

**PENGGUNAAN *TECHNOLOGY ACCPTANCE MODEL* (TAM) PADA
APLIKASI PEMBAYARAN OVO DI KOTA SAMARINDA**

***(USE OF THE TECHNOLOGY ACCPTANCE MODEL (TAM) IN THE
OVO PAYMENT APPLICATION IN SAMARINDA CITY)***

NASKAH PUBLIKASI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

MAYANGSARI

1811102431141

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JANUARI 2023**

**Penggunaan *Technology Accptance Model* (TAM) Pada Aplikasi
Pembayaran OVO Di Kota Samarinda**

*(Use of The Technology Accptance Model (TAM) in The OVO Payment
Application in Samarinda City)*

NASKAH PUBLIKASI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

MAYANGSARI

1811102431141

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JANUARI 2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

NASKAH PUBLIKASI

**PENGGUNAAN *TECHNOLOGY ACCPTANCE MODEL (TAM)* PADA APLIKASI
PEMBAYARAN OVO DI KOTA SAMARINDA**

***(USE OF THE TECHNOLOGY ACCPTANCE MODEL (TAM) IN THE OVO PAYMENT
APPLICATION IN SAMARINDA CITY)***

Oleh:

Mayangsari

1811102431141

Samarinda, 18 Januari 2023

Telah disetujui oleh

:Pembimbing:



Dewi Sartika S, ST., M.M

NIDN. 1124129401

LEMBAR PENGESAHAN

NASKAH PUBLIKASI

**PENGGUNAAN *TECHNOLOGY ACCPTANCE MODEL (TAM)* PADA APLIKASI
PEMBAYARAN OVO DI KOTA SAMARINDA
(*USE OF THE TECHNOLOGY ACCPTANCE MODEL (TAM) IN THE OVO PAYMENT
APPLICATION IN SAMARINDA CITY*)**

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Mayangsari
NIM : 1811102431141
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 Januari dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan penguji:

Penguji I : Marsha Anindita, S.E., M.S.M
NIDN : 1114099102

Penguji II : Dewi Sartika S.ST., M.M
NIDN : 1124129401

()


Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik

Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D.
NIDN. 0605056501

Ketua
Program Studi Manajemen

Ilwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D.
NIDN. 0620107201

Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada Aplikasi Pembayaran OVO di Kota Samarinda

Mayangsari^{1*}, Dewi Sartika², Marsha Anindita³

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia.

*Kontak Email: 1811102431141@umkt.ac.id

Abstrak

Tujuan studi: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada Aplikasi Pembayaran OVO Di Kota Samarinda.

Metodologi: Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian digunakan yaitu metode survey dengan pengolahan data menggunakan Software Smart-PLS. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 150 responden dengan karakteristik responden pria dan wanita, frekuensi penggunaan serta lama pengguna aplikasi OVO di kota Samarinda. Penyebaran kuesioner dapat dilakukan melalui internet, jenis kuesioner ini biasa disebut dengan elektronik kuesioner.

Hasil: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna. Sedangkan sikap pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengguna.

Manfaat: Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran atau bahan masukan mengenai studi tentang digital Payment. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan penerbit OVO, sehingga dapat dijadikan referensi untuk memperbaiki sistem pada layanan OVO.

Abstract

Purpose of study: This study aims to empirically examine the effect of Financial Income and Knowledge on the Financial Behavior of MSMEs in the Fashion Sector in Samarinda City during the Covid-19 Pandemic.

Methodology: This research uses descriptive quantitative research. The research method used is a survey method with data processing using Smart-PLS software. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 150 respondents with the characteristics of male and female respondents, frequency of use, and length of use of the OVO application in Samarinda city. The distribution of questionnaires can be done via the internet; this type of questionnaire is commonly called an electronic questionnaire.

