

## **ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA SISTEM I-BOSS PADA LAYANAN PERIZINAN DIREKTORAT LALU LINTAS BARANG BP BATAM**

Dyne Estina Sihombing<sup>1</sup>, Sri Zuliarni<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Logistik Perdagangan Internasional

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Manajemen Bisnis

e-mail: [dyneestina1212@gmail.com](mailto:dyneestina1212@gmail.com), [sri.zuliarni@polibatam.ac.id](mailto:sri.zuliarni@polibatam.ac.id)

### **Abstrak**

*Sistem I-BOSS merupakan sistem yang dikembangkan dengan tujuan memaksimalkan pelayanan perizinan di Batam dengan berbasis online dan terintegrasi dengan semua pelaksana kepentingan sehingga tercipta pelayanan perizinan yang efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pengguna website I-BOSS di Direktorat Lalu Lintas Barang Badan Pengusahaan (BP) Batam dengan integrasi model Technology Acceptance Model (TAM) dan user satisfaction. Untuk penelitian ini digunakan kuesioner berdasarkan pendekatan kuantitatif dan disebarakan menggunakan teknik purposive sampling, kriterianya pelaku usaha yang pernah melakukan pelayanan perizinan melalui website I-BOSS. Analisis data penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (SEM). Hasil analisis menunjukkan bahwa perceived ease of use berpengaruh terhadap perceived usefulness dan user satisfaction, kemudian attitude toward using dipengaruhi oleh perceived usefulness dan mempengaruhi user satisfaction. Perceived usefulness dan attitude toward using juga memediasi pengaruh perceived ease of use terhadap user satisfaction.*

**Kata kunci:** *I-BOSS, Kepuasan Pengguna, Technology Acceptance Model (TAM)*

### ***Analysis of User Satisfaction of The I-BOSS System on Licensing Services at The Directorate of Goods Traffic in BP Batam***

### **Abstract**

*I-BOSS system is a system developed with the aim of maximising licensing services in Batam with online-based and integrated with all stakeholders so as to create efficient licensing services. The purpose of this research is to analyse the level of user satisfaction of I-BOSS website in the Directorate of Goods Traffic of the Batam Concession Agency (BP) with the integration of Technology Acceptance Model (TAM) and user satisfaction. For this research a questionnaire was used based on a quantitative approach and distributed using purposive sampling technique, the criteria were business people who had conducted licensing services through the I-BOSS website. In analysing the data this study used a structural equation model (SEM). The results of the analysis show that perceived ease of use affects perceived usefulness and user satisfaction, then attitude towards using is influenced by perceived usefulness and affects user satisfaction. Perceived usefulness and attitude towards using also mediate the effect of perceived ease of use on user satisfaction.*

**Key words:** *User Satisfaction, I-BOSS, Technology Acceptance Model (TAM)*

## PENDAHULUAN

Semua aspek kehidupan manusia telah dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi, termasuk dalam penyediaan pelayanan publik di Indonesia. Kegiatan berupa barang atau jasa yang diselenggarakan secara langsung maupun tidak langsung oleh pejabat pemerintah berdasarkan Undang-Undang dan Peraturan disebut pelayanan publik (Muharam & Melawati, 2019). Tujuan penggunaan teknologi tersebut pada pelayanan publik untuk membantu memudahkan dan meningkatkan kecepatan proses layanan yang dibutuhkan pengguna tersebut.

Penerapan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi dalam area pelayanan pemerintahan kepada masyarakat disebut dengan *Electronic Government* atau *e-government*. Berdasarkan The World Bank (2002), *e-government* diartikan sebagai penerapan teknologi informasi oleh badan pemerintah agar mampu menciptakan interaksi dengan masyarakat, pelaku usaha dan lembaga pemerintah lain yang memiliki kepentingan. *E-government* juga dapat memberikan alternatif untuk memperbaharui pola kerja dan perilaku birokrasi apabila diterapkan dengan baik (Nurhakim, 2014). Dengan perkembangan *e-government*, masyarakat dapat memperoleh pelayanan atau perizinan dengan lebih mudah menggunakan jaringan internet.

Menurut Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 41 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas (2021), BP Batam diberi kewenangan untuk beroperasi dalam hal perizinan berusaha di wilayah KPBPB Batam. Kewenangan yang diberikan bertujuan untuk mengatasi kendala birokrasi perizinan oleh pelaku usaha di wilayah KPBPB Batam. Dengan banyaknya jenis perizinan di wilayah KPBPB, BP Batam mengupayakan untuk mempermudah dan mengurangi panjangnya proses perizinan sehingga operasi bisnis dan ekosistem investasi di wilayah KPBPB Batam dapat

meningkat. I-BOSS (*Indonesia Batam-Online Single Submission*) merupakan sistem elektronik untuk proses perizinan yang dilakukan secara *online* dan diintegrasikan dengan OSS (*Online Single Submission*) di wilayah Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Batam (KPBPB).

Meskipun I-BOSS bertujuan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha, akan tetapi berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan masih terdapat kendala-kendala yang dialami oleh pelaku usaha dalam menggunakan *website* I-BOSS. Dalam situasi ini, salah satu keluhan atau pengaduan yang diterima yaitu ketika pengguna melakukan input realisasi distribusi barang di mana *website* terkeluar dengan sendirinya atau error sehingga pengguna harus menginput ulang semua data yang belum tersubmit dan dalam realisasi distribusi memakan waktu lama karena harus melakukan *scan* dokumen satu persatu, serta masalah lain yaitu pengajuan Persetujuan Impor yang salah tidak bisa diperbaiki sehingga wajib untuk diajukan ulang dan melakukan pembayaran ulang.

