



Pengaruh Pu dan Peu terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Travel Digital Oleh Wisatawan Senior di Bandung

Sevi Anggraeni^{1*}, Rahmat Priyanto¹

^{1,2} STP ARS Internasional Bandung Jl. Terusan Sekolah No.1, -2, Cicaheum, Kec Kiaracondong, Kota Bandung, Jawa Barat Indonesia 40282

* Penulis Korespondensi: sevianggraeni119@email.com

Abstract. *The study also emphasizes the growing role of technology in enhancing the travel experience for senior citizens. With the rapid digitalization of various industries, including the travel sector, the elderly population is increasingly using mobile applications to plan and book trips. However, older adults often face challenges in adapting to new technologies due to physical, cognitive, or sensory limitations. This study's results underscore the importance of addressing these barriers in the design of travel applications for seniors. The ease of use and perceived usefulness of these applications are not just about functional features but also about how accessible and user-friendly the design is for older users. In addition to the perceived usefulness and ease of use, it is essential for developers to consider the specific needs and preferences of senior travelers, such as larger fonts, clear navigation, and easy-to-understand instructions. Ensuring that these features are incorporated can greatly enhance the adoption of travel applications among the elderly and improve their overall experience. The findings also suggest that fostering trust and confidence in technology among older users can increase their willingness to engage with digital platforms. Furthermore, future research could explore how other factors, such as social influence or experience with technology, interact with perceived ease of use and perceived usefulness to further explain seniors' behavioral intentions toward digital travel applications. By addressing these factors, developers can create more inclusive and accessible services that cater to an aging population. As the digital landscape continues to evolve, it is crucial to ensure that seniors are not left behind, and that they can enjoy the same convenience and benefits that digital travel services offer to younger generations.*

Keywords: *Behavioral Intention; functional features; Perceived Usefulness; Senior Tourists*

Abstrak. Studi ini juga menekankan semakin besarnya peran teknologi dalam meningkatkan pengalaman perjalanan bagi lansia. Dengan pesatnya digitalisasi di berbagai industri, termasuk sektor perjalanan, populasi lansia semakin banyak menggunakan aplikasi seluler untuk merencanakan dan memesan perjalanan. Namun, lansia seringkali menghadapi tantangan dalam beradaptasi dengan teknologi baru karena keterbatasan fisik, kognitif, atau sensorik. Hasil studi ini menggarisbawahi pentingnya mengatasi hambatan-hambatan ini dalam perancangan aplikasi perjalanan untuk lansia. Kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat aplikasi ini bukan hanya tentang fitur fungsional, tetapi juga tentang seberapa mudah diakses dan ramah pengguna desainnya bagi pengguna lansia. Selain persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, penting bagi pengembang untuk mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi spesifik wisatawan lansia, seperti font yang lebih besar, navigasi yang jelas, dan instruksi yang mudah dipahami. Memastikan bahwa fitur-fitur ini terintegrasi dapat secara signifikan meningkatkan adopsi aplikasi perjalanan di kalangan lansia dan meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan. Temuan ini juga menunjukkan bahwa menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan terhadap teknologi di kalangan pengguna lansia dapat meningkatkan keinginan mereka untuk terlibat dengan platform digital. Lebih lanjut, penelitian di masa mendatang dapat mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor lain, seperti pengaruh sosial atau pengalaman dengan teknologi, berinteraksi dengan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan untuk lebih menjelaskan niat perilaku lansia terhadap aplikasi perjalanan digital. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, pengembang dapat menciptakan layanan yang lebih inklusif dan mudah diakses yang melayani populasi lansia. Seiring dengan terus berkembangnya lanskap digital, penting untuk memastikan bahwa lansia tidak tertinggal, dan mereka dapat menikmati kemudahan dan manfaat yang sama seperti yang ditawarkan layanan perjalanan digital kepada generasi muda.