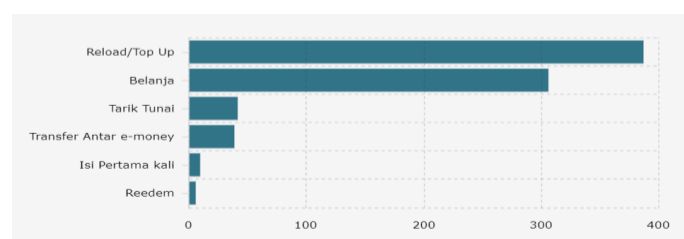
Results: The results of this study indicate that perceived benefits have a significant effect on user attitudes, and perceived convenience has a significant effect on user attitudes. Meanwhile, user attitudes have a significant positive effect on user interest.

Applications: The results of this research are expected to be used as a contribution of thought or input material regarding the study of digital payments. In addition, the results of this study are expected to be useful for OVO issuing companies so that they can be used as a reference to improve the system for OVO services.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Sikap Pengguna.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi modern telah menyederhanakan tugas sehari-hari, menawarkan kemudahan tanpa menghabiskan terlalu banyak energi. Hanya dengan smartphone dan akses ke banyak aplikasi yang tersedia, berbagai layanan dapat diakses di mana saja dan kapan saja. Memanfaatkan peluang ini, perusahaan FinTech (*Financial Technology*) telah muncul untuk menciptakan metode pembayaran baru, seperti *Electronic Wallet* (E-Wallet) atau dompet digital, untuk memajukan sistem pembayaran. Intinya, dompet digital adalah aplikasi elektronik yang memungkinkan penyimpanan uang secara online. Di Indonesia, dompet digital telah melampaui popularitas kartu kredit atau debit sebagai metode pembayaran, sehingga terjadi peningkatan yang signifikan dalam transaksi uang elektronik (Muliadi & Japrianto, 2021).



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Gambar 1: Transaksi Uang Elektronik

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) pada Gambar 1, transaksi elektronik yang dilakukan melalui dompet digital diproyeksikan mencapai Rp 786,35 triliun pada akhir tahun 2021 yang meningkat sebesar Rp 281,39 triliun (55,73%) dari tahun sebelumnya. Dari jumlah tersebut, transaksi belanja mencapai Rp305,43 triliun, meningkat 49,06% dari tahun sebelumnya sebesar Rp 204,9 triliun. Sementara itu, transaksi transfer antar dompet digital mencapai Rp 20,38 triliun, meningkat tajam sebesar Rp 20,38 triliun (111,1%) dari tahun sebelumnya. Selain itu, transaksi isi ulang pengguna pertama kali mencapai Rp9,05 triliun, meningkat Rp2,03 triliun (20%) dari tahun sebelumnya. Karena semakin banyak penduduk lokal yang menggunakan dompet digital sebagai metode pembayaran sehari-hari, nilai transaksi elektronik diperkirakan akan terus meningkat di tanah air. Perkembangan ini menandakan bahwa negara tersebut memiliki sistem pembayaran yang maju didukung oleh kemajuan teknologi saat ini.

Seiring penggunaan dompet digital di Indonesia yang terus meningkat, begitu pula menjamurnya layanan dompet digital menyebabkan setiap aplikasi dompet digital bersaing untuk menarik perhatian konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik (Ma'ryf, 2016). Salah satu aplikasi mobile payment yang mulai populer di kalangan masyarakat adalah OVO, meski tergolong baru dibanding pendahulunya. OVO berhasil meraih pangsa pasar yang signifikan berkat banyaknya penawaran menarik yang diberikannya seperti cashback dan promo yang berhasil memikat masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Apalagi kepraktisan OVO memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam menyelesaikan transaksi, sehingga menjadi aset berharga bagi yang menggunakannya. Kepercayaan yang tinggi kepada OVO menyebabkan terjadinya pergeseran budaya pembayaran yang semula berupa tunai menjadi cashless melalui mobile payment (Malia, 2019).

