

Analisis Penerimaan Teknologi: Studi Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*) pada Penggunaan Traveloka di Hotel Sahid Bandar Lampung

Fidha Citra Ardila^{1a,*}, Anggalia Wibasuri^{2b}

^a Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, Lampung, Indonesia

^b Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, Lampung, Indonesia

^a*fidhacitracitra@gmail.com*

^b*anggalia.wibasuri@darmajaya.ac.id*

Abstract

This research aims to determine the influence of Perceived Ease of Use on Perceived Usefulness, determine the influence of Perceived Usefulness on Attitude Toward Use, determine the influence of Perceived Ease of Use on Attitude Toward Use, determine the influence of Enjoyment on Attitude Toward Use, determine the influence of Attitude Toward Use on Behavioral Intention to Use. The population in this study were 1,508 Traveloka application users who had provided reviews. The sampling technique in this research was non-probability sampling with a purposive technique with a sample size of 100 respondents. The data analysis method used in this research is the SmartPLS ver.3 method and hypothesis testing. The results of this research: Perceived Ease of Use has a significant effect on Perceived Usefulness, Perceived Usefulness has no significant effect on Attitude Toward Using, Perceived Ease of Use has a significant effect on Attitude Toward Using, Enjoyment has a significant effect on Attitude Toward Using and Attitude Toward Using has no effect on Behavior Intention.

Keywords: Perceived Ease of Use; Perceived Usefulness; Enjoyment; Attitude Toward Using; Behavior Intention To Use

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kegunaan, mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap terhadap kegunaan, mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap terhadap kegunaan, mengetahui pengaruh kenikmatan terhadap sikap terhadap kegunaan, mengetahui pengaruh sikap terhadap kegunaan terhadap niat perilaku untuk menggunakan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi 1.508 pengguna aplikasi Traveloka yang telah memberikan ulasan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini *nonprobability sampling* dengan teknik purposive dengan jumlah sampel 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode SmartPLS ver.3 dan pengujian Hipotesa. Hasil penelitian ini persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan, persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap kegunaan, kenikmatan berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap kegunaan dan sikap terhadap kegunaan tidak berpengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan; Persepsi Kegunaan; Kenikmatan; Sikap Terhadap Penggunaan; Niat Perilaku Untuk Menggunakan

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah memberikan pengaruh yang signifikan pada berbagai industri, terutama di sektor pariwisata dan perhotelan. Sistem pemesanan online telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan bisnis, membuat prosesnya lebih efisien dan mudah diakses. Di antara banyak platform yang tersedia, Traveloka, layanan pemesanan perjalanan online terkemuka di Asia Tenggara, telah mendapatkan popularitas karena kemudahan penggunaannya serta berbagai layanannya, termasuk pemesanan hotel, penerbangan, dan layanan perjalanan lainnya. Beberapa penelitian telah mengeksplorasi adopsi teknologi pemesanan online di industri perhotelan (Lu dkk., 2021). Berfokus pelanggan dengan pemesanan hotel melalui Traveloka. Mereka menggunakan TAM untuk menilai persepsi pelanggan dan mengkonfirmasi bahwa Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan dan Kegunaan yang Dirasakan sangat penting untuk adopsi yang sukses. Studi mereka

juga menekankan peran layanan pelanggan dan desain antarmuka platform pemesanan dalam membentuk kepuasan pengguna (Aisha & Kurniawati, 2023).

Demikian pula (Utami dkk., 2022) meneliti bagaimana sistem pemesanan online meningkatkan kemudahan penggunaan pelanggan di hotel, dengan fokus pada kegunaan dan kenyamanan yang disediakan oleh platform seperti Traveloka. Mereka menemukan bahwa pelanggan yang menganggap sistem mudah digunakan dengan pengalaman pemesanan mereka. Selain itu, penelitian mereka menyoroti pentingnya kepercayaan dan kualitas sistem dalam menentukan penerimaan pelanggan terhadap teknologi pemesanan online.

