

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED SECURITY*, DAN *TRUST* TERHADAP NIAT PENGGUNAAN *E-WALLET* DANA: STUDI BERBASIS *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)

Ignatius Kevin Satya Pratama¹, Candiwan²

¹ S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi Dan Informatika,
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung

ignatiuskevinsp@student.telkomuniversity.ac.id, candiwan@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan teknologi keuangan digital di Indonesia telah mempercepat adopsi *e-wallet* dijadikan alat pembayaran yang praktis, aman, dan efisien. DANA sebagai salah satu platform terdepan mengalami lonjakan pengguna mencapai 200 juta pada 2024. Meski demikian, peningkatan ini belum sepenuhnya bebas dari tantangan, seperti keraguan terhadap keamanan, antarmuka yang membingungkan, dan minimnya transparansi layanan. Maka dari itu, penelitian ini penting guna mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk mempergunakan DANA melalui pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*) yang diperluas.

Penelitian ini mempunyai tujuan utama guna mengetahui dampak dari signifikan dari *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived security*, serta *trust* kepada *behavioral intention* dalam penggunaan DANA. Penelitian ini juga bertujuan menjawab tujuh pertanyaan riset yang berfokus kepada dampak tidak langsung serta langsung tiap variabel dalam kerangka TAM. Pengujian dilakukan untuk memahami bagaimana variabel keamanan dan kepercayaan memperkuat efektivitas model TAM dalam konteks layanan keuangan digital.

Penelitian ini mempergunakan pendekatan kuantitatif melalui desain kausal dan metode survei. Data primer didapatkan dari menyebarkan kuesioner ke 404 pengguna aktif DANA. Teknik analisis yang diterapkan yaitu PLS-SEM (*Partial Least Squares-Structural Equation Modeling*). Validitas dan reliabilitas instrumen diuji secara statistik, dan pengujian hipotesis dilaksanakan untuk mengevaluasi hubungan tiap variabel dalam model teoritis yang telah dikembangkan.

Temuan ini memperlihatkan bahwasanya seluruh hipotesis tidak ditolak secara statistik. *Trust* dijadikan variabel paling dominan untuk memengaruhi *behavioral intention* ($\beta = 0.463$), diikuti oleh *perceived ease of use* ($\beta = 0.451$). *Perceived usefulness* serta *perceived security* juga berdampak signifikan, baik secara tidak langsung terhadap niat, maupun langsung dengan *trust*. Temuan ini memperkuat argumen bahwa persepsi kemudahan, manfaat, keamanan, dan kepercayaan merupakan kombinasi kunci dalam memprediksi adopsi teknologi finansial seperti *e-wallet*.

Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya *trust* sebagai fondasi keberlanjutan penggunaan aplikasi digital. Implikasi praktisnya, pengembang DANA disarankan untuk memperbaiki kejelasan informasi transaksi dan meningkatkan respons layanan pelanggan. Penelitian ini juga menyarankan studi lanjutan dengan pendekatan longitudinal serta eksplorasi peran mediasi *trust* dan moderasi demografis. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi secara teoretis pada pengembangan TAM serta wawasan strategis bagi pengelola *e-wallet* di Indonesia.

Kata Kunci: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security, Trust, Behavioral Intention*

Abstrack

The rapid growth of digital financial technology in Indonesia has accelerated the adoption of e-wallets as practical, secure, and efficient payment tools. DANA, as one of the leading platforms, reached 200 million users by 2024. However, this adoption is still challenged by concerns such as data security, complex user interfaces, and lack of service transparency. Therefore, this study is important to identify several factors that influence user intentions to use DANA through an expanded TAM (Technology Acceptance Model) approach.

This study has the main objective to determine the significant impact of perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security, and trust on behavioral intention in using DANA. This study also aims to answer seven research questions that focus on the indirect and direct impacts of each variable in the TAM framework. Testing is conducted to understand how security and trust variables strengthen the effectiveness of the TAM model in the context of digital financial services.

This study uses a quantitative approach through causal design and survey methods. Primary data were obtained by distributing questionnaires to 404 active DANA users. The analysis technique applied was PLS-SEM (Partial Least Squares-Structural Equation Modeling). The validity and reliability of the instrument were tested statistically, and hypothesis testing was carried out to evaluate the relationship of each variable in the theoretical model that had been developed.

These findings show that all hypotheses are not statistically rejected. Trust is the most dominant variable to influence behavioral intention ($\beta = 0.463$), followed by perceived ease of use ($\beta = 0.451$). Perceived usefulness and perceived security also have a significant impact, both indirectly on intention and directly on trust. These findings strengthen the argument that perceived ease, usefulness, security, and trust are a key combination in predicting the adoption of financial technology such as e-wallets.

This study concludes that trust is a foundational element in sustaining e-wallet usage. Practically, it is recommended that DANA enhances the clarity of transactional information and improve the responsiveness of customer service. Future studies are encouraged to use a longitudinal approach and to explore the mediating role of trust and moderating effects of user demographics. Therefore, this study contributes both theoretically to the development of TAM and practically to strategies for managing e-wallet adoption in Indonesia.

Keyword : Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security, Trust, Behavioural Intention

I. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan besar dalam pola transaksi masyarakat Indonesia, terutama dengan semakin maraknya penggunaan dompet digital (*e-wallet*). Berdasarkan laporan Bank Indonesia, nilai transaksi uang elektronik mengalami kenaikan tahunan sebesar 39,3% pada Januari 2024, sedangkan transaksi QRIS tumbuh hingga 149,5%, menandakan meningkatnya kepercayaan dan ketergantungan masyarakat terhadap layanan keuangan digital (Cahyani et al., 2020). Di antara berbagai penyedia layanan, DANA menempati posisi strategis menjadi sebuah aplikasi *e-wallet* yang sering digunakan di Indonesia, dengan tingkat penetrasi mencapai 83% di kota-kota besar, bersaing ketat dengan GoPay, OVO, dan ShopeePay (Arifianto & Veritia, 2022).

Namun demikian, meski adopsi meningkat, penerimaan teknologi ini tidak selalu berjalan mulus tanpa hambatan. Beberapa masalah yang kerap dikeluhkan pengguna meliputi antarmuka yang dianggap kurang intuitif, kegagalan transaksi tanpa kejelasan proses pengembalian dana, serta tingkat kepercayaan yang rendah terhadap keamanan data dan layanan pelanggan (Shantika, 2022). Persepsi pengguna mengenai *perceived ease of use* (kemudahan dalam penggunaan), *perceived usefulness* (manfaat), *perceived security* (keamanan), serta *trust* (kepercayaan) menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan agar terus memakai layanan *e-wallet* (Prasasti et al., 2021; Shantika, 2022). Oleh karena itu, penting dilakukan evaluasi yang komprehensif untuk memahami bagaimana keempat konstruk tersebut memengaruhi niat perilaku pengguna dalam konteks aplikasi DANA.

