



DAMPAK PENGGUNAAN MBANKING PADA DIGITAL NATIVE MENGUNAKAN METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Maksal Mina¹, Muhammad Fikry²

^{1,2}Universitas Malikussaleh, Aceh Utara (24355)

maksal.257110201001@mhs.unimal.ac.id, muh.fikry@unimal.ac.id

INFO ARTIKEL

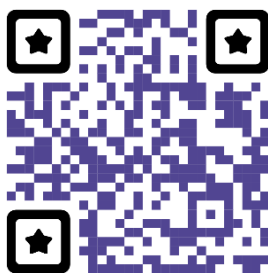
Sejarah Artikel:

Diterima Tgl. 15/12/2025

Diperbaiki Tgl. 23/07/2026

Disetujui Tgl. 24/07/2026

Tersedia daring Tgl. 25/07/2026



e-ISSN 2961-9009

p-ISSN 2963-1289

DOI:

<https://doi.org/10.64626/jukomtek.v5i2.568>

Abstract: The rapid development of information technology has accelerated the transformation of banking services into digital-based systems, one of which is mobile banking (Mbanking). This service enables users to conduct financial transactions efficiently without physical interaction with bank offices. This study aims to analyze the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived risk on the intention to use Mbanking among digital native generations using the Technology Acceptance Model (TAM) approach. This research employs a quantitative method with data collected through a Likert-scale questionnaire. The population consists of Generation Z and Millennials in Banda Aceh who use Mbanking services, with a total sample of 70 respondents selected using purposive sampling techniques. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that perceived usefulness and perceived ease of use have a positive and significant effect on the intention to use Mbanking. In addition, perceived risk also shows a significant influence, indicating that security and trust are crucial factors in adopting digital banking services. Simultaneously, all independent variables significantly affect the intention to use Mbanking. These findings suggest that improving service benefits, ease of use, and system security can enhance users' interest and sustained use of Mbanking, particularly among digital native groups.

Keywords: Mbanking, Digital Native, Technology Acceptance Model, Perceived Usefulness, Perceived Risk

Abstrak: Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mendorong transformasi layanan perbankan ke arah digital, salah satunya melalui penggunaan mobile banking (Mbanking). Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan secara cepat, efisien, dan fleksibel tanpa harus mengunjungi kantor bank. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived risk terhadap minat penggunaan Mbanking pada generasi digital native dengan menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner berskala Likert. Populasi penelitian ini adalah Generasi Z dan Milenial di Kabupaten Banda Aceh yang menggunakan layanan Mbanking, dengan jumlah sampel

	sebanyak 70 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived usefulness dan perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Mbanking. Selain itu, perceived risk juga berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, yang menunjukkan bahwa faktor keamanan dan kepercayaan memiliki peran penting dalam adopsi layanan perbankan digital. Secara simultan, perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived risk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Mbanking. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan manfaat layanan, kemudahan penggunaan, serta sistem keamanan yang andal dapat mendorong peningkatan minat dan keberlanjutan penggunaan Mbanking di kalangan digital native. Kata Kunci: Mbanking, Digital Native, Technology Acceptance Model, Minat Penggunaan, Perbankan Digital
 ©2022. Diterbitkan oleh Jurnal Komputer dan Teknologi (JUKOMTEK). Artikel ini memiliki akses terbuka di bawah lisensi CC BY (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)	

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk sektor perbankan (Alwi et al., 2024). Salah satu bentuk inovasi layanan perbankan digital yang berkembang pesat adalah mobile banking.

Layanan ini memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan secara praktis melalui perangkat mobile tanpa harus datang ke kantor bank. Kemudahan akses dan fleksibilitas yang ditawarkan menjadikan mobile banking sebagai solusi perbankan modern yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini (Ningrum et al., 2025). Mobile Banking merupakan layanan perbankan untuk lebih mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan perangkat mobile seperti handphone (Sitanggang et al., 2024).

Digital native merupakan kelompok generasi yang lahir dan tumbuh di era digital serta memiliki tingkat literasi teknologi yang tinggi (Rahmawati et al., 2020). Kelompok ini cenderung cepat beradaptasi dengan teknologi baru dan menjadikan perangkat digital sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari, termasuk dalam mengakses layanan keuangan. Oleh karena itu, digital native menjadi segmen pengguna utama mobile banking yang memiliki potensi besar dalam mendorong penggunaan layanan perbankan digital secara berkelanjutan.

