

Analysis Perceived Ease of Use, Electronic Service Quality on Purchasing Decisions of Busway Electronic Money Card On Vending Machine

Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Uang Elektronik Busway Pada Vending Machine

Anissa Fitria Damayanti^{1*}, Kokom Komariah², Faizal Mulia Z³

Universitas Muhammadiyah Sukabumi^{1,2,3}

anissafitriad@gmail.com*

*Corresponding Author

ABSTRACT

The development of the era of globalization has brought changes to various modern things, one of which is the means of transportation. One of the trips using public transportation that is of great interest to the public is the Transjakarta Bus, which is generally called Busway transportation, PT Transjakarta has eliminated top-up counters and electronic money card purchases at all busway stops. Electronic money cards are used as transjakarta bus tickets to make it easier for consumers to top up busway electronic money cards and purchase cards independently without officers at several Transjakarta bus stops installed vending machines. The purpose of this study is to learn about perceived ease of use and quality of electronic services on card purchasing decisions and busway electronic money card refills on vending machines. Variabels used in this study are perceived Ease of use, e-service quality as independent, and purchasing decisions as choice variables. The method used in this research is called the quantitative method. The variables used in this study are perceived Ease of use and quality of electronic services as independent variables, purchasing decisions as the dependent variable. The method used in this study is a quantitative method. There are a lot of samples in this study. There were around 400 responses to the survey in this study. In this survey, there were around 400 respondents who used a bus, sampling using the purposive sample method. The Researchers use multiple linear regression techniques with SPSS version 26 data processing applications. The results of this study are that there is a positive and significant influence between ease of use on purchasing decisions and there is a positive and significant influence between the quality of electronic services on purchasing decisions on cards and refills. busway e-money card on vending machine.

Keywords : ease of use, vending machine, quality of electronic services, purchasing decisions.

ABSTRAK

Perkembangan era globalisasi telah membawa perubahan berbagai hal yang mengalami modern, salah satunya yaitu sarana transportasi, Salah satu perjalanan menggunakan transportasi umum yang banyak di minati masyarakat yaitu Bus Transjakarta yang pada umumnya di sebut Busway transportasi PT Transjakarta melakukan kebijakan pembelian kartu uang elektronik dan penghilangan layanan loket isi ulang di seluruh halte busway. kartu uang elektronik busway dan pembelian kartu secara mandiri tanpa petugas di beberapa halte transjakarta di pasang vending machine untuk memberikan kemudahan konsumen melakukan isi ulang kartu uang elektronik busway dan pembelian kartu secara mandiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari tentang pengaruh Persepsi Kemudahan penggunaan, Kualitas layanan elektronik terhadap keputusan pembelian kartu dan isi ulang kartu uang elektronik busway pada vending machine. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan elektronik sebagai variabel independen, dan keputusan pembelian sebagai variabel pilihan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini disebut metode kuantitatif. Dalam survei ini, ada sekitar 400 responden pengguna Bus transjakarta pengambilan sampel menggunakan metode purposive sample. Peneliti menggunakan regresi linear berganda teknik dengan SPSS versi 26 aplikasi pengolahan data. Hasil dari penelitian ini ialah adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas layanan elektronik terhadap keputusan pembelian pada kartu dan isi ulang kartu uang elektronik busway pada vending machine

Kata Kunci : kemudahan pengguna, vending machine, kualitas layanan elektronik, keputusan pembelian.

1. Pendahuluan

Pada akhir Tahun 2019 terdapat penyakit virus corona pada umumnya di sebut virus Covid-19 yang pertama kali muncul di kota Wuhan. Virus ini telah menyebar di seluruh Dunia termasuk Indonesia pada sekitar bulan Maret 2020, Sehingga menjadi tahun yang sulit menghambat semua aktivitas terganggu dan berubah. transportasi adalah salah satu sektor yang terkena pandemic di Indonesia..

Perkembangan zaman dan era globalisasi telah membawa perubahan berbagai hal yang mengalami modern, salah satu nya yaitu sarana transportasi, transportasi memiliki hal yang penting untuk kebutuhan primer dalam kegiatan aktivitas sehari-hari khususnya yang memerlukan perjalanan khususnya pada masa ini (Sylvira Ananda Azwar & Yusuf Abdurrohman, 2021). karena Penyebaran virus covid 19 harus di waspadai oleh semua orang terutama bagi orang yang sering menggunakan transportasi umum kemungkinan besar akan bersentuhan dengan orang yang tidak diketahui kebersihannya dan semakin banyak nya pilihan layanan transportasi, membuat masyarakat memilih transportasi yang lebih efektif untuk dirinya sendiri.