Sejalan dengan permasalahan yang ada, diperlukan analisis tingkat kepuasan masing-masing pengguna yang berbeda dalam penggunaan I-BOSS tersebut. Dengan mengukur tingkat kepuasan pengguna, maka akan diketahui sejauh mana aplikasi tersebut dapat memenuhi harapan pengguna dan apa saja fitur yang perlu dievaluasi sehingga terjadi peningkatan kualitas pengalaman pengguna dalam pelayanan perizinan melalui I-BOSS.

Adopsi teknologi sangat dipengaruhi oleh kebahagiaan pengguna. Tingkat adopsi suatu produk lebih dipengaruhi oleh pengalaman pengguna dibandingkan fitur-fiturnya. Model ini menunjukkan bagaimana manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi berkorelasi langsung dengan kesenangan pengguna. Dengan kata lain, orang akan lebih mungkin menganggap suatu teknologi bermanfaat dan akan terus menggunakannya jika mereka menyukainya.

*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah model yang sudah sering digunakan

dalam penelitian terdahulu, untuk meramalkan dan menjelaskan variabel berbagai macam teknologi informasi beserta korelasinya. TAM telah diperluas dengan menggunakan variabel yang berbeda. Teori TAM sering digunakan untuk menjelaskan kegunaan dan penggunaan dalam konteks yang berbeda. TAM berupaya menentukan dan menjelaskan penerimaan dan penggunaan namun tidak menilai kepuasan pengguna. Meskipun terdapat sejumlah penelitian yang mengukur kepuasan pengguna dengan metode TAM, namun belum menilai pengaruh konstruk TAM tersebut terhadap kepuasan pengguna.

Dengan demikian, peneliti menggunakan model teoritis yang mengintegrasikan konstruksi TAM mengenai, kemudahan penggunaan, kegunaan yang dirasakan beserta sikap terhadap penggunaan dengan konstruk kepuasan pengguna. Penelitian sebelumnya oleh Nuryakin, Rakotoarizaka, & Musa (2023) membahas peran mediasi sikap terhadap penggunaan dalam sistem informasi dan pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna. Farikhah & Nerisafitra (2022) melihat hubungan antar variabel metode TAM untuk menentukan tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu aplikasi. Penelitian lainnya yang dilakukan Legramante, Azevedo, & Azevedo (2023) menerapkan konstruk TAM dengan menambah konstruk kualitas informasi dan kepuasan untuk menganalisis kepuasan dan niat untuk terus menggunakan.

Dari uraian sebelumnya, maka peneliti melakukan penelitian yang menganalisis kepuasan pengguna sistem I-BOSS pada layanan perizinan Direktorat Lalu Lintas Barang BP Batam. Yang bertujuan untuk mengukur dan mengetahui seberapa tingkat kepuasan pengguna dalam penggunaan I-BOSS sehingga dapat diidentifikasi masalah apa saja yang perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan layanan bagi pelaku usaha.

Manfaatnya secara umum adalah untuk untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pengguna I-BOSS dalam proses

layanan perizinan di BP Batam. Kemudian manfaat praktis yang diharapkan yaitu dapat menjadi acuan dan masukan bagi perusahaan kedepannya dalam menentukan strategi dalam meningkatkan pelayanan perizinan berbasis elektronik, sehingga mampu menciptakan kepuasan dan kenyamanan pengguna.

## LITERATUR REVIEW

### **I-BOSS (*Indonesian Batam Online Single Submission*)**

Di wilayah KPBPB Batam, sistem I-BOSS merupakan sistem perizinan elektronik berbentuk *website* yang terhubung dengan sistem *Online Single Submission* Nasional (*Indonesian Batam Online Single Submission*, 2020). Pengembangan I-BOSS dimaksudkan untuk memaksimalkan pelayanan perizinan di Batam dengan mengaplikasikan proses perizinan berbasis *online* dan terintegrasi dengan semua pelaksana kepentingan sehingga menciptakan pelayanan perizinan dengan waktu yang cepat, pemakaian yang mudah dan transparan.

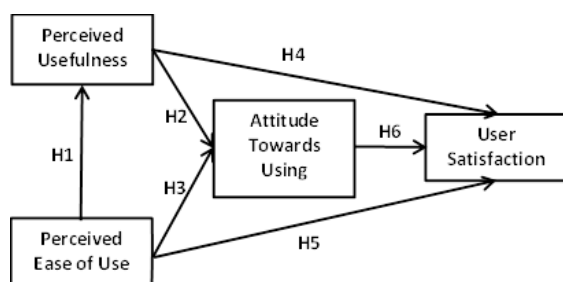
### **Technology Acceptance Model (TAM)**

Davis (1986) dalam teorinya memaparkan bahwa TAM merupakan model yang dapat memprediksi dan merepresentasikan cara penerapan dalam menggunakan teknologi dan penerimaan dari penggunanya. Menurut model ini, kepercayaan, sikap, niat, dan hubungan perilaku pengguna menentukan perilaku pengguna dalam sistem teknologi informasi (Irawati, Rimawati, & Pramesti, 2020). Model TAM berasal dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang menjelaskan bahwa respon dan persepsi individu akan suatu hal maka akan mempengaruhi perilaku dan juga sikap mereka (Nugroho, Bakar, & Ali, 2017).

Model ini juga memperlihatkan bahwa faktor tertentu dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk alasan dan cara mereka dalam menggunakan teknologi tersebut. Faktor tersebut diantaranya adalah pandangan seseorang akan kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi yang ditawarkan,

yang dimana dapat mempengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan teknologi khususnya teknologi informasi.

