

ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP ATM MYGRAPARI DI GRAPARI TELKOMSEL PEMUDA SURABAYA

Adhi Setya Putra

Universitas Narotama Surabaya

Email: adhisatya99@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan pelanggan telkomsel terhadap penerapan teknologi mesin ATM My GraPARI. Teknologi ini merupakan terobosan terbaru di dunia telekomunikasi dimana masih belum ada operator selular yang menggunakan. Dengan menggunakan pendekatan teori Technology Acceptance Model (TAM) Melalui persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas akan diketahui respon pelanggan terhadap minat dalam menggunakan mesin ATM My GraPARI. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada pelanggan yang sudah mencoba menggunakan ATM My GraPARI. Untuk menganalisis hasil kuesioner dari responden menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Kata kunci: TAM, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kredibilitas, Minat Menggunakan

Abstract : This study aims to determine the acceptance level of Telkomsel subscribers to the application of My GraPARI ATM machine technology. This technology is the latest breakthrough in the world of telecommunications where there is still no service provider that uses. Using the approach of theory of Technology Acceptance Model (TAM) Through the Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Credibility will be known customer response to interest in using My GraPARI ATM machine. This research uses quantitative method. The data used in this study is the primary data. Data collection techniques using questionnaires given to customers who have tried to use ATM My GraPARI. To analyze the results of questionnaires from respondents using multiple linear regression analysis techniques.

Keywords: TAM, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Credibility, Behavioral Intention

PENDAHULUAN

Semakin pesatnya perkembangan industri telekomunikasi selular saat ini mendorong setiap pelakunya untuk terus melakukan inovasi di berbagai bidang. Bagian pelayanan pelanggan menjadi hal yang penting dimana secara langsung berinteraksi dengan pelanggan dan mengetahui bagaimana respon pelanggan serta masukan yang di berikan oleh mereka selama menggunakan produk / jasa. PT Telkomsel sebagai salah satu perusahaan jasa telekomunikasi selular terbesar di Indonesia berusaha memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan meningkatkan pelayanan dan menyediakan media pelayanan yang dengan mudah bisa di akses oleh pelanggan. Sesuai dengan visi telkomsel untuk bertransformasi menjadi perusahaan digital (*digital company*) secara bertahap melakukan perubahan interaksi

layanan dari *media legacy* (GraPARI dan Call Center) ke media digital (*Selfcare & Ecare*). Telkomsel menghadirkan layanan ATM MyGraPARI yang merupakan media layanan telkomsel bersifat digital dan dengan mudah dapat diakses oleh pelanggan secara mandiri (*Self-Service*).

Pelanggan yang sebelumnya datang ke GraPARI harus mengantri ke *customer service* untuk melakukan proses pembayaran Kartu Halo, ganti kartu 4G, kartu hilang atau rusak, pembelian isi ulang pulsa, aktivasi paket, informasi kode puk, registrasi e-bill, keluhan / pengaduan sekarang bisa dengan cepat dan mudah bertransaksi menggunakan ATM MyGraPARI.

