

INTISARI

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI KAI ACCESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KERETA API

(Studi Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta Pengguna
Aplikasi KAI Access)

Oleh
Ellita Faustin Khoirunnisa
192304011

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kemudahan penggunaan aplikasi KAI Access secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta Pengguna Aplikasi KAI Access. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *google form*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Jumlah responden sebanyak 360. Hasil penelitian menunjukkan jika variabel yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta Pengguna Aplikasi KAI Access dengan nilai t hitung sebesar $2,708 > t$ tabel sebesar $1,966$ dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta Pengguna Aplikasi KAI Access dengan nilai t hitung sebesar $6,392 > t$ tabel sebesar $1,966$ dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta Pengguna Aplikasi KAI Access dengan nilai t hitung sebesar $12,378 > t$ tabel sebesar $1,966$ dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Harga, promosi, dan kemudahan penggunaan aplikasi KAI Access berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api dengan F hitung sebesar $240,684 > F$ tabel sebesar $2,630$ dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Kemudahan Penggunaan, Keputusan Pembeli.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION, AND EASE OF USE OF THE KAI ACCESS APPLICATION ON TRAIN TICKET PURCHASING DECISIONS

*(Student Study of General Achmad Yani University Yogyakarta KAI Access
Application Users)*

By

Ellita Faustin Khoirunnisa

192304011

This study aims to determine the effect of price, promotion, and ease of use of the KAI Access application partially and simultaneously on the decision to purchase train tickets for students of Jenderal Achmad Yani University Yogyakarta KAI Access Application Users. This research method uses quantitative research. The sampling technique is using purposive sampling. The data collection technique used a questionnaire via google form. The data analysis techniques used are descriptive analysis, instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing using the SPSS 25 application. The number of respondents was 360. The results showed that if the variable, namely price, has a positive and significant effect on the decision to purchase train tickets for General Achmad Yani Yogyakarta University Students who use the KAI Access Application with a t value of $2.708 > t$ table of 1.966 and a sig. value of $0.000 < 0.05$. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions for train tickets for General Achmad Yani Yogyakarta University Students who use the KAI Access Application with a t value of $6.392 > t$ table of 1.966 and a sig. value of $0.000 < 0.05$. Ease of use has a positive and significant effect on purchasing decisions for train tickets for students of Jenderal Achmad Yani University Yogyakarta who use the KAI Access application with a t value of $12.378 > t$ table of 1.966 and a sig. value of $0.000 < 0.05$. Price, promotion, and ease of use of the KAI Access application have a positive and significant effect simultaneously on the decision to purchase train tickets with F count of $240.684 > F$ table of 2.630 and sig. value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Price, Promotion, Ease of Use, Buyer Decisions