Demi mencegah penyebaran virus covid-19, pandemi juga mengubah pola bekerja seseorang dengan kemudahan penggunaan sebuah sistem tersebut dengan menggunakan web dan layanan lainnya (Robertus Rony Setiawan, 2020). Seperti layanan *vending machine* dengan kualitas elektronik yang mempermudah konsumen untuk bisa membeli atau bertransaksi secara cepat dan aman.

. PT Transjakarta melakukan kebijakan pembelian kartu uang elektronik dan penghilangan layanan loket isi ulang di seluruh halte busway kartu uang elektronik di gunakan sebagai tiket bus transjakarta guna memberikan kemudahan konsumen melakukan isi ulang kartu uang elektronik busway dan pembelian kartu secara mandiri tanpa petugas di beberapa halte transjakarta di pasang *vending machine* dan pembatasan jumlah penumpang untuk pencegahan penyebaran virus covid 19.

Saat ini kemajuan sistem pembayaran Transjakarta mampu merubah uang tunai dengan kartu uang elektronik untuk mempermudah pelayanan secara efektif dan efisien. Maka dari itu Keputusan pembelian sangat penting untuk dapat mencapai suatu keinginan konsumen tentunya harus memiliki hal menariik untuk mendapatkan perhatian dari konsumen (Rostianto, 2019).

Dalam *vending machine* ini mesin isi ulang kartu elektronik bisa mempermudah penggunaan kartu untuk bisa mengecek saldo , *top up* , isi ulang saldo, dan bisa membeli kartu terbitan JAKLINGKO yaitu BRI mengeluarkan *Brizzi* , BNI dengan *Tap Cash*, dan Mandiri *E-Money*. bisa juga melakukan pengisian ulang saldo dengan uang tunai, *e-wallet* (shope pay, ovo, gopay, dan link aja) tetapi uang tunai harus dengan kondisi yang baik tidak kusut atau tidak sobek, namun *vending machine* masih memiliki kekurangan dalam nominal saat melakukan pembayaran dengan uang pecahan Rp10.000, Rp 20.000, Rp 50.000, Rp 100.000 jadi pengguna harus mempersiapkan terlebih dahulu uang pecahannya karena mesin ini tidak menyediakan uang kembalian (Gata, 2021).

Tabel 1 Data penumpang Transjakarta

KORIDOR atau RUTE	JUMLAH PENUMPANG TRANSJAKARTA	
	2019	2020
Rute 1 Blok M-Kota)	28.703.262	13.114.712
Rute 2 (pulo gadung-Harmoni)	9.569.953	4.788.613
Rute 3 (kalideres - Pasar Baru)	12.809.507	6.685.591
Rute 4 (p.gadung 2- Dukuh atas)	9.221.017	4.103.583
Rute 5 (Kp.Melayu- Ancol)	12.329.691	5.959.530
Rute 6 (Ragunan-Dukuh atas 2)	12.051.594	5.526.020
Rute 7 (Kp.Rambutan-Kp.melayu)	11.558.274	5.330.683
Rute 8(lebak Bulus-harmoni)	12.504.656	6.288.549
Rute 9 (Pinang Ranti- Pluit)	17.527.958	9.525.362
Rute 10(PGC 2 - Tanjung priuk)	9.960.874	5.545.169
Rute 11 (Kp.Melayu-Pulo Gebang)	3.875.702	2.04 0.909
Rute 12 (Penjarangan- Tanjung priuk)	3.012.110	1.898.532
Rute 13 (Puri Beta – Tendra)	8.825.641	4.289.675
JUMLAH	142.729.222	74.663.148

Sumber : (BPS Provinsi DKI Jakarta, n.d.), Diolah penulis 2022

Pada table 1 di atas menunjukkan bahwa jumlah penumpang Transjakarta di setiap koridor menurun di tahun ini disebabkan karena adanya pandemi. Hal ini kurangnya pencapaian target pada kenaikan penggunaan transjakarta dalam hal itu PT Transjakarta menyediakan teknologi *vending machine* untuk pencegahan penularan virus covid 19 dan pengguna lebih mudah bertransaksi. Menurut BUMD PT Transjakarta sudah mengalami peningkatan pada tahun 2021 dengan jumlah pengguna Busway 237.000 orang perhari yang meningkat cukup tinggi dan jika di hitung pertahun maka jumlah pengguna busway 866.505.000 hal ini cukup baik dimana hampir 50% sudah tercapai di awal bulan desember 2021. Berdasarkan fenomena di atas penulis menyimpulkan bahwa keputusan pembelian kartu dan pengisian uang elektronik busway pada vending machine memiliki kemantapan sebuah produk atau jasa dengan layanan terbaru di duga membuat pengguna lebih mudah bertransaksi melalui vending machine karena adanya ketersediaan sistem layanan yang terbaik.