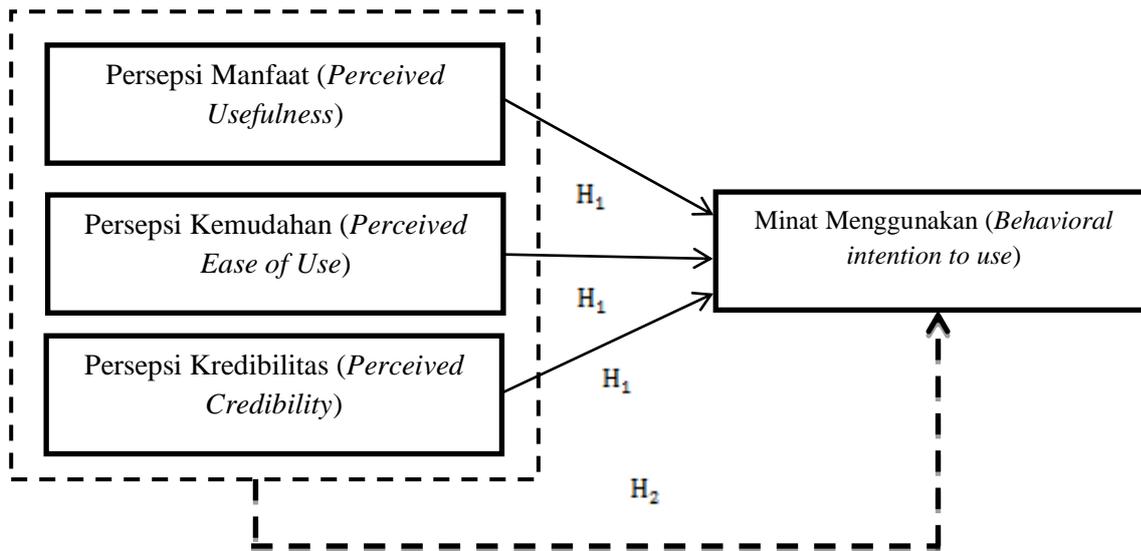


Gambar 1 ATM My Grapari

Dengan adanya ATM MyGraPARI ini diharapkan pelanggan bisa melakukan transaksi secara mandiri sehingga bisa lebih cepat, aman dan nyaman. ATM MyGraPARI ini dilengkapi dengan petunjuk penggunaan yang mudah dipelajari. Dengan panduan petunjuk yang ada diharapkan pelanggan tidak akan mengalami kesulitan dalam menggunakan layanan ini. Dan secara perlahan pelanggan bisa beralih dari yang sebelumnya menggunakan jasa pelayanan ke loket customer service berganti ke ATM My GraPARI.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan pelanggan telkomsel terhadap penerapan teknologi mesin ATM My GraPARI. Dengan menggunakan pendekatan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred Davis di tahun 1985. Sesuai dengan *Teori Acceptance Model* yang diperkenalkan oleh Davis maka dalam penelitian ini akan membahas variabel persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan dalam penggunaan (*Perceived Ease of Use*) yang merupakan variabel dasar dari TAM serta ditambahkan satu lagi variabel eksternal yaitu persepsi kredibilitas (*Perceived Credibility*) dari ketiga variabel tersebut apakah memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap Minat pelanggan dalam menggunakan ATM My GraPARI (*Behavioral Intention*).

KONSEP PENELITIAN



Gambar 2 Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis :

- H₁ : Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan
- H₂ : Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan
- H₃ : Persepsi Kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan

Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) di definisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1985: 26) Menurut Davis, 1989 (dalam Jogiyanto, 152) Ada enam indikator untuk mengukur persepsi Manfaat yaitu :

- 1) Mempercepat pekerjaan (*work more quickly*)
- 2) Meningkatkan kinerja (*Job performance*)
- 3) Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*)
- 4) Meningkatkan efektifitas kerja (*effectiveness*)
- 5) Memudahkan pekerjaan (*makes job easier*)
- 6) Berguna (*usefull*)

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) di definisikan sebagai sejauh mana orang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Davis, 1985: 25). Ada enam indikator untuk mengukur persepsi kemudahan dalam penggunaan (Davis, 1989 dalam Jogiyanto, 2008: 15) yaitu :

- 1) Kemudahan sistem untuk di pelajari (*Easy of learn*)
- 2) Kemudahan sistem untuk di kontrol (*Controllable*)
- 3) Interaksi dengan sistem yang jelas dan mudah di mengerti (*clear and understandable*)
- 4) Fleksibilitas interaksi (*Flexibility*)

- 5) Mudah untuk terampil menggunakan sistem (*Easy to become skillful*)
- 6) Mudah untuk di gunakan (*easy to use*)

Persepsi Kredibilitas (*Perceived Credibility*), yang di definisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa sistem yang di gunakan tetap menjamin keamana dan privasinya (Wang et,al 2003:501). Berikut ini adalah indicator yang di gunakan dalam mengukur persepsi kredibilitas:

- 1) Besarnya resiko
- 2) Keamanan \transaksi
- 3) Kebutuhan Transaksi
- 4) Jaminan keamanan data pribadi

Minat Menggunakan (*Behavioral intention to use*) menurut Reid dan Levy (2008: 18) adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu produk. Berikut ini adalah indikator dari *behavioral intention to use* :

- 1) *Intend to use in future*
- 2) *Use on regular basic*
- 3) *Recomended others to use*

Data yang diperoleh dari responden diolah menggunakan aplikasi SPSS 18.00 dengan uji regresi linier berganda. Pendekatan yang di gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan secara kuantitatif, Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menguakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhaddap data, serta penampilan hasilnya (Arikunto 2006: 12).). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Telkomsel yang datang ke GraPARI Telkomsel pemuda dan secara langsung mencoba menggunakan ATM Mygrapari. Jumlah sampel dalam penelitian sesuai dengan pendapat (Hair,et.al, 2006) yang menyatakan bahwa jumlah sampel berasal dari jumlah indikator dikalikan 5-10. Maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan yaitu $19 \times 6 = 114$ orang .Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang didapat langsung dari responden melalui kuisisioner

