambar 3.4	Pengujian Hipotesis dengan t-test Variabel Kepercayaan terhadap Minat Beli	98
Gambar 3.5	Pengujian Hipotesis dengan t-test Variabel Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli.....	102
Gambar 3.6	Pengujian Hipotesis dengan F-test Variabel Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	118
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	119
Lampiran 3. Tabel Induk.....	123
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	129
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	130
Lampiran 6. Uji Korelasi dan Determinasi	131
Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	132
Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	133
Lampiran 9. Hasil Uji F	133
Lampiran 10. Tabel r.....	134
Lampiran 11. Tabel t.....	136
Lampiran 12. Tabel F.....	138