Journal of Computer Science and Information Technology (JCSIT)
Volume 2, No 4 – September 2025
e-ISSN : 3031-8467

ANALISIS PLATFORM PATUNGAN APLIKASI BERBAYAR DI FREEMIUM.ID MENGGUNAKAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)

Jason Hezekia Gondo[1], Deavid Rizky Yolandra[2], Heri[3] , Arhan Malik Alrasyid[4], Ryan Putra Laksana[5]
[12345]Universitas Esa Unggul Jakarta, Indonesia
[1]therealjasontazon@student.esaunggul.ac.id
[2]deavidrizky2@gmail.com
[3]heri.php@student.esaunggul.ac.id
[4]arhanmali96@student.esaunggul.ac.id
[5]ryan.putra@esaunggul.ac.id

Received: 28-08- 2025	Revised: 15-09-2025	Approved: 22-09-2025

ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital telah mendorong munculnya berbagai inovasi dalam layanan berbasis daring, termasuk cara masyarakat mengakses aplikasi berbayar. Bagi sebagian pengguna, biaya langganan aplikasi premium menjadi kendala yang membatasi akses terhadap layanan digital. Sebagai respons terhadap masalah tersebut, muncul alternatif berupa platform freemium yang memungkinkan pengguna untuk berlangganan aplikasi berbayar melalui sistem patungan, salah satunya freemium.id di bawah naungan PT. Plato Solusi Teknologi. Dikarenakan sudah cukup banyak pengguna dan untuk meningkatkan kualitas freemium.id maka dilakukanlah penelitian ini untuk mengukur faktor-faktor penerimaan pengguna terhadap freemium.id menggunakan kerangka ***Technology Acceptance Model (TAM)*** *yang berfokus pada kontruk Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), Attitude Toward Using (ATU), dan Behavioral Intention to Use (BIU). Dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif, Data dikumpulkan dengan wawancara daring berbasis kuesioner terhadap 200 pelanggan dengan menggunakan teknik simple random sampling dengan tingkat kepercayaan 95% dengan MoE 7,1%. Hasil kelayakan dengan menggunakan uji validitas (Pearson Correlation) terhadap 12 indikator dengan nilai 0,831**-0,879** dinyatakan valid (>0,138) dan uji reabilitas (Cronbach's Alpha) terhadap 4 kontruk dengan nilai 0,886-0,948 dinyatakan reliabel (>0,6). Hasil penelitian ini selanjutnya dengan uji hipotests menemukan PEOU berpengaruh positif dan kuat terhadap PU (P-value <0,001, T-hitung 24,845, R^2=0,757 dan r=0,830), PEOU berpengaruh positif dan kuat terhadap ATU (P-value <0,001, T-hitung 23,426, R^2=0,735 dan r=0,832), PU berpengaruh positif dan kuat terhadap ATU (P-value <0,001, T-hitung 25,952, R^2=0,773 dan r=0,894), pengaruh ATU berpengaruh positif dan kuat terhadap BIU (P-value <0,001, T-hitung 23,175, R^2=0,731 dan r=0,883) dan PU berpengaruh positif dan kuat terhadap BIU (P-value <0,001, T-hitung 22,490, R^2=0,719 dan r=0,891). Dengan hasil ini peneliti penyarankan untuk meningkatkan penyempurnaan penggunaan freemium.id dengan menekankan kepada kemudahan pengguna, seperti penyederhanaan alur berlangganan dan antarmuka dan perluasan kemudahan akses seperti metode bayar, perangkat dan lainnya.*

Keywords: TAM, freemium, Plato, sharing, teknologi, acceptance model

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong munculnya berbagai inovasi dalam layanan berbasis daring, termasuk cara masyarakat mengakses aplikasi berbayar. Bagi sebagian pengguna, biaya langganan aplikasi premium menjadi kendala yang membatasi akses terhadap layanan digital. Sebagai respons terhadap masalah tersebut, muncul alternatif berupa platform *freemium*, salah satu contoh platform tersebut adalah freemium.id bagian dari media bisnis digital yaitu model bisnis yang sumber keuangannya didapatkan dari biaya berlangganan dari penggunanya (Dirgantara et al., 2020) dan menawarkan berlangganan aplikasi berbayar melalui sistem patungan.

