

ANALISIS SISTEM INFORMASI WEB PENJUALAN PADA PT. TETA DENGAN PENDEKATAN MODEL TAM

Analysis of Sales Web Information System in PT. Teta with TAM Model Approach

Yemima Monica Geasela^{1)*}, Henny Hartono²⁾, Denny Sutanto³⁾, Kevin Julian⁴⁾, dan Jonathan Setiawan⁵⁾

^{1)*}Manajemen Sistem Informasi, Universitas Bunda Nusantara

^{2,3,4,5)}Sistem Informasi/Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Bunda Mulia

Diterima 23 Februari 2022 / Disetujui 17 Maret 2022

ABSTRACT

Information technology, information systems, and all of their knowledge are developing rapidly at this time, and making them have an important role in people's lives. Its development provides business innovations such as online business supporters, namely e-commerce. PT. TETA is a computer spare part distribution company. PT. TETA has a website and various e-commerce platforms using the available E-commerce platforms that allow users to buy directly from PT. TETA. Researchers conducted an analysis of the use of web sales of PT. TETA by using interface design variables, ease of use of the system, user attitudes, and behavior towards real conditions of use using the Technology Acceptance Model (TAM) method. This study places more emphasis on website users as the media used in placing orders. The final result of this research is the obtaining of TAM test results to find out the views of system users or respondents stating that the percentage of 61.66% of respondents' answers on average is Strongly Agree and 34.16% of respondents' answers on average are Agree that the web sales of PT. Teta makes it easy for clients to order goods. Based on the results of multiple regression analysis, the variables that have an influence on (Behavioral Intention To Use) (Y1) and (Actual Use Behavior) (Y2) are the user interface design (X1), and the ease of system users (perceived easy of use.) (X2) has a significant effect on (Behavioral Intention To Use)(Y1) and (Actual Use Behavior)(Y2). Meanwhile, the one that has no influence is Attitude Toward Using (X3). Based on the R square value of 0.500. This means that 50% of Acceptance Attitudes and Real Conditions of Information System Users are influenced by independent variables. Then 50% is influenced by other variables.

Keywords: Technology Acceptance Model, E-Commerce, Customer Satisfaction, Sales Application

ABSTRAK

Teknologi informasi, sistem informasi, serta segala ilmu pengetahuannya begitu berkembang dengan pesat saat ini, dan menjadikannya memiliki peran penting di dalam kehidupan masyarakat. Perkembangannya memberikan inovasi bisnis seperti adanya pendukung bisnis online yakni e-commerce. PT. TETA adalah suatu Perusahaan distribusi spare part komputer. PT. TETA mempunyai website dan berbagai e-commerce menggunakan platform E-commerce yang telah tersedia yang membuat User pun bisa membeli langsung dari PT. TETA. Peneliti melakukan analisis terhadap penggunaan web penjualan PT. TETA dengan menggunakan variabel desain antar muka, kemudahan penggunaan sistem, sikap pengguna, dan perilaku terhadap kondisi nyata penggunaan dengan menggunakan metode Technology Acceptance Model (TAM). Penelitian ini lebih menekankan pada user pengguna website sebagai media yang digunakan dalam melakukan pemesanan. Hasil akhir dari penelitian ini adalah didapatkannya Hasil uji TAM untuk mengetahui pandangan tentang pengguna sistem atau responden menyatakan pada jumlah persentase 61,66% jawaban responden rata – rata adalah Sangat Setuju dan 34,16 % jawaban responden rata – rata adalah Setuju bahwa web penjualan PT. Teta memudahkan klien dalam pemesanan barang. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda variabel yang memiliki pengaruh terhadap (Behavioral Intention To Use)(Y1) dan (Actual Use Behavior)(Y2) adalah desain antar muka (user design interface) (X1), dan kemudahan pengguna sistem (perceived easy of used) (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap (Behavioral Intention To Use)(Y1) dan (Actual Use Behavior)(Y2). Sedangkan yang tidak memiliki pengaruh adalah Sikap penerimaan (Attitude Toward Using) (X3). Berdasarkan nilai R square sebesar 0,500. Artinya 50 % Sikap Penerimaan dan Kondisi Nyata Pengguna Sistem Informasi dipengaruhi oleh variabel independen. Kemudian 50 % dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kata Kunci: Technology Acceptance Model, E-Commerce, Kepuasan Pelanggan, Aplikasi Penjualan

*Korespondensi Penulis:

E-mail: yemima.geasela@gmail.com

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi, serta sistem informasi dan ilmu pengetahuannya, telah berkembang pesat dan terus maju di era globalisasi ini. Salah satu alasan utama perkembangannya adalah teknologi dan sistem informasi kini memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat dalam lingkup global yang menunjang aktivitas atau mobilitas manusia sehari-hari (Faisal, Handayanna, and Purnamasari 2021). Sistem informasi dalam suatu organisasi dapat berperan sebagai pelaku manajemen transaksi yang dapat digunakan dalam proses untuk menghasilkan laporan transaksi. Internet saat ini merupakan sarana informasi yang semakin meluas dan dengan teknologi internet setiap orang dari berbagai daerah dapat terhubung dengan mudah, instan, dan cepat. Selanjutnya, internet dapat digunakan sebagai media dalam menjalankan bisnis seperti *e-commerce* (Susilo et al. 2021).

Perkembangan teknologi *e-commerce* dengan segala inovasi dan kebijakan yang diberikannya memudahkan para pengguna atau pelanggan bisnis untuk mendapatkan informasi dan barang yang dibutuhkan oleh pelanggan-pelanggan suatu organisasi (Saripudin and Suharyanto 2021).

PT TETA adalah suatu Perusahaan distribusi *spare part* komputer. PT TETA Mendistribusikan *hardware* komputer dari berbagai pabrik *hardware* komputer di China kepada *reseller/Offline store* di Indonesia agar di perjual-belikan ke *user*. PT TETA telah berdiri kurang lebih hampir 15 tahun yang dimulai dari hanya toko kecil.

Tahun ke tahun berlalu membuat PT. TETA berkembang menjadi distributor yang lumayan terkenal khususnya di Jakarta Pusat Mangga Dua. Namun, semenjak pandemik melanda Indonesia dan Global, penurunan *demand* terjadi sangat pesat dan bahkan produksi VGA dari Pabrik pun juga semakin sedikit. Dengan persaingan ketat oleh berbagai kompetitor, PT. TETA harus berinovasi untuk bertahan di dalam krisis ini.

PT TETA akhirnya mempunyai *website* dan berbagai *e-commerce* menggunakan platform *E-commerce* yang telah tersedia yang membuat *User* pun bisa membeli langsung dari TETA. Peneliti melakukan analisis terhadap penggunaan web penjualan PT. TETA dengan menggunakan variabel desain antar muka, kemudahan penggunaan sistem, sikap pengguna, dan perilaku terhadap kondisi nyata penggunaan dengan menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian lebih menekankan pada *user* pengguna *website* sebagai media yang digunakan dalam melakukan pemesanan

Ada beberapa metode pengukuran tingkat penerimaan suatu sistem informasi, yaitu Theory of Planned Behavior (TBP) (Sakdiyah, Effendi, and Kustono 2019), Technology Acceptance Model (TAM) (Roziqin, Mudiono, and Amalia 2021), dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Chandra and Novita 2020). Dari beberapa metode penerimaan tersebut, TAM yang paling banyak digunakan saat ini (Setiyani 2021). Didalam penelitian ini akan menggunakan metode TAM.

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Metode ini digunakan oleh Davis untuk menguji penerimaan teknologi informasi. Metode TAM ini dibuat berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (TRA), dimana teori ini menjelaskan tentang reaksi dan persepsi seseorang dalam melakukan suatu tindakan (Fauzi et al. 2021). Pada penelitian ini, metode TAM akan digunakan untuk melakukan analisis terkait persepsi para pengguna atau pelanggan PT. TETA terhadap *website* penjualan perusahaan.

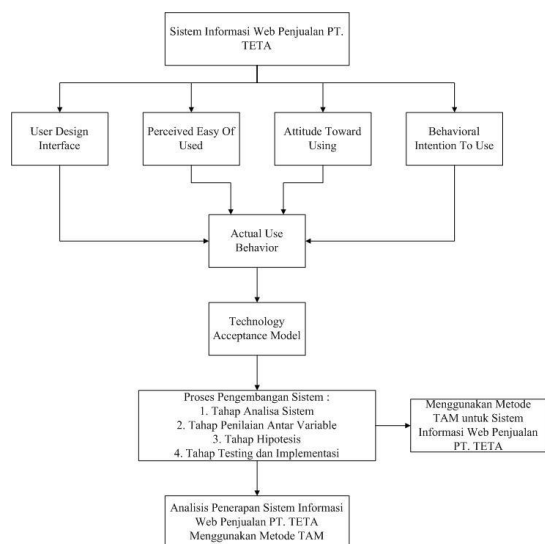
Dari penjelasan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan terkait permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini terkait penerimaan pelanggan terhadap web penjualan PT. TETA dan tingkat penerimaannya. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan

user/customer PT. TETA yang menggunakan website penjualan dalam melakukan pemesanan. Analisis tersebut akan dibantu dengan menggunakan metode TAM.