Fokus penelitian ini adalah menganalisis penerimaan teknologi pemesanan online yang disediakan oleh Traveloka, khususnya dalam konteks Hotel Sahid Bandar Lampung. Dimana dalam lima tahun terakhir, adopsi teknologi dalam sektor Pariwisata meningkat sebesar 35% (Kemenparekraf, 2023). Akan tetapi, Hotel Sahid Bandar Lampung menunjukkan performa yang rendah dengan peringkat 6,6 dibandingkan dengan rata – rata 8,5 pada Hotel Bintang tiga lainnya di Bandar Lampung. Namun, sebagai salah satu hotel bintang tiga, Hotel Sahid berusaha untuk memberikan layanan berkualitas tinggi dan memastikan kepuasan pelanggan. Dengan diperkenalkannya sistem pemesanan online, memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pelanggan terhadap teknologi menjadi sangat penting untuk mempertahankan pelanggan. Ada fenomena yang terjadi antara gagasan layanan hotel bintang tiga dan rating ulasan pelanggan di aplikasi Traveloka. Dari semua hotel bintang tiga di kota Bandar Lampung, ditemukan bahwa Sahid Hotel Bandar Lampung memiliki peringkat terendah dibandingkan dengan hotel bintang tiga lainnya. Dimana rata-rata peringkat hotel bintang tiga berada pada skala 8 hingga 8,5, tetapi Hotel Sahid Bandar Lampung memiliki peringkat 6,6. Hal ini memotivasi para peneliti untuk mengetahui seberapa puas mereka dengan penerimaan teknologi Traveloka untuk melakukan pemesanan online di Hotel Sahid Bandar Lampung.

Untuk mengevaluasi penerimaan teknologi ini, penelitian ini menggunakan TAM, sebuah model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi menggunakan Fred Davis, (1986). Untuk penelitian ini, model TAM akan diterapkan pada sistem pemesanan online Traveloka untuk menganalisis bagaimana faktor dalam TAM dapat diterima oleh pelanggan. TAM adalah pendekatan terbaik untuk melihat niat menggunakan teknologi. Model Penerimaan Teknologi adalah model yang paling populer dan berpengaruh yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Ashsifa, 2020).

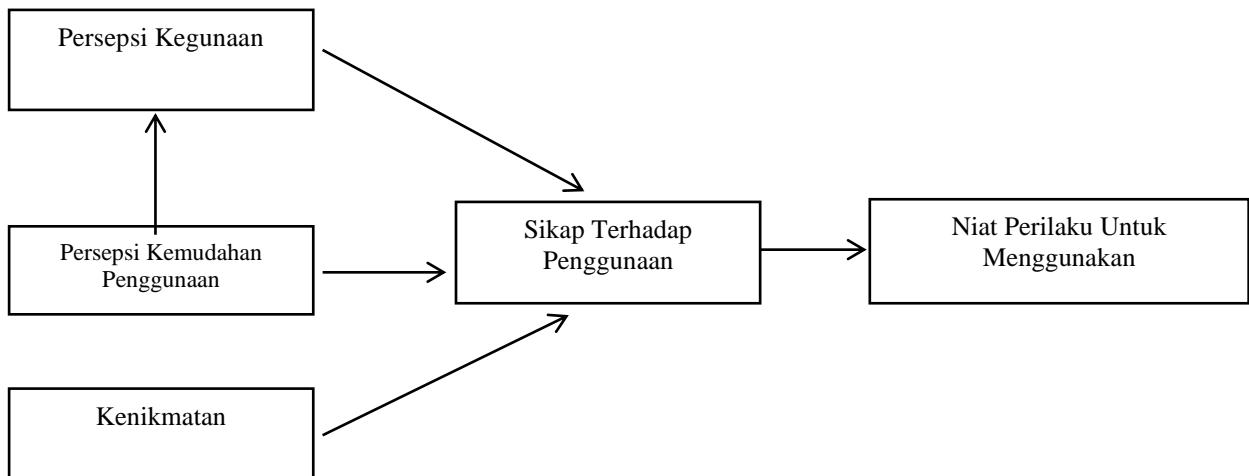
Di sisi lain, ada kesenjangan penelitian (Stefany dkk., 2021). Dalam sebuah studi tentang adopsi OTA (Online Travel Agency) seperti Traveloka menggunakan Technology Acceptance Model (TAM), ditemukan bahwa Persepsi Kegunaan memiliki pengaruh paling signifikan terhadap niat pelanggan untuk menggunakan platform pemesanan online. Pelanggan senang ketika mereka menemukan platform yang berharga dalam hal penghematan waktu dan kenyamanan. (Hantono dkk., 2023) Ditemukan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan memiliki pengaruh positif. Selain itu, faktor-faktor seperti kualitas dan kepercayaan sistem juga memainkan peran penting dalam adopsi teknologi pemesanan online, yang pada akhirnya berkontribusi pada tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Berbeda dengan (Hervilia dkk., 2022), ditemukan bahwa Persepsi Kepercayaan adalah masalah yang signifikan bagi pelanggan. Meskipun platform ini mudah digunakan, beberapa pelanggan khawatir tentang keamanan, terutama dalam hal pemrosesan pembayaran dan privasi data. Hal ini menyebabkan ketidakpercayaan, karena masalah kepercayaan mengurangi keinginan pelanggan untuk memesan melalui Traveloka. Ditemukan bahwa beberapa pelanggan mengalami kesulitan teknis saat menggunakan platform Traveloka, seperti kesalahan dalam pemesanan atau gangguan sistem. Faktor-faktor ini berkontribusi pada penurunan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan. (Muliawan & Rosyadi, 2023)

