

ABSTRAK

Kereta api merupakan salah satu transportasi umum yang ada di Indonesia. Perkeretaapian Indonesia dikelola oleh suatu Badan Usaha Milik Negara yang bertugas pada bidang perkeretaapian yaitu PT Kereta Api Indonesia (persero) yang dimana menyediakan, mengurus serta mengatur jasa angkutan kereta api di Indonesia. Berdasarkan data yang diambil dari dokumen *Company Profile* PT KAI, jumlah penumpang dari tahun 2016 sampai 2018 terhitung meningkat untuk setiap tahunnya. Banyaknya peminat pengguna kereta api, pada bulan September 2014, PT. KAI membuka layanan pembelian tiket kereta api secara *online* berbasis *mobile* dengan aplikasi KAI Access. Seiring berkembangnya teknologi, *Online Travel Agent* seperti; Traveloka dan Tiket.com juga menyediakan layanan pembelian tiket kereta api secara *online*. Namun, semakin banyak *Online Travel Agent* menyediakan layanan pemesanan tiket kereta api secara *online*, KAI Access mulai tersaingi. Berdasarkan data penilaian dari Play Store, KAI Access berada pada tingkat 2,7 dari 5 pada tanggal 28 Maret 2020 dengan jumlah pengunduh sebanyak 119.756 orang. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi yang berfokus pada konsumen menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Analisis dilakukan dengan membandingkan hasil perhitungan dari penilaian KAI Access dengan dua aplikasi yang dipilih yaitu Traveloka dan Tiket.com. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan ke pengguna aplikasi untuk memesan tiket kereta api secara *online* yang ada di Pulau Jawa. Data kuesioner dianalisis menggunakan *software* Smart PLS 3.3.2. Hasil dari penelitian ini berupa dokumen rekomendasi yang dapat digunakan sebagai acuan perbaikan layanan aplikasi KAI Access dan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

Kata Kunci : KAI Access, Tiket *Online*, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), *Online Travel Agent*.