Freemium.id merupakan sub-usaha dari plato.id, sebuah marketing agency sekaligus software house yang beroperasi di bawah naungan PT. Plato Solusi Teknologi. Jika Plato.id berfokus pada layanan digital marketing dan pengembangan perangkat lunak, maka freemium.id hadir sebagai inovasi bisnis digital yang mengusung konsep *sharing economy* dengan menawarkan akses aplikasi premium secara lebih terjangkau.

Theory of Reasoned Action (TRA) adalah teori perilaku manusia yang sangat mendasar, memiliki pengaruh dan lebih banyak digunakan dalam berbagai lini, termasuk pemasaran dan sistem informasi, teori ini menjadi rujukan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) (Pratama et al., n.d.). TAM adalah model yang digunakan untuk memprediksi penerimaan seseorang dalam menggunakan teknologi berdasarkan dua faktor kognitif yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. TAM disimpulkan sebagai rancangan toeritis yang memetakan proses penerimaan serta penggunaan teknologi (Rahmawati et al., 2022). Persepsi kegunaan adalah keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja tugas/pekerjaannya (Santoso et al., n.d.)., persepsi kemudahan adalah tingkat keyakinan bahwa mengoperasikan sebuah sistem tidak memerlukan upaya yang berarti (bebas dari usaha yang berlebihan) (Hermanto & Patmawati, 2017). Beberapa studi sebelumnya terkait penerapan TAM yang dijadikan landasan, antara lain:

1. (Fernandes Andry, 2016), penelitian ini menguji dan menganalisis pengaruh kegunaan, kemudahan, serta sikap terhadap niat penggunaan aplikasi *e-commerce* dengan pendekatan TAM, dengan hasil kedua faktor tersebut mempengaruhi sikap dan niat secara signifikan.
2. (Niqotaini, 2021), penelitian ini digunakan untuk evaluasi kepuasan pengguna terhadap Google Classroom dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan End-User Computing Satisfaction (EUCS) yang menghasilkan PU dipengaruhi oleh PEOU 52,2%. ATU dipengaruhi oleh PU 34,4%, CT 25,4%, AC 11,9%, dan FT 18,4.]
3. (Harsanto et al., 2023), penelitian ini untuk menguji bagaimana penerapan teori Technology Acceptance Model (TAM) menganalisis penerimaan dan adopsi pengguna terhadap situs web e-commerce yang menunjukan adanya hubungan positif dan signifikan pada beberapa konstruk.
4. (Pratama et al., n.d.), penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan dan sikap penggunaan dalam pengaruhnya terhadap intensi dan penggunaan sistem sesungguhnya pada penggunaan aplikasi PLN Daily. Dengan pengujian regresi menunjukan PU berpengaruh positif terhadap ATU, BIU, ATU berpengaruh positif terhadap BIU, dan BIU berpengaruh positif terhadap ASU.
5. (Makayasa et al., n.d.) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak kemudahan dan kemanfaatan terhadap sikap pengguna internet banking. Ditemukan kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap dan sikap berpengaruh positif terhadap penggunaan sesungguhnya *internet banking*.

Penelitian (Fahlevi et al., 2025), (Dwy Putra & Rahman Prehanto, 2021) menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh pada sikap dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap, (Habibi & Zaky, 2014), menemukan menemukan kepercayaan dan kemudahaan tidak mempengaruhi sikap pengguna dan (Prabandari & Ansoriyah, 2023) kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap.

Dengan tujuan sebagai dasar langkah untuk meningkatkan kualitas freemium.id, maka dilakukanlah penelitian ini dengan mengukur faktor-faktor penerimaan pengguna terhadap freemium.id menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), dan berdasarkan uraian penelitian yang sudah dilakukan diatas maka peneliti memfokuskan pada kontruk

persepsi kemudahan yaitu anggapan pengguna tidak kesulitan dalam mengunakan teknologi (Wafiq Fadillah & Saida Zainurossalamia ZA, 2023), persepsi kegunaan merupakan pandangan pengguna freemium.id tentang manfaat yang diperoleh, sikap dan niat atau intensi dalam menggunakan.
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam kajian adopsi teknologi sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi PT. Plato Solusi Teknologi dalam mengembangkan inovasi bisnis digital yang berorientasi pada kebutuhan dan penerimaan pengguna.