Kata kunci: fitur fungsional; Niat Perilaku; Persepsi kegunaan, Wisatawan Lansia

1. LATAR BELAKANG

Indonesia adalah negara dengan potensi pariwisata yang sangat besar dan tersebar luas di berbagai wilayah, baik dari aspek wisata alam, sejarah, budaya, hingga kuliner. Potensi ini menjadi salah satu pilar penting dalam pembangunan nasional, terutama dalam meningkatkan devisa negara dan pemerataan kesejahteraan masyarakat (Githa et al., 2024). Sektor pariwisata juga memiliki andil dalam pelestarian budaya lokal serta pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan destinasi wisata dan ekonomi kreatif berbasis komunitas (Apriyanti & Hatmoko, 2024).

Perkembangan teknologi digital membawa pada perubahan signifikan dalam industri pariwisata, di mana masyarakat kini lebih banyak memanfaatkan teknologi dalam merencanakan dan menjalankan kegiatan wisata (Soraya et al., 2023). Aplikasi digital seperti Traveloka, Tiket.com, dan Pegipegi memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan tiket, hotel, serta aktivitas wisata lainnya secara *real-time*, cepat, dan terintegrasi dalam satu platform (Wardani et al., 2025). Keunggulan dari aplikasi digital travel meliputi efisiensi waktu, transparansi harga, personalisasi rekomendasi, serta kenyamanan transaksi yang didukung oleh integrasi sistem pembayaran elektronik (Sudira & Rachman, 2021).

Perubahan perilaku wisatawan yang sebelumnya bergantung pada biro perjalanan konvensional kini telah bergeser ke penggunaan aplikasi digital yang lebih fleksibel dan mandiri (Kurniawan, 2020). Namun, kemajuan teknologi ini belum sepenuhnya diikuti oleh kelompok lansia, karena sebagian besar dari mereka masih kesulitan dalam mengakses dan memahami penggunaan aplikasi digital (Sarbani et al., 2024).

Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), hanya 8,83% penduduk berusia di atas 50 tahun yang aktif menggunakan internet, menunjukkan adanya kesenjangan digital antar generasi (Aristayudha et al., 2024). Kota Bandung termasuk ke dalam kota besar di Indonesia memiliki jumlah lansia yang cukup besar. Berdasarkan data BPS (2024), mayoritas lansia di Kota Bandung termasuk dalam kategori lansia muda (60–69 tahun) sebanyak 64,20%, yang masih aktif secara sosial dan fisik.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ada peluang besar untuk meningkatkan penggunaan aplikasi perjalanan digital di kalangan lansia, terutama apabila hambatan dalam literasi digital dan penggunaan teknologi dapat diatasi (Widowati et al. (2022)). Fenomena ini dianalisis menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989). Model tersebut menjelaskan bahwa minat individu dalam memanfaatkan

teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* (Davis & Granić, 2024).

Perceived Usefulness (PU) merupakan pandangan pengguna terhadap kapabilitas suatu aplikasi dapat meningkatkan efektivitas dan produktivitas ketika digunakan untuk berbagai kegiatan, termasuk merencanakan perjalanan (Wilson 2019). Dalam konteks lansia, PU mencakup manfaat seperti kemudahan dalam memesan tiket, memilih destinasi, dan mengatur jadwal perjalanan tanpa bantuan orang lain (Pramusita et al., 2023).

Perceived Ease of Use (PEOU) adalah dampak yang pengguna rasakan ketika menggunakan sebuah teknologi yang mencakup kemudahan untuk memahamidan menggunakan teknologi tersebut. Aspek ini mencakup tampilan antarmuka yang jelas, navigasi yang sederhana, dan kemudahan mengakses fitur utama (Setyawati 2020). Aplikasi yang mudah digunakan sangat penting bagi kelompok lansia, karena mereka cenderung lebih selektif dan hati-hati dalam mengadopsi teknologi baru (Makaba, 2023).

