

Pengaruh *Technology Acceptance Model* terhadap Minat Mahasiswa Unisba dalam Menggunakan Shopee Paylater

Nesta Amalia Apriliani*, Ima Amaliah

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*nestaamaliaap@gmail.com, imaamaliah@gmail.com

Abstract. The research was conducted with the aim of examining the effect of the TAM variable seen from the Perspective of perceived usefulness, Perceived ease of use, Behavioral intention to use and Actual to use partially on Unisba students' interest in using the shopee paylater. This is because the number of E-commerce users in Indonesia continues to increase every year, the number of system users' paylater payments has also increased from the previous year. This study uses a quantitative approach or method, the population used is the Shopee Paylater application users. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to 100 respondents online and analyzed. The data analysis technique used in this study is the OLS regression. The results of this study indicate that the TAM Perspective variables perceived usefulness, Perceived ease of use, Behavioral intention to use and Actual to use have positive and significant values for Unisba students' interest in using Shopee Paylater.

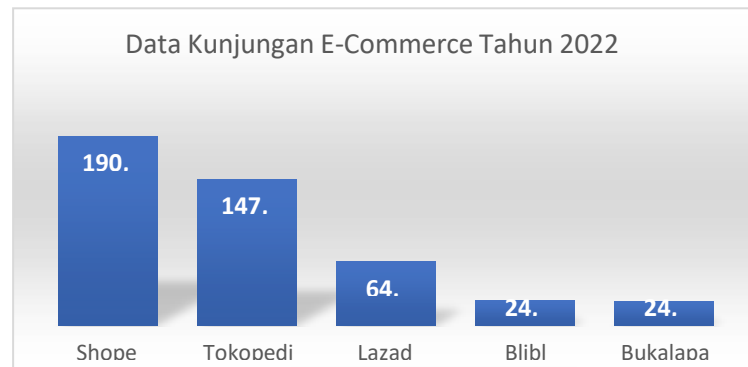
Keywords: *Tam, Shopee paylater, Minat.*

Abstrak. Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh dari variabel TAM dilihat dari Perspektif perceived usefulness, Perceived ease of use, Behavioral intention to use dan Actual to use secara parsial terhadap minat mahasiswa unisba dalam menggunakan shopee paylater. Hal ini dikarenakan banyaknya pengguna E-commerce di Indonesia terus meningkat setiap tahun, jumlah pembayaran paylater pengguna sistem juga meningkat dari tahun sebelumnya. Penelitian ini menggunakan kuantitatif pendekatan atau metode, populasi yang digunakan adalah pengguna aplikasi Shopee Paylater. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden secara online dan dianalisis. Teknik analisis data yang digunakan adalah dalam penelitian ini adalah regresi OLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel TAM Perspektif perceived usefulness, Perceived ease of use, Behavioral intention to use dan Actual to use bernilai positif dan signifikan terhadap Minat mahasiswa unisba dalam menggunakan Shopee Paylater.

Kata Kunci: *Shopee Paylater, TAM, Minat.*

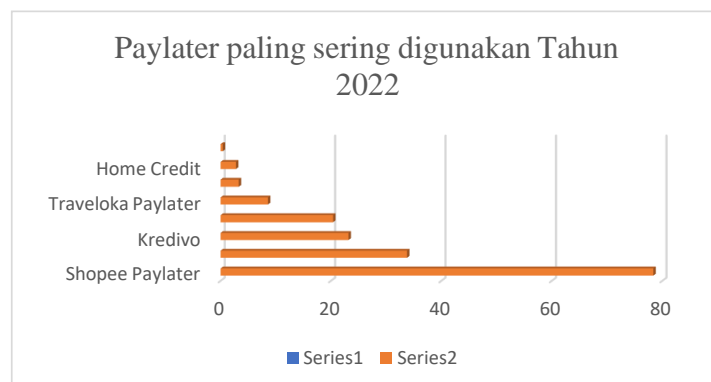
A. Pendahuluan

Berkembangnya teknologi gaya hidup semakin serba instan. Hal tersebut dapat dilihat dari sektor perdagangan menjadi lebih mudah dan cepat, perubahan sektor perdagang yang bermula membeli barang secara konvensional kini menjadi digital atau secara online. Belanja online merupakan aktifitas antara konsumen dan penjual dalam transaksi jual beli melalui media internet. Hadirnya e-commerce menjadi pilihan konsumen untuk memperoleh barang dengan proses dan prosedur yang mudah. Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bahwa penggunaan teknologi menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan tujuan pengguna.