Dalam model teoritis yang digunakan, ada empat konstruk yang diintegrasikan, konstruk tersebut diantaranya *perceived usefulness* (persepsi kegunaan), *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan), *attitude towards using* (sikap terhadap penggunaan) dan *user satisfaction* (kepuasan pengguna). Konstruk dijabarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

### **Perceived ease of use**

Diinterpretasikan sebagai sejauh mana seseorang menganggap penggunaan suatu sistem tidak memerlukan banyak upaya keras (Davis, 1989; Nuryakin dkk., 2023). *Perceived ease of use* dalam *website I-BOSS* berkaitan dengan kemudahan penggunaan, semakin mudah persepsi pengguna terhadap *website I-BOSS*, maka semakin besar kemungkinan pengguna menganggap bahwa *website I-BOSS* bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhannya. Beberapa penelitian terdahulu membuktikan, *perceived ease of use* mempunyai pengaruh terhadap *perceived usefulness*, *attitude toward using* dan *user satisfaction* (Farikhah & Nerisafitra, 2022; Han & Sa, 2022; Legramante dkk., 2023; Sugihartono & Putra, 2020).

### **Perceived usefulness**

Merupakan suatu ukuran bagaimana pengguna memandang bahwa penggunaan sebuah sistem teknologi dapat mengoptimalkan kinerja dan memberikan manfaat bagi pengguna. Pada dasarnya, manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi mempengaruhi sikap dan

kemauan pengguna secara keseluruhan untuk menerimanya. Pengguna yang menganggap suatu teknologi berguna, kemungkinan besar akan mengembangkan sikap yang mendukung dalam mengadopsi dan menggunakannya. Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan, *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *attitude toward using* dan *user satisfaction* (Farikhah & Nerisafitra, 2022; Nuryakin dkk., 2023; Stefany dkk., 2021).

### **Attitude toward using**

Ukuran bagaimana seseorang memiliki sikap terhadap penggunaan sistem mengacu pada apa yang mereka rasakan, apakah positif atau negatif. Ketika pengguna memiliki sikap positif terhadap penggunaan suatu teknologi, maka pengguna cenderung lebih puas dengan pengalaman penggunaan. Sehingga semakin baik sikap pengguna pada penggunaan teknologi, semakin tinggi tingkat kepuasannya. Penelitian sebelumnya menyatakan, *attitude toward using* berpengaruh terhadap *user satisfaction* (Nuryakin dkk., 2023).

### **User Satisfaction**

Menurut Kotler & Armstrong (2008) kepuasan pengguna didefinisikan sebagai tahap dimana pengguna menganggap kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapannya. Jika performa atau kemampuan tidak sesuai harapan, pengguna akan merasa kecewa, sedangkan jika kinerjanya sudah memenuhi ekspektasi, maka pengguna akan senang.

Menurut Maditinos, Mitsinis & Sotiriadou (2008) kepuasan pengguna yang sehubungan dengan situs web berkaitan dengan kualitas informasi, kualitas sistem, keamanan dan privasi. Maditinos dkk. (2008) juga menjelaskan terdapat beberapa aspek yang digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna sehubungan dengan situs web yaitu mudah dipahami, direpresentasikan dengan baik, akurat, terkini, relevan, rinci, kecepatan akses, ketersediaan, kemudahan penggunaan, terorganisir dengan baik, *loading* halaman, *hyperlink*, komunikasi dua arah, kontrol aktif, kerahasiaan, integritas, perlindungan, otorisasi.

*User satisfaction* merupakan tinjauan terhadap pengalaman yang dirasakan pengguna sistem yang dapat berorientasi pada proses atau pada hasil. Ketika pengguna I-BOSS merasakan kenyamanan, efisien dalam hal waktu dan hemat biaya ketika menggunakannya, secara umum pengguna akan puas dengan efektivitas dan efisiensi teknologi tersebut. Ditambah, pengguna akan merasakan pengalaman akses yang memuaskan jika situs *e-government* responsif, peduli dan dapat diandalkan selama proses akses dan interaksi selanjutnya dengan masyarakat (Sachan, Kumar, & Kumar, 2018).

Persepsi kepuasan pengguna teknologi didasarkan pada persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan. Persepsi ini dapat mempengaruhi sikap penggunaan *website* I-BOSS. Dengan demikian ketika *website* I-BOSS dianggap bermanfaat dan mudah digunakan, maka akan memberikan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel sikap penggunaannya.

Dengan demikian, berikut hipotesis yang diuji :

**H1** : *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*.

**H2** : *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *attitude toward using*.

**H3** : *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *attitude toward using*.

**H3a** : *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *attitude toward using* dimediasi oleh *perceived usefulness*.

**H4** : *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction*.

**H4a** : *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dimediasi oleh *attitude toward using*.

**H5** : *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction*.

**H5a** : *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dimediasi oleh *perceived usefulness*.

**H5b** : *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dimediasi oleh *attitude toward using*.

**H5c** : *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction*

dimediasi oleh *perceived usefulness* dan *attitude toward using*.

**H6** : *Attitude toward using* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction*.

## METODE PENELITIAN

Adapun pendekatan yang digunakan terhadap permasalahan yang ada adalah pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2017) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai metode positivistik, sebab metode ini berpandangan bahwa gejala atau fenomena dapat dikategorisasi, stabilitas *relative*, pengukuran dan hubungan berupa sebab dan akibat.

