

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong transformasi berbagai sektor, termasuk sektor transportasi. PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai penyedia layanan transportasi berbasis kereta api turut mengadopsi teknologi *face recognition* untuk meningkatkan efisiensi dan keamanan proses *boarding* penumpang. Namun, dalam implementasinya, teknologi *face recognition* menghadapi tantangan berupa rendahnya minat pengguna dan keluhan terhadap kegagalan sistem dalam mengenali wajah penumpang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan layanan *face recognition* PT KAI menggunakan pendekatan *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

Model UTAUT yang digunakan dalam penelitian ini mencakup empat variabel utama, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* yang diuji terhadap variabel dependen *behavioral intention to use*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Sampel penelitian terdiri dari 105 responden yang merupakan pengguna layanan *face recognition* PT KAI dan di atas usia 17 tahun. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *facilitating conditions* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use*. Sementara itu, variabel *social influence* memiliki pengaruh tidak signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi pengguna terhadap kegunaan teknologi, kemudahan penggunaan, dan ketersediaan fasilitas pendukung berperan penting dalam mendorong minat pengguna untuk terus menggunakan layanan *face recognition* di stasiun PT KAI.

Kata kunci : *Face Recognition, UTAUT, Behavioral Intention to Use, Performance expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions.*