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Karakteristik Pelanggan

	Valid	Frequency	%
Jenis Kelamin	PRIA	61	53,5
	WANITA	53	46,5
	Total	114	100,00

Umur	< 16 Tahun	6	5,3
	16 – 20 Tahun	19	16,7
	21 – 25 Tahun	48	42,1
	26 – 30 Tahun	32	28,1
	> 30 Tahun	9	7,9
	Total	114	100,0
Pendidikan Terakhir	SMA	61	53,5
	D3	17	14,9
	S1	31	27,2
	S2	3	2,6
	S3	2	1,8
	Total	114	100,0
Pekerjaan	Pelajar	6	5,3
	Mahasiswa	19	16,7
	Karyawan	65	57,0
	Wiraswasta	24	21,1
	Total	114	100,0
Produk yang di gunakan	AS	26	22,8
	Simpati	58	50,9
	Loop	11	9,6
	Halo	19	16,7
	Total	114	100,0
Lama Menggunakan Produk	< 3 Bulan	19	16,7
	3-6 Bulan	9	7,9
	7-12 ulan		

	>1 Tahun	22	19,3
	Total	64	56,1
		114	100,0

Gambar 3 Hasil Cross Loading

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

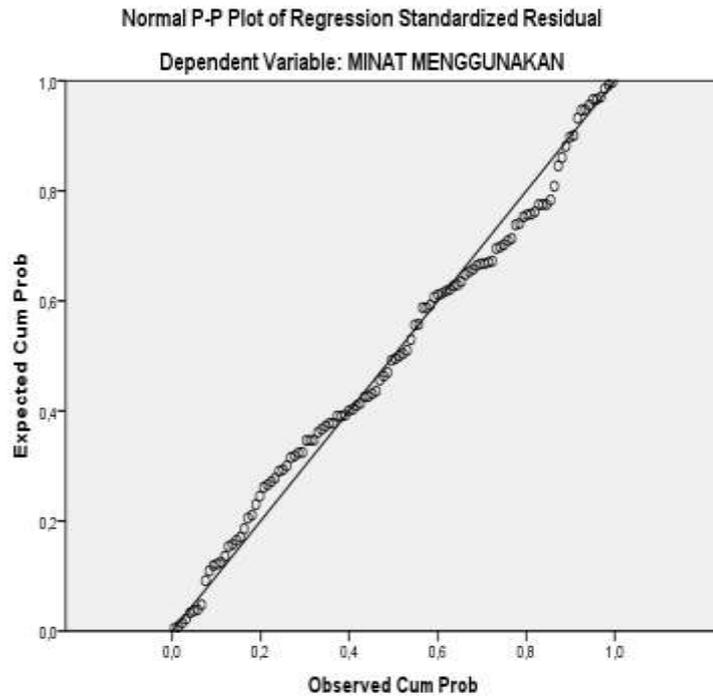
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	60.6491	289.168	.848	.978
X1.2	60.9912	301.389	.773	.978
X1.3	61.2544	300.616	.801	.978
X1.4	60.9561	299.529	.766	.978
X1.5	60.9386	299.899	.759	.978
X1.6	60.9825	299.575	.803	.978
X2.1	60.3772	289.210	.875	.977
X2.2	60.9912	299.425	.810	.978
X2.3	60.6491	292.000	.870	.977
X2.4	61.1491	298.694	.846	.977
X2.5	60.6140	292.434	.879	.977
X2.6	61.0439	296.396	.839	.977
X3.1	61.1754	295.774	.874	.977
X3.2	60.5965	292.137	.895	.977
X3.3	61.1491	299.756	.815	.978
X3.4	60.5439	292.728	.839	.978
Y1.1	60.8509	298.358	.813	.978
Y1.2	60.6579	290.493	.864	.977
Y1.3	60.6930	293.542	.870	.977

Berdasarkan tabel hasil uji Validitas diatas, secara empiris masing masing indikator dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan besarnya nilai masing-masing *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) > r tabel (r tabel = 0,1548).