2. Kerangka Teori

2.1. Kerangka Kerja TAM

Penelitian ini mengacu pada Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Dalam hal ini, TAM menggunakan dua kontrak pusat. Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Persepsi Kegunaan (PU) menunjukkan sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi akan meningkatkan efisiensi atau produktivitas mereka. Sementara itu, Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) mengacu pada betapa mudahnya pengguna mengatur untuk menggunakan teknologi (Stefany dkk., 2021). Selanjutnya, Persepsi Kegunaan (PU) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) secara langsung mempengaruhi sikap penggunaan, yang pada akhirnya berfungsi sebagai variabel antara yang memicu niat untuk menggunakan dan pengalaman aspek bisnis penggunaan (Mulyono & C. Premananto, 2022).

Penerapan TAM juga telah banyak diterapkan pada teknologi digital di industri pariwisata, membuktikan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan dapat meningkatkan niat penggunaan (Widaningsih & Mustikasari, 2022). Berikut ini adalah kerangka teoritis yang dapat menggambarkan aliran variabel dan hubungan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Kerja TAM
Sumber: Ghozali (2020)

Berdasarkan kerangka teoritis TAM, penelitian ini mengusulkan hipotesis sebagai berikut:

- h_1 : Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Persepsi Kegunaan booking online Traveloka pada Hotel Sahid Bandar Lampung.
- h_2 : Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Sikap Terhadap Penggunaan booking online Traveloka pada Hotel Sahid Bandar Lampung.
- h_3 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Sikap Terhadap Penggunaan booking online Traveloka pada Hotel Sahid Bandar Lampung.
- h_4 : Kenikmatan berpengaruh terhadap Sikap Terhadap Penggunaan booking online Traveloka pada Hotel Sahid Bandar Lampung.
- h_5 : Sikap Terhadap Penggunaan berpengaruh terhadap Niat Perilaku Untuk Menggunakan booking online Traveloka pada Hotel Sahid Bandar Lampung.

3. Metodologi

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, di mana data dinyatakan dalam angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik. *Asosiatif* Metode penelitian adalah penelitian yang mencari pengaruh sebab dan akibat antar variabel independen. Sumber data yang digunakan adalah sumber utama (Prasetya & Suwito, 2022). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1.508 pengguna aplikasi Traveloka yang telah memberikan ulasan di Hotel Sahid Bandar Lampung (*Sumber: Traveloka.com*).

Pengambilan sampel nonprobabilitas adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih. Dengan menggunakan pengambilan sampel purposive adalah teknik untuk menentukan sampel dengan pertimbangan khusus yang bertujuan untuk membuat data yang diperoleh nantinya lebih ketat (Latifah dkk., 2020) dengan kriteria berikut:

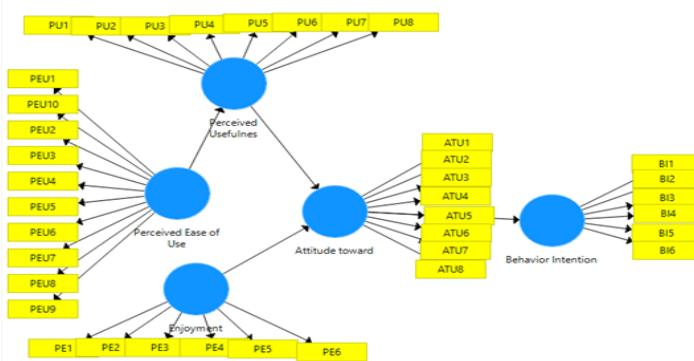
1. Konsumen menggunakan fitur traveloka.
2. Konsumen yang pernah menginap di Hotel Sahid Bandar Lampung
3. Usia > 17 tahun.