Kemudahan dan manfaat dari aplikasi digital akan memengaruhi *Behavioral Intention* (BI) atau keinginan pengguna dalam menggunakan teknologi secara berkelanjutan (Muliadi & Japarianto, 2021). Jika lansia merasa sebuah aplikasi tersebut memberikan dampak yang signifikan dan mudah dalam penggunaannya, maka pengguna akan terdorong untuk kembali menggunakannya di masa mendatang dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain (Wijaya et al., 2024).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa PU dan PEOU memiliki pengaruh yang signifikan terhadap BI pengguna, termasuk dari kalangan wisatawan senior. Oleh karena itu, penyedia aplikasi digital di sektor pariwisata harus memperhatikan dua aspek utama ini dalam merancang aplikasi, khususnya bagi kelompok lansia. Desain antarmuka yang sederhana, ukuran huruf besar, panduan interaktif, dan fitur bantuan adalah beberapa hal yang perlu ditingkatkan.

Merujuk pada latar belakang di atas, penelitian ini akan mengkaji pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention* dalam pemanfaatan aplikasi perjalanan digital oleh wisatawan senior di Kota Bandung. Temuan pada penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi bagi pengembangan aplikasi yang lebih inklusif, ramah bagi lansia, serta mendukung terwujudnya pariwisata digital yang berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Pariwisata didefinisikan sebagai aktivitas berpindahnya individu dari tempat tinggalnya dengan tujuan utama untuk rekreasi, hiburan, atau kunjungan non-permanen lainnya (Parmawati dkk. 2022). Selain berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, sektor ini juga memiliki fungsi sosial dan budaya, terutama dalam pelestarian identitas lokal (Juniawati, 2022).

Transformasi digital dalam industri pariwisata telah memungkinkan wisatawan mengakses informasi, merencanakan perjalanan, hingga memesan akomodasi dengan lebih mudah melalui aplikasi digital (Soraya et al., 2024). Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) sebagai model teoritis untuk memahami proses adopsi teknologi. Model ini menyatakan bahwa keputusan individu dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh PU dan PEOU (Davis & Granić, 2024).

Perceived Usefulness adalah pandangan pengguna mengenai sebuah teknologi untuk mampu meningkatkan efektivitas dan kinerja kegiatannya. Dalam konteks wisatawan senior, PU mencerminkan sejauh mana aplikasi travel digital membantu mereka merencanakan perjalanan tanpa bantuan pihak lain, dengan informasi yang akurat dan layanan yang terintegrasi (Prasetio & Nursandi 2022). Di sisi lain, *Perceived Ease of Use* merupakan pandangan pengguna tentang kemudahan dalam mempelajari dan memanfaatkan teknologi, terutama berkaitan dengan antarmuka, navigasi, serta panduan aplikasi yang tidak membingungkan (Makaba, 2023).

Kedua faktor tersebut secara empiris terbukti memengaruhi *Behavioral Intention*, yakni niat atau kecenderungan seseorang untuk menggunakan kembali aplikasi, merekomendasikannya kepada orang lain, atau menjadikannya sebagai bagian dari rutinitas digital mereka (Wijaya et al., 2024). Studi terdahulu juga menunjukkan bahwa PU dan PEOU memiliki pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap BI, termasuk pada kelompok lansia (Regita et al. 2020).

Selain itu, hubungan antara PEOU dan PU juga bersifat saling memengaruhi, di mana kemudahan penggunaan teknologi sering kali meningkatkan persepsi terhadap manfaat teknologi itu sendiri (Waluyaningtyas & Laksana 2023). Dalam konteks lansia, hal ini menjadi penting karena mereka cenderung lebih sensitif terhadap kompleksitas sistem, sehingga aplikasi yang dirancang dengan tampilan sederhana dan navigasi intuitif akan meningkatkan kenyamanan serta kepercayaan diri mereka dalam menggunakannya (Saidani et al., 2022).