Sumber: Databox.com

Diketahui bahwa kunjungan platform e-commerce Shopee mengalami peningkatan yang lebih tinggi dibandingkan platform lainnya pada tahun 2022. Artinya minat akan belanja online di Shopee pun cenderung meningkat. Dikarenakan shoppe hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunaannya dalam melakukan kegiatan berbelanja online. Shopee menjadi platform e-commerce yang dipilih untuk menjadi objek dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, saat ini ada perusahaan e-commerce di Indonesia yang membuka layanan *PayLater* untuk pengajuan cicilan. Salah satu diantaranya adalah aplikasi Shopee. Berikut data *Paylater* yang paling sering digunakan.



Tingginya respon masyarakat terhadap Shopee paylater menunjukkan tingkat penerimaan masyarakat terhadap teknologi cukup tinggi, hal ini dikarenakan hadirnya fitur PayLater membuat transaksi *online* menjadi semakin efisien. Dari segi persyaratan, pendaftaran ataupun proses pengaktifan yang bisa dikatakan mudah hanya menggunakan KTP saja.

Peneliti ingin menggunakan model TAM (Technology Acceptance Model) yang dikenalkan oleh Davis pada tahun 1989. Model ini digunakan untuk menjelaskan alasan orang menerima sebuah teknologi atau sistem tertentu yang terdiri dari lima konstruk utama yaitu: *perceived ease of uses*, *perceived usefulness*, *behavioral intention to use*, dan *actual system use* (Davis, 1989).

Mahasiswa dipilih karena mereka dipandang sebagai agen perubahan yang berperan

dalam menciptakan perkembangan sistem digitalisasi di Indonesia dengan cara mensosialisasikannya kepada masyarakat (Republika.co.id, 2018).

Di kota Bandung memiliki Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta, Salah satu Perguruan Tinggi Swasta Islam sebagai objek penelitian, karena Perguruan Tinggi Islam memberikan lebih banyak pengetahuan dan pembelajaran yang bermuatan pelajaran Agama Islamnya dibandingkan dengan Perguruan Tinggi lainnya. Harapannya mahasiswa Perguruan Tinggi Islam dapat memberikan contoh dan mengedukasi mahasiswa di perguruan tinggi terutama dalam perilaku konsumtif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh variabel TAM dilihat dari Perspektif *perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, *Behavioral intention to use* dan *Actual to use* secara parsial terhadap minat mahasiswa unisba dalam menggunakan shopee paylater” “Berapa besar variasi variable TAM dilihat dari Perspektif *perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, *Behavioral intention to use* dan *Actual to use* terhadap minat mahasiswa unisba dalam menggunakan shopee paylater”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Menganalisis pengaruh variabel TAM dilihat dari perspektif Perspektif *perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, *Behavioral intention to use* dan *Actual to use* secara parsial terhadap minat mahasiswa unisba dalam menggunakan shopee paylater.
2. Menganalisis besarnya variasi variabel TAM dilihat dari perspektif Perspektif *perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, *Behavioral intention to use* dan *Actual to use* terhadap minat mahasiswa unisba dalam menggunakan shopee paylater.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif deskriptif merupakan analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan tujuan untuk menganalisis minat mahasiswa Unisba dalam menggunakan Shopee Paylater. Konsep TAM menyediakan teori untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan Paylater di platform Shopee.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Item Pernyataan	Nilai Corrected Item Total Correlation/ rhitung	Sig.	Rtabel	Kriteria
PEOU (X1)	0,780	0,000	0,165	Valid
PU (X2)	0,878	0,000	0,165	Valid
BIU (X3)	0,814	0,000	0,165	Valid
ASU (X4)	0,878	0,000	0,165	Valid

Diketahui bahwa seluruh pernyataan variabel x memiliki status valid, karena nilai rhitung (*Corrected item – total correlation*) > rtabel sebesar 0,165.

