

**ANALISIS APLIKASI SOBAT INDIHOME PADA PT. TELKOM INDONESIA TBK
WILAYAH TELEKOMUNIKASI SUMATERA SELATAN MENGGUNAKAN METODE
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**

Reynaldi Nainggolan^{1*}, Edi Supratman²

^{1,2} Universitas Bina Darma Palembang, Indonesia

edi_supratman@binadarma.ac.id^{1*}

Received: 20-07-2024	Revised: 25-08-2024	Approved: 20-10-2024
----------------------	---------------------	----------------------

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan pengguna terhadap aplikasi Sobat IndiHome, channel digital baru yang menawarkan promo WiFi IndiHome melalui media sosial. Meskipun aplikasi ini bertujuan untuk memudahkan registrasi, pengguna melaporkan beberapa kelemahan, seperti kecepatan akses yang lambat dan kurangnya pembaruan dalam pengecekan jaringan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Technology Acceptance Model (TAM). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 65 responden dan dianalisis menggunakan SPSS 26. Lima variabel yang diuji meliputi perceived ease of use (X1), perceived usefulness (X2), attitude toward using (X3), behavioral intention to use (X4), dan actual technology usage (Y). Hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis H2, H3, dan H4 diterima, sementara H1 ditolak, menandakan tidak terdapat hubungan antara kemudahan pengguna (perceived ease of use) dengan penggunaan teknologi sesungguhnya (actual technology usage).

Kata Kunci: Sobat Indihome, TAM, Penerimaan Teknologi, Telkom

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi penggunaan dunia internet sebagai akses untuk semua informasi maka pada saat ini penggunaan jaringan internet hampir merata di semua tempat dan dapat dengan mudah didapatkan. Pada era globalisasi sekarang ini, kita berada di generasi milenial dan era industri 4.0 yang di mana kebutuhan akan telekomunikasi menjadi peran penting dan strategis dalam kehidupan manusia (Abiwardani et al., 2020). Melalui teknologi komunikasi manusia bisa bertukar informasi atau mendapat informasi atau mendapat informasi dari jarak jauh dengan waktu yang sangat cepat dan efisien. Sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat masa kini, masyarakat membutuhkan akses informasi yang beragam, mudah, cepat dan handal (Ashsifa, 2020). Di sini yakni peluang dan tantangan bagi operator layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. PT. Telkom Indonesia Tbk yakni bagian dari perusahaan BUMN yang memfasilitasi layanan fasilitas komunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sektor komunikasi memfasilitasi layanan yang beraneka ragam. Dengan perkembangan teknologi mobile android yang banyak digunakan, layanan informasi yang sudah berjalan saat ini harus bisa mengikuti perkembangan teknologi mobile tersebut (Darwi & Efrizon, 2019)

Sobat Indihome merupakan sebuah program yang dihadirkan oleh PT Telkom Indonesia pada tahun 2021. Aplikasi dan website ini hadir dengan harapan dapat membantu calon pelanggan dalam melakukan registrasi dengan aman, nyaman, cepat serta bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja (Davis, 1989). Pengguna dari aplikasi Sobi ini yaitu pegawai PT Telkom Indonesia, Teknisi, Sobi Eksternal dan masyarakat umum yang sudah mendapatkan Kode Sobi atau disebut dengan RC. Sedangkan untuk pelanggan yang akan melakukan registrasi memerlukan link referral dari orang yang