Penelitian ini juga mempertimbangkan hasil dari studi sebelumnya mengenai faktor adopsi teknologi pada kalangan lansia. Beberapa peneliti menekankan bahwa desain aplikasi

yang ramah pengguna akan meningkatkan persepsi kemanfaatan dan kemudahan secara bersamaan, yang pada akhirnya memperkuat niat penggunaan teknologi oleh kelompok usia lanjut. Dengan mempertimbangkan berbagai teori dan temuan empiris tersebut, dapat disimpulkan bahwa kombinasi antara PU dan PEOU sangat menentukan dalam membentuk niat perilaku wisatawan senior dalam menggunakan aplikasi digital travel. Kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap persepsi lansia terhadap teknologi harus menjadi fokus utama, terutama dalam mendesain layanan digital yang inklusif.

Dengan demikian, fondasi penting untuk membangun hipotesis dan menjelaskan secara teoritis bagaimana teknologi dapat diterima dan digunakan oleh lansia dalam konteks pariwisata digital. Pemahaman terhadap variabel PU, PEOU, dan BI tidak hanya berguna untuk mendukung penelitian ini, tetapi juga bermanfaat dalam pengembangan aplikasi yang mengadaptasi kebutuhan dan keterbatasan pengguna lanjut usia di era digital.

3. METODE PENELITIAN

Secara sistematis, penelitian ini memaparkan metode yang digunakan untuk menguji pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Behavioral Intention* (BI) dalam penggunaan aplikasi perjalanan digital oleh wisatawan senior di Kota Bandung. Pendekatan yang diterapkan adalah metode kuantitatif, yaitu metode yang memanfaatkan data berbentuk angka serta analisis statistik guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menggunakan desain eksplanatori kuantitatif untuk menjelaskan hubungan antar variabel secara empiris berdasarkan data lapangan. Desain ini menggabungkan pengumpulan data primer dengan menyebarkan kuesioner yang berisi indikator variabel PU, PEOU, dan BI. Instrumen penelitian disusun dalam bentuk pernyataan tertutup yang harus ditanggapi responden berdasarkan skala Likert 1–5, di mana responden memberikan penilaian terhadap pernyataan berdasarkan tingkat persetujuan mereka.

Unit analisis penelitian ini meliputi individu yang termasuk ke dalam kategori lansia, yaitu berusia 60 tahun ke atas dan berdomisili di Kota Bandung, serta telah menggunakan aplikasi travel digital. Populasi tidak diukur secara keseluruhan, sehingga peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yang bertujuan untuk menyaring responden dengan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2019).

Teknik penentuan jumlah sampel mengacu pada rumus Lemeshow, yang sesuai untuk penelitian sosial dengan pendekatan kuantitatif dan skala besar. Dengan tingkat kepercayaan 95% dan toleransi kesalahan sebesar 10%, diperoleh jumlah minimum responden sebanyak 100 orang responden. Kuesioner disebar secara daring maupun luring untuk menjangkau responden dengan latar belakang usia dan kemampuan digital yang beragam.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai metode analisis data, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh PU dan PEOU terhadap BI secara simultan dan parsial terhadap BI. Regresi digunakan karena dapat menunjukkan hubungan sebab-akibat di antara variabel secara lebih akurat (Sugiyono, 2019).

Uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu sebelum analisis regresi yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji menunjukkan bahwa data valid dan layak untuk dianalisis lebih lanjut, di mana distribusi data bersifat normal (Kolmogorov-Smirnov sig > 0,05), tidak ada gejala multikolinearitas (VIF < 10), serta tidak ada heteroskedastisitas yang signifikan.

Validitas instrumen diuji dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel (0,3). Semua item pernyataan pada variabel PU, PEOU, dan BI dinyatakan valid karena memiliki nilai r-hitung yang melebihi 0,3. Untuk uji reliabilitas, digunakan nilai Cronbach Alpha, di mana hasil menunjukkan seluruh variabel memperoleh nilai di atas 0,7, sehingga instrumen penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

Pada pengujian hipotesis, digunakan uji t dan uji F. Uji t bertujuan untuk melihat pengaruh PU dan PEOU terhadap BI secara parsial, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen tersebut secara simultan terhadap BI.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkap bahwa dalam konteks penggunaan aplikasi perjalanan digital oleh wisatawan senior di Kota Bandung, baik *Perceived Usefulness* (PU) maupun *Perceived Ease of Use* (PEOU) terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI), baik ketika diuji secara parsial maupun secara bersamaan. Hasil tersebut ditunjukkan pada hasil uji regresi linier berganda dari data yang disebar kepada 100 orang responden.