METODE PENELITIAN

Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berpikir penelitian yang digunakan dalam menguji masing-masing variabel yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini merujuk penelitian yang dilakukan oleh Dharmawan (2018) dan berdasarkan teori metode TAM oleh Davis yang dapat dilihat pada gambar 1 Kerangka Berpikir Penelitian.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir tersebut dikembangkan dalam tahapan dalam perancangan penelitian yang merupakan langkah detail penelitian yang dilakukan. Tahapan yang dilakukan yang pertama penentuan variabel yaitu variabel dependen dan variabel independent.

Tahap kedua menyusun kuisioner yang digunakan sebagai pengukuran dari masing-masing variabel yang telah ditetapkan. Kuisioner tersebut diukur dengan menggunakan 5 poin yang diukur dengan skala linkert yaitu dengan ukuran nilai sangat sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

Tahap ketiga dengan penyebaran kuisioner kepada responden. Tahap keempat membuat tabulasi data hasil kuisioner yang disebarakan tersebut sesuai dengan jawaban yang telah dilakukan oleh responden untuk dilanjutkan pada tahap kelima yaitu menguji tingkat penerimaan web penjualan PT. TETA.

Selanjutnya pada tahap terakhir pengujian variabel penelitian dengan melakukan analisis faktor-faktor tingkat penerimaan dengan menggunakan uji validitas yang bertujuan untuk melihat kualitas jawaban responden dengan melihat total correlation dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 atau dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat tingkat konsisten jawaban responden berdasarkan nilai cronbach alpha > 0,60. Selanjutnya dilakukan uji analisis dengan menggunakan ujian asumsi klasik, uji regresi linear, uji t, uji F dan uji R.

Desain Antar Muka (User Design Interface) (X1)

Adapun item pertanyaan pada variabel ini antara lain kesesuaian penggunaan warna dan desain latar belakang pada web penjualan PT. TETA mudah digunakan, model rancangan web penjualan PT. TETA memudahkan penggunaan dalam pengoperasian aplikasi, tata letak tombol dan menu mudah di baca user, tampilan web penjualan PT. TETA mudah untuk diadaptasi keluaran (report) yang disajikan dalam format yang sesuai dengan kebutuhan.

Persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Easy of Used) (X2).

Adapun item pertanyaan pada variabel ini antara lain web penjualan PT. TETA membuat pekerjaan saya lebih mudah dilakukan, web penjualan PT. TETA memiliki proses input yang mudah, web penjualan PT. TETA memberikan kemudahan dan efisiensi waktu, web penjualan PT. TETA dapat dioperasikan pada waktu jam kerja dengan nyaman tanpa kendala, web penjualan PT. TETA mudah untuk di pelajari.

Sikap penerimaan (Attitude Toward Using) (X3)

Adapun item pertanyaan pada variabel ini antara lain web penjualan PT. TETA memberi saya kontrol lebih besar atas pekerjaan saya, web penjualan PT. TETA meningkatkan efektivitas pekerjaan saya, web penjualan PT. TETA menyediakan data atau informasi dengan format yang sesuai dengan kebutuhan, web penjualan PT. TETA telah menyediakan informasi yang terkini (up to date), web penjualan PT. TETA selalu menyediakan informasi pada saat diperlukan.

Perilaku tetap menggunakan (Behavioral Intention to Use) (Y1).

Adapun item pertanyaan pada variabel ini antara lain sistem web penjualan PT. TETA bisa mempermudah dan berpengaruh terhadap pengguna yang lain, web penjualan PT. TETA mempunyai kemampuan dan fungsi yang di harapkan, pengguna web penjualan PT. TETA tidak akan merasa terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan supplier, web penjualan PT. TETA memiliki dokumentasi data yang lengkap, sistem yang ada menyediakan laporan yang sesuai dengan yang di butuhkan user.

Kondisi nyata penggunaan sistem (Actual Use Behavior) (Y2).

Adapun item pertanyaan pada variabel ini antara lain web penjualan PT. TETA tidak pernah mengalami kendala sehingga transaksi sering gagal, web penjualan PT. TETA selalu berjalan saat dibutuhkan meskipun diakses dimanapun dan kapanpun oleh pengguna, web penjualan PT. TETA sangat membantu dalam pengarsipan elektronik maupun pengarsipan secara fisik, program web penjualan PT. TETA memiliki nilai tambah dengan menghasilkan informasi yang valid mengenai jumlah volume material baik fisik maupun sistem, penggunaan program sistem web penjualan PT. TETA telah dimanfaatkan secara optimal dalam penggunaan operasinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Survei Penelitian

Penelitian ini mengambil objek penelitian di PT. Teta. Penelitian bertujuan mengetahui tingkat penerimaan pengguna terhadap web penjualan PT. Teta. Tahapan uji TAM yaitu menguji masing-masing item pernyataan dengan membuat persentase jawaban responden. Adapun hasil rekap jawaban responden sebagai berikut.