Berdasarkan hasil perhitungan sampel menggunakan Slovin, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Langkah selanjutnya adalah melakukan uji statistik pada item indikator penelitian menggunakan Smart-PLS dengan *Persamaan Struktural Pendekatan Model (SEM)*. Sebelum menguji hipotesis, kami melakukan uji

validitas dan reliabilitas pada indikator item untuk melihat faktor mana yang berperan dalam penelitian, yang dilihat berdasarkan kriteria validitas konvergen berikut: pemuatan faktor $> 0,50$; Rata-rata *Varians yang Diekstraksi* (AVE) harus $> 0,50$, dan *Keandalan Komposit* (CR) $> 0,60$. Sebagai tambahan *Cronbach Alpha* (CA) juga digunakan dengan $>$ standar $0,70$ (Prasetya & Suwito, 2022).

4. Hasil Dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan analisis Smart PLS Ver.3. Model teoritis yang telah digambarkan pada diagram jalur sebelumnya akan dianalisis berdasarkan data yang telah diperoleh. Model struktural dalam penelitian ini ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 2. Model Struktural

Model struktural tersebut dapat dilihat bahwa kerangka dimulai dari system, yaitu teknologi yang diukur penerimaannya menggunakan TAM. Selanjutnya system ini dihubungkan dengan mempengaruhi Sikap Terhadap Penggunaan dan Niat Perilaku Untuk Menggunakan yang diterima pengguna, yaitu bagaimana hasil berjalannya suatu fungsi atau tugas sistem dan bagaimana kemudahan penggunaan yang dirasakan dari sistem.

4.1 Pengujian Model Pengukuran (Model Luar)

4.1.1 Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen pada PLS menggunakan estimasi hasil pembebanan luar $> 0,50$, komunalitas $> 0,50$ dan rata-rata variansi ekstraktor (AVE) $> 0,50$. Berdasarkan hasil pengolahan data, output SmartPLS menghasilkan hasil sebagai berikut

Tabel 1. Hasil Pemuatan Luar

	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi Kegunaan	Kenikmatan	Niat Perilaku Untuk Menggunakan	Sikap Terhadap Penggunaan
PEU3	0,725				
PEU4	0,685				
PEU5	0,614				
PU1		0,660			
PU3		0,717			
PU4		0,775			
PE2			0,714		
PE4			0,611		
PE5			0,822		

PE6			0,676		
BI6				0,918	
ATU1					0,663
ATU2					0,689
ATU3					0,520
ATU4					0,689

Sumber: Hasil data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan tabel 1. , menunjukkan bahwa semua faktor pemuatan variabel memberikan nilai di atas nilai yang direkomendasikan, yaitu $> 0,5$. Sehingga semua faktor pemuatan dikatakan valid.

4.1.2 Konstruksi Reabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data, output SmartPLS menghasilkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Cronbach Alpha

	Cronbachs Alpha
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,732
Persepsi Kegunaan	0,739
Kenikmatan	0,738
Sikap Terhadap Penggunaan	0,732
Niat Perilaku Untuk Menggunakan	0,640

Sumber: Hasil Data diolah pada Tahun 2024

Tabel 2. di atas menunjukkan bahwa nilai Alpha Cronbach untuk semua konstruksi di atas 0,5, yang menunjukkan bahwa semua konstruksi dalam model perkiraan memenuhi kriteria validitas diskriminan. Nilai Alpha Cronbach terendah adalah 0,538.