Tabel 1. Hasil Uji t

Model	t
-------	---

<i>(Constant)</i>	.441
<i>Perceived Usefulness</i>	5,725
<i>Perceived Ease of Use</i>	5,565

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti (2025).

Secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Artinya, wisatawan senior yang merasakan manfaat nyata dari aplikasi travel digital, seperti penggunaan waktu yang lebih efisien dan kemudahan akses informasi. Kelebihan tersebut membuat wisatawan lansia cenderung memiliki keinginan untuk menggunakan aplikasi tersebut secara terus menerus. Situasi tersebut sejalan dengan pendapat Davis (1989) mengenai *Technology Acceptance Model* yang mengungkapkan bahwa kebermanfaatan sebuah sistem teknologi merupakan faktor yang dapat meningkatkan motivasi penggunaan sebuah teknologi.

Selanjutnya, *Perceived Ease of Use* juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Hasil ini memperkuat temuan dari (Waluyaningtyas & Laksana 2023) yang menyatakan bahwa semakin tinggi kemudahan yang ditawarkan sebuah teknologi, semakin tinggi pula keinginan seseorang untuk menggunakan, mengadopsi, dan merekomendasikan teknologi tersebut. Dalam konteks wisatawan senior, kemudahan navigasi, ukuran huruf yang terbaca, serta petunjuk interaktif yang jelas menjadi hal krusial dalam menentukan keputusan penggunaan aplikasi.

Tabel 2. Hasil Uji F

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3310,169	2	1655,084	387,232	.000
Residual	414,591	97	4,274		
Total	3724,760	99			

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti (2025).

Hasil uji F mengindikasikan bahwa PU dan PEOU memiliki pengaruh signifikan terhadap BI ketika diuji secara simultan, dengan kontribusi sebesar 70,3%. Adapun 29,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar cakupan model penelitian ini. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Koswara et al., 2022), yang menyatakan bahwa perpaduan antara kemudahan dan kemanfaatan dalam suatu sistem digital memberikan kontribusi yang besar terhadap intensi perilaku pengguna.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estima
1	.943	.889	.886	2.067

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti (2025).

Hasil uji koefisien determinasi juga mendukung kesimpulan bahwa model yang dibangun cukup kuat dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kemanfaatan aplikasi travel digital merupakan dua aspek utama yang memengaruhi niat penggunaan di kalangan lansia. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Regita et al. 2020) yang juga menunjukkan bahwa PU dan PEOU memiliki peran penting dalam membentuk *Behavioral Intention*.

Lebih lanjut, pembahasan hasil menunjukkan bahwa lansia di Kota Bandung cukup adaptif terhadap teknologi digital, terutama jika aplikasi tersebut mampu memberikan manfaat praktis dan mudah digunakan. Namun, terdapat beberapa indikator PU yang masih memiliki skor rendah, seperti kepercayaan diri untuk menggunakan aplikasi tanpa bantuan orang lain. Hal ini menunjukkan perlunya penguatan fitur edukatif dan desain yang lebih inklusif dalam aplikasi travel digital untuk mendukung kemandirian lansia dalam menggunakan teknologi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam upaya mendorong penggunaan aplikasi digital di kalangan wisatawan senior, pengembang teknologi dan penyedia jasa perlu memprioritaskan aspek kegunaan dan kemudahan. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pengembangan aplikasi yang lebih ramah lansia dan memberikan kontribusi dalam pengembangan pariwisata berbasis teknologi.