Tabel 1. Rekap Data Jawaban Responden

Variabel	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
X1	58.3	37.5	4.2	0	0
X2	54.2	33.3	12.5	0	0
X3	58.3	41.7	0	0	0
Y1	79.2	20.8	0	0	0
Y2	58.3	37.5	4.2	0	0
Total	308.3	170.8	20.9	0	0
Persentase	61.66	34.16	4.18	0	0

Berdasarkan Tabel 1 dapat disimpulkan sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan prosentase 61.66% dan setuju dengan prosentase rata-rata 34.16%. Untuk mengetahui tingkat kualitas dari data dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui nilai semua instrumen penelitian yang dijawab oleh responden valid atau tidak. Instrumen penelitian dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Uji validitas dari responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0.797	0.404	Valid
X2	0.57	0.404	Valid
X3	0.637	0.404	Valid
Y1	0.653	0.404	Valid
Y2	0.754	0.404	Valid

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi, akurasi dan prediktabilitas dari variabel. Pengujian reliabilitas dengan menggunakan Cronbach's

alpha. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0.60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Signifikan	Keterangan
X1	0.66	0.6	Reliabel
X2	0.717	0.6	Reliabel
X3	0.703	0.6	Reliabel
Y1	0.768	0.6	Reliabel
Y2	0.671	0.6	Reliabel

Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik juga dilakukan terkait dengan output untuk hasil pengujian regresi linear untuk pengujian keterkaitan data. Adapun pengujian asumsi klasik dengan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Adapun hasil pengujian normalitas dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	24
Normal	Mean .0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation .79585950
Most Extreme	Absolute .222
Differences	Positive .136
	Negative -.222
Test Statistic	.222
Asymp. Sig. (2-tailed)	.003 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0.003 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi tidak normal. Sedangkan untuk hasil uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Kategori yang digunakan dalam pengujian multikolinearitas dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10 dan nilai tolerance value $> 0,10$. Adapun hasil pengujian dapat dilihat dalam tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas berikut ini

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.504	1.709		4.390	.000		
XP123	.135	.126	.223	1.075	.294	1.000	1.000

a. Dependent Variable: YP45

Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance > 0.10 . Sedangkan untuk hasil pengujian heteroskedastisitas Glejser dengan tujuan untuk mengetahui nilai

residual terdapat atau tidaknya ketidaksamaan varian residual model regresi. Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat dalam tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser dibawah ini.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.719	1.064		-.676	.506
XP123	.097	.078	.256	1.242	.227

a. Dependent Variable: RES_2

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas berdasarkan nilai Signifikansi > 0,05. Untuk

pengujian data dilakukan menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.603	1.417		3.955	.001
X1	.893	.237	.643	3.770	.001
X2	-.604	.206	-.531	-2.941	.008
X3	.511	.278	.315	1.838	.081

a. Dependent Variable: YP45

Hasil pengujian tersebut maka formula dari regresi linear berganda adalah berikut $Y = 5,603 + 0,893P1 + (- 0,604P2) + 0,511P3 + \epsilon$. Kesimpulan dari hasil pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda tersebut variabel yang memiliki nilai signifikansi < 0,05. Adapun yang memiliki nilai signifikan adalah desain antar muka (user design interface) (X1), dan kemudahan pengguna sistem (perceived easy of used) (X2). Sedangkan variabel yang tidak signifikan adalah Sikap penerimaan (Attitude Toward Using) (X3). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2015) dan Dharmawan (2018) dengan variabel yang sama untuk melakukan analisa terhadap penggunaan aplikasi.

Berikutnya adalah melakukan uji determinasi untuk mengukur seberapa besar variabel dependen dapat menjelaskan variabel independen atau menunjukkan proporsi/persentase sumbangan dari seluruh variabel independen dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8. Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.425	.619

a. Predictors: (Constant), P3, P1, P2

Hasil pengujian tersebut maka formula dari regresi linear berganda adalah berikut $Y = 5,603 + 0,893P1 + (- 0,604P2) + 0,511P3 + \epsilon$. Kesimpulan dari hasil pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda

tersebut variabel yang memiliki nilai signifikansi < 0,05. Adapun yang memiliki nilai signifikan adalah desain antar muka (user design interface) (X1), dan kemudahan pengguna sistem (perceived easy of used) (X2). Sedangkan variabel yang tidak signifikan adalah Sikap penerimaan (Attitude Toward Using) (X3). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2015) dan Dharmawan (2018) dengan variabel yang sama untuk melakukan analisa terhadap penggunaan aplikasi.