### Populasi dan Sampel

Yang menjadi bagian responden penelitian ini merupakan pelaku usaha sebagai pengguna *website* I-BOSS di Direktorat Lalu Lintas Barang Badan Pengusahaan (BP) Batam dengan kriteria telah menggunakan *website* I-BOSS minimal sebanyak 3 kali dan berusia di atas 20 tahun. Teknik penarikan sampel penelitian yaitu *non-probability sampling* dan metode penentuan sampelnya adalah *purposive sampling*. Berdasarkan kalkulasi rumus Cochran (Sugiyono, 2017) jumlah sampel minimal 97 responden. Dengan demikian jumlah sampel yang diolah adalah sejumlah 106 responden.

### Jenis dan Sumber Data

Data primer dan data sekunder, dua kategori sumber data penelitian yang digunakan. Data primer dikumpulkan dari subjek penelitian. Pada penelitian ini, data digunakan dari responden dengan memberi nilai setiap instrumen pada kuesioner mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna *website* I-BOSS. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari sumber lain yang sudah ada. Adapun data sekunder yang didapatkan dari perusahaan maupun internet yaitu dokumen, deskripsi *website* I-BOSS dan data profil perusahaan. Profil perusahaan diperoleh dari *website* perusahaan yang berisi visi, misi, dan sejarah perusahaan.

### Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan mengirimkan kuesioner kepada responden

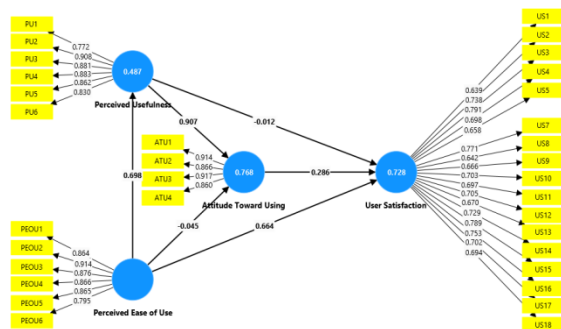
menggunakan Google Formulir. Pernyataan kuesioner diadopsi dari penelitian sebelumnya yaitu Davis (1989), Davis, Bagozzi, & Warshaw (1989), Venkatesh, Morris, Davis, & Davis (2003) dan Maditinos dkk. (2008). Terdiri dari 34 item pernyataan yang mencakup empat variabel dengan pengukuran *perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* berisi 6 item pernyataan, 7 skala likert. *Attitude towards using* berisi 4 item pernyataan dengan 7 skala likert. *User satisfaction* terdiri dari 18 item pernyataan dengan 5 skala likert.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Untuk menjawab tujuan penelitian maka dilakukan analisis dengan menggunakan model pengukuran dan model struktural pada SmartPLS v.4.1.0.

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Validitas konvergen uji untuk menentukan validitas dari korelasi antara setiap indikator dan konstraknya. Ukuran validitas konvergen dijelaskan melalui nilai *outer loading*, indikator dapat dinyatakan valid jika nilainya >0,70.



Gambar 2. Diagram Model SEM  
 Sumber : Data diolah, 2024

Hasil uji nilai *loading factor* pada Gambar 2 menunjukkan terdapat sembilan indikator yang memiliki nilai kurang dari 0,70 yang artinya dianggap cukup dan masih dapat diterima. Namun penghapusan tetap dilakukan terhadap indikator yang memiliki *loading factor* paling rendah yaitu US6, karena suatu indikator dianggap kredibel jika AVE-nya diatas 0,50 (Ghozali & Latan, 2014).

Tabel 1. Hasil Nilai *Loading Factor* 1

Variabel	Indikator	PEOU	PU	ATU	US
----------	-----------	------	----	-----	----

Variabel	Indikator	PEOU	PU	ATU	US
<i>Perceived Ease of Use</i> (PU)	PEOU1	0.864			
	PEOU2	0.914			
	PEOU3	0.876			
	PEOU4	0.866			
	PEOU5	0.865			
	PEOU6	0.795			
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	PU1		0.773		
	PU2		0.908		
	PU3		0.881		
	PU4		0.884		
	PU5		0.862		
	PU6		0.830		
<i>Attitude Toward Using</i> (ATU)	ATU			0.914	
	ATU2			0.865	
	ATU3			0.917	
	ATU4			0.861	
<i>User Satisfaction</i> (US)	US1				0.633
	US2				0.739
	US3				0.788
	US4				0.703
	US5				0.667
	US6				0.570
	US7				0.766
	US8				0.627
	US9				0.664
	US10				0.695
	US11				0.697
	US12				0.699
	US13				0.690
	US14				0.731
	US15				0.784
	US16				0.745
	US17				0.706
	US18				0.689

Sumber : Data diolah, 2024

Sehingga setelah diuji kembali, seluruh indikator sudah valid dan memenuhi syarat. Berikut hasil pengukuran yang sudah memenuhi syarat setelah dilakukan penghapusan yaitu dijelaskan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Nilai *Loading Factor 2*

Indikator	PEOU	PU	ATU	US
PEOU1	0,864			
PEOU2	0,914			
PEOU3	0,876			
PEOU4	0,866			
PEOU5	0,865			
PEOU6	0,795			
PU1		0,772		
PU2		0,908		
PU3		0,881		
PU4		0,883		
PU5		0,862		
PU6		0,830		
ATU			0,914	
ATU2			0,866	
ATU3			0,917	
ATU4			0,860	
US1				0,639
US2				0,738
US3				0,791
US4				0,698
US5				0,658
US7				0,771
US8				0,642
US9				0,666
US10				0,703
US11				0,697
US12				0,705
US13				0,670
US14				0,729
US15				0,789
US16				0,753
US17				0,702
US18				0,694

Sumber : Data diolah, 2024

Validitas untuk setiap konstruk dan variabel laten dinilai dengan *Average Variant Extracted (AVE)*. Nilai AVE berdasarkan hasil SEM dengan nilai yang dianggap memenuhi syarat uji validitas adalah >0,50. adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
ATU	0,791
PEOU	0,746
PU	0,735
US	0,504

Sumber : Data diolah, 2024

Tabel 3 menunjukkan nilai AVE, yang juga merupakan kriteria validitas konvergen. Hasilnya, karena nilai AVE di atas 0,5, konstruk sudah dinyatakan valid.