Pengembangan aplikasi E-Wallet pertama kali diperkenalkan di Indonesia oleh Telkomsel pada tahun 2007 yang diberi nama T-cash (Febria & Oktavio, 2020). Perkembangan pembayaran seluler mencapai puncaknya pada tahun 2017 dengan diperkenalkannya berbagai pembayaran seluler baru seperti Go-Pay, OVO, ShopeePay dan banyak lagi. Di atas berbagai pembayaran seluler, OVO adalah salah satu dari banyak pembayaran seluler dengan transaksi terbesar di Indonesia. Sejak diperkenalkan pada tahun 2017, OVO menjadi salah satu platform pembayaran seluler terbesar dengan pangsa pasar 37% dari semua platform serupa di Indonesia pada tahun 2019 (Aria, 2019).



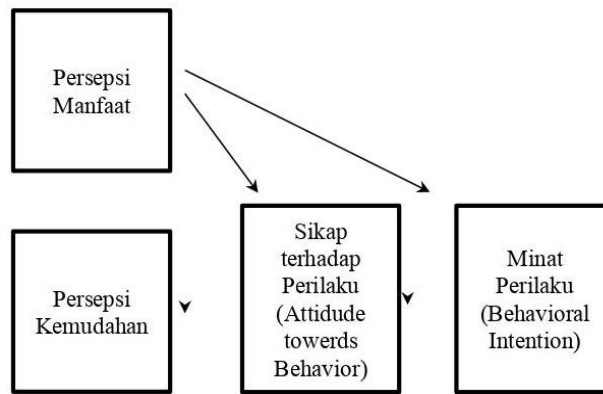
Sumber: <https://katadata.co.id/>

Gambar 2: Survey Penggunaan Dompet Digital

Lebih jauh membedah pamor OVO, Kantar menyebutkan bahwa OVO merupakan dompet elektronik yang tersering digunakan karena OVO telah menjadi top of mind bagi masyarakat secara luas dalam kategori dompet digital. Penyedia dompet digital OVO telah ditemukan sebagai pilihan yang lebih disukai di antara pengguna. Kepercayaan masyarakat membuat OVO terus berupaya meningkatkan kinerjanya, melalui kerja sama dengan Grab, Tokopedia, dan merchant, termasuk UMKM. Untuk mendukung hal tersebut, riset Snapcart Indonesia oleh (Husaini, 2019) melaporkan bahwa Indonesia saat ini diperkirakan memiliki 500.000 merchant OVO, termasuk UMKM, melebihi jumlah merchant Gopay yang hanya sekitar 300.000 (kontak.co.id 15 Desember 2019). Hal inilah yang menjadi salah satu alasan utama mengapa para peneliti tertarik untuk memilih OVO sebagai subjek penelitian.

1.1. Technology Acceptance Model (TAM)

Davis (1986) memperkenalkan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang berpendapat bahwa sikap pribadi individu terhadap penggunaan sistem informasi mempengaruhi niat mereka untuk berperilaku (Wildan, 2019). TAM mengidentifikasi dua faktor utama, yaitu kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kegunaan yang dirasakan, yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh semua konsumen (Lee, Kozar dan Larsen, 2016). TAM lebih menekankan sikap subyektif pengguna dan perilaku penggunaan produk teknologi baru, mengabaikan karakteristik produk dan faktor sosial (Yuen et.al, 2020). TAM adalah teori yang menyangkut penggunaan sistem teknologi informasi dan menawarkan kerangka kerja untuk memprediksi penerimaan pengguna dari sistem tersebut (Davis, 1989 dalam Farizi dan Syaefullah, 2013). Model tersebut menunjukkan bahwa minat individu memainkan peran penting dalam penerapan sistem (Jogiyanto, 2007:111). Jika suatu sistem bermanfaat dan ramah pengguna, maka individu akan mengembangkan minat untuk menggunakan teknologi tersebut. Pada akhirnya, faktor-faktor ini akan menentukan penggunaan sistem yang sebenarnya, yaitu persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, sikap pengguna dan minat pengguna. Lebih jelasnya seperti pada gambar berikut:



Gambar 3: *Theory Acceptance Model*

1.2 Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat merupakan suatu keadaan dimana individu memiliki keyakinan terhadap pemanfaatan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya (Khoiriyah et.al, 2023). Rahmatsyah (2021) mencirikan manfaat yang dirasakan sebagai potensi pengguna pribadi menggunakan aplikasi tertentu untuk merampingkan proses kerja mereka. Performa yang tidak rumit ini dapat menghasilkan hasil yang lebih menguntungkan yang diperoleh dengan lebih efisien dan dengan kepuasan yang lebih besar dibandingkan jika produk teknologi baru tidak digunakan. Di sisi lain, Loanata & Tileng (2016) menjelaskan kegunaan yang dirasakan sebagai tolok ukur individu dalam mempercayai suatu penggunaan sistem tertentu dapat memberikan kegunaan sistem informasi, adopsi, dan perilaku pengguna.

Menurut (Davis, 1989; Hamid et al, 2015), konsep persepsi manfaat adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap pemanfaatan suatu teknologi yang akan meningkatkan kinerja. Khususnya terkait dengan sistem informasi pembayaran, dimana pengguna menginginkan suatu sistem informasi pembayaran mudah digunakan agar mereka terhindar dari kerumitan dan pekerjaan berat (Fatmawati, 2015). Persepsi kemudahan yang dirasakan dapat mengklarifikasi alasan di balik keputusan pengguna untuk menggunakan sistem, dan juga dapat menentukan tingkat penerimaan sistem kepada pengguna. Adapun Indikator Persepsi Manfaat menurut Alviansah & Kraugusteeliana (2019) adalah sebagai berikut.

- a. Sistem pembayaran memudahkan transaksi
- b. Sistem pembayaran menambah kualitas dalam pembayaran
- c. Sistem pembayaran mempercepat dalam bertransaksi
- d. Sistem pembayaran memberikan keuntungan untuk pengguna

1.3 Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Menurut Jogiyanto (2009), persepsi kemudahan penggunaan dicirikan sebagai keyakinan individu bahwa memanfaatkan suatu teknologi tidak akan menghambat pekerjaannya. Jika seseorang memegang keyakinan bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka mereka lebih cenderung menggunakannya, begitu pula sebaliknya. Rogers, seperti dikutip dalam Phan et al. (2019), menguraikan kemudahan penggunaan yang dirasakan sebagai sejauh mana suatu inovasi dianggap mudah untuk dipahami, dipahaminya, dan dimanipulasi.

Lebih lanjut, Jogiyanto dalam Danurdoro dan Wulandari (2016) menjelaskan bahwa norma subyektif adalah persepsi atau keyakinan yang dianut oleh individu mengenai orang lain yang pada akhirnya mempengaruhi niat mereka untuk melakukan atau menahan diri dari perilaku tertentu. Sementara itu menurut Fishbein dan Ajzen dalam Bhatiasevi dan Yoopecth (2015), norma subyektif yang diperiksa dalam penelitian mereka mencakup rekomendasi dari individu yang signifikan (seperti anggota keluarga, teman dekat, rekan kerja atau atasan), serta penilaian manfaat yang terkait dengan perilaku oleh orang-orang penting. Adapun indikator persepsi kemudahan menurut Alviansah dan Kraugusteeliana (2019) adalah sebagai berikut.