METODE PENELITIAN

1. Tahapan Penelitian.

Tahapan penelitian analisis sistem freemium.id menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai berikut:

Alur Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitiannya mempunyai dua fungsi, yaitu selain untuk kebutuhan hipotesis, dan fungsi lain adalah sebagai prangkat yang merekam hasil pengamatan dan mengaitkan antara tahap-tahap tindakan dan refleksi dalam siklus penelitian, pertama studi literatur, peneliti secara sistematis mengumpulkan, mendapatkan informasi dan menganalisis berbagai buku, artikel ilmiah dan jurnal yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian sebagai bahan rujukan (Ahmad Saadi, 2025), kedua observasi, ketiga wawancara berbasis Kuesioner, proses tanya jawab antara pewawancara dan responden dengan berbasis kuesioner, sehingga wawancara lebih terarah dan efektif. Kuesioner dalam penelitian ini dapat berupa pernyataan tertutup atau terbuka. Setelah data terkumpul kemudian diolah untuk dipresentasikan. Proses analisis mengikuti kerangka Miles & Huberman, sedangkan menurut (Prof.DR. Sugiyono, 2013) pengolahan data kualitatif mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan

2. Metode dan Sample Penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu analisis statistik yang digunakan untuk menggambarkan, merangkum, dan menganalisis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur atau dihitung menggunakan angka. Jumlah responden sebanyak 200 responden dianggap terpenuhi teori roscoe (Sandini et al., 2024),

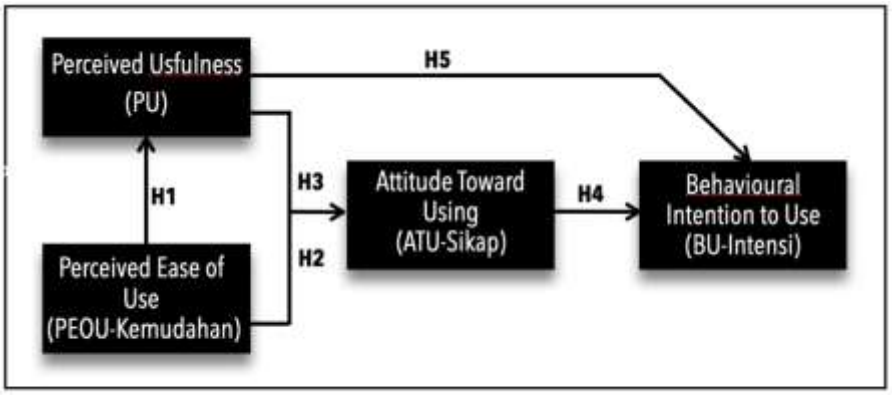
dengan MoE sebesar 7,1% dan menggunakan teknik *simple random sampling* dalam pemilihan sampel. Sample merupakan populasi pelanggan freemium.id. TAM digunakan sebagai dasar desain penelitian dengan menguji menggunakan uji validitas, reabilitas dan regresi terhadap 4 konstruk, yaitu PEOU, PU, ATU dan BIU sesuai dengan hipotesis penelitian (Sri et al., 2024).

3. Variabel dan Indikator.

Variabel dan indikator yang digunakan sebagai dasar penyebaran kuesioner dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Konstruk	Kode	Indikator	Skala Pengukuran
Perceived Ease of Use	PEOU01	Fleksibilitas	1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Kurang Setuju 4. Setuju 5. Sangat Setuju (Takke et al., 2024)
	PEOU02	Kemudahan penggunaan (Wisnu Aditya Aulia Rachman & Dwi Indriyanti, 2024)	
	PEOU03	Interaksi jelas & mudah dipahami	
Perceived Usefulness	PU01	Efisiensi biaya	
	PU02	Efektivitas/efisiensi proses	
	PU03	Kepercayaan	
Attitude Toward Using	ATU01	Afeksi positif	
	ATU02	Rasa menerima (Rahmawati et al., 2022)	
	ATU03	Pengalaman	
Behavioral Intention to Use	BIU01	Intensi frekuensi penggunaan	
	BIU02	Intensi perpanjangan (Novita & Helena, 2021)	
	BIU03	Preferensi prioritas	