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, secara empiris cronbach alpha masing masing indikator dalam kuesioner penelitian ini berada diatas (>0,6), maka data penelitian ini bisa dinyatakan reliabel

Uji Asumsi Klasik

- 1) Uji Normalitas



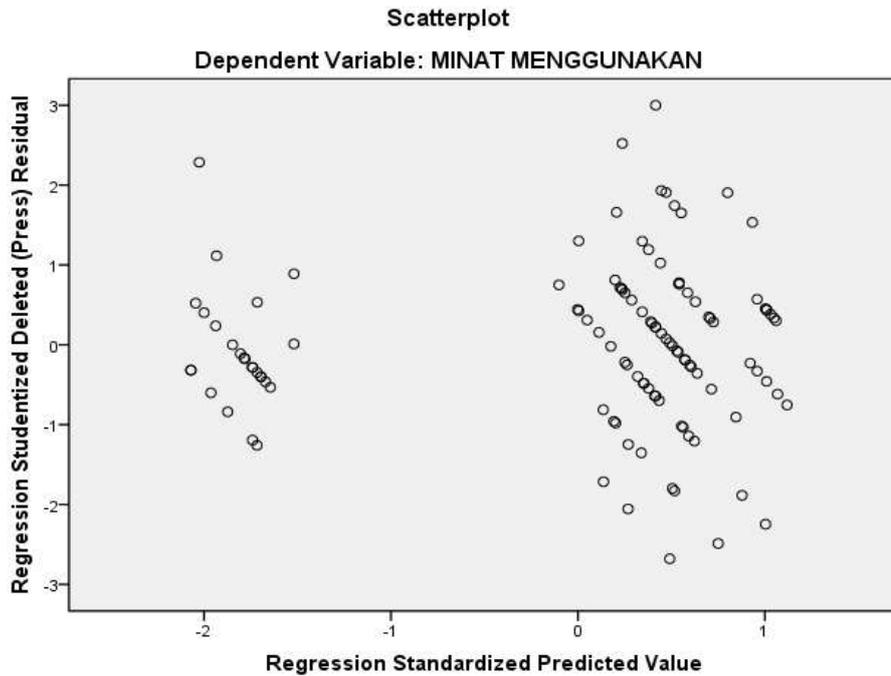
Berdasarkan gambar diatas terlihat titik-titik tersebar mendekati garis diagonal, baik terletak diatas maupun dibawah garis maka dapat disimpulkan bahwa model ini berdistribusi normal, maka asumsi normalitas terpenuhi.

2) Multikolinieritas

Variabel	Nilai VIF
Persepsi Manfaat (X_1)	4.052
Persepsi Kemudahan (X_2)	8.621
Persepsi Kredibilitas (X_3)	6.947

Dari hasil uji multikolinieritas dengan melihat nilai VIF, diperoleh nilai VIF semua variabel berada dibawah angka 10.0. sehingga bisa disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

3) Heterokedastisitas



Dari hasil uji di atas diketahui bahwa tidak terjadi heterokedastisitas sebab tidak terbentuk suatu pola yang jelas. Sehingga model regresi ini dinyatakan baik.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,075	,133		,564	,574		
PERSEPSI MANFAAT	,150	,077	,134	1,959	,053	,247	4,052
PERSEPSI KEMUDAHAN	,263	,104	,251	2,523	,013	,116	8,621
PERSEPSI KREDIBILITAS	,603	,093	,580	6,485	,000	,144	6,947

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

1	,935 a	,873	,870	,38291	,873	252,858	3	110	,000	1,842
---	-----------	------	------	--------	------	---------	---	-----	------	-------

- a. Predictors: (Constant), PERSEPSI KREDIBILITAS, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN
b. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN

Pengujian hipotesis

Uji Simultan (F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	111,223	3	37,074	252,858	,000 ^a
	Residual	16,128	110	,147		
	Total	127,351	113			

- a. Predictors: (Constant), PERSEPSI KREDIBILITAS, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN
b. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN

Langkah-langkah pengujian :

1) Hipotesis

H_0 : $b_1 = b_2 = 0$ artinya variabel X_1, X_2, X_3 tidak memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Y).

H_1 : $b_1 \neq b_2 \neq 0$ artinya variabel X_1, X_2, X_3 memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Y).