- a. Sistem pembayaran mudah untuk digunakan
- b. Sistem pembayaran mudah untuk dipelajari
- c. Sistem pembayaran mudah digunakan pada semua layanan
- d. Sistem pembayaran mudah digunakan pada Outlet yang sudah bekerjasama dengan aplikasi tersebut

1.4 Sikap Penggunaan (*Attitude Towards Using*)

Menurut Aakers dan Myers (1997), minat pengguna terhadap sesuatu ditentukan oleh apakah mereka menyukai atau tidak menyukai produk tersebut yang kemudian disebut sebagai sikap pengguna, yaitu evaluasi yang dilakukan oleh pengguna mengenai minat mereka dalam menggunakan teknologi (Davis, 1989). Evaluasi ini bisa positif atau negatif, dan dapat memengaruhi apakah seseorang akan terus menggunakan teknologi atau mencari opsi alternatif. Sikap positif mendorong penggunaan berulang, sedangkan sikap negatif dapat mengarah pada pencarian teknologi alternatif. Adapun indikator sikap penggunaan menurut Maheswari dan Siregar (2021) adalah sebagai berikut.

- a. Percaya bahwa meningkatkan kinerja
- b. Percaya akan keamanan bertransaksi menggunakan aplikasi
- c. Percaya akan validitas aplikasi
- d. Percaya bahwa aplikasi memberikan kenyamanan

1.5 Minat Pengguna (*Intention To Use*)

Fishbein dan Ajzan sebagaimana dikutip dalam Purnomo dan Haryanto (2011), mendefinisikan niat untuk menggunakan atau minat pengguna sebagai kemampuan individu untuk memanfaatkan sesuatu. Menurut Loanata dan Tileng (2016), minat pengguna mengacu pada kecenderungan individu untuk memanfaatkan teknologi. Sementara itu, Ismail (2016) mencirikan niat untuk menggunakan sebagai kapasitas pengguna untuk membuat atau mendukung keputusan yang mereka inginkan. Dalam konteks TAM, minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi ditentukan oleh sikap optimis mereka terhadapnya, serta persepsi mereka tentang kemudahan penggunaan dan keuntungan yang ditawarkannya kepada mereka (Nguyen et al., 2019). Adapun indikator minat pengguna menurut Alviansah dan Kraugusteeiana (2019) adalah sebagai berikut.

- a. Lebih suka menggunakan pembayaran melalui digital payment
- b. Termotivasi untuk tetap menggunakan digital payment
- c. Lebih sering menggunakan pembayaran melalui digital payment daripada cash.

1.6 Hipotesis

Berdasarkan model konseptual diatas hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁ : Persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap sikap pengguna OVO di Kota Samarinda.
- H₂ : Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap pengguna OVO di Kota Samarinda.
- H₃ : Sikap pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengguna OVO di Kota Samarinda.

2. METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian dengan analisis data yang bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013).

2.1. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian yang menggunakan *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2013) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria dalam penentuan responden dalam penelitian adalah : (1) Jenis Kelamin, (2) Pendapatan, (3) Frekuensi Pengguna dan, (4) Lama Pengguna Aplikasi OVO.

Pengambilan sampel yang diambil oleh peneliti menggunakan pendapat Hair et al, (2014) yaitu ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator dikali 5-10. Dengan demikian jumlah sampel untuk penelitian ini adalah $15 \times 10 = 150$ responden. Sehingga jumlah sampel penelitian ini 150 responden, akan tetapi untuk menghindari kesalahan dalam pengolahan data penelitian kuantitatif sampel dapat lebih dari sampel yang ditentukan. Sehingga penelitian ini menggunakan jumlah sampel yang sebanyak 150 responden.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metodologi survei digunakan sebagai teknik pengumpulan data primer. Prosesnya melibatkan penyebaran serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden dalam bentuk kuesioner. Hal ini dilakukan melalui aplikasi “*google form*”, dengan link kuesioner disebarluaskan melalui akun media sosial berdasarkan kriteria sampel yang telah ditentukan penulis. Metode penskalaan Likert digunakan dalam penyusunan kuesioner, dimana skala ini secara khusus dirancang untuk mengukur tingkat persetujuan peserta dengan pernyataan yang diberikan. Skala Likert 5-item digunakan untuk menilai tanggapan terhadap kuesioner. Setiap pilihan jawaban diberi skor, dan peserta diminta untuk menunjukkan apakah mereka mendukung atau menentang setiap pernyataan. Adapun ketentuan skor dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Ragu/Netral = 3
- Setuju (S) = 4
- Sangat Setuju (SS) = 5

Kuesioner dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi pernyataan guna mendapatkan informasi umum mengenai data responden untuk mengetahui kesesuaian karakteristik responden dengan kriteria sampel. Bagian kedua berisi beberapa pernyataan untuk mendapatkan data penelitian dan menganalisis Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada Aplikasi Pembayaran OVO di kota Samarinda.