4. Hipotesis Penelitian.



Kerangka Pemikiran / Hipotesis Penelitian

Terdapat 5 rumusan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:
H1 : *PEOU* berpengaruh positif terhadap *PU*
H2 : *PEOU* berpengaruh positif terhadap *ATU*
H3 : *PU* berpengaruh positif terhadap *ATU*
H4 : *ATU* berpengaruh positif terhadap *BIU*
H5 : *PU* berpengaruh positif terhadap *BIU*

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Data Hasil Penelitian

Setelah melakukan penelitian mengenai freemium.id, ditemukan beberapa data yg dipisahkan sebagai berikut:

2. Hasil Uji Kelayakan

Tabel 1 Tabel uji validitas (Pearson Correlation)

No	Pernyataan	Pearson Correlation	rTable	Status
1	PEOU01 - Saya merasa Sistem Freemium.id mudah diakses, dimana saja dan kapan saja	.859**	0,138	Valid
2	PEOU02 - Menurut saya, Sistem Freemium.id mudah dilakukan	.868**		Valid
3	PEOU03 - Menurut saya, tampilan Sistem Freemium.id user friendly/ramah pengguna dan tanpa bantuan orang lain	.858**		Valid
4	PU01 - Sistem Freemium.id menghemat biaya berlangganan	.842**		Valid
5	PU02 - Sistem Freemium.id membantu saya dalam mengelola pembayaran atau proses administratif aplikasi berbayar yang ditawarkan	.877**		Valid
6	PU03 - Sistem Freemium.id memberikan rasa aman kepada saya dalam menggunakan aplikasi berbayar	.842**		Valid
7	ATU01 - Saya senang menggunakan Sistem Freemium.id	.852**		Valid
8	ATU02 - Sistem Freemium.id mempermudah saya dalam berlangganan aplikasi berbayar	.879**		Valid
9	ATU03 - Sistem Freemium.id memberikan pengalaman yang baik tentang platform patungan	.838**		Valid
10	BIU01 - Saya berniat untuk menggunakan sistem Freemium.id secara rutin sesuai kebutuhan saya dalam menggunakan aplikasi berbayar	.853**		Valid
11	BIU02 - Saya akan memperpanjang langganan menggunakan Sistem Freemium.id	.848**		Valid
12	BIU03 - Sistem Freemium.id adalah pilihan utama saya dalam berlangganan aplikasi berbayar	.831**		Valid

Hasil uji validitas konstruk TAM yang diolah dengan SPSS terhadap 200 responden menghasilkan kesimpulan 12 pernyataan nilai person correlation lebih besar dari rTable

(N=200 dan Taraf Signif 5% = 0,138) , sehingga semua pernyataan tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini

Tabel 2 Tabel uji realibilitas (*cronbach's alpha*)

Konstruk	Cronbach's Alpha	Hasil	Kriteria
Persepsi Kemudahan (PEOU) (X1)	0,944	Realible	Sangat Tinggi
Persepsi Kemanfaatan (PU) (X2)	0,948	Realible	Sangat Tinggi
Sikap terhadap Penggunaan (ATU) (Z1)	0,945	Realible	Sangat Tinggi
Minat untuk Menggunakan (BIU) (Y1)	0,886	Realible	Tinggi

Dari hasil uji reliabilitas semua konstruk menunjukan nilai cronbach's alpha diatas 0,6 (Fong et al., 2018) sehingga disimpulkan jawaban dari setiap responden untuk penelitian ini reliable dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya

3. Hasil Uji Hipotesis

1. H1: PEOU —> PU

Tabel 3 Uji PEOU terhadap PU

Uji Statistik	Nilai	Keterangan
T Hitung	24,845	Nilai regresi yang sangat kecil (< 0.001) menunjukkan bahwa antara PEOU dan PU mempunyai hubungan yang sangat signifikan. Dapat disimpulkan PEOU memiliki pengaruh yang kuat terhadap PU.
Regresi/Signifikansi (P-value)	<0,001[b]	
R Square (Koefisien Determinasi)	0,757	Nilai R Square 0,757 yang menunjukan bahwa 75,7% variasi dalam PU dapat dijelaskan oleh PEOU atau PEOU faktor yang kuat mempengaruhi PU.
Koefisien PEOU	0,830	Koefisien 0,830 menunjukkan bahwa PEOU meningkatkan PU sebesar 0,830 untuk setiap satu unit peningkatan dalam PEOU. Artinya, semakin mudah digunakan suatu sistem (PEOU), semakin tinggi pula persepsi kegunaannya (PU) oleh pengguna.