2. Tinjauan Pustaka

Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan yaitu keyakinan individu bahwa menggunakan informasi sistem tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang sangat besar pada saat digunakan. Definisi lain dikemukakan oleh *Perceived ease of use has also been found as antecedent to technological* (Mustapha & Obid, 2015) yang merupakan kemudahan penggunaan yang di rasakan adalah sejauh mana faktor teknologi lebih mudah seperti jika layanan isi ulang saldo menggunakan pembayaran dengan sistem elektronik mudah dan tidak terlalu rumit karena layanan nya berkualitas kemungkinan besar sistem tersebut banyak di minati dan di gunakan oleh calon pengguna. Kemudahan penggunaan yang di rasakan sejauh mana pengadopsian potensial memandang penggunaan teknologi target menjadi relatif bebas. Kemudahan penggunaan faktor yang relevan untuk mempermudah kegunaan sistem tersebut dan dapat menentukan sikap seseorang terhadap kepercayaan penerimaan pengguna terhadap sebuah sistem. Persepsi kemudahan penggunaan sebagaimana seseorang percaya bahwa menggunakan layanan tersebut akan memberikan layanan termudah. (Novital, 2020) dimensi *Perceived Ease of use* yaitu *Easy understand, Easy to use, Easeir transactions, dan Easy to learn* (Setiawan, Maggie & Setyawati, 2020).

Kualitas layanan elektronik

kualitas layanan elektronik Menurut (Wadjdi & Djamin, 2021) "*Kualitas layanan elektronik is one model of Service Quality. Kualitas layanan elektronik can be defined as the quality of service based on electronic media*". Peneliti memahami bahwa kualitas layanan mempunyai satu model yaitu kualitas layanan elektronik di pengaruhi oleh situs web seperti pembayaran secara online, pembayaran menggunakan kartu uang elektronik, transaksi dengan mesin elektronik, dan pembelian yang secara efektif dan efisien. konsumen akan mengonsumsi kualitas layanan jika konsumen sudah mempunyai ketertarikan terhadap transaksi pembelian menggunakan kualitas layanan elektronik yang diwujudkan oleh pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi dan mengungguli harapan konsumen. Menurut (Wadjdi & Djamin, 2021) Kualitas layanan elektronik : *Efficiency, Fulfiment, System Availability* dan *Privacy*

Keputusan pembelian

Menurut (philip Kotler, 2016) mendefinisikan keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yang membeli barang, jasa, atau layanan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen dalam keputusan pembelian. Sedangkan Menurut (Kusnanto & Oktaviani, Riska ayu, 2020) mengemukakan bahwa keputusan pembelian yaitu bagian dari perilaku suatu pembelian barang, jasa, untuk memenuhi keinginan dan kebutuhann konsumen. Menurut (Kusnanto & Oktaviani, Riska ayu, 2020) dimensi keputusan pembelian yaitu :

1. pilihan produk : keunggulan dari sebuah produk
2. Pilihan merek : pilihan merek yang terbaik untuk konsumen ilihan penyalur : dengan harga yang murah membuat konsumen tertarik
3. Jumlah pembeli : orang yang meminta atau menginginkan suatu persediaan barang atau jasa
4. Waktu pembelian : pertimbangan kondisi di saat ingin membeli seesuatu
5. Metode pembayaran : tranksaksi pembayaran baik berupa tunai attau non tunai

3. Metode Penelitian

Hasil penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik metode *purposive sample* pada penelitian ini sebanyak 400 responden pengguna bus transjakarta Dalam memperoleh data dilakukan melalui pembuatan kuesioner yang dibagikan secara online melalui *Google Form*. dan Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

4. Hasil dan Pemabahasan

Dalam Penelitian ini pengolahan data dibantu oleh *Software SPSS 26*, Adapun hasil pengolahan data sebagai berikut :

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.490	1.559		4.164	.000
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,071	0,062	0,062	1.153	.249
	Kualitas Layanan Elektronik	0,561	0,042	0,718	13.421	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan regresi, maka diperoleh nilai $b_1 = 0.071$ dan $b_2 = 0.561$ sedangkan nilai $a = 6.490$. kemudian nilai tersebut diatas dimasukan kedalam persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 6.490 + 0.071 X_1 + 0.561 X_2$$

Arti persamaan diatas ialah :

1. Nilai konstanta sebesar $a = 6.490$ menyatakan bahwa jika nilai kemudahan pengguna dan kualitas pelayanan elektronik tidak ada perubahan atau sama dengan nol, maka nilai variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 6.490.
2. Koefisien regresi variabel kemudahan pengguna sebesar $b_1 = 0.071$ menyatakan adanya pengaruh positif, artinya setiap peningkatan kemudahan penggunaan sebesar satu satuan, maka hal tersebut akan mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian sebesar 0.071.
3. Koefisien regresi variabel kualitas layanan elektronik sebesar $b_2 = 0.561$ menyatakan adanya pengaruh positif, artinya setiap peningkatan kualitas layanan elektronik sebesar satu satuan, maka hal tersebut akan mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian sebesar 0.561.

Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji-F)

Tabel 3. Uji F

ANOVA						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13577.492	2	6788.746	286.155	.000 ^b
	Residual	9418.418	397	23.724		
	Total	22995.910	399			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN

Berdasarkan data dari tabel 3 perhitungan diatas didapatkan hasil Fhitung variabel kemudahan pengguna (X_1) dan Kualitas layanan elektronik (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 286,155. Nilai Fhitung tersebut dibandingkan dengan nilai Ftabel tersebut diperoleh angka Ftabel sebesar 3,86. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

1. Apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ hasil signifikan.
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ hasil tidak signifikan

Maka dapat disimpulkan, nilai dari $F_{hitung} 286,155 \geq F_{tabel}$ yaitu 3,86. hasil tersebut bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima yang artinya kemudahan pengguna dan Kualitas layanan elektronik terhadap mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan

pembelian.

Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)

Tabel 4. UJI T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	6.490	1.559		4.164	.000
	PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.071	.062	.062	1.153	.249
	KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK	.561	.042	.718	13.421	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Mengacu hasil uji diatas, dapat dijabarkan hasil sebagai berikut :

1. Berdasarkan dari data tabel perhitungan diatas didapatkan hasil $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (1.153 > 1,65). Nilai signifikasi yaitu $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian kartu uang elektronik busway.
2. Berdasarkan dari data tabel perhitungan diatas didapatkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ (13,421 > 1,65). Nilai signifikasi yaitu $0,000 < 0,000$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas layanan elektronik terhadap keputusan pembelian.

5. Penutup

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil dari penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemudahan pengguna terhadap keputusan pembelian pada kartu dan isi ulang kartu uang elektronik busway pada vending machine. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} .
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan elektronik terhadap keputusan pembelian pada kartu dan isi ulang kartu uang elektronik busway pada vending machine. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} .

Saran

Penelitian ini diharapkan dapat meringankan perusahaan dalam memecahkan masalah sebagai masukan yang bermanfaat serta berguna untuk kelangsungan hidup perusahaan serta bisa dijadikan landasan sebagai sumber informasi positif bagi perusahaan agar dapat mengetahui metode yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian, Mengacu pada hal ini perlu adanya peningkatan terhadap layanan metode pembayaran dengan vending machine sehingga konsumen tidak merasa kesulitan dan lebih efisien menggunakannya, di perbaiki sistem vending machine nya sehingga pengguna akan merasa senang terhadap segala layanan metode pembayaran pada vending machine.

Daftar Pustaka

BPS Provinsi DKI Jakarta. (n.d.). *Jumlah Penumpang dan Pendapatan Trans Jakarta menurut Koridor/Rute 2019-2020*. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/17/812/1/jumlah-penumpang-dan-pendapatan-trans-jakarta-menurut-koridor-rute.html>

- Gata, W. (2021). *Penerapan Konsep Finite State Automata Pada Vending Machine Dalam Pembelian Kartu E-Money Semua Bank Konvensional*. 5(2), 86–90.
- Kusnanto, D., & Oktaviani, Riska ayu, R. (2020). Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 40. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.912>
- Mustapha, B., & Obid, S. N. B. S. (2018). Tax Service Quality: The Mediating Effect of Perceived Ease of Use of the Online Tax System. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 2–9. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.328>
- Novita Aprilya Lestarie et al. (2020). *Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Pembelian*. 13(02), 194–200.
- Pelealu, D. R. (2021). *Analisis Customer Loyalty yang Diprediksi Oleh Servqual, Service Innovation dan Brand Image Melalui Customer Satisfaction*. 10(2016), 141–156.
- Robertus Rony Setiawan. (2020). *gaya hidup pandemi covid 19*. <https://www.alinea.id/gaya-hidup/pandemi-covid-19->
- Rostianto, M. M. E.-M., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2019). Daya Tarik Testimonial di Sosial Media dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1), 8–14. <https://doi.org/10.31539/costing.v3i1.551>
- Setiawan, Maggie & Setyawati, C. Y. (2020). To Use Mobile Payment : Attitude Toward Using As. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(1), 18–32.
- Sylvira Ananda Azwar, & Yusuf Abdurrohman. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Gerakan Transportasi Di Jabodetabek. *Logistik*, 14(1), 27–36. <https://doi.org/10.21009/logistik.v14i1.20498>
- Wadjdi, F., & Djamin, Z. (2021). The Relationship between E-Service Quality and Ease of Use on Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Performance Mediating by Brand Image. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 21(4), 9–19. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2021/v21i430367>