Untuk memahami perilaku adopsi teknologi, TAM (*Technology Acceptance Model*) menjadi kerangka teoritis yang sesuai. Model tersebut dikemukakan oleh Davis (1989) yang menjelaskan bahwa persepsi tentang kemudahan dan manfaat penggunaan teknologi akan memengaruhi sikap serta niat untuk mengadopsi teknologi (Venkatesh & Davis, 2000). Pada penelitian ini, model TAM diperluas melalui penambahan variabel eksternal yaitu *perceived security* dan *trust*, mengingat pentingnya kedua konstruk tersebut dalam konteks layanan keuangan digital. Isu keamanan dan kepercayaan menjadi sangat penting karena maraknya kasus kebocoran data pribadi serta rendahnya pemahaman pengguna terkait perlindungan data di ranah digital (Harfian, 2024).

Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya pemahaman secara komprehensif terkait beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan *e-wallet* DANA. Penelitian terdahulu umumnya hanya menitikberatkan pada dua variabel utama pada TAM, yakni *perceived usefulness* serta *perceived ease of use*, tetapi belum mengintegrasikan variabel *perceived security* dan *trust* secara menyeluruh dalam analisis (Prasasti et al., 2021). Dengan demikian, penelitian ini mempunyai tujuan guna mengisi celah tersebut dengan memperluas kerangka TAM sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait perilaku pengguna dalam mengadopsi layanan keuangan digital.

Penelitian ini secara khusus mempunyai tujuan guna menganalisis dampak *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, serta *perceived security* kepada *behavioral intention* dalam penggunaan *e-wallet* DANA. Pendekatan yang diterapkan yaitu pendekatan kuantitatif melalui teknik pengumpulan data dengan kuesioner yang diberikan ke pengguna aktif aplikasi DANA. Berharap temuan ini bisa berkontribusi secara teoretis untuk pengembangan model TAM, sekaligus menjadi landasan praktis bagi perusahaan penyedia layanan keuangan digital untuk meningkatkan strategi adopsi dan mempertahankan penggunaannya.

II. TINJAUAN LITERATUR

2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan model yang dikemukakan oleh Davis (1989) untuk memberi penjelasan penerimaan pengguna terhadap teknologi berdasarkan 2 konstruk utama, yaitu PEOU (*Perceived Ease of Use*) serta PU (*Perceived Usefulness*). Model ini berasal dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) serta telah terbukti efektif dalam berbagai konteks teknologi, termasuk sektor keuangan digital seperti *e-wallet*. Dalam perkembangannya, TAM dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel eksternal seperti *Perceived Security* dan *Trust* untuk meningkatkan kemampuan prediktifnya (Venkatesh & Davis, 2000).

2.1.1 *Perceived Security*

Perceived security adalah persepsi pengguna terhadap tingkat keamanan sistem dalam melindungi data pribadi dan transaksi dari potensi ancaman seperti pencurian data dan penipuan digital. Dalam konteks *e-wallet*, tingkat keamanan yang pengguna rasakan dijadikan faktor penting yang memengaruhi kenyamanan serta kepercayaan. Teknologi yang dianggap aman akan memperkuat keyakinan pengguna untuk melakukan transaksi secara digital melalui platform seperti DANA (Daragmeh et al., 2022).

2.1.2 *Perceived Usefulness*

Perceived usefulness (PU) merujuk dari seberapa jauh individu percaya bahwasanya penggunaan teknologi bisa menaikkan tingkat efektivitas atau produktivitas mereka. Dalam penggunaan *e-wallet*, manfaat seperti efisiensi transaksi, kecepatan, dan kemudahan akses menjadi indikator PU yang signifikan. Jika pengguna merasa teknologi memberikan manfaat nyata dalam kehidupan mereka, maka kemungkinan adopsi teknologi akan meningkat (Lai, 2017).

2.1.3 *Perceived Ease of Use*

Perceived ease of use (PEOU) merupakan persepsi bahwasanya sebuah sistem teknologi sangat mudah digunakan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Dalam konteks *e-wallet*, kemudahan navigasi, antarmuka yang sederhana, dan kemudahan dalam memahami fitur menjadi aspek utama yang meningkatkan nilai PEOU. Persepsi ini tidak hanya memengaruhi secara langsung niat penggunaan, tetapi juga memperkuat *perceived usefulness* (Syarwani & Yuliana, 2022).

2.1.4 *Trust*

Trust adalah keyakinan pengguna bahwa penyedia layanan digital akan memenuhi harapan pengguna secara konsisten dan dapat diandalkan dalam menjaga keamanan serta layanan. *Trust* terbentuk dari pengalaman positif pengguna serta sistem keamanan yang terpercaya. Dalam penggunaan *e-wallet*, *trust* sangat penting dalam membangun loyalitas dan niat perilaku terhadap layanan (Lwoga & Lwoga, 2017). Selain faktor keamanan dan pengalaman, kualitas platform seperti keandalan tampilan antarmuka dan performa sistem juga dapat memperkuat kepercayaan pengguna dalam layanan digital, sebagaimana dibuktikan oleh Candiwan & Wibisono (2021) dalam konteks *e-commerce*.

2.1.5 *Consumer Behavioral Intention*

Behavioral intention merupakan keinginan atau kecenderungan pengguna guna memanfaatkan sebuah sistem teknologi dalam waktu dekat. Dalam kerangka TAM, intensi ini diakibatkan dari *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, dan *perceived security*. Beberapa faktor ini secara tidak langsung ataupun langsung membentuk niat perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi *e-wallet* seperti DANA.

2.2 *Relationships Between Concepts*

2.2.1 *Perceived Security and Trust*

Perceived security adalah persepsi pengguna terhadap keamanan suatu sistem dalam melindungi data pribadi dan transaksi mereka. Dalam konteks *e-wallet*, keamanan menjadi faktor penting yang memengaruhi kepercayaan (*trust*) pengguna terhadap penyedia layanan. Ketika pengguna merasa bahwa data mereka terlindungi dengan baik, maka mereka cenderung membangun kepercayaan yang lebih besar terhadap layanan tersebut.