Dari tabel hasil uji regresi diatas, dengan nilai T Hitung 24,845, regresi p <0,001, R Square 0,757 atau 75,7% variasi dalam PU dan Koefisien 0,83 menunjukan PEOU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap PU. Dengan demikian hipotesis *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* terbukti dan diterima.

2. H2: PEOU —> ATU

Tabel 4 Uji PEOU terhadap ATU

Uji Statistik	Nilai	Keterangan
T Hitung	23,426	Nilai regresi yang sangat kecil (< 0.001) menunjukkan

Regresi/Signifikansi (P-value)	<0,001[b]	bahwa antara PEOU dan ATU mempunyai hubungan yang sangat signifikan. Dapat disimpulkan PEOU memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap ATU (T-hitung >1,96).
R Square (Koefisien Determinasi)	.735	Nilai R Square 0,735 yang menunjukan bahwa 73,5% variasi dalam ATU dapat dijelaskan oleh PEOU atau PEOU faktor yang kuat untuk mempengaruhi ATU.
Koefisien PEOU	0,832	Koefisien 0,832 menunjukkan bahwa PEOU meningkatkan ATU sebesar 0,832 untuk setiap satu unit peningkatan dalam PEOU. Artinya, semakin mudah digunakan suatu sistem (PEOU), semakin positif sikap pengguna terhadap penggunaannya (ATU)

Dari tabel hasil uji regresi diatas, dengan nilai T Hitung 23,426, regresi p <0,001, R Square 0,735 atau 73,5% variasi dalam ATU dan Koefisien 0,832 menunjukan PEOU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ATU. Dengan demikian *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward* using terbukti dan diterima.

3. H3: PU —> ATU

Tabel 5 Uji PU terhadap ATU

Uji Statistik	Nilai	Keterangan
T Hitung	25,952	Nilai regresi yang sangat kecil (< 0.001) menunjukkan bahwa antara PU dan ATU mempunyai hubungan yang sangat signifikan. Dapat disimpulkan PU memiliki pengaruh yang kuat terhadap ATU (T-hitung >1,96).
Regresi/Signifikansi (P-value)	<0,001[b]	
R Square (Koefisien Determinasi)	.773	Nilai R Square 0,773 yang menunjukan bahwa 77,3% variasi dalam ATU dapat dijelaskan oleh PU atau PU faktor yang kuat untuk mempengaruhi ATU.
Koefisien PU	0,894	Koefisien 0,894 menunjukkan bahwa PU meningkatkan ATU sebesar 0,894 untuk setiap satu unit peningkatan dalam PU. Artinya, semakin tinggi persepsi kegunaan (PU), semakin positif sikap pengguna terhadap penggunaannya (ATU)

Dari tabel hasil uji regresi diatas, dengan nilai T Hitung 25,952, regresi p <0,001, R Square 0,773 atau 77,3% variasi dalam ATU dan Koefisien 0,894 menunjukan PU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ATU. Dengan demikian *perceived usefulness berpengaruh positif terhadap attitude toward using* terbukti dan diterima.