Perceived Usefulness

Perceived Usefulness (PU) berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi travel digital oleh wisatawan senior di Kota Bandung. Mayoritas responden setuju bahwa aplikasi memberikan kemudahan dalam mengakses informasi wisata, memesan tiket, dan merencanakan perjalanan. Indikator yang paling menonjol adalah perasaan bahwa aplikasi mempercepat proses perjalanan wisata. Hal ini membuktikan bahwa manfaat fungsional dari aplikasi digital sangat dihargai oleh pengguna lansia.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan kerangka kerja *Technology Acceptance Model* yang menyatakan bahwa persepsi pengguna terhadap kemanfaatan merupakan faktor penting yang dapat mendorong penggunaan sebuah teknologi. Penelitian sebelumnya oleh (Prasetio & Nursandi 2022) juga mendukung bahwa semakin tinggi persepsi pengguna terhadap manfaat yang dirasakan ketika menggunakan suatu aplikasi, maka semakin besar

peluang seseorang akan terus menggunakan teknologi tersebut. Oleh karena itu, fitur-fitur praktis dan relevan dalam aplikasi travel digital perlu terus dikembangkan dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna untuk meningkatkan persepsi kemanfaatan di kalangan lansia.

Perceived Ease of Use

Perceived Ease of Use (PEOU) juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi. Sebagian besar responden menyatakan bahwa aplikasi mudah digunakan, dengan tampilan sederhana dan menu navigasi yang tidak membingungkan. Pernyataan paling dominan menyebutkan bahwa aplikasi dapat digunakan tanpa bantuan orang lain, yang menunjukkan tingkat kemandirian yang cukup tinggi dalam penggunaan teknologi oleh lansia.

Hal ini mendukung teori TAM serta hasil penelitian (Makaba, 2023), yang menekankan pentingnya kemudahan operasional bagi pengguna usia lanjut. Desain antarmuka yang bersih, ikon yang jelas, serta petunjuk yang mudah dimengerti sangat berperan dalam meningkatkan kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, penyedia aplikasi perlu mempertimbangkan prinsip desain inklusif agar aplikasi dapat digunakan oleh berbagai kalangan usia dengan tingkat literasi digital yang beragam.

Behavioral Intention

Behavioral Intention menunjukkan bahwa responden memiliki niat yang kuat untuk terus menggunakan aplikasi travel digital di masa yang akan datang. Mayoritas menyatakan bersedia menggunakan kembali aplikasi yang sama dalam perencanaan perjalanan berikutnya, serta ingin merekomendasikannya kepada teman atau keluarga. Pernyataan yang paling disetujui adalah Saya akan menggunakan aplikasi ini kembali jika merencanakan perjalanan wisata, yang mencerminkan tingkat kepercayaan dan kepuasan pengguna lansia terhadap aplikasi digital tersebut.

Hasil ini menunjukkan bahwa ketika manfaat dan kemudahan dirasakan secara bersamaan, maka keinginan untuk menggunakan sebuah aplikasi juga akan meningkat secara signifikan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh (Regita et al. 2020) dan (Koswara et al., 2022) yang menunjukkan adanya pengaruh PU dan PEOU secara simultan dalam membentuk BI. Oleh karena itu, fokus pada peningkatan persepsi positif pengguna mengenai manfaat dan kemudahan aplikasi travel digital menjadi langkah strategis dalam memperkuat loyalitas dan adopsi teknologi di kalangan pengguna lanjut usia.

Temuan ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989) yang menyatakan bahwa persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan teknologi

merupakan dua faktor utama dalam membentuk niat perilaku pengguna. Hal ini juga diperkuat oleh hasil analisis koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan bahwa PU dan PEOU mampu menjelaskan pengaruh pada BI sebesar 70,3%.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan adanya pengaruh signifikan antara *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Behavioral Intention* (BI) dalam penggunaan aplikasi perjalanan digital oleh wisatawan senior di Kota Bandung.