H1: *Perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *trust*.

2.2.2 *Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness*

Perceived ease of use mengacu pada tingkat kemudahan yang dirasakan seseorang dalam menggunakan teknologi.

Dalam pelayanan *e-wallet*, antarmuka yang intuitif dan kemudahan akses berperan dalam meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi. Pengguna yang merasakan bahwasanya sistem mudah dikuasai cenderung mudah melihat manfaat nyata dari penggunaannya.

H2: *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*.

2.2.3 *Perceived Usefulness and Trust*

Perceived usefulness adalah keyakinan bahwasanya memanfaatkan teknologi bisa menaikkan tingkat efisiensi ataupun produktivitas. Jikalau pengguna merasa bahwasanya teknologi memberi manfaat nyata, maka kepercayaan terhadap sistem tersebut akan meningkat. Dengan kata lain, PU dapat memperkuat trust dalam penggunaan pelayanan *e-wallet*.

H3: *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *trust*.

2.2.4 *Trust and Consumer Behavioral Intention*

Trust memainkan peran penting dalam menentukan apakah pengguna akan terus menggunakan teknologi. Dalam konteks *e-wallet*, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem, semakin besar pula niat pengguna untuk terus memanfaatkannya dalam kehidupan sehari-hari.

H4: *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet* DANA.

2.2.5 *Perceived Ease of Use and Consumer Behavioral Intention*

Kemudahan dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* berkontribusi terhadap keputusan pengguna dalam mengadopsi layanan tersebut. Ketika pengguna merasa tidak mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi, mereka akan lebih termotivasi untuk menggunakannya secara konsisten.

H5: *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet* DANA.

2.2.6 *Perceived Security and Consumer Behavioral Intention*

Keamanan yang dirasakan menjadi faktor penting dalam membentuk niat penggunaan layanan digital. Dalam *e-wallet*, persepsi terhadap perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi berpengaruh langsung terhadap minat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi.

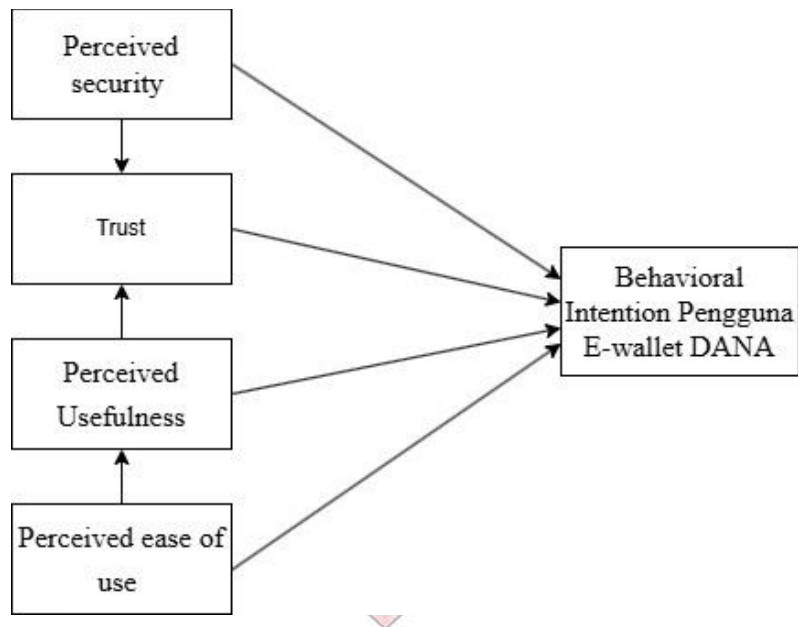
H6: *Perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet* DANA.

2.2.7 *Perceived Usefulness and Consumer Behavioral Intention*

Manfaat yang dirasakan dari penggunaan *e-wallet* seperti efisiensi waktu dan kemudahan transaksi dapat mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Ketika pengguna melihat bahwa teknologi memberikan nilai tambah, maka *behavioral intention* akan meningkat.

H7: *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *e-wallet* DANA.

Berdasarkan teori-teori diatas, terdapat kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Siagian et al., (2022)

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif, yaitu metode yang diterapkan guna mempelajari sampel atau populasi tertentu melalui cara mengumpulkan data, menganalisisnya secara statistik, dan menafsirkan hasilnya secara objektif (Sugiyono, 2017). Pendekatan ini sesuai untuk menguji hipotesis penelitian secara sistematis dan terstruktur. Metode kuantitatif dipilih karena bisa menggambarkan secara jelas terkait hubungan tiap variabel melalui data numerik.

Jenis penelitian penelitian ini yaitu deskriptif serta kausal. Penelitian deskriptif bertujuan memberikan gambaran karakteristik responden dan fenomena penggunaan *e-wallet* DANA. Sementara itu, penelitian kausal digunakan guna menjelaskan hubungan sebab-akibat tiap variabel penelitian, yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, serta *perceived security* terhadap *behavioral intention* (Indrawati, 2015). Penelitian ini juga menguji model yang memetakan pengaruh langsung maupun tidak langsung antar konstruk dalam kerangka TAM yang sudah dimodifikasi.

Pengumpulan data dilaksanakan dengan kuesioner tertutup yang dirancang merujuk dari indikator untuk setiap variabel penelitian. Instrumen disebarakan secara *online* kepada pengguna aktif *e-wallet* DANA di Indonesia. Teknik sampling yang dipergunakan yaitu purposive sampling, yakni metode pemilihan sampel yang berlandaskan pertimbangan yang sudah ditentukan oleh peneliti, khususnya mereka yang memiliki pengalaman menggunakan DANA untuk transaksi digital (Sekaran U & Bougie R, 2019).

Penelitian ini mengikutsertakan 404 responden yang termasuk pengguna aktif *e-wallet* DANA di Indonesia. Penentuan ukuran sampel didasarkan pada rumus Lemeshow untuk populasi yang jumlah pastinya tidak diketahui, melalui tingkatan kepercayaan mencapai 95% serta *margin of error* mencapai 5%. Banyaknya sampel ini melebihi minimum yang disarankan, yaitu 385 responden, sehingga diharapkan hasilnya lebih representatif dan akurat (Sugiyono, 2017).

Data penelitian mencakup data sekunder serta primer. Data primer berasal dari jawaban kuesioner, dan data sekunder didapat melalui studi literatur seperti buku, jurnal, artikel, serta sumber lain yang mempunyai relevansi pada topik penelitian. Penggunaan kedua jenis data ini dimaksudkan untuk memperkuat landasan teori serta mendukung validitas hasil penelitian (Indrawati, 2015).