Uji Realibilitas

Reliability Statistics			
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan

PEOU (X1)	0,929	6	Reliable
PU (X2)	0,897	4	Reliable
BIU (X3)	0,886	3	Reliable
ASU (X4)	0,971	11	Reliable
Minat (Y)	0,955	11	Reliable

Diketahui bahwa semua variabel memiliki Cronbach alpha cukup besar yaitu diatas 0,60. kesimpulan menunjukkan bahwa semua variabel memiliki Cronbach Alpha cukup besar yaitu diatas 0,60.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Linearitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters^{a,b}	Mean	0000000
	Std. Deviation	4.35851186
Most Extreme Differences	Absolute	117
	Positive	061
	Negative	-117
Test Statistic		117
Asymp. Sig. (2-tailed)		200

a. Test distribution is Normal.

Diketahui Nilai Asymp Sig (2-tailed) yaitu sebesar $0,200 > 0,05$. Maka distribusi populasi dikatakan normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi syarat model regresi yang baik, dimana model regresi berdistribusi normal atau mendekati normal.

2. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
PEOU (X1)	.322	3.109
PU (X2)	.189	5.297
BIU (X3)	.261	3.825
ASU (X4)	.114	8.741

Dapat diketahui bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model penelitian ini. yang artinya tidak terjadi multikoleniaritas dikarenakan nilai tersebut >0.1 dan nilai VIF pada variabel Minat tidak terjadi multikoleniaritas dikarnakan nilai tersebut <10 .

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
PEOU	676	192	254	3.528	001
PU	-2.821	969	-.786	-2.911	004
BIU	1.646	405	1.220	4.064	000
ASU	251	106	239	2.356	021

a. Dependent Variabel: Minat

Diketahui uji Glejser dapat dilihat bahwa sig. pada masing-masing variabel bernilai lebih dari 0.05. dan dapat dikatakan bahwa hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini. Variabel independen dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

4. Uji autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.897 ^a	.805	.796	4.449	2.063

a. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X1, Total_X3, Total_X2

b. Dependent Variable: Total_

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson (DW) adalah sebesar 2,063. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam regresi antara variabel bebas *perceived ease of use (X1)*, *perceived usefulness (X2)*, *behavioral intention to use (X3)*, *Actual system use (X4)* terhadap Minat (Y) tidak terjadi autokorelasi.

5. Uji t- Statistik

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
PEOU	676	192	254	3.528	001
PU	-2.821	969	-786	-2.911	004
BIU	1.646	405	1.220	4.064	000
ASU	251	106	239	2.356	021

a. Dependent Variabel: Minat

Uji T dilakukan dengan membandingkan hasil thitung dengan tingkat signifikan 5%. Jika thitung < ttabel maka H1 ditolak, sedangkan jika thitung > ttabel maka H1 diterima.

Pengaruh *perceived ease of use* (X1) Terhadap Minat mahasiswa Unisba dalam menggunakan Shopee Paylater

Dari hasil estimasi model diketahui nilai probabilitas untuk variabel X1 adalah 0,001. Nilai probabilitas ini lebih kecil dari 0,05. Maka H0 ditolak atau H1 diterima. Artinya tanggapan responden tentang kemudahan menggunakan Shopee paylater secara parsial berpengaruh terhadap Minat mahasiswa UNISBA dalam menggunakan Shopee paylater. Adapun arah hubungan X1 terhadap Minat mahasiswa UNISBA dalam menggunakan Shopee paylater adalah positif 0,676. Artinya setiap ada kenaikan satu-satuan tanggapan tentang kemudahan menggunakan Shopee paylater maka akan meningkatkan minat mahasiswa unisba dalam menggunakan shoppe paylater sebesar 0,676 satuan.

Jadi pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat mahasiswa unisba dalam menggunakan Shopee paylater menyatakan bahwa minat mahasiswa dalam menggunakan suatu teknologi atau sistem dipengaruhi oleh sikap kendali perilaku yang dirasakan. Artinya, jika mahasiswa menggunakan shopee paylater adalah mudah maka mereka cenderung memiliki persepsi bahwa mahasiswa memiliki kendali yang lebih baik terhadap penggunaan layanan. Mahasiswa percaya bahwa dapat dengan mudah menguasai fitur – fitur dan proses penggunaan shopee paylater tanpa kesulitan.

Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian Joan & Sitinjak (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Go-pay*, Romadloniyah & Prayitno, (2018) menghasilkan fakta bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah dalam menggunakan produk *E-money*, dan Witami & Suartana (2019) menyatakan bahwa PEOU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan sistem *blockhaim*.