Pertama, variabel *Perceived Usefulness* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Artinya, semakin tinggi persepsi wisatawan lansia mengenai manfaat penggunaan aplikasi perjalanan digital seperti efisiensi waktu, kenyamanan, serta kemudahan dalam merencanakan perjalanan maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk terus memanfaatkannya. Temuan ini konsisten dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menegaskan bahwa persepsi manfaat merupakan salah satu faktor utama pendorong niat penggunaan teknologi.

Kedua, *Perceived Ease of Use* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan dalam memahami dan mengoperasikan aplikasi membuat wisatawan senior lebih terdorong untuk menggunakannya. Selanjutnya, secara simultan, PU dan PEOU terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap BI. Hasil regresi linier berganda memperlihatkan bahwa kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan 70,3% variasi pada BI, sedangkan 29,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa baik persepsi manfaat maupun kemudahan memiliki kontribusi penting secara bersama-sama dalam meningkatkan niat penggunaan aplikasi digital di kalangan wisatawan lansia.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembang aplikasi perjalanan digital agar lebih memperhatikan dua aspek utama: manfaat nyata dari aplikasi serta kemudahan dalam penggunaannya. Aplikasi travel yang ingin menyasar segmen wisatawan senior harus dirancang dengan fitur yang sederhana, panduan yang jelas, serta tampilan yang ramah lansia agar dapat meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan dalam penggunaan.

Dengan demikian, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* merupakan faktor penting dalam membentuk niat perilaku wisatawan senior untuk menggunakan aplikasi perjalanan digital. Temuan ini tidak hanya memperkuat landasan teori TAM, tetapi juga membuka peluang untuk penelitian lanjutan dengan

memasukkan variabel lain seperti kepercayaan (trust), keamanan (security), dan dukungan sosial sebagai faktor eksternal yang mungkin memengaruhi keputusan lansia dalam menggunakan teknologi.

DAFTAR REFERENSI

- Apriyanti, M. E., & Hatmoko, B. D. (2024). Peran pariwisata terhadap PDRB dan dampaknya terhadap penyerapan tenaga kerja di Provinsi Bali. *Sosio E-Kons*, 16(2), 135-146. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v16i2.23319>
- Aristayudha, A. A. N. B., SE, M. M., Rettobjaan, V. F. C., SM, M. M., Werthi, K. T., SE, M. M., Juliharta, I. G. P. K., Putri, N. L. P. N. S., & Astawa, M. P. (2024). Literasi digital untuk anak, orang tua, dan perempuan di desa adat Provinsi Bali. *Lakeisha*.
- Davis, F. D., & Granić, A. (2024). The technology acceptance model: 30 years of TAM. In *Technology* (Vol. 1, Issue 1). Springer Nature Switzerland AG. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-45274-2>
- Githa, B., Prahadianto, W., & Supriadi, R. A. P. (2024). Pelatihan perencanaan festival di Kampung Cisangkal. *Masyarakat Pariwisata: Journal of Community Services in Tourism*, 5(1), 40-48. <https://doi.org/10.34013/mp.v5i1.1407>
- Juniawati, G. R. (2022). Dampak investasi pariwisata terhadap fungsi permukiman di Ubud Bali: Transformasi keruangan, sosial dan ekonomi. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 6(3), 276-286. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.3.276-286>
- Koswara, T. M., Riorini, S. V., & Pangestu, F. Y. (2022). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, trust, mobility, customization, customer involvement terhadap behavioral intention pada e-commerce di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1(4), 1230-1242. <https://doi.org/10.58344/jmi.v1i4.127>
- Kurniawan, A. R. (2020). Tantangan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat pada era digital di Indonesia. *TORNARE - Journal of Sustainable Tourism Research*, 3(1), 1-10.
- Makaba, K. A. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi behavior intention masyarakat Gen Y dalam menggunakan QRIS pada berbagai toko ritel di Kota Batam. 2(1), 60-70. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1386>
- Muliadi, M. L., & Japarianto, E. (2021). Analisa pengaruh perceived ease of use terhadap behavior intention melalui perceived usefulness sebagai media intervening pada digital payment Ovo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 20-27. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.20-27>
- Parmawati, R., Hardyansah, R., Pangestuti, E., & Hakim, L. (2022). *Ekowisata: Determinan pariwisata berkelanjutan untuk mendorong perekonomian masyarakat*. Universitas Brawijaya Press.
- Pramusita, A., Priyambodo, T. K., Mustofa, K., Arymami, D., & Mada, U. G. (2023). Analysis of factors affecting the use of smartphone digital applications by tourists in Yogyakarta