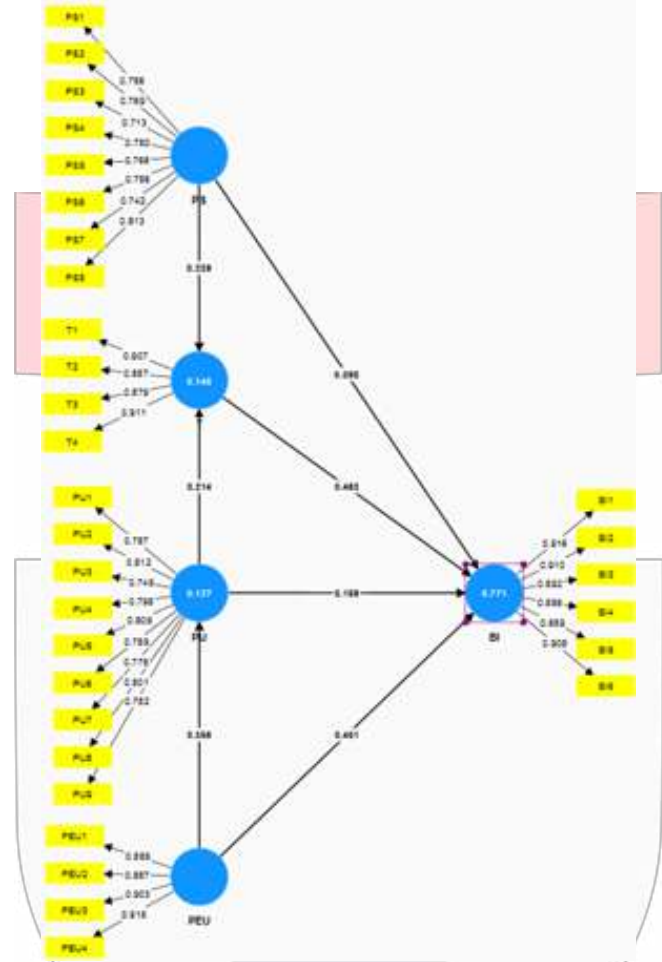
Setiap *item* pada kuesioner diukur menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari “sangat tidak setuju” sampai “sangat setuju”. Skala ini digunakan dalam mengukur sikap, persepsi, serta niat perilaku responden terhadap masing-masing konstruk dalam model. Pengujian reliabilitas serta validitas instrumen terlebih dahulu dilaksanakan melalui korelasi *Alpha Cronbach* serta *Pearson Product Moment*, guna memastikan instrumen layak untuk pengukuran variabel penelitian (Sugiyono, 2017).

Analisis data pada penelitian ini menggunakan pendekatan SEM (*Structural Equation Modeling*) melalui metode PLS (*Partial Least Squares*). SEM-PLS dipilih karena dapat menganalisis hubungan tiap variabel laten

secara bersamaan, baik hubungan tidak langsung ataupun langsung. Menurut Sekaran U & Bougie R, (2019), SEM adalah teknik analisis multivariat generasi kedua yang sesuai untuk menguji model penelitian kompleks dengan banyak indikator. Analisis dilakukan dalam 2 tahapan utama: pengujian outer model untuk mengevaluasi reliabilitas serta validitas indikator, maupun inner model guna menguji hubungan kausal tiap konstruk.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Evaluasi Outer Model



Gambar 4.1 Outer Model

Berdasarkan Gambar tersebut merupakan uji *outer model* yang ditujukan sebagai evaluasi model pengukuran, yakni untuk mengevaluasi reliabilitas serta validitas konstruk ataupun indikator yang dipakai. Model pengukuran reflektif dinilai mempergunakan pengujian validitas serta reliabilitas. Berikut di tabel 4.1 adalah hasil dari output *loading factors*, *croanbach's alpha*, *composite factor*, serta AVE dari penelitian ini:

Tabel 4.1 Uji Outer Model

Variabels	Indicator	Outer loadings	Composite Factor	Cronbatch Alpha	AVE
Behavioral Intention	BI1	0.916	0.962	0.953	0.810
	BI2	0.910			
	BI3	0.892			
	BI4	0.886			
	BI5	0.889			
	BI6	0.908			
Perceived Ease	PEU1	0.885	0.943	0.920	0.806

<i>Variabels</i>	<i>Indicator</i>	<i>Outer loadings</i>	<i>Composite Factor</i>	<i>Cronbatch Alpha</i>	<i>AVE</i>
<i>Of Use</i>	PEU2	0.887			
	PEU3	0.903			
	PEU4	0.915			
<i>Perceived Security</i>	PS1	0.786	0.921	0.902	0.593
	PS2	0.769			
	PS3	0.713			
	PS4	0.780			
	PS5	0.766			
	PS6	0.786			
	PS7	0.742			
	PS8	0.813			
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	0.787	0.937	0.924	0.622
	PU2	0.812			
	PU3	0.745			
	PU4	0.798			
	PU5	0.805			
	PU6	0.785			
	PU7	0.778			
	PU8	0.801			
	PU9	0.782			
<i>Trust</i>	T1	0.907	0.942	0.918	0.803
	T2	0.887			
	T3	0.879			
	T4	0.911			

Merujuk hasil dari pengujian outer model di tabel 4.1, seluruh konstruk mempunyai nilai *outer loading* melebihi 0.7, mengindikasikan bahwasanya tiap-tiap indikator mampu merepresentasikan konstruknya dengan baik. Nilai *composite reliability* untuk semua variabel juga melebihi 0.7, yaitu berkisaran di 0.921 sampai 0.962, yang mengindikasikan bahwasanya instrumen penelitian ini memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Demikian pula, *Cronbach's Alpha* seluruh variabel berada diatas 0.7, memperkuat reliabilitas dari masing-masing konstruk. Selain itu, nilai AVE (*Average Variance Extracted*) untuk semua konstruk juga memenuhi kriteria > 0.5 , yang nantinya bisa ditarik kesimpulan bahwasanya validitas konvergen telah terpenuhi. Temuan ini mengonfirmasi bahwa model pengukuran yang dipergunakan pada penelitian ini sudah lolos pengujian validitas serta reliabilitas, sehingga bisa dilanjutkan ketahap berikutnya