4. H4: ATU —> BIU

Tabel 6 Uji ATU terhadap BIU

Uji Statistik	Nilai	Keterangan
T Hitung	23,175	Nilai regresi yang sangat kecil (< 0.001) menunjukkan

Regresi/Signifikansi (P-value)	<0,001[b]	bahwa antara ATU (*Attitude Toword Using*) dan BIU (*Behavioral Intention to Use*) mempunyai hubungan yang signifikan. Dapat disimpulkan ATU memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap BIU (T-hitung >1,96).
R Square (Koefisien Determinasi)	.731	Nilai R Square 0,731 yang menunjukan bahwa 73,1% variasi dalam BIU dapat dijelaskan oleh ATU atau ATU faktor yang kuat untuk mempengaruhi BIU.
Koefisien ATU	0,883	Koefisien 0,883 menunjukkan bahwa ATU meningkatkan BIU sebesar 0,883 untuk setiap satu unit peningkatan dalam ATU. Artinya, semakin positif sikap pengguna (ATU), semakin besar kemungkinan pengguna untuk berniat menggunakan sistem tersebut secara berkelanjutan (BIU).

Dari tabel hasil uji regresi diatas, dengan nilai T Hitung 23,175, regresi p <0,001, R Square 0,731 atau 73,1% variasi dalam BIU dan Koefisien 0,883 menunjukan ATU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap BIU. Dengan demikian *attitude toward using berpengaruh positif terhadap behavioral intention to use* terbukti dan diterima.

5. H5: PU —> BIU

Tabel Uji PU terhadap BIU

Uji Statistik	Nilai	Keterangan
T Hitung	22,490	Nilai regresi yang sangat kecil (< 0.001) menunjukkan bahwa antara PU dan BIU mempunyai hubungan yang signifikan. Dapat disimpulkan PU memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap BIU (T-hitung >1,96).
Regresi/Signifikansi (P-value)	<0,001[b]	
R Square (Koefisien Determinasi)	.719	Nilai R Square 0,719 yang menunjukan bahwa 71,9% variasi dalam BIU dapat dijelaskan oleh PU atau PU faktor yang kuat untuk mempengaruhi BIU.
Koefisien PU	0,891	Koefisien 0,891 menunjukkan bahwa PU meningkatkan BIU sebesar 0,891 untuk setiap satu unit peningkatan dalam PU. Artinya semakin tinggi persepsi kegunaan (PU), semakin besar kemungkinan pengguna untuk berniat menggunakan sistem tersebut secara berkelanjutan (BIU).

Dari tabel hasil uji regresi diatas, dengan nilai T Hitung 22,49, regresi p <0,001, R Square 0,719 atau 71,9% variasi dalam BIU dan Koefisien 0,891 menunjukan PU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap BIU. Dengan demikian *perceived usefulness berpengaruh positif terhadap behavioral intention to use* terbukti dan diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penjelasan hasil tersebut disimpulkan sebagai berikut:

1. PEOU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap PU
2. PEOU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ATU

3. PU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ATU
4. ATU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap BIU
5. PU mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap BIU.

Dengan demikian, pola hubungan memperlihatkan bahwa peningkatkan kemudahan akan meningkatkan atau memperbaiki kemanfaatan, membentuk sikap yang mendukung sehingga memacu niat untuk terus memanfaatkan layanan platform freemium.id. Kesimpulan diatas berbanding lurus dengan hasil analisis pada penelitian sebelumnya tentang analisa sistem informasi berbasis TAM (Medina et al., 2024).

Dengan hasil ini peneliti penyarankan penelitian yang lebih mendalam dan untuk meningkatkan penyempurnaan platform freemium.id dengan menekankan kepada kemudahan pengguna, seperti penyederhanaan alur berlangganan dan antarmuka dan perluasan kemudahan akses seperti metode bayar, perangkat dan lainnya. Saran tersebut disesuaikan dengan temuan dalam penelitian yaitu untuk memperbaiki *user interface* sebesar 28% yang terdiri dari sata untuk merubah *user interface* menjadi lebih sederhana dan interktif sebesar 25% dan merubah *user interface* secara keseluruhan sebesar 3%.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Saadi. (2025). Pengumpulan Data Yang Efisien Pada Penelitian Tindakan Kelas: Teknik, Alat, Dan Tantangan. *Al Amin*, *2*, 90–108.

Dirgantara, H., Supriadi, D., & Bisman, A. (2020). Motif Pelanggan Dalam Menggunakan Kompas.Id Sebagai Layanan Media Digital Berbayar. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, *3*(2), 167. Https://Doi.Org/10.24198/Jkj.V3i2.23837

Dwy Putra, R., & Rahman Prehanto, D. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip.Id Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam) Dan End User Computing Satisfaction (Eucs). *Jeisbi*, *02*, 2021.

