

## ABSTRAK

Perkembangan sistem teknologi dan informasi mendorong munculnya peluang-peluang bisnis yang memanfaatkan layanan internet. Layanan internet dirasa lebih efektif dan efisien terutama segi penghematan waktu. Salah satu aplikasi yang sering dibutuhkan masyarakat adalah KAI *Access*. Aplikasi Kai *Access* saat ini lebih sering digunakan untuk pembelian tiket kereta api lokal pada wilayah Daop 8 Surabaya, serta mengharuskan menggunakan aplikasi tersebut untuk transaksi pembelian tiket kereta api lokal. Pemesanan tiket kereta dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun tanpa melalui loket konvensional sehingga menghemat waktu dalam pembelian tiket kereta api lokal. Munculnya permasalahan tersebut, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh *Mobile E-Commerce* Aplikasi KAI *Access* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Lokal. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan paradigma *postpositivisme*. Teknik *Incidental Sampling*, dengan jumlah responden 387 orang. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif secara parsial *M-Commerce* (Fleksibilitas, Internet, Hemat waktu, Peningkatan Produktifitas, dan Transparansi) terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh positif secara simultan *M-Commerce* (Fleksibilitas, Internet, Hemat waktu, Peningkatan Produktifitas, dan Transparansi) terhadap keputusan pembelian, serta terdapat korelasi antara *Mobile Commerce* terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *E-Commerce*, *M-Commerce*, KAI *Access*, Keputusan