

## INTISARI

Sebanyak 5 juta penduduk diperkirakan bepergian dari dan menuju Jakarta sehari-harinya. Angka tersebut menunjukkan kepadatan Jakarta sebagai pusat perekonomian Indonesia. Kepadatan Jakarta juga diperparah dengan angka pertumbuhan jumlah kendaraan pribadi yang tinggi serta kondisi jalan yang tidak mendukung. Hal ini mendorong pemerintah untuk memperkenalkan transportasi umum alternatif *Mass Rapid Transit* (MRT) Jakarta pada Maret 2019 lalu. Untuk memastikan *sustainability* dari MRT Jakarta, perlu diketahui faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat agar beralih menggunakan MRT Jakarta ke depannya. Oleh karenanya, penelitian ini dilakukan dengan tujuan: (1) untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat berperilaku masyarakat dalam penggunaan MRT Jakarta, dan (2) untuk membuat dan memvalidasi model konseptual niat berperilaku masyarakat dalam penggunaan MRT Jakarta.

Penelitian ini menggunakan data dari sebanyak 234 responden berusia di atas 17 tahun, berdomisili di area Jabodetabek, dan sehari-harinya melakukan perjalanan di DKI Jakarta baik karena pekerjaan maupun pendidikan yang terkumpul melalui kuesioner yang disebar secara daring. Data tersebut diuji terhadap *initial model* yang diajukan pada penelitian ini dengan menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan *software* JASP.

Faktor-faktor yang mempengaruhi niat berperilaku masyarakat dalam penggunaan MRT Jakarta telah diidentifikasi dan diuji dalam penelitian ini. Dari ke-13 hubungan regresi yang diestimasi, 6 di antaranya terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan yakni: (1) kualitas pelayanan terhadap nilai keuntungan, (2) kualitas pelayanan terhadap kepuasan, (3) keterlibatan terhadap niat berperilaku, (4) pengaruh eksternal terhadap kepercayaan, (5), kepercayaan terhadap sikap, serta (6) sikap terhadap niat berperilaku. Model konseptual niat berperilaku masyarakat dalam penggunaan MRT di negara berkembang khususnya Indonesia ini juga telah divalidasi berdasarkan nilai *model fit indices* di antaranya *Normed Chi Square*, RMR, dan SRMR.

**Kata Kunci:** MRT Jakarta, Transportasi Umum, Niat Berperilaku, SEM

## ABSTRACT

Five million people are estimated to commute from and to Jakarta on a daily basis. It illustrates Jakarta's density as Indonesia's center of economy. High number of private vehicle ownership and poor condition of Jakarta's road only worsen this condition. This led the government to introduce a public transportation alternative, Mass Rapid Transit (MRT) Jakarta, in March 2019. To ensure the sustainability of MRT Jakarta, it is felt that there is a need to identify the factors which would affect people to switch to using MRT in the future. Thus, this research is carried out based on these objectives: (1) to identify factors affecting people's behavioral intention to use MRT Jakarta and (2) to develop and validate a conceptual model to predict people's behavioral intention to use MRT Jakarta.

This research gathered data of 234 respondents aged above 17 years old residing in the Greater Jakarta area (Jabodetabek) who travel to DKI Jakarta on a daily basis due to their job/education from an online survey. Collected data was then tested against the proposed initial model in this research using Structural Equation Modelling (SEM) method in JASP.

Factors affecting people's behavioral intention to use MRT Jakarta have been identified and tested in this research. Out of the 13 estimated regression relationships, 6 of them were proved to have a positive and significant relationship, they are: (1) service quality towards perceived value, (2) service quality towards satisfaction, (3) involvement towards behavioral intention, (4) external influence towards trust, (5) trust towards attitude, and (6) attitude towards behavioral intention. Conceptual model of people's behavioral intention to use MRT in a developing country specifically Indonesia were further validated by assessing the result of model fit indices such as Normed Chi Square, RMR, and SRMR.

**Keywords:** MRT Jakarta, Public Transportation, Behavioral Intention, SEM