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan analisis nilai *Cross Loading* dan *Fornell Larcker Criterion*. Berikut hasil uji *Fornell Larcker's* dimana nilai akar kuadrat AVE harus lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk.

Tabel 4. Hasil Nilai *Fornell Larcker Criterion*

Variabel	ATU	PEOU	PU	US
ATU	0,890			
PEOU	0,588	0,864		
PU	0,876	0,698	0,857	
US	0,665	0,823	0,701	0,710

Sumber : Data diolah, 2024

Tabel 4 menunjukkan nilai akar AVE pada nilai teratas tabel memiliki nilai yang lebih tinggi dari korelasi antara konstruk lainnya atau nilai yang berada di bawahnya.

Nilai *cross-loading* diperiksa dengan membandingkan korelasi indikator dengan konstraknya dan konstruk lainnya. Hasil pemeriksaan nilai *cross-loading* ditunjukkan pada Tabel 5, yang menunjukkan bahwa nilai *cross-loading* sudah valid. Dapat dilihat korelasi antara indikator ATU1 dengan variabel *attitude toward using* memiliki nilai 0,914 lebih besar dibanding nilai korelasi ATU1 dengan variabel *perceived ease of use* 0,536.

Tabel 5. Hasil Nilai *Cross Loading*

Indikator	PEOU	PU	ATU	US
PEOU1	<b>0,864</b>	0,557	0,420	0,682
PEOU2	<b>0,914</b>	0,601	0,493	0,701
PEOU3	<b>0,876</b>	0,588	0,537	0,689
PEOU4	<b>0,866</b>	0,569	0,481	0,732

Indikator	PEOU	PU	ATU	US
PEOU5	<b>0,865</b>	0,591	0,496	0,720
PEOU6	<b>0,795</b>	0,691	0,599	0,729
PU1	0,475	<b>0,772</b>	0,744	0,547
PU2	0,630	<b>0,908</b>	0,778	0,597
PU3	0,658	<b>0,881</b>	0,771	0,682
PU4	0,585	<b>0,883</b>	0,748	0,623
PU5	0,593	<b>0,862</b>	0,731	0,579
PU6	0,636	<b>0,830</b>	0,733	0,570
ATU1	0,536	0,790	<b>0,914</b>	0,578
ATU2	0,613	0,845	<b>0,866</b>	0,661
ATU3	0,524	0,800	<b>0,917</b>	0,588
ATU4	0,396	0,660	<b>0,860</b>	0,525
US1	0,585	0,412	0,411	<b>0,639</b>
US2	0,671	0,628	0,562	<b>0,738</b>
US3	0,682	0,614	0,538	<b>0,791</b>
US4	0,567	0,602	0,551	<b>0,698</b>
US5	0,468	0,547	0,589	<b>0,658</b>
US7	0,653	0,502	0,457	<b>0,771</b>
US8	0,550	0,300	0,258	<b>0,642</b>
US9	0,605	0,347	0,398	<b>0,666</b>
US10	0,592	0,533	0,449	<b>0,703</b>
US11	0,576	0,602	0,537	<b>0,697</b>
US12	0,612	0,393	0,377	<b>0,705</b>
US13	0,501	0,494	0,598	<b>0,670</b>
US14	0,563	0,606	0,612	<b>0,729</b>
US15	0,616	0,496	0,431	<b>0,789</b>
US16	0,584	0,451	0,415	<b>0,753</b>
US17	0,528	0,410	0,455	<b>0,702</b>
US18	0,537	0,443	0,328	<b>0,694</b>

Sumber : Data diolah, 2024

Pengujian realibilitas yang dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* (CA) dan *Composite Reliability* (CR). Pada Tabel 6 yang merupakan hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan nilai CA setiap variabel berada diatas 0,60 dan nilai CR pada masing-masing variabel besar dari 0,70, sehingga dinyatakan bahwa seluruh variabel reliabel.

Tabel 6. Hasil Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

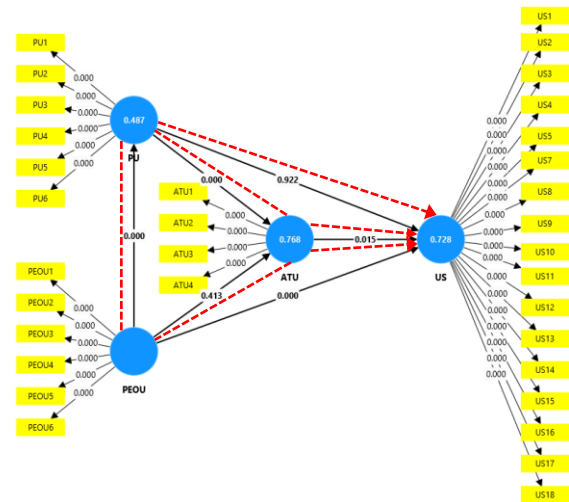
Variabel	CA	Rho_a	CR
ATU	0,912	0,918	0,938
PEOU	0,932	0,932	0,946
PU	0,927	0,929	0,943
US	0,938	0,940	0,945

Sumber : Data diolah, 2024

### Uji Hipotesis

Dalam uji hipotesis terdapat nilai signifikan antar variabel yang dimana nilai didapatkan berdasarkan hasil perhitungan model menggunakan *bootstrapping* di SmartPLS. Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh nilai t-statistik dari setiap

hubungan atau konstruk. Hipotesis dinyatakan diterima berdasarkan *t-tabel* pada *alpha* 0,05 (5%) = 1,96 kemudian *t-tabel* dibandingkan dengan t-hitung dan nilai *p-value* <0,05, sehingga ditolak apabila tidak memenuhi kriteria. Setelah proses pengujian selesai, hasilnya ditunjukkan pada gambar berikut dan Tabel 7.



