

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel kemanfaatan yang dipersepsikan, kemudahan yang dipersepsikan dan resiko terhadap minat pembelian serta minat pembelian terhadap keputusan penggunaan *e-ticketting*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 110 responden yang pernah menggunakan *e-ticketting*. Metode pemilihan sampel dalam penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Data dianalisis dengan analisis regresi berganda dan regresi sederhana. Hasil penelitian regresi berganda menunjukkan bahwa kemanfaatan yang dipersepsikan dan kemudahan yang dipersepsikan berpengaruh positif terhadap minat pembelian, sedangkan resiko yang dipersepsikan berpengaruh negatif terhadap minat pembelian. Hasil penelitian regresi sederhana menunjukkan bahwa minat pembelian berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-ticketting*.

Kata kunci : kemanfaatan yang dipersepsikan, kemudahan yang dipersepsikan, resiko yang dipersepsikan, minat pembelian dan keputusan penggunaan.

## SUMMARY

*The purpose of this study is to identify and analyze the effect of variable perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, interest of use, and decision of use. The sample in this study is 110 respondents are the customer of PT KAI who have purchased e-ticketing before. Purposive sampling method used in the determination of the sample. Data was analyze using multiple regression analysis and simple regression analysis. Multiple regression analysis shows that perceived usefulness and perceived ease of use, affect positively on interest of use. While perceived risk is shown affect negatively on interest of use. The result of simple regression shows interest of use partly affect positively decision of use.*

*Keywords : perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, interest of use, decision of use*