Meskipun penggunaan mobile banking terus meningkat, masih terdapat beberapa faktor yang memengaruhi tingkat penerimaan dan pemanfaatannya oleh pengguna (Salman, 2023). Faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kemanfaatan layanan, keamanan, serta

kenyamanan antarmuka aplikasi dapat menentukan sikap dan minat pengguna dalam menggunakan mobile banking (Salman, 2023). Oleh karena itu, diperlukan analisis yang komprehensif untuk memahami dampak penggunaan mobile banking khususnya pada kalangan digital native.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang banyak digunakan untuk menganalisis penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi informasi (Purwandani & Syamsiah, 2020). Model ini menekankan dua konstruk utama, yaitu *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*, yang memengaruhi sikap dan minat pengguna dalam menggunakan teknologi (Sodik et al., 2022). Dengan menggunakan TAM, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan dampak penggunaan mobile banking pada digital native.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan mobile banking pada digital native menggunakan metode Technology Acceptance Model (TAM). Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak perbankan dalam mengembangkan layanan mobile banking yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik pengguna digital native, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang teknologi informasi dan sistem perbankan digital.

LANDASAN TEORI

Technology Acceptance Model (TAM)

Pendekatan Model Technology Acceptance Model merupakan kerangka kerja penting yang dirancang untuk memahami penerimaan teknologi informasi. Sebagaimana dimodelkan oleh Davis di tahun 1989, TAM mengidentifikasi dua komponen utama dalam sikap terhadap teknologi, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan (Wahidin et al., 2021).

Teori dalam TAM adalah, "semakin tinggi adopsi teknologi, semakin besar pula kesediaan pengguna untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut, dengan syarat pengguna menerima dan meyakini bahwa teknologi tersebut akan membantu mereka dalam menjalankan tugas secara efektif (persepsi kegunaan) dan bahwa teknologi tersebut mudah digunakan (persepsi kemudahan penggunaan)" (Kharismaya et al., 2017).

Perceived of Usefulness

perceived of usefulness adalah seberapa besar keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi tertentu dapat memberikan nilai bagi pengguna (Ashghar & Nurlatifah, 2020).

Perceived Ease of Use

Perceived ease of use dalam konteks model TAM adalah konsep kunci yang merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem yang ada tidak akan menuntut usaha yang luar biasa (Wati et al., 2025).

Perceived Risk

Perceived Risk merupakan elemen penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam mengadopsi teknologi baru, termasuk pembayaran digital seperti Mbangking. Perceived membeli suatu produk, tetapi tidak dapat memperkirakan hasil dari keputusan Risk didefinisikan sebagai situasi di mana konsumen dihadapkan pada keputusan untuk (Hs et al., 2024).

Minat Penggunaan QRIS

Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking dengan koefisien jalur sebesar berpengaruh terhadap minat menggunakan Mobile Banking. Keamanan Mampu Memoderasi Perceived Usefulness Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. Namun Keamanan tidak mampu Memoderasi Perceived Ease of Use Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Safari & Riyanti, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah Generasi Z dan Milenial di Banda Aceh yang menggunakan Mbanking. Sampel penelitian berjumlah 70 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert 1–5. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SmartPLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa perceived usefulness memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Mbanking. Persepsi manfaat yang tinggi mendorong pengguna untuk terus menggunakan layanan pembayaran digital. Selain itu, perceived ease of use juga berpengaruh signifikan, yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor penting dalam adopsi Mbanking. Perceived risk turut memberikan pengaruh signifikan, yang menandakan bahwa tingkat kepercayaan dan keamanan sistem memengaruhi minat pengguna. Responden dari generasi Z dan Milenial yang berusia 21-35 tahun dan berdomisili Kabupaten Banda Aceh serta pernah melakukan transaksi pembayaran menggunakan Mbanking. Total sebanyak 70 orang responden dalam pengujian instrumen penelitian.

Outer Model Convergent Validity

Jika loading factor suatu indikator yang nilainya diatas 0,7, indikator tersebut dianggap tepat untuk mengukur suatu variabel (Saftari & Sinta, 2022).