sudah terdaftar pada Sobi atau yang sudah memiliki RC(Hartono, 2008). Dan jika berhasil mendapatkan pelanggan pada aplikasi Sobat Indihome maka akan mendapatkan poin, dimana poin yang didapatkan dapat ditukarkan atau di redeem melalui aplikasi link aja dan t-money. Namun, masih banyak pengguna mengulas bahwa aplikasi Sobat IndiHome ini masih memiliki kelemahan. Diantaranya kecepatan membuka aplikasi masih lama dan kurang update nya pengecekan jaringan pengguna yang akan memasang wifi indihome(Harahap, 2019). Selain itu, dari pertama kali dirilisnya aplikasi Sobat IndiHome sampai sekarang ini, belum pernah dilakukan penelitian yang membahas tentang penerimaan aplikasi ini di PT(Juni, 2020). Telkom Indonesia Wilayah Telekomunikasi Sumsel tersebut. Penelitian tersebut dilakukan agar teridentifikasinya tingkat penerimaan pengguna aplikasi Sobat IndiHome. Kepuasan adalah perasaan atau keadaan seseorang dimana persepsinya terhadap suatu produk atau jasa tertentu yang telah sesuai dengan harapannya terhadap suatu produk atau jasa tersebut dan dapat diterima oleh pengguna. Jika persepsi konsumen terhadap suatu produk atau jasa tadi melebihi apa yang diharapkan, tentu saja konsumen sangat puas, akan tetapi jika persepsi konsumen berada dibawah tingkat yang diharapkan, tentu saja konsumen tidak puas atau sangat kecewa, demikian pula halnya dengan Indihome sebagai pemberi jasa (Noor, 2013). Kepuasan pengguna merupakan hal yang penting dalam pengembangan sebuah sistem informasi, Kepuasan pengguna system informasi adalah suatu pencapaian ekspektasi yang di miliki pengguna untuk mendapatkan sebuah informasi yang sangat di butuhkan dalam system informasi yang telah di akses oleh pengguna itu sendiri (Nurlaela, 2020)

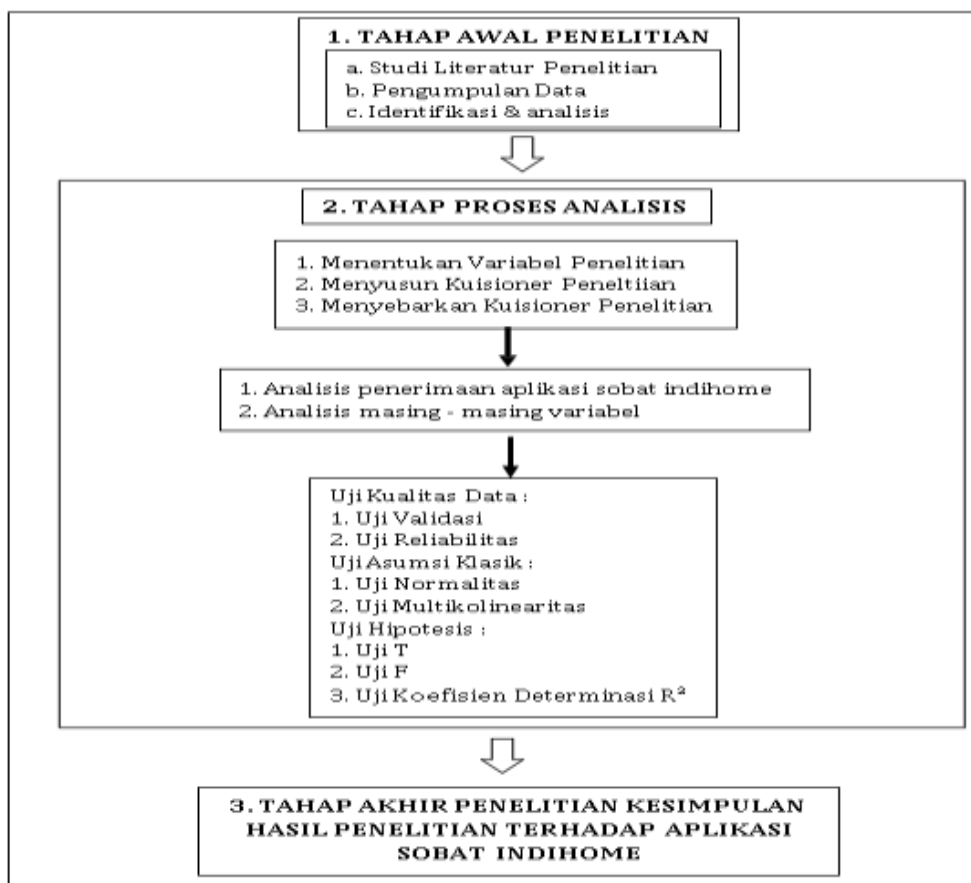
Penelitian ini adalah bentuk kelanjutan dari penelitian dari Pratama, dkk(Pratama et al., 2022) dengan judul Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal). Hasil dari penelitian ini adalah bahwa : (1) persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan. (2) persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap intensi. (3) sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap intensi. (4) intensi berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem sesungguhnya. (5) sikap penggunaan memediasi pengaruh persepsi kegunaan terhadap intensi. Implikasi dari penelitian ini adalah penggunaan sistem sesungguhnya secara maksimal oleh pegawai dapat dicapai apabila perusahaan memperhatikan intensi pegawai untuk tetap menggunakan aplikasi PLN Daily. Perusahaan dapat mengimplementasikan kebijakan yang berkaitan dengan peningkatan persepsi kegunaan dan sikap penggunaan dengan harapan dapat meningkatkan intensi pegawai dalam penggunaan aplikasi PLN Daily.