2.3. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan menggunakan Software SmartPLS, yang dijalankan dengan media komputer. PLS (*Partial Least Square*) merupakan analisis yang didasarkan pada variasi dan model persamaan struktural (SEM) yang secara bersamaan dapat menguji model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kualitas. PLS dianggap sebagai analisis pemodelan lunak karena tidak bergantung pada data dari skala pengukuran tertentu dan dapat berfungsi dengan sejumlah kecil sampel (dibawah 100 sampel).

Tabel 1: Parameter Uji Validitas dalam model pengukuran

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumb
Konvergen	Factor loading	Lebih dari 0,7
	Average Variance Extracted	Lebih dari 0,5
	Communality	Lebih dari 0,5
Diskriminan	Akar AVE dan Korelasi Variabel laten	Akar AVE > Kolerasi Variabel laten
	Cross loading	Lebih dari 0,7 dalam Satu Variabel

Selain uji validitas, PLS juga melakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. *Cronbach's alpha* mengukur batas bahwa nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *Composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Namun, *Composite reliability* dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk. *Rule of thumb* nilai *alpha* atau *Composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima.

3. HASIL DAN DISKUSI

3.1 Karakteristik Responden

Tabel 2: Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	44	29%
2.	Perempuan	106	71%
	Jumlah	150	100%

Pada Tabel 2, terlihat bahwa bahwa responden perempuan lebih dominan dibandingkan dengan responden laki-laki.

Tabel 3: Data Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

No	Pendapatan perbulan	Jumlah	Persentase
1.	< Rp 1.000.000	40	27%
2.	1.000.000 – 5.000.000	74	49%
3.	> Rp 5.000.000	36	24%
	Jumlah	150	100%

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memiliki pendapatan antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000, dikarenakan responden berasal dari latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda dengan tingkat penerimaan gaji yang berbeda pula.

Tabel 4: Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pengguna

No	Frekuensi Pengguna	Jumlah	Persentase
1.	< 5 kali	22	14,7%
2.	5-10 kali	30	20%
3.	11-15 kali	42	28%
4.	> 15 kali	56	37,3%
	Jumlah	150	100%

Dilihat dari Tabel 4, terlihat bahwa responden menggunakan aplikasi OVO sebanyak lebih dari 15 kali. Hal ini dikarenakan responden menjadikan metode pembayaran secara cashless sebagai metode yang digunakan dalam segala bentuk transaksi.

Tabel 5: Data Responden Berdasarkan Lama Pengguna

No	Lama Pengguna	Jumlah	Persentase
1.	< 1 tahun	65	44%
2.	1-2 tahun	5	3%
3.	3 tahun	47	21%
4.	> 3 tahun	33	22%
	Jumlah	120	100%

Dilihat dari Tabel 5, terlihat bahwa responden memiliki lama pengguna dibawah 1 tahun sebesar 44%, dikarenakan mereka memiliki lebih dari satu aplikasi E-Wallet, sehingga mereka memiliki aplikasi E-Wallet favorit yang biasa mereka gunakan disamping OVO.

3.2 Uji Validitas

Dalam uji validitas dan reliabilitas tiap tiap item yang diuji dinyatakan valid apabila nilai person correlation (r) lebih besar dari 0,30 atau ($r > 0,30$). Dan item yang diuji dinyatakan valid jika nilai cronbach-Alpha masing masing variable lebih besar dari 0,60 (Sugiyono, 2013).