Outer Loadings - Matrix (E-Learning)				
Indikator	PEOU	PU	Trust	Minat
PEOU1	0.891			
PEOU2	0.904			
PEOU3	0.918			
PU1		0.812		
PU2		0.846		
PU3		0.879		
PU4		0.861		
TR1			0.803	
TR2			0.842	
TR3			0.874	
INT1				0.852
INT2				0.901
INT3				0.784
INT4				0.732

Gambar 1 Nilai Indikator

Gambar 1 menunjukkan hasil pengujian nilai indikator pada masing-masing konstruk penelitian. Berdasarkan hasil outer loading, seluruh indikator pada variabel perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, dan minat penggunaan Mbanking memiliki nilai di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara valid dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Discriminant Validity

Skor AVE juga digunakan dalam menilai validitas konstruk. Angka-angka ini memperlihatkan tingkat variasi yang dijelaskan oleh indikator dan konstruk laten. Convergent validity dikatakan tercapai jika diatas nilai 0,5 (Maita & Majid, 2022).

Construct Reliability and Validity - Overview	
Konstruk	Average Variance Extracte
Minat Menggunakan E-Learning	0.682
Perceived Ease of Use	0.791
Perceived Usefulness	0.734
Trust Sistem	0.706

Gambar 2 Discriminant Validity

Gambar 2 memperlihatkan hasil pengujian discriminant validity yang menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstraknya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lain. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) pada setiap variabel lebih besar dari 0,50, sehingga dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan dalam model penelitian telah terpenuhi.

Composite Reliability

Konstruk dianggap memenuhi kriteria reliabilitas apabila nilai Cronbach Alpha lebih tinggi

dari 0,7 dan menunjukkan stabilitas dan konsistensi indikator yang dipakai untuk mengukur variabel laten (Umaroh et al., 2023).

Construct Reliability and Validity - Overview	
Konstruk	Average Variance Extracte
Minat Penggunaan M-Banking	0.672
Perceived Ease of Use	0.812
Perceived Usefulness	0.748
Kepercayaan Pengguna	0.721

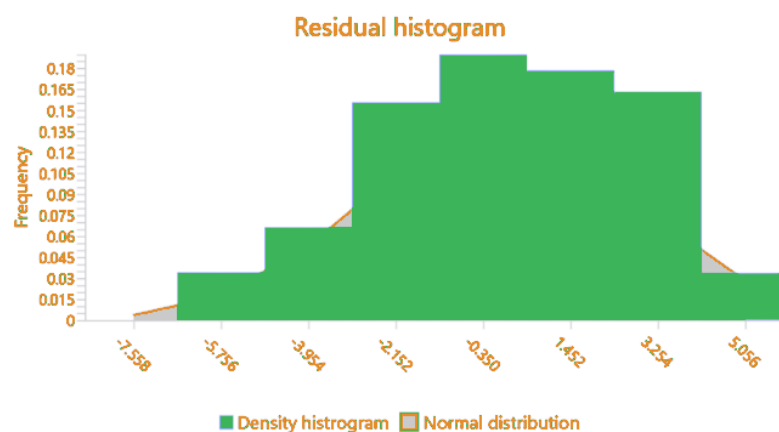
Gambar 3. Composite Reliability Test

Gambar 3 menampilkan hasil pengujian reliabilitas konstruk menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Seluruh variabel penelitian menunjukkan nilai di atas 0,70, yang menandakan bahwa indikator-indikator yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik dan reliabel dalam mengukur variabel laten.

Inner Model

Uji Normalitas

Asumsi normalitas ditunjukkan oleh histogram residual dalam PLS ketika residual terdistribusi secara simetris di sekitar bentuk lonceng yang terdistribusi merata di sekitar nol. Jika demikian, asumsi normalitas kemungkinan besar terpenuhi (Umaroh et al., 2023).



Gambar 4. Residual Histogram

Gambar 4 menunjukkan histogram residual dari model penelitian. Distribusi residual terlihat menyebar secara simetris dan membentuk pola menyerupai kurva lonceng di sekitar nilai nol. Hal ini mengindikasikan bahwa asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Penilaian multikolinearitas dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS.