Tingkat kepuasan pengguna suatu sistem dapat dijadikan sebagai acuan dalam proses pengembangan sistem itu sendiri, dan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari sistem yang sedang berjalan atau diterapkan(Prakarsa, 2019). Kualitas Sistem Informasi yang bagus dapat meningkatkan kepuasan penggunanya (Saputra & Kurniadi, 2019). Saat ini banyak metode yang dapat digunakan untuk menentukan keberhasilan sebuah sistem. Sistem yang baik, selain dapat berfungsi sesuai dengan keinginan pengguna, sistem tersebut juga harus mudah digunakan oleh penggunanya(Subowo, 2020). sehingga didapatkan nilai sejauh mana kepuasan dan dapat diterima oleh konsumen atas kinerja layanan aplikasi Sobat indihome yang diberikan oleh indihome. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk menganalisis aplikasi Sobat Indihome yang diukur dari pendekatan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan judul penelitian "Analisis Aplikasi Sobat

Indihome Pada PT. Telkom Indonesia Tbk Wilayah Telekomunikasi Sumatera Selatan Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model (TAM)*”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan pada Bulan Mei sampai dengan Bulan Agustus 2023. Adapun lokasi yang dijadikan tempat penelitian ini adalah PT. Telkom Indonesia Tbk Wilayah Telekomunikasi Sumatera Selatan. Didalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif(Sugiyono, 2020). Metode penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang Analisis *Technology Acceptance Model (TAM)* terhadap penggunaan aplikasi Sobat IndiHome. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, studi literatur dan kuesioner(Suharsimi, 2018). Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh pengguna aplikasi sobat indihome yang berjumlah 188 orang. Sedangkan sampel penelitian ini berjumlah 65 orang. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik analisis data pada penelitian Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji t, Uji F dan Uji Koefisien Determinasi (R^2)(Kesumawati, 2018). Alur penelitian dapat dijelaskan pada bagan berikut:



Gambar 1 . Alur Penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.
Hasil Uji t X1 terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9.214	1.996		4.617	.000
	PEOU	.023	.102	.029	.228	.820

Berdasarkan tabel *output* SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel PEOU (X1) adalah sebesar 0,820. Karena nilai Sig 0,820 < probabilitas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama ditolak. Artinya tidak ada pengaruh PEOU (X1) terhadap AU (Y) (Sena, 2020). Berdasarkan *output* di atas diketahui nilai t hitung variabel PEOU adalah sebesar 0,228. Maka nilai t hitung 0,228 > t tabel 2,00030, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak yang berarti tidak terdapat hubungan X1 terhadap Y (Suprihanto & Putri, 2021).

Tabel 2.
Hasil Uji t X2 terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.461	1.488		2.326	.023
	PU	.348	.081	.474	4.276	.000

Berdasarkan tabel *output* SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel PU (X2) adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig 0,000 < probabilitas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua diterima. Artinya ada pengaruh PU (X2) terhadap AU (Y). Berdasarkan *output* SPSS di atas diketahui nilai t hitung variabel PU adalah sebesar 4,276. Maka nilai t hitung 4,276 > t tabel 2,00030, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat hubungan X2 terhadap Y (Saputera et al., 2020).