Fahlevi, R., Elsa, E., & Sinambela, F. A. (2025). Perilaku Penggunaan Dompet Digital Oleh Konsumen Generasi Z Saat Berwisata. *Jurnal Ekuilnomi*, *7*(1), 139–147. Https://Doi.Org/10.36985/Gecxpb52

Fernandes Andry, J. (2016). Process Capability Model Based On Cobit 5 Assessments (Case Study). *Jl. Lodan Raya*, *3*(1), 14430.

Habibi, M., & Zaky, A. (2014). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah*.

Harsanto, W. A., Matondang, N., & Wibowo, R. P. (2023). The Use Of Technology Acceptance Model (Tam) To Analyze Consumer Acceptance Towards E-Commerce Websites. A Case Of The Plantage.Id Digital Transformation Solution. *Journal Of Environmental And Development Studies*, *4*(2), 206–213. Https://Doi.Org/10.32734/Jeds.V4i2.13144

Hermanto, S. B., & Patmawati, P. (2017). Determinan Penggunaan Aktual Perangkat Lunak Akuntansi Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *19*(2). Https://Doi.Org/10.9744/Jak.19.2.67-81

Makayasa, O., Ruswanti, E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (N.D.). *Sikap Nasabah Dan Konstruk Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Penerapan Penggunaan Sesungguhnya Internet Banking* (Vol. 1). Www.Metrotvnews.Com/Tekno

Niqotaini, Z. (2021). *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi Analisis Penerimaan Google Classroom Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Dan End-*

User Computing Satisfaction (Eucs). Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.32520/Stmsi.V10i3.1376

Novita, D., & Helena, F. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam) Dan End-User Computing Satisfaction (Eucs) Analysis Of User Satisfaction Of The Traveloka Application Using The Technology Acceptance Model (Tam) And The End-User Computing Satisfaction (Eucs) Method. In *Jtsi* (Vol. 2, Issue 1).

Prabandari, A. D., & Ansoriyah, F. (2023). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Sikap, Niat Pengguna Terhadap Kenyataan Penggunaan Aplikasi Sipolgan*. *3 No.2*.

Pratama, A., Zulaikha Wulandari, S., Laksmi Indyastuti, D., Pratama Universitas Jenderal Soedirman, A., & Siti Zulaikha Wulandari, P. (N.D.). *Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Pada Penggunaan Aplikasi Pln Daily (Studi Empiris Pada Pegawai Pln Up3 Tegal)*.

Prof.Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Rahmawati, A., Novita, D., & Pradesan, I. (2022). Analisis Penerimaan E-Tax Ditjen Pajak Kota Palembang Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, *9*(2). Http://Jurnal.Mdp.Ac.Id

Sandini, S., Nurliza, N., & Fitrianti, W. (2024). Peningkatan Akses Informasi Teknologi Pemasaran Umkm Makanan Olahan Kota Singkawang. *Jurnal Social Economic Of Agriculture*, *13*(2), 117–130. Https://Doi.Org/10.26418/Jsea.V13i2.88268

Sri, S. I., Adam Bachtiar, Indriaturrahmi, & Akbar Juliansyah. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Mahasiswa Terhadap Qris Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Infotek: Jurnal Informatika Dan Teknologi*, *7*(2), 533–543. Https://Doi.Org/10.29408/Jit.V7i2.26489

Takke, Y. A., Marini, L. F., & Baisa, L. Y. (2024). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Pelni Mobile Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam) Dan End User Computing Satisfaction (Eucs). *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, *8*(3), 1921–1930. Https://Doi.Org/10.33379/Gtech.V8i3.4700

Wafiq Fadillah, & Saida Zainurossalamia Za. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva. *Mamen: Jurnal Manajemen*, *2*(2), 231–240. Https://Doi.Org/10.55123/Mamen.V2i2.1808

Wisnu Aditya Aulia Rachman, M., & Dwi Indriyanti, A. (2024). *Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi Identitas Kependudukan Digital (Ikd) Berbasis Mobile Menggunakan Metode Tam (Technology Acceptance Model)*.