Collinearity statistics - VIF	
	VIF
Perceived Risk	2.860
Perceived Usefulness	1.420
Perceived Ease of Use	2.434

Gambar 5. Nilai VIF

Gambar 5 menyajikan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel independen. Seluruh nilai VIF berada di bawah batas toleransi yang ditetapkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Breusch-Pagan merupakan bentuk analisis regresi tingkat lanjut yang mampu mendeteksi heteroskedastisitas dengan lebih presisi (Madany & Rais, 2022)

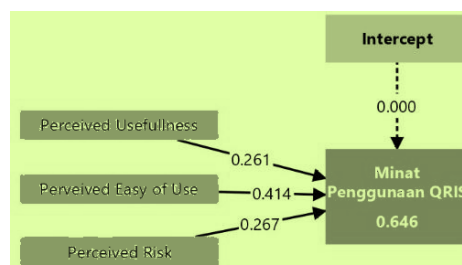
Breusch-Pagan Test			
	Test-Statistic	df	P value
Breusch-Pagan Test	1.354	3	0.716

Gambar 6. Breusch-Pagan Test

Gambar 6 menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Breusch-Pagan. Nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi klasik.

Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik ini menganalisis arah dan tingkat dampak satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil yang diproses dalam SmartPLS.



Gambar 7. Grapichal Output

Gambar 7 memperlihatkan model struktural hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SmartPLS. Model ini menunjukkan arah hubungan antara perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived risk terhadap minat penggunaan Mbanking.

Menampilkan nilai koefisien regresi, nilai t, dan tingkat signifikansi yang menunjukkan

pengaruh masing-masing variabel terhadap minat penggunaan.

Summary coefficients							
	Unstandardized coefficients	Standardized coefficients	SE	T value	P value	2.5 %	97.5 %
Perceived Risk	0.219	0.267	0.102	2.151	0.035	0.016	0.422
Perceived Usefulness	0.140	0.261	0.047	2.995	0.004	0.047	0.233
Perceived Ease of Use	0.382	0.414	0.105	3.619	0.001	0.171	0.592
Intercept	5.029	0.000	1.063	4.729	0.000	2.906	7.151

Gambar 8. Summary Coefficients

Gambar 8 menampilkan ringkasan nilai koefisien jalur, nilai t-statistic, dan nilai p-value. Hasil ini digunakan sebagai dasar dalam pengujian hipotesis untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap minat penggunaan Mbanking.

Uji Parsial

Uji parsial (Uji t) memiliki tujuan untuk membandingkan, apakah mean sebuah populasi maupun dua populasi, mempunyai perbedaan secara signifikan (Padilah & Adam, 2019).

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, yaitu minat penggunaan Mbanking. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai p-value dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05.

Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Minat Penggunaan Mbanking

Berdasarkan hasil pengujian uji parsial, diperoleh nilai p-value perceived of usefulness sebesar $0,004 \leq 0,05$, yang menunjukkan bahwa perceived of usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Mbanking. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan layanan Mbanking.

Pengaruh Perceived Risk Terhadap Minat Penggunaan Mbanking

Berdasarkan hasil uji parsial, nilai p-value perceived risk sebesar $0,035 \leq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa perceived risk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Mbanking. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap risiko dan keamanan transaksi memiliki peran penting dalam menentukan minat penggunaan layanan Mbanking.

Uji Simultan

Uji Simultan (Uji F) merupakan pengujian yang bertujuan untuk meneliti apakah kedua variabel bebas secara simultan, atau secara bersamaan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Putra & Haryadi, 2022). Hasil uji simultan menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Summary ANOVA					
	Sum square	df	Mean square	F	P value
Total	298.871	69	0.000	0.000	0.000
Error	105.936	66	1.605	0.000	0.000
Regression	192.935	3	64.312	40.067	0.000

Gambar 9. Summary ANOVA

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 menunjukkan besarnya kontribusi variabel perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived risk dalam menjelaskan variasi minat penggunaan Mbangking. R-square dibagi menjadi tiga bagian: 0,75 model kuat, serta 0,50 model moderat, dan 0,25 model lemah (Madany & Rais, 2022).

R-square	
	Minat Penggunaan QRIS
R-square	0.646
R-square adjusted	0.629
Durbin-Watson test	2.018

Gambar 10. R Square

PEMBAHASAN

Perceived of Usefulness terhadap Minat Penggunaan Mbanking

Hasil penelitian membuktikan bahwa perceived of usefulness memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan Mbanking. Pengguna cenderung tertarik menggunakan Mbanking apabila layanan tersebut memberikan manfaat nyata, seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, dan kepraktisan dalam bertransaksi. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor utama dalam meningkatkan minat terhadap penggunaan teknologi perbankan digital.

