

ABSTRAK

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN, DAN KUALITAS LAYANAN APLIKASI TERHADAP MINAT BELI ULANG TIKET ONLINE MELALUI APLIKASI ACCESS BY KAI

Titus Widiyanto
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1). pengaruh secara simultan kemudahan penggunaan, keamanan dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang, (2). pengaruh secara parsial kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang, (3). pengaruh secara parsial keamanan terhadap minat beli ulang, (4). Pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap minat beli ulang. Populasi pada penelitian ini merupakan pengguna aplikasi *Access by KAI* yang telah menggunakan setidaknya dua kali. Sampel dari penelitian ini sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis dengan *software* SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kemudahan penggunaan, keamanan, kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang, (2) kemudahan penggunaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, (3) keamanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, (4) kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: kemudahan penggunaan, keamanan, kualitas layanan, dan minat beli ulang.

ABSTRACT

***THE EFFECT OF EASE OF USE, SECURITY, SERVICE QUALITY OF
THE APPLICATION ON THE INTEREST IN REPEAT
PURCHASE OF ONLINE TICKETS THROUGH
ACCESS BY KAI APPLICATION***

Titus Widiyanto
Management Study Program, Faculty of Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2025

This study aims to determine: (1) the simultaneous effect of ease of use, security, and service quality on repurchase intention, (2) the partial effect of ease of use on repurchase intention, (3) the partial effect of security on repurchase intention, and (4) the partial effect of service quality on repurchase intention. The population of this study consists of users of the Access by KAI application who have used it at least twice. The sample size for this study is 96 respondents. The sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling. Data analysis techniques include descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing using SPSS 20 software. The results of this study indicate that: (1) ease of use, security, and service quality simultaneously influence repurchase intention, (2) ease of use does not partially influence repurchase intention, (3) security does not partially influence repurchase intention, (4) service quality partially influences repurchase intention.

Keywords: *ease of use, security, service quality, and repurchase intention.*