Tabel 6: Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Person Correlation	Nilai Batas	Keterangan
Persepsi Manfaat	X1.1	0,799	0,3	Valid
	X1.2	0,811	0,3	Valid
	X1.3	0,857	0,3	Valid
	X2.4	0,853	0,3	Valid
Persepsi Kemudahan	X2.1	0,804	0,3	Valid
	X2.2	0,864	0,3	Valid
	X2.3	0,872	0,3	Valid
	X2.4	0,827	0,3	Valid
Sikap Terhadap Pengguna	Y1.1	0,867	0,3	Valid
	Y1.2	0,827	0,3	Valid
	Y1.3	0,883	0,3	Valid
	Y1.4	0,890	0,3	Valid
Minat Pengguna	Y2.1	0,905	0,3	Valid
	Y2.2	0,884	0,3	Valid
	Y2.3	0,844	0,3	Valid

Berdasarkan Tabel 6, semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid atau sah untuk mengukur variabel penelitian sehingga dapat dilanjutkan untuk proses penelitian.

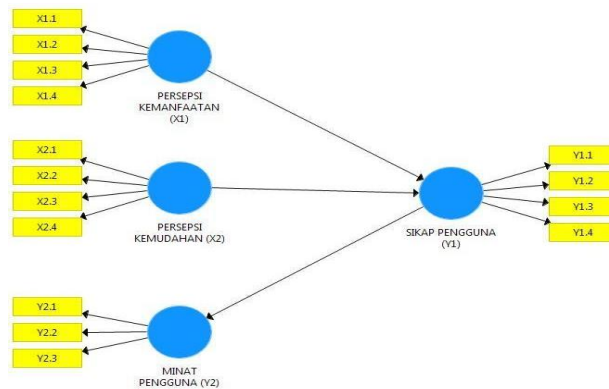
3.3 Uji Reabilitas

Tabel 7: Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Batas	Keterangan
1.	Persepsi Manfaat	0,851	0,6	Reliabel
2.	Persepsi Kemudahan	0,863	0,6	Reliabel
3.	Sikap Terhadap Pengguna	0,856	0,6	Reliabel
4.	Minat Pengguna	0,890	0,6	Reliabel

Berdasarkan Tabel 7, diatas dapat dilihat bahwa untuk sampel 150 responden uji reliabilitas dilakukan dengan cara one shot, yaitu apabila nilai Cronbach alpha variable $> 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variable tersebut reliabel, sedangkan nilai Cronbach alpha suatu variabel $< 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.

3.4 Skema Model PLS



Gambar 4: Model Struktural

3.5 Model Pengukuran

Berikut ini adalah nilai *Loading Factor* dari masing-masing indikator pada variabel penelitian:

Tabel 8: Hasil *Loading Factor*

No	Variabel	Indikator	Loading Factor
1.	Persepsi Manfaat	X1.1	0,799
		X1.2	0,811
		X1.3	0,857
		X2.4	0,873
2.	Persepsi Kemudahan	X2.1	0,804
		X2.2	0,864
		X2.3	0,872
		X2.4	0,827
3.	Sikap Terhadap Pengguna	Y1.1	0,867
		Y1.2	0,827
		Y1.3	0,883
		Y1.4	0,890
4.	Minat Pengguna	Y2.1	0,905
		Y2.2	0,884
		Y2.3	0,844

3.5.1 Convergent Validity

Tabel 9: Hasil *Outer Loading*

No	Variabel	Indikator	Sampel Asli (O)	Rata-Rata Sampel (M)
1.	Persepsi Manfaat	X1.1	0,799	0.619
		X1.2	0,811	0.633
		X1.3	0,857	0.720
		X2.4	0,873	0.744
2.	Persepsi Kemudahan	X2.1	0,804	0.681
		X2.2	0,864	0.721
		X2.3	0,872	0.727
		X2.4	0,827	0.697
3.	Sikap Pengguna	Y1.1	0,867	0.698
		Y1.2	0,827	0.731
		Y1.3	0,883	0.739
		Y1.4	0,890	0.736
4.	Minat Pengguna	Y2.1	0,905	0.757
		Y2.2	0,884	0.733
		Y2.3	0,844	0.659

Pada Tabel 9, terlihat *original sample estimate* >0,50 dan t-statistik >1,96, sehingga instrumen penelitian dikatakan memenuhi Convergent Validity.