4.2 Uji Cross Loading

Tabel 4.2 Hasil Uji Cross Loading

Indicator	BI	PEU	PS	PU	T
BI1	0.916	0.642	0.412	0.503	0.642
BI2	0.910	0.653	0.441	0.439	0.665
BI3	0.892	0.658	0.365	0.439	0.637
BI4	0.886	0.615	0.409	0.457	0.636
BI5	0.889	0.634	0.421	0.440	0.611
BI6	0.908	0.607	0.420	0.451	0.631
PEU1	0.582	0.885	0.247	0.316	0.234
PEU2	0.647	0.887	0.267	0.325	0.398

Indicator	BI	PEU	PS	PU	T
PEU3	0.654	0.903	0.312	0.337	0.320
PEU4	0.646	0.915	0.294	0.301	0.337
PS1	0.309	0.230	0.786	0.346	0.218
PS2	0.361	0.233	0.769	0.342	0.280
PS3	0.303	0.232	0.713	0.241	0.214
PS4	0.405	0.235	0.780	0.343	0.274
PS5	0.367	0.324	0.766	0.356	0.278
PS6	0.365	0.257	0.786	0.333	0.263
PS7	0.298	0.208	0.742	0.262	0.173
PS8	0.377	0.201	0.813	0.319	0.286
PU1	0.335	0.252	0.253	0.787	0.208
PU2	0.414	0.288	0.271	0.812	0.246
PU3	0.418	0.261	0.283	0.745	0.261
PU4	0.442	0.287	0.408	0.798	0.273
PU5	0.382	0.308	0.345	0.805	0.239
PU6	0.410	0.285	0.370	0.785	0.249
PU7	0.360	0.276	0.343	0.778	0.215
PU8	0.444	0.291	0.382	0.801	0.334
PU9	0.351	0.275	0.269	0.782	0.162
T1	0.622	0.340	0.258	0.225	0.907
T2	0.601	0.282	0.276	0.268	0.887
T3	0.629	0.296	0.317	0.299	0.879
T4	0.680	0.371	0.318	0.323	0.911

Berdasarkan Tabel 4.13, seluruh indikator pada masing-masing konstruk mempunyai nilai *loading* paling tinggi pada variabel asalnya dibanding variabel yang lain. Ini memperlihatkan bahwasanya beberapa indikator tersebut mempunyai korelasi yang lebih kuat melalui konstruk yang diukur dibandingkan kepada konstruk lain, sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan melalui uji *cross loading*. Misalnya, indikator BI1 memiliki loading sebesar 0.916 terhadap konstruk *Behavioral Intention* dan nilai yang jauh lebih rendah terhadap konstruk lainnya, yang memperkuat keabsahan indikator tersebut dalam mengukur variabel BI. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki kekhususan yang baik terhadap konstruknya masing-masing, serta memperkuat keakuratan struktur model pengukuran pada penelitian ini.

4.3 Uji Fornell Lacker Criterion

Tabel 4.3 Hasil Uji Fornell Lacker Criterion

Variable	BI	PEU	PS	PU	T
BI	0.900				
PEU	0.706	0.898			
PS	0.457	0.313	0.770		
PU	0.505	0.356	0.416	0.788	
T	0.708	0.361	0.328	0.313	0.896

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwasanya nilai akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk ada di diagonal tabel serta memiliki nilai yang melebihi korelasi tiap konstruk lainnya di baris dan kolom yang sama. Contohnya, nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ untuk variabel *Behavioral Intention* adalah 0.900, yang melebihi korelasinya kepada variabel lain seperti PEU (0.706), PU (0.505), dan T (0.708). Ini memperlihatkan bahwasanya semua konstruk mempunyai validitas diskriminan yang baik, yaitu mampu membedakan dirinya dengan konstruk lainnya pada model. Oleh karenanya, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya model pengukuran pada penelitian ini sudah masuk ke kriteria

validitas diskriminan berdasarkan pendekatan *Fornell-Larcker*

4.4 Uji *Heterotrait Monotrait Ratio*

Tabel 4.4 Hasil Uji *Heterotrait Monotrait Ratio*

Variable	BI	PEU	PS	PU	T
BI					
PEU	0.752				
PS	0.488	0.341			
PU	0.534	0.385	0.448		
T	0.755	0.389	0.353	0.332	

Berdasarkan Tabel 4.15, semua nilai koefisien korelasi tiap konstruk ada di bawah 0.90, yang mengindikasikan bahwasanya tidak ada permasalahan validitas diskriminan dalam model. Misalnya, nilai HTMT antara *Behavioral Intention* (BI) dan *Trust* (T) adalah 0.755, dan antara PEU serta PU yaitu 0.385 keduanya jauh di bawah batas maksimal yang disarankan. Hal ini mengindikasikan bahwasanya setiap konstruk dalam model mempunyai perbedaan yang jelas serta tidak menumpuk dengan konstruk lain. Dengan demikian, validitas diskriminan pada model penelitian ini telah terpenuhi berdasarkan pendekatan HTMT.

4.5 Uji *Inner Model*

4.5.1 Uji *R-Square*

Tabel 4.5 Hasil Uji *R Square*

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
BI	0.771	0.769
PU	0.127	0.125
T	0.145	0.141

Berdasarkan Tabel 4.16 hasil uji *R-Square*, diketahui bahwa variabel BI (*Behavioral Intention*) mempunyai nilai R^2 yaitu 0.771, atau sekitar 77,1% variasi pada intensi perilaku pengguna bisa dijelaskan dari beberapa *independent variable* padamodel, sehingga berkategori “kuat”. Sedangkan, variabel *Perceived Usefulness* (PU) serta *Trust* (T) mempunyai nilai R^2 yaitu 0.127 serta 0.145, yang mengindikasikan bahwasanya hanya sekitar 12,7% dan 14,5% variasi dari kedua variabel tersebut bisa dijelaskan dari konstruk lain dalam model. Nilai-nilai ini memperlihatkan bahwasanya PU dan T masih dipengaruhi dari beberapa faktor lainnya diluar model yang dikaji. Secara keseluruhan, model memiliki daya prediktif yang sangat baik terhadap variabel *Behavioral Intention* namun relatif lemah terhadap PU dan T