4.2 Model Struktural (Model Dalam)

Setelah model perkiraan memenuhi kriteria Model Luar, langkah selanjutnya adalah menguji model struktural (Inner model). Berikut ini adalah nilai R-Square dalam konstruksi

Tabel 3. R persegi

	R Square
Sikap Terhadap Penggunaan	0,511
Niat Perilaku untuk Menggunakan	0,190
Persepsi Kegunaan	0,581

Sumber: Hasil Data diolah pada Tahun 2024

Tabel 3. di atas memberikan nilai R Square 0,511 untuk konstruksi Sikap Terhadap Penggunaan sebesar 51,1% dan termasuk ke dalam kategori model moderat. Hal tersebut menandakan bahwa variabel Persepsi Kegunaan, dan Kenikmatan mempengaruhi variabel Sikap Terhadap Penggunaan sebesar 51,1% dan 48,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Tabel 3. di atas memiliki nilai R Square 0,190 untuk konstruksi Niat Perilaku Untuk Menggunakan sebesar 19,0% dan termasuk ke dalam kategori model lemah. Hal tersebut menandakan bahwa variabel Sikap Terhadap Penggunaan mempengaruhi variabel Niat Perilaku Untuk Menggunakan sebesar 19,0% dan 81,0% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Tabel 3. di atas memiliki nilai R Square 0,581 untuk konstruk variabel Persepsi Kegunaan sebesar 58,1% dan termasuk ke dalam kategori moderat Hal tersebut menandakan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi variabel Persepsi Kegunaan sebesar 58,1% dan untuk 41,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3 Tes Hipotesis

Setelah semua asumsi terpenuhi, maka akan dilakukan uji hipotesis selanjutnya seperti yang diusulkan pada bab sebelumnya. Berdasarkan nilai t-statistik dari hubungan kausal dari hasil pemrosesan, adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Koefisien Jalur (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sampel	Sample Mean	STDEV	T Statistik	P Value
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Persepsi Kegunaan	0,762	0,787	0,049	15,705	0,000
Persepsi Kegunaan -> Sikap Terhadap Penggunaan	- 0,142	-0,106	0,210	0,677	0,499
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Sikap Terhadap Penggunaan	0,762	0,787	0,049	15,705	0,000
Kenikmatan -> Sikap Terhadap Penggunaan	0,706	0,690	0,102	6,930	0,000
Sikap Terhadap Penggunaan -> Niat Perilaku Untuk Menggunakan	0,436	0,339	0,501	0,870	0,385

Sumber: Hasil Data diolah pada Tahun 2024

Berdasarkan hasil pengujian di atas, nilai T-Statistics adalah 2,042 dan P-Value adalah 0,000 dan nilai koefisien jalur adalah 0,199. Ini menunjukkan bahwa T-Statistics (2,042) > T-Table (1,64) dan P-Value (0,000) < 0,05. Dapat disimpulkan, bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Persepsi Kegunaan.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, nilai T-Statistics adalah 2,530 dan P-Value adalah 0,012 dan koefisien jalur adalah 0,216. Ini menunjukkan bahwa T-Statistics (2.530) > T-Table (1.64) dan P-Value (0,012) < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan pada Kenikmatan.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, nilai T-Statistics adalah 0,051 dan P-Values adalah 0,959 dan koefisien jalur adalah -0,006. Ini menunjukkan bahwa T-Statistics (0,051) < T-Table (1,64) dan P-Value (0,959) > 0,05. Dapat disimpulkan bahwa Sikap Terhadap Penggunaan tidak berpengaruh pada Persepsi Kemudahan Penggunaan.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, nilai T-Statistics adalah 3,248 dan P-Value adalah 0,001 dan koefisien jalur adalah 0,311. Ini menunjukkan bahwa T-Statistics (3,248) > T-Table (1,64) dan P-Value (0,001) < 0,05. Dapat disimpulkan, hipotesis tersebut menyatakan bahwa Kenikmatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, nilai T-Statistics adalah 4,399 dan P-Value adalah 0,000 dan nilai koefisien jalur adalah -0,394. Ini menunjukkan bahwa T-Statistics (4.399) > T-Table (1.64) dan P-Value (0.000) < 0,05. Dapat disimpulkan, hipotesis tersebut menyatakan bahwa Persepsi Kegunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, kesimpulan dalam penelitian ini adalah: persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Kegunaan. Persepsi Kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan. Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan. Kenikmatan berpengaruh signifikan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan dan Sikap Terhadap Penggunaan tidak berpengaruh terhadap Niat Perilaku Untuk Menggunakan.