2) Besarnya nilai

$F_{\text{tabel}} = F_{\alpha} (\text{df regresi}, \text{df residual}) = F_{\alpha} (k, n - k - 1)$

$F_{\text{tabel}} = F_{0.05} (3, 110) = 2.69$

3) Daerah kritis atau daerah penolakan

Bila $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

Bila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

4. $F_{hitung} = 252.858$

5. Kesimpulan

Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $258.858 > 2.69$ atau dengan melihat besarnya significant level sebesar $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5 % sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel bebas Persepsi Manfaat (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2), Persepsi Kredibilitas (X_3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Minat Menggunakan (Y). Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan “Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kredibilitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Minat Menggunakan ATM My GraPARI” terbukti kebenarannya secara empiris.

Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,075	,133		,564	,574		
PERSEPSI MANFAAT	,150	,077	,134	1,959	,053	,247	4,052
PERSEPSI KEMUDAHAN	,263	,104	,251	2,523	,013	,116	8,621
PERSEPSI KREDIBILITAS	,603	,093	,580	6,485	,000	,144	6,947

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN

1) Uji parsial antara variabel Persepsi Manfaat (X_1) terhadap Minat Menggunakan (Y)

Untuk menguji hipotesis digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial variabel Persepsi Manfaat (X_1) terhadap variabel Minat Menggunakan (Y).

Hipotesis :

- (1) $H_0 : \beta_1 = 0$ (Artinya, variabel brand Persepsi Manfaat (X_1) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Variabel Minat Menggunakan (Y))
 $H_1 : \beta_1 \neq 0$ (Artinya, variabel Persepsi Manfaat (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Variabel Minat Menggunakan (Y))

(2) $\alpha = 0,05$ dengan $df (n - k - 1) = 110$ dimana $t_{tabel} = 1.659$

(3) $t_{hitung} = 1.959$

(4) Kesimpulan :

Berdasarkan output SPSS versi 18.00 diperoleh t_{hitung} sebesar 1.959 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.659 atau significant level sebesar $0.053 < 0.05$, maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5% sehingga kesimpulannya secara parsial variabel Persepsi Manfaat (X_1) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y).

- 2) Uji parsial antara variabel persepsi kemudahan (X_2) terhadap Minat dalam menggunakan (Y)

Untuk menguji hipotesis digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial variabel Persepsi Kemudahan (X_2) terhadap variabel Minat Menggunakan (Y).

Hipotesis :

- (1) $H_0 : \beta_2 = 0$ (Artinya, variabel Persepsi Kemudahan (X_2) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Menggunakan (Y)
 $H_1 : \beta_2 \neq 0$ (Artinya, variabel Persepsi Kemudahan (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y)

(2) $\alpha = 0,05$ dengan $df (n - k - 1) = 110$ dimana $t_{tabel} = 1.659$

(3) $t_{hitung} = 2.523$

(4) Kesimpulan :

Berdasarkan output SPSS versi 18.00 diperoleh t_{hitung} sebesar 2.523 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.659 atau significant level sebesar $0.013 < 0.05$ maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5% sehingga kesimpulannya secara parsial variabel Persepsi Kemudahan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y).

- 3) Uji parsial antara variabel persepsi kredibilitas (X_3) terhadap Minat dalam menggunakan (Y)

Untuk menguji hipotesis digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial variabel Persepsi kredibilitas (X_3) terhadap variabel Minat Menggunakan (Y).

Hipotesis :

- (1) $H_0 : \beta_2 = 0$ (Artinya, variabel Persepsi kredibilitas (X_3) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Menggunakan (Y)
 $H_1 : \beta_2 \neq 0$ (Artinya, variabel Persepsi kredibilitas (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y)

(2) $\alpha = 0,05$ dengan $df (n - k - 1) = 110$ dimana $t_{tabel} = 1.659$

(3) $t_{hitung} = 6,485$

(4) Kesimpulan :

Berdasarkan output SPSS versi 18.00 diperoleh t_{hitung} sebesar 6.485 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.659 atau significant level sebesar $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5% sehingga kesimpulannya secara parsial variabel Persepsi Kredibilitas (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y).

Dengan demikian dapatlah penulis simpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan “Bahwa Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*), Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*), Persepsi Kredibilitas (*Perceived Credibility*) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Minat menggunakan (*Behavioral Intention*)” terbukti kebenarannya secara empiris .