4.5.2 Uji *F-square*

Tabel 4. 6 Hasil Uji *F-Square*

	BI	PU	T
BI			
PEU	0.702	0.145	
PS	0.032		0.055
PU	0.083		0.044

T	0.754		
----------	-------	--	--

Berdasarkan Tabel 4.17 hasil uji *F-Square*, bisa dipahami bahwasanya variabel PEU (*Perceived Ease of Use*) serta *Trust* (T) memberikan dampak efek ukuran besar kepada BI (*Behavioral Intention*), dengan nilai F^2 yaitu 0.702 serta 0.754, yang mengindikasikan kontribusi kuat terhadap peningkatan intensi perilaku penggunaan *e-wallet* DANA. Sebaliknya, variabel *Perceived Security* (PS) dan *Perceived Usefulness* (PU) memiliki nilai F^2 yang lebih rendah terhadap BI (0.032 dan 0.083), yang mengindikasikan bahwa pengaruhnya bersifat kecil. Selain itu, PEU juga menunjukkan pengaruh sedang terhadap PU (0.145), sementara PS dan PU menunjukkan pengaruh kecil terhadap T. Temuan ini memperjelas bahwa PEU dan *Trust* merupakan konstruk yang paling berkontribusi signifikan dalam membentuk intensi perilaku pengguna dalam model penelitian ini.

4.5.3 Uji *Q-Square*

Tabel 4. 7 Hasil Uji *Q-Square*

	Q^2
BI	0.620
PEU	0.000
PS	0.000
PU	0.077
T	0.114

Merujuk dari tabel 4.18, bisa dipahami bahwa nilai Q^2 bagi variabel *Behavioral Intention* (BI) adalah sebesar 0.620, yang menunjukkan bahwasanya model berkemampuan prediksi yang sangat baik terhadap variabel tersebut. Sementara itu, nilai Q^2 untuk *Perceived Usefulness* (PU) dan *Trust* (T) masing-masing sebesar 0.077 dan 0.114, yang berada dalam kategori prediksi rendah hingga sedang. Adapun nilai Q^2 untuk PEU (*Perceived Ease of Use*) serta *Perceived Security* (PS) yaitu 0.000, yang berarti model tidak memiliki kemampuan prediksi terhadap kedua variabel tersebut karena keduanya berfungsi sebagai variabel independen. Secara keseluruhan, nilai-nilai ini mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang kuat terutama terhadap variabel dependen utama, yaitu BI, sehingga layak digunakan untuk pengambilan keputusan berbasis perilaku pengguna *e-wallet*.

4.6 Uji Hipotesis

Setiap hubungan antar variabel dianalisis melalui estimasi koefisien jalur guna melakukan pengujian hipotesis. Penelitian ini menetapkan batas signifikansi pada taraf 0,05 atau 5%. Di bawah ini disajikan temuan dari pengujian hipotesis tersebut.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Hipotesis

<i>Variable</i>	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>	Kesimpulan
PEU -> BI	0.451	0.450	0.036	12.674	0.000	H1a Diterima
PEU -> PU	0.356	0.360	0.040	8.820	0.000	H2a Diterima
PS -> BI	0.098	0.099	0.033	2.995	0.003	H2a Diterima
PS -> T	0.239	0.241	0.057	4.192	0.000	H2a Diterima
PU -> BI	0.159	0.158	0.034	4.646	0.000	H2a Diterima
PU -> T	0.214	0.215	0.054	3.938	0.000	H2a Diterima
T -> BI	0.463	0.464	0.035	13.060	0.000	H2a Diterima

4.7 Pembahasan Uji Hipotesis

4.7.1 *Perceived Ease of Use* → *Behavioral Intention*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berdampak signifikan kepada *Behavioral Intention*, dengan nilai koefisien 0,451, t-statistik 12,674, dan *p-value* 0,000. Ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, semakin tinggi keinginan pengguna untuk tetap menggunakannya. Dalam model TAM, kemudahan adalah salah satu faktor utama yang memperkuat intensi penggunaan teknologi. Aplikasi DANA telah memberikan kemudahan dalam hal navigasi, kelengkapan fitur, dan proses transaksi, yang mendorong loyalitas pengguna secara berkelanjutan.

4.7.2. *Perceived Ease of Use* → *Perceived Usefulness*

Hubungan dari *Perceived Ease of Use* kepada *Perceived Usefulness* juga signifikan, dengan koefisien 0,356, t-statistik 8,820, dan *p-value* 0,000. Disaat pengguna merasakan bahwasanya aplikasi mudah dimengerti serta digunakan, mereka biasanya menilai bahwa aplikasi tersebut juga bermanfaat. Hal ini sejalan dengan kerangka TAM bahwa kemudahan menjadi penguat persepsi kegunaan. Jika penggunaan aplikasi terasa rumit, seberapa pun canggih fitur yang ditawarkan, pengguna akan kesulitan untuk merasakan manfaatnya secara optimal.

4.7.3 *Perceived Security* → *Behavioral Intention*

Perceived Security berdampak signifikan kepada *Behavioral Intention*, melalui koefisien 0,098, t-statistik 2,995, dan *p-value* 0,003. Meskipun nilainya lebih kecil dibanding variabel lain, temuan ini mengindikasikan bahwa keamanan tetap menjadi salah satu pertimbangan dalam keputusan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi. Keamanan diposisikan sebagai faktor dasar: tidak cukup untuk mendorong adopsi, tetapi ketiadaannya dapat menghentikan penggunaan.

4.7.4 *Perceived Security* → *Trust*

Hasil memperlihatkan bahwasanya *Perceived Security* berdampak signifikan kepada *Trust*, dengan nilai koefisien 0,239, t-statistik 4,192, dan *p-value* 0,000. Artinya, jika pengguna merasa aman dalam bertransaksi, maka rasa percaya terhadap platform juga akan meningkat. Temuan ini menguatkan bahwa persepsi keamanan yang tinggi menjadi prasyarat terbentuknya kepercayaan dalam layanan digital, terutama untuk transaksi keuangan.

4.7.5 *Perceived Usefulness* → *Behavioral Intention*

Perceived Usefulness berpengaruh signifikan kepada *Behavioral Intention* pada nilai koefisien 0,159, t-statistik 4,646, serta *p-value* 0,000. Hal tersebut mengindikasikan bahwasanya pengguna cenderung untuk terus menggunakan aplikasi jika/dikala merasa mendapat manfaat secara praktis yang signifikan dari pemakaiannya. Misalnya, kemampuan untuk melakukan transaksi cepat dan menghemat waktu sangat dihargai oleh pengguna yang memiliki mobilitas tinggi.