Gambar 3. Diagram Hasil Uji Hipotesis  
 Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original sample (O)	T statistics	p-value
PEOU -> PU	0,698	6,950	0,000
PU-> ATU	0,907	14,611	0,000
PEOU-> ATU	-0,045	0,818	0,413
PU-> US	-0,012	0,098	0,922
PEOU-> US	0,664	8,417	0,000
ATU-> US	0,286	2,445	0,015

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 7 menunjukkan bahwa Hipotesis 1 dengan nilai t-statistik sebesar 6,950 >1,96 dan *p-value* 0,000<0,05 maka dinyatakan H1 diterima. Hipotesis 2 menghasilkan nilai t-statistik 14,611 >1,96 dan *p-value* 0,000<0,05 maka dinyatakan H2 diterima. Hipotesis 3 hasilnya nilai t-statistik 0,818<1,96 dan *p-value* 0,413>0,05 maka dinyatakan H3 ditolak. Hipotesis 4 nilai t-statistik 0.098 <1,96 dan *p-value*

0,922>0,05 maka dinyatakan H4 ditolak. Hipotesis 5 nilai t-statistik 8,417>1,96 dan *p-value* 0,000<0,05 maka dinyatakan H5 diterima. Hipotesis 6 dengan nilai signifikan t-statistik 2,445>1,96 serta *p-value* 0,015<0,05, dinyatakan H6 diterima.

Untuk menghitung pengaruh tidak langsung (mediasi) dilakukan uji *bootstrapping* dengan hasil pada tabel *specific indirect effect*. Hasil yang diperoleh dinyatakan diterima apabila memperoleh nilai <0,05. Hasil uji hipotesis tidak langsung dijelaskan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung (Mediasi)

Hipotesis	Original sample (O)	t- statistics ( O/STDEV )	P values
PEOU -> PU -> US	-0,009	0,099	0,921
PEOU -> ATU -> US	-0,013	0,711	0,477
PU -> ATU -> US	0,259	2,394	0,017
PEOU -> PU -> ATU -> US	0,181	2,525	0,012
PEOU -> PU -> ATU	0,633	5,998	0,000

Sumber : Data diolah, 2024

Tabel 8 menunjukkan pengaruh tidak langsung PEOU→PU→US adalah 0,099 dan *p-value* 0,921>0,05, yang berarti variabel *perceived usefulness* tidak berperan dalam memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *user satisfaction*. Pengaruh tidak langsung PEOU→ATU→US adalah 0,711 dan *p-value* 0,477>0,05, yang berarti variabel *attitude toward using* tidak berperan dalam memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *user satisfaction*. Pengaruh tidak langsung PU→ATU→US adalah 2,394 dan *p-value* 0,017<0,05, yang berarti variabel *attitude toward using* berperan dalam memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *user satisfaction*. Pengaruh tidak langsung PEOU→PU→ATU→US adalah 2,525 dan *p-value* 0,012<0,05, yang berarti variabel *perceived usefulness* dan *attitude toward using*

berperan dalam memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *user satisfaction*. Pengaruh tidak langsung PEOU→PU→ATU adalah 5,998 dan *p-value* 0,000<0,05, yang berarti variabel *perceived usefulness* berperan dalam memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using*.

#### Uji Goodness of fit

Bertujuan untuk memastikan bahwa model yang dibangun sesuai dengan data dan apakah sudah dengan baik menjelaskan hubungan antar variabel. Dengan melihat nilai SRMR < 0,08 dan nilai NFI>0,9.

Tabel 9. Hasil Nilai Goodness of fit

Keterangan	Saturated model	Estimated model
SRMR	0,077	0,077
d_ULS	3,363	3,363
d_G	1,888	1,888
Chi-square	943,715	943,715
NFI	0,718	0,718

Sumber : Data diolah, 2024

Hasilnya, nilai SRMR pada Tabel 9 adalah 0,077 yang berarti bahwa model mempunyai kecocokan *acceptable fit*. Kemudian untuk nilai NFI adalah 0,718 (<0,9) yang menunjukkan bahwa model adalah kurang baik.

#### Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan mengukur kemampuan model dalam menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel eksogen secara bersama-sama terhadap variabel endogen, yang dapat dipaparkan oleh nilai *R-Squared* pada Tabel 10 berikut ini.

Tabel 10. Hasil Nilai Koefisien Determinasi

Variabel	R2
<i>Attitude toward using</i> (ATU)	0,768
<i>User satisfaction</i> (US)	0,728

Sumber : Data diolah, 2024

Pada Tabel 10 diketahui bahwa nilai *R-Squared* adalah 0,768 dan 0,728. Nilai tersebut diinterpretasikan bahwa variabel

*attitude toward using* dipengaruhi oleh variabel bebas (*perceived ease of use* dan *perceived usefulness*) sebesar 76,8% atau kuat sedangkan sisanya 23,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel bebas (*perceived ease of use* dan *perceived usefulness*) dan mediasi (*attitude toward using*) mampu mempengaruhi variabel terikat (*user satisfaction*) sebesar 72,8% atau moderat sedangkan sisanya (27,2%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji Q-Square

Bertujuan untuk mengetahui seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan, prosedur *blindfolding* digunakan untuk melakukan uji *predictive relevance* dengan melihat nilai *Q-Square*.