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian ini diketahui faktor berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan ATM My GraPARI adalah dilihat dari persepsi pelanggan tentang Manfaat, Kemudahan dan Kredibilitas. Dari analisis persepsi manfaat, ATM My GraPARI memberikan manfaat baik kepada pelanggan dalam hal ini membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagi perusahaan yaitu membantu meningkatkan kualitas layanan. Dari persepsi kemudahan ATM My GraPARI sudah didesain dengan tampilan menu yang mudah dipahami sehingga pelanggan bisa mengoperasikan secara mandiri sesuai dengan kebutuhan. Dari Persepsi Kredibilitas dengan menggunakan ATM My GraPARI pelanggan bisa merasa lebih aman dan nyaman karena dilakukan secara mandiri tanpa bantuan oleh petugas sehingga privasi pelanggan lebih terjamin. Dengan adanya respon yang positif terhadap ketiga persepsi tersebut hal ini bisa meningkatkan minat pelanggan untuk menggunakan ATM MyGraPARI. Pelanggan yang sudah mencoba menggunakan ATM MyGraPARI dan memperoleh pengalaman yang positif tentu akan mencoba menggunakan lagi kedepannya ketika menghadapi masalah yang sama. Dari pengalaman yang mereka alami pelanggan bisa merekomendasikan penggunaan ATM My GraPARI kepada teman, kerabat dekat atau pelanggan lain. Hal itu bisa menjadi media promosi yang efektif bagi perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat penerimaan teknologi oleh masyarakat, dalam penelitian ini yaitu ATM My GraPARI sudah bisa diterima dengan baik oleh pelanggan Telkomsel

Saran

Berdasarkan hasil penelitian terhadap ATM My Grapari dilihat dari tiga variabel yang diteliti (Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kredibilitas) menunjukkan performa yang baik hal ini harus tetap dijaga dan ditingkatkan lagi. Akan tetapi penempatan mesin ATM My GraPARI saat ini belum merata mayoritas hanya tersedia di GraPARI saja. Itupun dengan jumlah yang terbatas dari 421 GraPARI yang ada di seluruh Indonesia hanya 61 GraPARI saja yang memiliki ATM MY GraPARI. Seperti di Surabaya dari 10 GraPARI yang ada hanya 3 tempat saja yang memiliki ATM MY GraPARI. Setelah mengetahui persepsi pelanggan terhadap ATM My GraPARI mengarah kepada hal positif diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan teknologi ini agar bisa diakses dimanapun dan kapanpun tidak hanya terbatas di GraPARI Telkomsel saja tetapi bisa ditempatkan di area umum lainnya seperti Mall, Stasiun, terminal atau Bandara.

DAFTAR PUSTAKA

- Amal Nur Ngazis & Agus Tri Haryanto. 2016. 'ATM' Telkomsel ini Percepat Layanan ke Pelanggan. *Teknologi.news.viva.co.id*. diakses pada tanggal 08 Maret 2017
- Ana Fitriana. (2015). Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan *Internet Banking* BCA. *CSRID Journal*, Vol.7 No. 3, Hal. 135-144.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Arunagiri Shanmugam, Michael Thaz Savarimuthu, Teoh Chai Wen (2014). *Factors Affecting Malaysian Behavioral Intention to Use Mobile Banking With Mediating Effects of Attitude*. *Academic Research International* Vol. 5(2).

- Barka Satya dan Riski Aditya (2013). Analisis Penerimaan (*Acceptance*) Internet Sehat dengan *Technology Acceptance Model* (TAM). Jurnal DASI Vol. 14 No 1.
- Dedi Rianto Rahadi dan Zainal. (2015). Analisis *Technology Acceptance Model* Pada Industri Perbankan. Jurnal Sistem Informasi (JSI), Vol. 7, No 2.
- Della Oktaviyany. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Layanan SMS *Tracking*.
- Dien Novita dan Della Oktaviyany (2016). Analisis Penerimaan Layanan *Web Tracking* dengan Penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM). Jatisi, Vol. 3 No.1
- Fraenkel, J.R., & Wallen, N.E. (1993). *How to Design and Evaluate Research in Education*. Singapore: Mc Graw Hill
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tathan, R.L., dan Black, W.C. (1998), *Multivariate Data Analysis*, New Jersey: Prentice-Hall.
- Mahdiyah. (2014). Statistik Pendidikan. Bandung: PT.Rosdakarya Offset.
- Reid, Michael dan Levy, Yair. 2008. Intregating Trust and Computer Self-Efficacy with TAM: An Empirical Assesment of Customers Acceptance of Banking Information system (BIS) in Jamaica. *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol.13, No.3:1-18.
- Sugiyono. 2008. Statistika untuk Penelitian.. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Pendidikan (Penekatan *Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*). Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan (Penekatan *Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*). Bandung : Alfabeta