4.7.6 *Perceived Usefulness* → *Trust*

Perceived Usefulness juga berdampak signifikan kepada *Trust*, dengan koefisien 0,214, t-statistik 3,938, dan *p-value* 0,000. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi benar-benar membantu mereka menyelesaikan tugas atau memenuhi kebutuhan, maka kepercayaan terhadap aplikasi tersebut juga meningkat. Ini berarti bahwa manfaat nyata yang dirasakan oleh pengguna merupakan salah satu sumber utama terbentuknya kepercayaan.

4.7.7 *Trust* → *Behavioral Intention*

Variabel *Trust* menjadi yang paling dominan dalam memengaruhi *Behavioral Intention*, dengan koefisien jalur 0,463, t-statistik 13,060, dan *p-value* 0,000. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan adalah fondasi utama bagi loyalitas pengguna dalam ekosistem digital. Ketika pengguna merasa yakin bahwa DANA dapat diandalkan, adil, dan aman, maka niat untuk terus menggunakan aplikasi meningkat secara signifikan. Oleh karena itu, strategi peningkatan kualitas layanan, keamanan, dan transparansi menjadi kunci dalam mempertahankan dan memperluas basis pengguna. Hasil ini juga sejalan dengan temuan Halim & Santoso, (2024) yang menunjukkan bahwa *trust* serta *perceived security* dengan bersamaan berperan signifikan dalam mendorong intensi penggunaan *e-wallet* oleh Generasi Z di kota Bandung.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Merujuk dari temuan penelitian dan pembahasan, penelitian ini bertujuan guna mengetahui dampak dari *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Security*, serta *Trust* kepada niat perilaku penggunaan e-wallet DANA di Indonesia melalui penggunaan pendekatan TAM. Penelitian ini juga mempunyai tujuan guna menganalisis bagaimana hubungan antar variabel tersebut saling memengaruhi dalam membentuk *Behavioral Intention* pengguna. Sebanyak 404 responden yang merupakan pengguna aktif e-wallet DANA berpartisipasi dalam penelitian ini. Mengacu pada hasil dari analisis data dan pengujian hipotesis, penelitian ini mencapai kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived Security* berdampak signifikan kepada *Trust* dalam penggunaan e-wallet DANA.
2. *Perceived Ease of Use* berdampak signifikan kepada *Perceived Usefulness* dalam pemakaian e-wallet DANA.
3. *Perceived Usefulness* berdampak signifikan kepada *Trust* dalam penggunaan e-wallet DANA.
4. *Trust* berdampak signifikan kepada *Behavioral Intention* dalam penggunaan e-wallet DANA.
5. *Perceived Ease of Use* berdampak signifikan kepada *Behavioral Intention* dalam penggunaan e-wallet DANA.
6. *Perceived Security* berdampak signifikan kepada *Behavioral Intention* dalam penggunaan e-wallet DANA.
7. *Perceived Usefulness* berdampak signifikan kepada *Behavioral Intention* pada pemanfaatan e-wallet DANA.

5.2 Saran

Berlandaskan temuan penelitian yang sudah didapat, peneliti bisa memberi beberapa saran yaitu di antaranya

5.2.1 Saran Praktis

Temuan ini memperlihatkan bahwasanya *Trust* merujuk dari faktor paling dominan dalam membentuk *Behavioral Intention*. Oleh karena itu, penyedia layanan disarankan untuk menghadirkan layanan pelanggan yang cepat, akurat, dan transparan. Menyediakan jalur komunikasi terbuka saat terjadi kendala serta aktif menanggapi feedback pengguna akan memperkuat loyalitas. Khususnya pada indikator *T4* yang menyatakan bahwa informasi dalam proses transaksi harus dapat dipercaya. Untuk itu, DANA perlu memastikan bahwa seluruh informasi transaksi disampaikan dengan cara yang transparan, mudah dipahami, dan selalu konsisten. Mulai dari notifikasi pembelian, ringkasan transaksi, sampai status proses pembayaran, semuanya harus tampil jelas dan real-time. Ketika pengguna tahu apa yang terjadi dengan uang mereka, mereka akan merasa lebih tenang dan percaya. DANA juga bisa meningkatkan kepercayaan melalui layanan pelanggan yang responsif. Saat terjadi kendala atau ketidaksesuaian, pengguna harus bisa mendapatkan penjelasan dengan cepat, akurat, dan sopan. Pastikan desain antarmuka yang digunakan mampu menyampaikan informasi penting dengan jelas. Hindari istilah teknis yang membingungkan. Tampilkan informasi transaksi secara detail tapi tidak bertele-tele. Ketika pengguna merasa tidak ada yang ditutupi, kepercayaan itu akan tumbuh dengan sendirinya. Dengan fokus pada indikator *T4*, DANA tidak hanya akan mempertahankan pengguna, tapi juga mengundang pengguna baru melalui rekomendasi alami dari pengguna yang sudah percaya.

DANA disarankan untuk mengedukasi pengguna mengenai manfaat spesifik aplikasi, seperti efisiensi waktu, promo eksklusif, integrasi dengan merchant, dan keuntungan dari fitur-fitur seperti DANA Goals atau eMAS. Konten berbasis manfaat dalam komunikasi pemasaran dapat memperkuat *perceived usefulness*. Meskipun pengaruh *Perceived Security* terhadap *Behavioral Intention* tidak sebesar variabel lainnya, keamanan tetap menjadi fondasi utama kepercayaan pengguna. Penguatan fitur autentikasi, pemberitahuan real-time untuk setiap transaksi, serta penjelasan publik mengenai sistem enkripsi dan proteksi data akan meningkatkan rasa aman pengguna. Pelatihan visual atau panduan penggunaan interaktif dapat ditambahkan agar pengguna baru lebih cepat memahami aplikasi. Semakin mudah pengguna mengakses dan memahami fitur (*perceived ease of use*), semakin tinggi pula intensi penggunaannya.