Tabel 11. Hasil Uji *Q-Square*

Variabel	Q <sup>2</sup> predict
<i>Attitude Toward Using</i>	0,335
<i>User Satisfaction</i>	0,684

Sumber : Data diolah, 2024

Nilai *Q-Square* pada Tabel 11 menunjukkan variabel *attitude toward using* sebesar 0,335 atau 33,5%, oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai prediktif yang relevan, dan model tersebut dapat menjelaskan data penelitian sebesar 33,5%. Pada nilai variabel kepuasan pengguna 0,684, atau 68,4%, dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai prediktif yang relevan dan menjelaskan informasi penelitian sebanyak 68,4%.

### Pembahasan

#### H1 *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *Perceived usefulness*

Hasil pengujian pada model struktural menunjukkan bahwa *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived usefulness*, yaitu dengan nilai *t* hitung 6,950 >1,96 dan

nilai *p-value* 0,000 < 0,05. Hasil penelitian ini menunjukkan dukungan terhadap hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Farikhah & Nerisafitra (2022), Han & Sa (2022), Legramante dkk.(2023), Sugihartono & Putra, (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh hubungan *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness*. Artinya semakin mudah persepsi pengguna terhadap penggunaan *website* I-BOSS, maka semakin besar kemungkinan bahwa mereka menganggap *website* I-BOSS berguna dan relevan dengan kebutuhan mereka.

#### H2 *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *Attitude toward using*

Hasil pengujian pada model struktural menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*, yaitu dengan nilai *t* hitung 14,611 dan nilai *p-value* 0,000 < 0,05. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Farikhah & Nerisafitra (2022), Nuryakin dkk.(2023), Stefany dkk.(2021), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh hubungan *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using*. Yang berarti bahwa pengguna yang menganggap *website* I-BOSS berguna, kemungkinan besar akan mengembangkan sikap yang mendukung dalam mengadopsi dan menggunakannya.

#### H3 *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *Attitude towards using*

Hasil pengujian pada model struktural menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*, yaitu dengan nilai *t* hitung 0,818 dan nilai *p-value* 0,413 < 0,05. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Legramante dkk. (2023), Nuryakin dkk. (2023) yang menyatakan terdapat hubungan antara *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using*. Yang berarti bahwa persepsi pengguna mengenai mudahnya *website* I-BOSS ketika digunakan tidak memberikan pengaruh terhadap sikap atau kemauan mereka untuk mengadopsi secara keseluruhan dan menggunakannya.

#### **H4 *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *User satisfaction***

Hasil pengujian pada model struktural menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction*, yaitu dengan nilai  $t$  hitung 0,098 dan nilai  $p$ -value 0,922 >0,05. Hasil penelitian ini tidak didukung oleh penelitian dari Legramante dkk. (2023), Nuryakin dkk. (2023), Witawan dkk. (2024) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *user satisfaction*. Yang berarti meskipun pengguna menganggap bahwa *website* I-BOSS sebagai sistem yang bermanfaat, hal itu tidak secara signifikan meningkatkan kepuasan dalam pengalaman menggunakannya. Pengguna kemungkinan memiliki harapan yang tinggi terhadap manfaat yang akan diperoleh dari *website* I-BOSS, namun ketika *website* tersebut digunakan, pengguna merasa bahwa manfaat yang diperoleh tidak sebanding dengan harapan mereka sehingga tidak meningkatkan kepuasan pengguna.

#### **H5 *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *User satisfaction***

Hasil pengujian pada model struktural menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction*, yaitu dengan nilai  $t$ -hitung 8,417 dan  $p$ -value 0,000 <0,05. Hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Witawan dkk. (2024) dan Han & Sa (2022) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *user satisfaction*. Yang artinya bahwa pengguna yang menganggap *website* I-BOSS mudah digunakan cenderung lebih puas dengan pengalaman mereka secara keseluruhan. Semakin lancar interaksi dan semakin sedikit hambatan yang dihadapi maka kepuasan mereka cenderung semakin tinggi.

#### **H6 *Attitude toward using* berpengaruh positif terhadap *User satisfaction***

Hasil pengujian pada model struktural menunjukkan bahwa *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction*, dengan

nilai  $t$  hitung 2,445 dan nilai  $p$ -value 0,015 <0,05. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Nuryakin dkk. (2023) bahwa *attitude toward using* berpengaruh terhadap *user satisfaction*. Yang artinya bahwa sikap pengguna secara keseluruhan dalam mengadopsi dan menggunakan *website* I-BOSS berpengaruh langsung terhadap kepuasan mereka terhadap *website* tersebut. Jadi, jika pengguna memandang bahwa *website* I-BOSS baik dan memiliki sikap positif dalam penggunaannya, mereka akan merasa lebih puas dengan pengalaman mereka.

#### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *attitude toward using* terhadap *user satisfaction* pada penggunaan sistem I-BOSS Layanan Perizinan Direktorat Lalu Lintas Barang BP Batam. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness* dengan nilai  $t$ -statistik 6,950. *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* dengan nilai  $t$ -statistik 14,611. *Perceived ease of use* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards using* dengan nilai  $t$ -statistik 0,818. *Perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai  $t$ -statistik 0,098. *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai  $t$ -statistik 8,417. *Attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai  $t$ -statistik 2,445.

Berikut ini saran praktis dan teoritis dari penelitian ini.