- when traveling in the new normal period. *JOSS: Journal of Social Science*, 2(10), 943-957. <https://doi.org/10.57185/joss.v2i10.148>
- Prasetio, A., & Nursandi, W. (2022). Analisis minat pengguna OTA Tiket.com di Indonesia menggunakan model pendekatan modifikasi UTAUT 2. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 11(1), 36-54. <https://doi.org/10.33059/jmk.v11i2.3432>
- Regita, A., Santoso, T., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Bisnis, F., & Siwalankerto, J. (2020). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness dan attitude towards using terhadap behavioural intention to use pada aplikasi OVO. *AGORA*, 8(1), 1-6.
- Saidani, B., Aditya, S., & Manalu, I. F. (2022). Pengaruh perceived security dan perceived ease of use terhadap intention to use dengan trust sebagai intervening pada penggunaan aplikasi pembayaran digital di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 186-197. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0301.14>
- Sarbani, Y. A., Mulyati, H., & Astuti, S. I. (2024). Literasi digital, lansia, dan konstruktivisme: Pendekatan pembelajaran untuk meningkatkan resiliensi para imigran digital. *14*(1), 72-81. <https://doi.org/10.9744/scriptura.14.1.72-81>
- Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use terhadap behavioral intention to use dengan attitude towards using sebagai variabel intervening (Studi kasus pada Gopay di Kota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 39-52. https://doi.org/10.26460/ed_en.v3i1.1470
- Soraya, D., Vidiati, C., Selasi, D., & Pratama, G. (2023). Peran aplikasi digital investasi saham terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia 2022. *Bridging: Journal of Islamic Digital Economic and Management*, 1(1), 250-255.
- Soraya, Yuliantini, N. P. R., Ibrahim, M., & Hapiipi, M. (2024). Analysis of privacy policy impacts on data collection in the age of advanced technology. 286-296.
- Sudira, Y. K., & Rachman, R. (2021). Aplikasi tour guide berbasis mobile menggunakan teknologi augmented reality (Studi kasus Kebun Binatang Bandung). *EProsiding Teknik Informatika (PROTEKTIF)*, 2(1), 252-259.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Waluyaningtyas, D. P., & Laksana, D. H. (2023). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, security, dan trust terhadap intention to use aplikasi access by kai (Survei pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 9970-9981.
- Wardani, R., Enjelika, L., & Afifah. (2025). Pengaruh harga dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Traveloka. *Journal of Business & Organizational Research*, 1(1), 24-36.
- Widowati, D. T., Nugraha, S., & Adawiyah, A. R. (2022). Hubungan faktor risiko lingkungan rumah dengan kejadian jatuh pada lansia di Kota Bandung tahun 2022. *6*(2), 168-176. <https://doi.org/10.52643/jukmas.v6i2.2472>

- Wijaya, S. N., Japariato, E., & Tandijaya, T. N. B. (2024). Pengaruh perceived ease of use terhadap behavior intention to use dengan perceived usefulness sebagai variabel intervening pada Google Workspace for Education. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 15-24. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.15-24>
- Wilson, N. (2019). The impact of perceived usefulness and perceived ease-of-use toward repurchase intention in the Indonesian e-commerce industry. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(3), 241-249. <https://doi.org/10.25124/jmi.v19i3.2412>