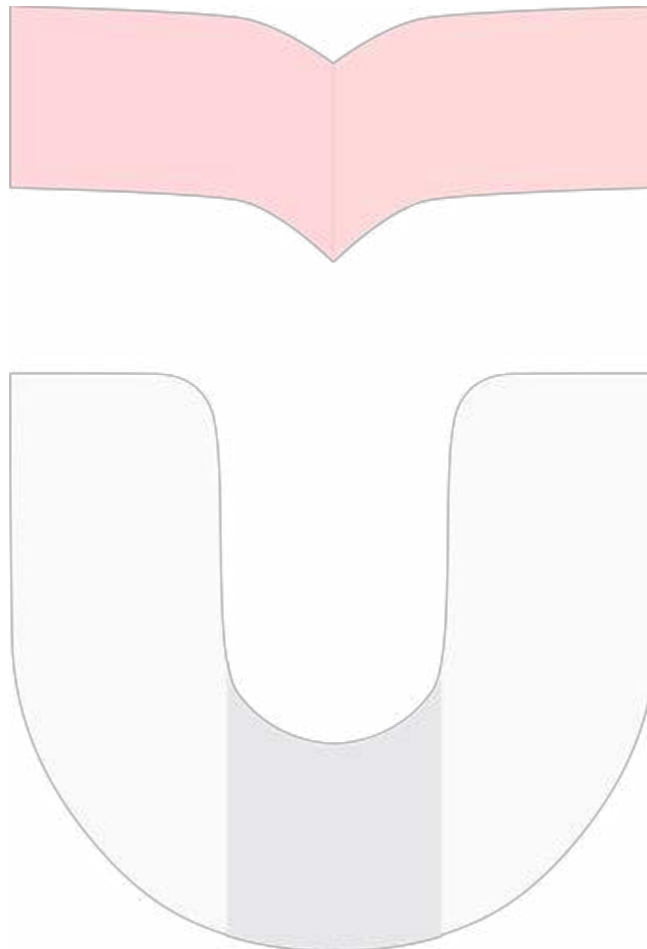
5.2 Saran Teoritis dan Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena dilakukan pada pengguna DANA secara umum tanpa mempertimbangkan preferensi berdasarkan demografi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi perbedaan pengaruh antar variabel pada kelompok pengguna yang berbeda, misalnya berdasarkan usia, tingkat literasi digital, pengalaman menggunakan e-wallet, atau tingkat pengeluaran bulanan. Selain itu, pendekatan model TAM yang digunakan penelitian ini dapat diperluas melalui penambahan variabel eksternal lain seperti *Customer Support Quality*, *Perceived Risk*, atau *User Experience* guna memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap beberapa faktor yang memengaruhi niat memanfaatkan e-wallet.

Penelitian di masa depan juga disarankan untuk menerapkan pendekatan mediasi atau moderasi, seperti menguji peran *Trust* sebagai mediator antara *Perceived Security* dan *Behavioral Intention*, atau mengeksplorasi apakah faktor demografis memoderasi hubungan antar variabel dalam model. Mengingat data dalam penelitian ini bersifat cross-sectional, studi lanjutan dapat menggunakan pendekatan longitudinal untuk mengamati dinamika niat dan perilaku

penggunaan dari waktu ke waktu, termasuk pembentukan loyalitas dan keputusan pembelian ulang.

Selain itu, indikator T4 yang berkaitan dengan kepercayaan terhadap informasi transaksi dapat dijadikan fokus eksplorasi lebih mendalam. Penelitian lanjutan bisa mempergunakan pendekatan kualitatif misalnya wawancara secara mendalam ataupun FGD (*focus group discussion*) guna menggali persepsi pengguna terhadap kejelasan informasi dan dampaknya terhadap *Trust*. Pendekatan ini akan melengkapi temuan kuantitatif dan membuka peluang untuk mengembangkan variabel baru seperti *App Transparency* atau *Perceived Responsiveness* yang relevan dalam konteks aplikasi keuangan digital.



REFERENSI

- Arifianto, C. F., & Veritia, V. (2022). Social Network Analysis: a Competition in Indonesia's Fastest Growing Fintech. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 24(1), 73–80. <https://doi.org/10.9744/jmk.24.1.73-80>
- Cahyani, A. D., Mardiana, T., & Kurniawati, L. (2020). Sentiment Analysis of Digital Wallet Service Users Using Naïve Bayes Classifier and Particle Swarm Optimization. *Jurnal Riset Informatika*, 2(4), 241–250. <https://doi.org/10.34288/jri.v2i4.160>
- Candiwan, & Wibisono. (2021). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF WEBSITE QUALITY TO CUSTOMER'S LOYALTY ON ECOMMERCE. *International Journal of Electronic Commerce Studies*.
- Cornelia Halim, V., & Iman Santoso, T. (2024). Pengaruh Trust Dan Perceived Security Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z Di Kota Bandung. In *Agustus* (Vol. 11, Issue 4).
- Daragmeh, A., Saleem, A., Bárczi, J., & Sági, J. (2022). Drivers of Post-Adoption of E-Wallet Among Academics in Palestine: An Extension of the Expectation Confirmation Model. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.984931>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Mis Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Harfian, B. S. (2024). Analisis Peran Moderasi Perceived Value Pada Hubungan Antara Kepuasan Pengguna Dan Niat Penggunaan E-Wallet DANA. *Isoquant Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.24269/iso.v8i1.2249>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. PT Refika Aditama.
- Lai, P. C. (2017). The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752017000100002>
- Lwoga, E. T., & Lwoga, N. B. (2017). User Acceptance of Mobile Payment: The Effects of User-Centric Security, System Characteristics and Gender. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 81(1), 1–24. <https://doi.org/10.1002/j.1681-4835.2017.tb00595.x>
- Prasasti, A., Aulisaina, F. I., & Hakim, M. A. R. (2021). Does Discount Matter in Indonesia E-Wallet Race? A Qualitative Study on Generation Z E-Wallet Preferences During Pandemics. *The Winners*, 22(1). <https://doi.org/10.21512/tw.v22i1.7019>
- Sekaran U, & Bougie R. (2019). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, 8/E. Wiley.
- Shantika, N. R. (2022a). Analisis Adopsi Inovasi Teknologi Informasi Dompot Digital DANA Menggunakan Innovation-Diffusion Theory (IDT). *Journal of Information System and Artificial Intelligence*, 2(2), 110–117. <https://doi.org/10.26486/jisai.v2i2.80>
- Shantika, N. R. (2022b). Analisis Adopsi Inovasi Teknologi Informasi Dompot Digital DANA Menggunakan Innovation-Diffusion Theory (IDT). *Journal of Information System and Artificial Intelligence*, 2(2), 110–117. <https://doi.org/10.26486/jisai.v2i2.80>
- Siagian, H., Tarigan, Z. J. H., Basana, S. R., & Basuki, R. (2022). The effect of perceived security, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 861–874. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.010>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Syarwani, A., & Yuliana, K. (2022). Acceptance Analysis of School DAPODIK Information System Using the Technology Acceptance Model (TAM). *Lentera Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 1, 114–123. <https://doi.org/10.33654/iseta.v1i0.1822>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