1. Disarankan kepada Direktorat Lalu Lintas Barang Badan Pengusahaan (BP) Batam sebaiknya dapat mengurangi kompleksitas dalam proses layanan perizinan *website* I-BOSS terutama dalam hal pelaporan realisasi distribusi barang sehingga dapat meningkatkan efektifitas proses perizinan melalui

*website* I-BOSS dengan bekerja lebih cepat.

2. Disarankan untuk dapat mengevaluasi dan mengembangkan fitur-fitur yang dibutuhkan oleh pengguna layanan perizinan *website* I-BOSS terutama dalam hal panduan penggunaan yang lebih komprehensif dan deteksi kesalahan input data sehingga dapat meningkatkan fleksibilitas pengguna ketika sedang menggunakan *website* I-BOSS yang akan berdampak pada sikap positif pengguna.
3. Disarankan untuk meningkatkan kinerja dan juga respon layanan perizinan pada *website* I-BOSS sehingga dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mengurangi waktu tunggu yang lama yang akan berdampak pada sikap dan kepuasan pengguna *website* I-BOSS.
4. Disarankan untuk dapat mengembangkan komunikasi dua arah pada *website* I-BOSS sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna dalam berkomunikasi melalui *website* I-BOSS dengan kemudahan berinteraksi dan memberikan umpan baik dengan cepat dan efektif.

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel yang belum dimuat dalam penelitian ini. Serta dapat menambahkan lebih banyak referensi sehingga dalam proses penelitian berjalan dengan baik dengan hasil yang lebih lengkap.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Saya ucapakan untuk Direktorat Lalu Lintas Barang Badan Pengusahaan (BP) Batam dan pihak-pihak yang telah mengizinkan dan mendukung saya saya untuk bisa menyelesaikan penelitian terkait Layanan Perizinan I-BOSS.

#### DAFTAR PUSTAKA

Davis. (1986). *A Technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and*

*results*. Unpublished Ph.D Dissertation Sloan: Sloan School of management.

- Davis. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Farikhah, S. 'Aisy, & Nerisafitra, P. (2022). Analysis of User Satisfaction Level of myIM3 Application Using TAM Method. *Applied Technology and Computing Science Journal*, 4(2), 130–137. <https://doi.org/10.33086/atcsj.v4i2.3096>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Last Squares: Concepts, Techniques and Applications Using the second edition of the SmartPLS3. 0 Program*.
- Han, J. H., & Sa, H. J. (2022). Acceptance of and satisfaction with online educational classes through the technology acceptance model (TAM): the COVID-19 situation in Korea. *Asia Pacific Education Review*, 23(3), 403–415. <https://doi.org/10.1007/s12564-021-09716-7>
- Indonesian Batam Online Single Submission. (2020). *Investasi Kini Kian Terintegrasi, Pemko Batam, BKPM, & BP Batam dalam Satu Sinergi*. <https://iboss.go.id/front/id/berita-iboss-detail/61>
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise*, 4(2), 106–120. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran jilid 1*. Erlangga.
- Legramante, D., Azevedo, A., & Azevedo, J. M.

- (2023). Integration of The Technology Acceptance Model and The Information Systems Success Model in The Analysis of Moodle's Satisfaction and Continuity of Use. *International Journal of Information and Learning Technology*, 40(5), 467-484. <https://doi.org/10.1108/IJILT-12-2022-0231>
- Maditinos, D., Mitsinis, N., & Sotiriadou, D. (2008). Measuring User Satisfaction with Respect to Websites. *Zagreb International Review of Economics & Business, SCI(1)*, 81-97.
- Muharam, R. S., & Melawati, F. (2019). Inovasi Pelayanan Publik Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 Di Kota Bandung. *Decision: Jurnal Administrasi Publik*, 1(01), 1-9. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/decision.v1i01.1401>
- Nugroho, A. H., Bakar, A., & Ali, A. (2017). Analysis of Technology Acceptance Model: Case Study of Traveloka. *Arthatama Journal of Business Management and Accounting*, 1(1), 27-34.
- Nurhakim, M. R. S. (2014). Implementasi E-Government Dalam Mewujudkan Transparansi Dan Akuntabilitas Sistem Pemerintahan Modern. *Jurnal Ilmu Administrasi Media Pengembangan dan Praktik Administrasi*, 9(3), 403-422.
- Nuryakin, N., Rakotoarizaka, N. L. P., & Musa, H. G. (2023). The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Easy to Use on Student Satisfaction The Mediating Role of Attitude to Use Online Learning. *Asia Pacific Management and Business Application*, 011(03), 323-336. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2023.011.03.5>
- Peraturan Pemerintah RI. (2021). *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 41 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas*.
- Sachan, A., Kumar, R., & Kumar, R. (2018). Examining The Impact of E-Government Service Process On User Satisfaction. *Journal of Global Operations and Strategic Sourcing*, 11(3), 321-336. <https://doi.org/10.1108/JGOSS-11-2017-0048>
- Stefany, B. A., Wibowo, F. M., & Wiguna, C. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Wisata Brebes Dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(1), 172-184. <https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i1.107>
- Sugihartono, T., & Putra, R. R. C. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Menggunakan Technology Acceptance Model pada Sistem Pelayanan Publik. *SATIN - Sains dan Teknologi Informasi*, 97-105. <https://doi.org/10.33372/stn.v6i2.651>
- Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- The World Bank. (2002). *The World Bank New-Economy Sector Study Electronic Government and Governance: Lessons for Argentina*.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View User*. 27(September 2003), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Witawan, S. W., Setiawan, P. Y., & Udayana, U. (2024). *Tam Analysis on Bukalapak Application Users in Denpasar City: Customer Satisfaction as a Mediating Variable*. 05(01), 110-128. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v5i1.995>