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: Hotel Sahid Bandar Lampung perlu mengoptimalkan pelayanan kepada konsumen. Optimalisasi layanan dilakukan dengan menjamin keamanan dan kenyamanan saat bertransaksi di Traveloka. Hal ini agar minat konsumen dalam memesan hotel menggunakan aplikasi Traveloka dapat meningkat sehingga Hotel Sahid Bandar Lampung bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal. Untuk studi di masa depan, sampel yang lebih besar direkomendasikan. Dapat mencakup semua elemen populasi secara seimbang sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat lebih mencerminkan situasi aktual dan hasilnya dapat digeneralisasi lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adjie, M., Mt, P., & Sukresna, M. (2021). DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pengguna Dompet Digital (e-Wallet) OVO di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Aisha, R., & Kurniawati, K. (2023). Analisis Convenience, Trust dan Subjective Norm terhadap Customer Satisfaction yang Dimediasi oleh User Behavior Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 135–150. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.164>
- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 3(1), 25. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i1.644>
- Hantono, H., Tjong, W., & Jony, J. (2023). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Intention To Use Dengan Kinerja Sebagai Variabel Moderasi Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1815–1830. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1583>
- Hervilia, H., Singasatia, D., & M. Agus Sunandar. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Teknologi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(4), 401–410. <https://doi.org/10.55123/insologi.v1i4.750>
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.13550>
- Lu, C., Abednego, F., Kuswoyo, C., & Calvin, L. (2021). PENGARUH PERCEIVED ENJOYMENT, PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED COMPABILITY, PERCEIVED INFORMATION SECURITY, DAN PERCEIVED SOCIAL PRESSURE TERHADAP SIKAP TERHADAP BELANJA ONLINE. *Cen Lu, Felicia Abednego, Chandra Kuswoyo, L. C. (2021). PENGARUH PERCEIVED ENJOYMENT, PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED COMPABILITY, PERCEIVED INFORMATION SECURITY; DAN PERCEIVED SOCIAL PRESSURE TERHADAP SIKAP TERHADAP BELANJA ONLINE*, 8(1), 32–49. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/32638>
- Meileny, F. dan T. I. W. (2020). Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 1–9.
- Muliawan, H., & Rosyadi, I. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 50–67. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.876>
- Mulyono, D., & C. Premananto, G. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pelanggan Pln Ulp Banyuwangi Kota Terhadap Aplikasi New Pln Mobile. *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1). <https://doi.org/10.30811/ekonis.v24i1.3240>
- Prasetya, I. A., & Suwithe. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 1–15.
- Prawita, D., Lukitaningsih, A., & Welsa, H. (2021). ANALISIS PRICE DISCOUNT DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MENGGUNAKAN FINTECH MELALUI INTERVENING CUSTOMERS SATISFACTION (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Gopay di Kota

Yogyakarta). *Upajiwa Dewantara*, 4(2), 147–160. <https://doi.org/10.26460/mmud.v4i2.8796>

Stefany, B. A., Wibowo, F. M., & Wiguna, C. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Wisata Brebes Dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(1), 172–184. <https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i1.107>

Sudrajat, B., Roma Doni, F., & Muhammad Lukman, A. (2024). Kepuasan Pengguna Web Lelang Online XYZ Menggunakan Metode Technology Acceptance Model. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 8(2), 475–484. <http://doi.org/10.33395/remik.v8i2.13492>

Utami, R., Amril, D. Y., Ardiansyah, & Jundrio, H. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Time Saving Terhadap Continuous Usage Intention Dengan Attitude Towards Mobile Apps Sebagai Variabel Mediasi Pada Aplikasi Simpool Di Masa Pandemi Covid 19. *Masarin Jurnal*, 0(0), 13–29.

Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2022). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived Enjoyment terhadap penerimaan teknologi informasi web SMB Universitas Telkom. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5717–5725. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2020>

Wijaya, D. N., Wendy, W., & Malini, H. (2024). When Celebrity CEOs Undermine Sustainability Value : Evidence from Indonesian Firms. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 27(2), 156–167. <https://doi.org/10.14414/jebav.v27i2.4302>