Tabel 3.
Hasil Uji t X3 terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.986	.801		1.231	.223
	ATU	.641	.057	.817	11.263	.000

Berdasarkan tabel *output* SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ATU (X3) adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig 0,000 < probabilitas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 atau hipotesis ketiga diterima. Artinya ada pengaruh ATU (X3) terhadap AU (Y). Berdasarkan *output* di atas diketahui nilai t hitung variabel ATU adalah sebesar 11,263. Maka nilai t hitung 11,263 > t tabel 2,00030, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat hubungan X3 terhadap Y (Jainuri, 2021).

Tabel 4.
Hasil Uji t X4 terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.071	.953		3.224	.002
	BIU	.479	.066	.674	7.239	.000

Berdasarkan tabel *output* SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel BIU (X4) adalah sebesar 0,820. Karena nilai Sig 0,000 < probabilitas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 atau hipotesis keempat diterima. Artinya ada pengaruh BIU (X4) terhadap AU (Y). Berdasarkan *output* di atas diketahui nilai t hitung variabel BIU adalah sebesar 7,239. Maka nilai t hitung 7,239 > t tabel 2,00030, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang berarti terdapat hubungan X4 terhadap Y.

Tabel 5.
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	424.240	4	106.060	37.808	.000b
	Residual	168.314	60	2.805		
	Total	592.554	64			

Ftabel nya adalah 2,37

Keterangan :

k = Jumlah variabel

n = Jumlah responden

$F_{tabel} - f(k; n - k) = f(5; 65 - 5) = f(5; 60)$

Maka F tabel sebesar Ftabel nya adalah 2,37 Berdasarkan hasil diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2, X3, dan X4 secara bersama- sama terhadap Y adalah sebesar 0,00 < 0,05 dan nilai F hitung 37.808 > Ftabel 2,37, pada tabel diatas terdapat nilai Sig < 0,05 dan nilai F hitung lebih besar dari F tabel yang artinya dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi *Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Using, Behavior Intention Use* yang merupakan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel *Actual Use* yang merupakan variabel terikat.

Tabel 6.
Hasil Uji Determinasi R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846a	.716	.697	1.675

Berdasarkan *output* diatas diketahul R Square sebesar 0,716, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1, X2, X3 dan X4 secara bersama- sama terhadap Y adalah sebesar 71,6 %. Sedangkan sisanya 28,4 % dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen X1, X2 dan X3, X4.

Analisis deskriptif variabel penelitian dimaksudkan untuk menjelaskan evaluasi variabel penelitian dengan menggunakan data yang diperoleh dari hasil penelitian, dan

data yang disajikan dapat memberikan informasi yang bermanfaat (Huda & Priyatna, 2019). Hasil analisis deskriptif terhadap variabel-variabel survei dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 7.
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Kode	N	Presentase Jawaban					Mean
			STS	TS	RR	S	SS	
<i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i>	PEOU1	65	7,7%	6,2%	12,3%	43,1%	30,8%	76,92
	PEOU2	65	9,2%	7,7%	10,8%	33,8%	38,5%	
	PEOU3	65	4,6%	4,6%	12,3%	40,0%	38,5%	
	PEOU4	65	6,2%	9,2%	18,5%	32,3%	33,8%	
	PEOU5	65	9,2%	10,8%	12,3%	32,3%	35,4%	
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	PU1	65	9,2%	10,8%	21,5%	40,0%	18,5%	71,20
	PU2	65	10,8%	7,7%	10,8%	47,7%	23,1%	
	PU3	65	21,5%	10,8%	15,4%	29,2%	23,1%	
	PU4	65	18,5%	6,2%	10,8%	24,6%	40,0%	
	PU5	65	6,2%	3,1%	23,1%	35,4%	32,3%	
<i>Attitude Toward Using (ATU)</i>	ATU1	65	16,9%	6,2%	10,8%	40,0%	26,2%	54,15
	ATU2	65	16,9%	9,2%	15,4%	41,5%	16,9%	
	ATU3	65	20,0%	9,2%	10,8%	41,5%	18,5%	
	ATU4	65	23,1%	6,2%	10,8%	27,7%	32,3%	
<i>Behavioral Intention to Use (BIU)</i>	BIU1	65	18,5%	6,2%	13,8%	32,3%	29,2%	55,01
	BIU2	65	21,5%	6,2%	7,7%	40,0%	24,6%	
	BIU3	65	18,5%	3,1%	15,4%	32,3%	30,8%	
	BIU4	65	23,1%	3,1%	10,8%	43,1%	20,0%	
<i>Actual Use (AU)</i>	AU1	65	20,0%	9,2%	15,4%	27,7%	27,7%	38,64
	AU2	65	16,9%	13,8%	20,0%	33,8%	15,4%	
	AU3	65	6,2%	21,5%	32,3%	30,8%	9,2%	