Berikutnya adalah melakukan uji determinasi untuk mengukur seberapa besar variabel dependen dapat menjelaskan variabel independen atau menunjukkan proporsi/persentase sumbangan dari seluruh variabel independen dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.425	.619

a. Predictors: (Constant), P3, P1, P2

Berdasarkan hasil dari program SPSS pada tabel 8, koefisien determinasi R Square yaitu sebesar 50%. Jadi ketiga variabel independen hanya dapat menjelaskan 50% terhadap variabel dependen. Adapun 50% lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil olah data dan kuisisioner yang diisi oleh responden dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Hasil pengolahan data yang diperoleh dari jawaban responden terhadap beberapa variabel antara lain variabel desain antar muka (user design interface), kemudahan penggunaan sistem (perceived easy of used), sikap pengguna terhadap sistem informai (attitude toward using), perilaku pengguna sistem (behavioral intention to use), kondisi nyata penggunaan sistem (actual use behavior). Hasil uji TAM untuk mengetahui pandangan tentang pengguna sistem atau responden menyatakan pada jumlah prosentase 61,66% jawaban responden rata – rata adalah Sangat Setuju dan 34.16 % jawaban responden rata – rata adalah Setuju bahwa web penjualan PT. Teta memudahkan klien dalam pemesanan barang, hal ini didasarkan terhadap hasil dari nilai responden bahwa web penjualan PT. Teta dapat di percaya untuk melakukan transaksi pembelian barang.
- b. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda variabel yang memiliki pengaruh terhadap (Behavioral Intention To Use)(Y1) dan (Actual Use Behavior)(Y2) adalah desain antar muka (user design interface) (X1), dan kemudahan pengguna sistem (perceived easy of used) (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap (Behavioral Intention To Use)(Y1) dan (Actual Use Behavior)(Y2). Sedangkan yang tidak memiliki pengaruh adalah Sikap penerimaan (Attitude Toward Using) (X3).
- c. Berdasarkan nilai R square sebesar 0,500. Artinya 50 % Sikap Penerimaan dan Kondisi Nyata Pengguna Sistem Informasi dipengaruhi oleh variabel independen. Kemudian 50 % dipengaruhi oleh variabel lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, Fredy Setiawan, and Dien Novita. 2020. “Analisis Penerimaan Masyarakat Terhadap Layanan Transportasi Online Menggunakan UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology).” *Jurnal Teknologi Sistem Informasi* 1(1): 23–33.
- Faisal, Ahmad, Frisma Handayanna, and Indah Purnamasari. 2021. “Implementation Technology Acceptance Model (Tam) on Acceptance of the Zoom Application in Online Learning.” *Jurnal Riset Informatika* 3(2): 85–92.
- Fauzi, Ahmad, Raju Wandira, Domi Sepri, and Afdhil Hafid. 2021. “Exploring Students’ Acceptance of Google Classroom during the Covid-19 Pandemic by Using the Technology Acceptance Model in West Sumatera Universities.” *Electronic Journal of e-Learning* 19(4): 233–40.
- Roziqin, Mochammad Choirur, Demiawan Rachmatta Putro Mudiono, and Nuril Amalia. 2021. “Analisis Penerimaan SIMPUS Ditinjau Dari Persepsi Pengguna Di Puskesmas Mojoagung Dengan Metode TAM.” *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 8(1): 47.
- Sakdiyah, Lifatin, Rochman Effendi, and Alwan Sri Kustono. 2019. “Analisis Penerimaan Penggunaan E-Learning Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Jember.” *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 6(2): 120.
- Saripudin, and Suharyanto. 2021. “ACCEPTANCE ANALYSIS OF USING JD.ID ECOMMERCE APPLICATION WITH TAM METHOD.” *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* 5(4): 6.
- Setiyani, Lila. 2021. “Using Technology Acceptance Model 3 (TAM 3) at Selected Private Technical High School: Google Drive Storage in E-Learning.” *Utamax: Journal of Ultimate Research and Trends in Education* 3(2): 80–89.

Susilo, Rainaldo Diogenes, Benny Daniawan, Andri Wijaya, and Suwitno Suwitno. 2021. "The Acceptance Study of E-Commerce Customers Based on TAM." *Bit-Tech* 3(3): 124–38. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/bt/article/view/165/129>.