Pengaruh *Perceived Usefulness* (X2) Terhadap Minat mahasiswa Unisba dalam menggunakan Shopee Paylater

Dari hasil estimasi model diketahui nilai probabilitas untuk variabel X2 adalah 0,004. Nilai probabilitas ini lebih besar dari 0,05. Maka H0 ditolak atau H1 diterima. Artinya tanggapan responden tentang *Perceived Usefulness* menggunakan Shopee paylater secara parsial berpengaruh terhadap Minat mahasiswa UNISBA dalam menggunakan Shopee paylater. Adapun arah hubungan *Perceived Usefulness* (x2) terhadap minat mahasiswa UNISBA dalam menggunakan shopee paylater adalah negatif -2.821. Artinya pengaruh yang bersifat negatif menunjukkan bahwa adanya kegunaan Shopee paylater dapat membuat mahasiswa cenderung tidak mengontrol keuangannya dengan baik. Mahasiswa akan tergoda untuk terus menerus menggunakan shopee paylater tanpa mempertimbangkan kemampuannya untuk membayar nanti. Akibatnya, mahasiswa bisa terjebak dalam hutang yang sulit diselesaikan dan menyebabkan penurunan minat mahasiswa dalam menggunakan Shopee Paylater.

Meskipun Shopee Paylater menawarkan kemudahan dalam pembayaran, ada bunga dan biaya yang harus dibayarkan, jika telat melakukan pembayaran dan melewati jatuh tempo. Hal ini menyebabkan ketidakpuasan dan penurunan minat dalam menggunakan Shopee Paylater. Ada sejumlah mahasiswa bergantung pada Shopee Paylater untuk melakukan pembelian, tanpa mempertimbangkan alternatif lain atau mengatur keuangannya secara sehat. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian Wibowo dan Suryoko (2019, 9), Arta dan Azizah (2020, 299), serta Nurzanita dan Marlina (2020, 284) bahwa semakin banyak manfaat kegunaan yang diberikan layanan jasa kepada konsumen maka akan meningkatkan keputusan konsumen akan penggunaan layanan jasa yang digunakan.

Pengaruh *behavioral intention to use* (X3) Terhadap Minat mahasiswa Unisba dalam menggunakan Shopee Paylater

Dari hasil estimasi model diketahui nilai probabilitas untuk variabel X3 adalah 0,000. Nilai probabilitas ini lebih kecil dari 0,05. Maka H0 ditolak atau H1 diterima. Artinya tanggapan responden tentang *behavioral intention to use* menggunakan Shopee paylater secara parsial berpengaruh terhadap Minat mahasiswa UNISBA dalam menggunakan Shopee paylater. Adapun arah hubungan *behavioral intention to use* (x3) terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan shopee paylater adalah positif 1.646. Artinya setiap ada kenaikan satu – satuan tanggapan tentang niat perilaku menggunakan shopee paylater maka akan meningkatkan minat mahasiswa unisba dalam menggunakan shopee paylater sebesar 1.646 satuan.

Dari hasil hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *behavioral intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa unisba dalam menggunakan Shopee paylater diterima. Dengan adanya *behavioral intention to use* dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam menggunakan Shopee Paylater. Shopee paylater menawarkan kemudahan karena dapat melakukan pembelian tanpa harus langsung membayar secara tunai. Dengan menggunakan Shopee Paylater, mahasiswa dapat memanfaatkan fasilitas kredit yang ditawarkan untuk membeli produk dengan pembayaran cicilan, yang memungkinkan mahasiswa memiliki akses ke produk yang sebelumnya sulit terjangkau. Shopee paylater seringkali menawarkan promosi dan diskon khusus kepada pengguna yang menggunakan metode pembayaran ini.

Pengaruh *Actual system use* (X4) Terhadap Minat mahasiswa Unisba dalam menggunakan Shopee Paylater

Dari hasil estimasi model diketahui nilai probabilitas untuk variabel X4 adalah 0,021. Nilai probabilitas ini lebih kecil dari 0,05. Maka H0 ditolak atau H1 diterima. Artinya tanggapan responden tentang *Actual system use* menggunakan Shopee paylater secara parsial berpengaruh terhadap Minat mahasiswa UNISBA dalam menggunakan Shopee paylater. Adapun arah hubungan *Actual system use* (x4) terhadap minat mahasiswa UNISBA dalam menggunakan Shopee paylater adalah positif 0,251. Artinya setiap ada kenaikan satu – satuan tanggapan tentang *Actual system use* menggunakan shopee paylater maka akan meningkatkan minat mahasiswa unisba dalam menggunakan shopee paylater sebesar 0,251 satuan.