Ket : STS = Sangat tidak setuju
 TS = Tidak setuju
 RR = Ragu-ragu
 S = Setuju
 SS = Sangat setuju

- 1) Variabel *Perceived Ease of Use* memiliki nilai rata-rata sebesar 76,92 dengan tanggapan responden terhadap indikator PEOU1 memberikan respon setuju sebesar 43,1%, pada indikator PEOU2 memberikan respon sangat setuju sebesar 38,5%, kemudian pada indikator PEOU3 memberikan respon setuju sebesar 40,0%, selanjutnya pada indikator PEOU4 memberikan respon sangat setuju sebesar 33,8%, pada indikator PEOU5 memberikan respon sangat setuju sebesar 35,4%, Maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden memberi tanggapan terhadap indikator *Perceived Ease of Use* adalah sangat setuju.
- 2) Variabel *Perceived Usefulness* memiliki nilai rata-rata sebesar 71,20 dengan

tanggapan responden terhadap indikator PU1 memberikan respon setuju sebesar 40,0%, pada indikator PU2 memberikan respon setuju sebesar 47,7%, kemudian pada indikator PU3 memberikan respon setuju sebesar 29,2%, selanjutnya pada indikator PU4 memberikan respon sangat setuju sebesar 40,0% dan pada indikator PU5 memberikan respon setuju sebesar 35,4%. Maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden memberi tanggapan terhadap indikator *Perceived Usefulness* adalah setuju.

- 3) Variabel *Attitude Toward Using* memiliki nilai rata-rata sebesar 54,15 dengan tanggapan responden terhadap indikator ATU1 memberikan respon setuju sebesar 40,0%, pada indikator ATU2 memberikan respon setuju sebesar 41,5%, pada indikator ATU3 memberikan respon setuju sebesar 41,5%, pada indikator ATU4 memberikan respon sangat setuju sebesar 32,3% Maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden memberi tanggapan terhadap indikator *Attitude Toward Using* adalah setuju.
- 4) Variabel *Behavioral Intention to Use* memiliki nilai rata-rata sebesar 55,01 dengan tanggapan responden terhadap indikator BIU1 memberikan respon setuju sebesar 32,3%, pada indikator BIU2 memberikan respon setuju sebesar 40,0%, pada indikator BIU3 memberikan respon setuju sebesar 32,3% dan pada indikator BIU4 memberikan respon setuju sebesar 43,1%. Maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden memberi tanggapan terhadap indikator *Behavioral Intention to Use* adalah setuju.
- 5) Variabel *Actual Use* memiliki nilai rata-rata sebesar 38,64 dengan tanggapan responden terhadap indikator AU1 memberikan respon setuju sebesar 27,7%, pada indikator AU2 memberikan respon setuju sebesar 33,8% dan pada indikator AU3 memberikan respon ragu-ragu sebesar 32,3%, Maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden memberi tanggapan terhadap indikator *Actual Use* adalah setuju.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas, rekomendasi yang di dapat untuk penerimaan terhadap aplikasi sobat indihome sebagai acuan dalam meningkatkan aplikasi sobat indihome adalah sebagai berikut:

Tabel 8.
Rekomendasi aplikasi sobat indihome

Variabel	Kode	Pertanyaan	Persent	Rekomendasi
Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease Of Use)	PEOU2	Aplikasi Sobat IndiHome muda untuk dipelajari	38,5%	Memperbaiki fitur pada plikasi sobat indihome agar lebih mudah dipelajari sehingga pengguna tidak sulit dalam mempelajari dan menggunakan aplikasi sobat indihome.
Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease Of Use)	PEOU4	Mudah bagi saya mengoperasikan aplikasi sobat indihome sesuai keinginan saya	33,8%	Mengubah tampilan Menu aplikasi menjadi lebih menarik, menghilangkan menu yang tidak terlalu penting seperti/menu Multilevel yang ada pada aplikasi sobat indihome yang Membuat pengguna bingung pada menu tersebut.

Variabel	Kode	Pertanyaan	Persent	Rekomendasi
	PEOU5	Aplikasi Sobat Indihome jelas dan mudah dipahami	35,4%	Meningkatkan kualitas aplikasi khususnya pada registrasi pada saat pendaftaran sebagai sobat indihome dan pada komunitas yang ada pada aplikasi sobat indihome, sehingga pengguna merasa masih sulit dan memahami menu yang ada diaplikasi sobat indihome. Agar pada saat registrasi lebih jelas dan tidak berbelit-belit pada saat pendafatara menjadi mitra sobat indihome.
Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness)	PU3	Menggunakan Aplikasi Sobat IndiHome dapat membuat pelayanan yang saya lakukan lebih cepat.	29,2%	Memperbaiki system aplikasi yang sering terjadinya eror pada saat membuka aplikasi sobat indihome membuat pengguna merasa pelayanan yang pengguna lakukan terhadap konsumen masih kurang, agar memperbaiki system pada aplikasi sobat indihome agar pengguna merasa nyaman dalam menggunakan aplikasi sobat indihome.
	PU5	Aplikasi Sobat IndiHome sangat memudahkan pekerjaan saya.	35,4%	Memperbaiki menu pengecekan jaringan, yang membuat konsumen menunggu sangat lama, Sehingga pengguna merasakan kesulitan dalam mencari konsumen. Pengguna merasa aplikasi sobat indihome masih kurang dalam memudahkan pekerjaan.
Sikap Terhadap Penggunaan Teknologi (Attitude Toward Using)	ATU4	Saya akan terus memakai aplikasi sobat indihome untuk mencari konsumen wifi indihome	32,3%	Meningkatkan reward atau poin yang didapat, masih sedikit yang menggunakan aplikas sobat indihome. Agar pihak aplikasi sobat indihome banyak lagi yang menggunakan aplikas sobat indihome.
Penggunaan Teknologi Sesungguhnya (Actual Technology Usage)	AU1	Saya menggunakan aplikasi Sobat Indihome hampir setiap hari saat login ke aplikasi Sobat IndiHome	27,7%	Meningkatkan kualita layanan aplikasi sobat Indihome dan membuat banyak promo atau hadiah tambahan agar menarik pengguna dalam menggunakan aplikasi sobat indihome, sehingga pengguna membuka