Perceived Ease of Use terhadap Minat Penggunaan Mbanking

Perceived ease of use terbukti berperan penting dalam memengaruhi minat penggunaan Mbanking. Aplikasi yang mudah dipahami, sederhana dalam pengoperasian, dan tidak memerlukan usaha yang besar akan meningkatkan ketertarikan pengguna untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kemudahan menjadi salah satu determinan utama dalam penerimaan teknologi Mbanking.

Perceived Risk terhadap Minat Penggunaan Mbanking

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived risk memiliki pengaruh signifikan terhadap

minat penggunaan Mbanking. Persepsi terhadap risiko, khususnya terkait keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi, menjadi faktor yang sangat diperhatikan oleh pengguna. Semakin rendah risiko yang dirasakan, maka semakin besar minat pengguna untuk menggunakan layanan Mbanking.

Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Risk terhadap Minat Penggunaan Mbanking

Secara simultan, perceived of usefulness, perceived ease of use, dan perceived risk terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Mbanking. Ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk keputusan pengguna untuk mengadopsi layanan Mbanking. Oleh karena itu, peningkatan manfaat layanan, kemudahan penggunaan, serta sistem keamanan yang andal menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan Mbanking di kalangan digital native.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perceived usefulness memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan MBANGKING. Persepsi manfaat yang tinggi mendorong pengguna untuk terus menggunakan layanan pembayaran digital. Selain itu, perceived ease of use juga berpengaruh signifikan, yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor penting dalam adopsi MBANGKING. Perceived risk turut memberikan pengaruh signifikan, yang menandakan bahwa tingkat kepercayaan dan keamanan sistem memengaruhi minat pengguna.

Perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived risk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan MBANGKING di kalangan Generasi Z dan Milenial di Kabupaten Banda Aceh. Oleh karena itu, pengembang dan penyedia layanan MBANGKING disarankan untuk terus meningkatkan manfaat layanan, kemudahan penggunaan, serta sistem keamanan guna meningkatkan kepercayaan dan minat pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, M. N., Bahari, F., Turot, M., & Semmawi, R. (n.d.). *TANTANGAN DAN PELUANG PERBANKAN DIGITAL: STUDI KASUS INOVASI KEUANGAN DAN TRANSFORMASI PERBANKAN*.
- Ashghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 40.
<https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.459>

- Hs, R., Hilmiati, H., Ilhamudin, M., & Sulastri, S. (2024). Analisis Perceived Risk Dan Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Quick Response Indonesia Standar (QRIS). *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*, 10(4), 717–724. <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i4.716>
- Kharismaya, C., Dewi, L. S., Arisawati, E., & Handayanna, F. (2017). Analisa Kemanfaatan Dan Kemudahan Terhadap Penerimaan Sistem OPAC Menggunakan Metode TAM. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.30645/j-sakti.v1i1.27>
- Maita, I., & Majid, S. (2022). Analisis Penerimaan terhadap Penggunaan E-Learning Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Sistim Informasi dan Teknologi*, 30–35. <https://doi.org/10.37034/jsisfotek.v4i1.120>
- Ningrum, A. S., Azis, A., & Harun, H. (2025). *Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Transaksi Nasabah Pada Bank Mega Cabang Parepare*. 8(3).
- Purwandani, I., & Syamsiah, N. O. (2020). Analisa Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Google Classroom Dengan Technology Acceptance Model (TAM). *JARTIKA Jurnal Riset Teknologi dan Inovasi Pendidikan*, 3(2), 247–255. <https://doi.org/10.36765/jartika.v3i2.257>
- Rahmawati, D., Lumakto, G., & Danial Kesa, D. (2020). Generasi Digital Natives dalam Praktik Konsumsi Berita di Lingkungan Digital. *Communications*, 2(2), 74–98. <https://doi.org/10.21009/Communications.2.2.5>
- Safari, A., & Riyanti, A. (2023). *ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING*. 08(01).
- Saftari, M., & Sinta, S. (2022). Analisis Faktor Peserta, Pelatih, Prasarana, serta Materi Pelatihan yang Mempengaruhi Efektifitas Pelatihan Menggunakan Smart-PLS. *Indiktika : Jurnal Inovasi Pendidikan Matematika*, 4(2), 86–98. <https://doi.org/10.31851/indiktika.v4i2.7677>