Hal ini dikarenakan mahasiswa telah menggunakan Shopee Paylater dan memiliki pengalaman yang bersifat positif, seperti kemudahan dalam pembayaran, pelayanan pelanggan yang baik, atau kesesuaian dengan kebutuhan mereka, pengalaman positif ini dapat memberikan keyakinan dan kenyamanan kepada mahasiswa untuk melanjutkan penggunaan metode Shopee Paylater. Mahasiswa merasa bahwa Shopee Paylater menyediakan sistem keamanan yang baik dan perlindungan konsumen yang memadai, seperti perlindungan konsumen yang mahasiswa masih melakukan aktivitas berbelanja secara langsung (*offline*), sehingga terbangunnya minat mahasiswa UNISBA dalam menggunakan Shopee paylater dipengaruhi oleh *Actual system use*.

AA. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Secara uji-t statistic (parsial), menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel Perceived Ease Of Use (X1), Perceived Usefulness (X2), Behavioral Intention To Use (X3), Actual System Use (x4) bernilai positif dan signifikan terhadap Minat mahasiswa unisba dalam menggunakan Shopee Paylater.
2. Besaran hasil diperoleh nilai signifikansi antara PEOU, PU, BIU, ASU terhadap minat sebesar 0,791 atau 79,1%, sedangkan sisanya 20,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, Dosen Pembimbing, Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan FEB Unisba, dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan, dukungan, doa dan semangatnya. .

Daftar Pustaka

- [1] Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53 (9).
- [2] Alomary, A., & Woollard, J. (2015). *How is Technology Accepted By Users? A Review of Technology Acceptance Models and Theories*. Proceedings of The IRES 17th International Conference.
- [3] Anatasya, N. (2020). *Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*.
- [4] Annur, C. M. (2022). *No Title*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>
- [5] Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2 (4).
- [6] Asja, Hasanah Jaya, Susanti, Santi, Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- [7] Aulianisa, S. (2020). Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan Teknologi. *Rechts Vinding Journal : Pembinaan Hukum Nasional*, 9 (2)
- [8] Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Source: MIS Quarterly*.
- [9] Engel, B. & M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara.
- [10] Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.

- [11] Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [12] Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- [13] Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [14] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [15] Harahap, Dedy Ansari, dan Amanah, D. (2018). Prilaku Belanja Online Di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*.
- [16] Hasanah, R. (2020). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kredit ShopeePayLater dari Marketplace Shopee*.
- [17] Juju, D. and Maya, M. (2010). *Cara Mudah Buka Toko Online dengan Wordpress+WP E-Commerce*. Andi Offset.
- [18] Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran Jilid I* (13th ed.). Erlangga.
- [19] Kurniawan, A. (2017). *Pendidikan Kepribadian dan Pembinaan Mental Spiritual Melalui Ilmu Beladiri Pencak Silat*.
- [20] Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Comerse 2016 business, tecnology, sociey (12th ed.)*. Britis Library Cataloguint-in.
- [21] Marakarkandy, B., Yajnik, N., & Dasgupta, C. (2017). Enabling Internet Banking Adoption: An Empirical Examination With An Augmented Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Enterprise Information Management*, 30 (2)
- [22] Davis, F. D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *Source: MIS Quarterly*.
- [23] Republika.co.id. 2018. "No Title." <https://sindikasi.republika.co.id/berita/rst40d60794494726001/transformasi-digital-sebagai-upaya-peningkatan-kualitas-pendidikan>.
- [24] Sugiyono. 2018. *Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [25] Abie Rachman Muhamad, & Dewi Rahmi. (2023). Pengaruh Teknologi, Tingkat Kemiskinan, Pengeluaran Pemerintah, dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Provinsi Jawa Barat 2007-2021. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 45–52. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i1.1924>
- [26] Billi Anidiatama Rahmawan, & Ade Yunita Mafruhah. (2023). Pengaruh Cryptocurrency terhadap Aktivitas Ekonomi: Sebuah Tinjauan Pustaka Sistematis. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 61–68. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i1.1974>
- [27] Nabilla Nurdina, & Ima Amailah. (2023). Preferensi Masyarakat Kota Bandung Terhadap Pinjaman Online. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 33–38. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i1.1908>