Variabel	Kode	Pertanyaan	Persent	Rekomendasi
				aplikasi sobat indihome setiap hari.
	AU2	Tidak pernah terjadi error	33,8%	Meningkatkan aplikasi dan perlunya Maintenance atau perbaikan secara berkala adalah upaya yang harus dilakukan agar aplikasi dapat memberikan performa terbaiknya sehingga aplikasi Dapat bekerja dengan lebih optimal lagi .
	AU3	Tidak pernah terjadi error saat penarikan reward dari aplikasi Sobat IndiHome	32,3%	Memperbaiki masalah pada redeem poin yang tidak bisa masuk ke t-money dan penarikan poin ke rekening agar memperbaiki pada menu penarikan uang atau poin sobat indihome. Sehingga pengguna aplikasi sobat indihome tidak merasa kecewa dalam menggunakan aplikas sobat indihome.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil olah data dan kuesioner yang diisi oleh responden, dapat disimpulkan bahwa aplikasi Sobat Indihome menunjukkan tingkat penerimaan yang cukup baik di kalangan pengguna di Sumatera Selatan. Hal ini tercermin dari nilai R Square sebesar 71,6%, yang menunjukkan bahwa pengguna merasa puas dan menerima dengan baik penerapan aplikasi berdasarkan data yang ditampilkan. Selain itu, terdapat tiga variabel yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan penggunaan, yaitu perceived usefulness, attitude toward using, dan behavioral intention, dengan nilai thitung masing-masing sebesar 4.276, 11.263, dan 7.239. Ketiga nilai tersebut lebih besar dari ttabel sebesar 2,0030, yang membuktikan bahwa variabel-variabel ini memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap penggunaan teknologi. Dengan demikian, aplikasi Sobat Indihome memiliki potensi yang baik untuk diterima dan digunakan secara luas oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abiwardani, Hanggara, & Prakoso. (2020). Evaluasi Usability Aplikasi Usaha Laundry Berbasis Web Menggunakan Metode Usability Testing (Studi Kasus: Aplikasi Smartlink Bos). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 13(1).
- Ashsifa. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *TECHNOBIZ Journal*, 3(1), 25–29.
- Darwi, & Efrizon. (2019). Analisis Kepuasan Pengguna E-Learning Sebagai Pendukung Aktivitas Pembelajaran Menggunakan Metode Eucs. *Voteteknika (Vocational*

- Teknik Elektronika Dan Informatika*), 7(1), 25–31.
- Davis. (1989). *Technology acceptance model for empirically testing new end user information systems; Theory and Result*. Massachusetts Institute of Technology (MIT).
- Harahap. (2019). *Strategi Dan Teknik Penulisan Karya Tulis Ilmiah Dan Publikasi*. Deepublish.
- Hartono, J. (2008). *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi* (5th ed.). BPFE-UGM.
- Huda, & Priyatna. (2019). Penggunaan Aplikasi Content Manajement System (CMS) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-Commerce. *Informatika*, 1(2).
- Jainuri, N. (2021). Perancangan dan Pembuatan Aplikasi Mobile Point Of Sale pada Outlet Makaroni Judes Berbasis Android. *Jurnal IPSIKOM*, 21(1), 85–98.
- Juni. (2020). Analisis Tingkat Pengalaman Pengguna Terhadap Aplikasi Online Shopping di Area Urban Fringe. *Jurnal Teknik Informatika*, 15(3), 209–216. <https://doi.org/https://doi.org/10.35793/jti.15.3.2020.31600>
- Kesumawati, N. (2018). *Pengantar Statistika Penelitian*. Raja Grafindo Persada.
- Noor, J. (2013). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya ilmiah*. Kencana.
- Nurlaela. (2020). *Rancangan Sistem Informasi Inventory Barang Berbasis Web Studi Kasus Pada CV. Limoplast*. Graha Ilmu.
- Prakarsa. (2019). Analisis Faktor-faktor Penerimaan Konsumen Pada Aplikasi E-Marketplace Lazada Menggunakan TAM. *Sainteks: Jurnal Sains Dan Teknik*, 1(2), 104–116.
- Pratama, A., Wulandari, S. Z., & Indyastuti, D. L. (2022). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal). *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 355–368. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i3.235>
- Saputera, Sunardi, Syafrizal, & Samsidi. (2020). Evaluasi Sistem Informasi Akademik Menggunakan Metode Mccall. *Journal of Technopreneurship and Information System (JTIS)*, 3(2), 9–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.36085/jtis.v3i2.878>
- Saputra, & Kurniadi. (2019). Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi E-Campus Di Iain Bukittinggi Menggunakan Metode Eucs. *Voteteknika (Vocational Teknik Elektronika Dan Informatika)*, 7(3), 58–66.
- Sena. (2020). Pengukuran Kualitas Layanan Jd.Id Terhadap Minat Konsumen Dengan Metode TAM. *INFOTECH Journal*, 8(1).
- Subowo. (2020). Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Ojek Online Xyz. *Walisongo Journal of Information Technology*, 2(2), 79. <https://doi.org/https://doi.org/10.21580/wjit.2020.2.2.6939>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Suprihanto, & Putri. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. UGM Press.