3.5.2 Discriminant Validity

Tabel 10: Hasil *Cross Loading*

No	Indikator	Variabel			
		Persepsi Manfaat	Persepsi Kemudahan	Sikap Pengguna	Minat Pengguna
1.	X1.1	0.799	0.577	0.541	0.557
2.	X1.2	0.811	0.599	0.605	0.516
3.	X1.3	0.857	0.729	0.650	0.645
4.	X2.4	0.873	0.789	0.682	0.631
5.	X2.1	0.709	0.804	0.613	0.600
6.	X2.2	0.695	0.864	0.703	0.621
7.	X2.3	0.682	0.872	0.688	0.668
8.	X2.4	0.655	0.827	0.665	0.643
9.	Y1.1	0.604	0.664	0.867	0.659
10.	Y1.2	0.694	0.719	0.827	0.683
11.	Y1.3	0.624	0.679	0.883	0.770
12.	Y1.4	0.658	0.689	0.890	0.708
13.	Y2.1	0.648	0.717	0.760	0.905
14.	Y2.2	0.635	0.687	0.728	0.884
15.	Y2.3	0.571	0.569	0.652	0.844

Berdasarkan Tabel 10, dapat dilihat bahwa korelasi setiap indikator dengan variabelnya masing-masing lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi dengan variabel lain. Hal ini berarti bahwa variabel laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator variabel lainnya.

3.5.3 Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 11: Hasil *Average Variance Extracted (AVE)*

No	Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
1.	Minat Pengguna	0,771
2.	Persepsi Kemudahan	0,709
3.	Persepsi Manfaat	0,699
4.	Sikap Pengguna	0,752

Berdasarkan Tabel 11, dapat dilihat bahwa nilai AVE pada semua variable mempunyai nilai diatas 0,50. Dengan demikian maka dapat dinyatakan nilai AVE telah memenuhi persyaratan dan memiliki validitas yang baik.

3.5.4 Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Tabel 12: Hasil *Composite Reliability dan Cronbach Alpha*

No	Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Minat Pengguna	0,910	0,851	Reliabel
2.	Persepsi Kemudahan	0,907	0,863	Reliabel
3.	Persepsi Manfaat	0,903	0,856	Reliabel
4.	Sikap Pengguna	0,924	0,890	Reliabel

Berdasarkan Tabel 12, dapat dilihat bahwa composite reliability maupun cronbach alpha semua variabel memiliki nilai diatas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite reliability* maupun *cronbach alpha* sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

3.6 Model Struktural atau Inner Model

Tabel 13: Hasil Uji *Goodness – Fit Model*

No	Variabel	R-Square
1.	Minat Pengguna	0,663
2.	Sikap Pengguna	0,659

Berdasarkan Tabel 12, nilai R-square variabel minat Pengguna sebesar 0,663 dan nilai R-square variabel Sikap Pengguna sebesar 0,659.

3.7 Uji Hipotesis

Tabel 14: Hasil Uji Pengaruh Langsung

No	Variabel	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T-Statistics	P Value
1.	Persepsi Kemanfaatan	0,555	0,560	0,107	5,185	0,000
2.	Persepsi Kemudahan	0,294	0,280	0,117	2,516	0,012
3.	Sikap Pengguna	0,814	0,811	0,052	15,783	0,000

Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat tingkat signifikan terhadap masing-masing variabel, apabila *T-statistics* > 1,96 berarti variabel eksogen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel endogen dan apabila *T-statistics* < 1,96 maka variabel eksogen berpengaruh signifikan.

Tabel 15: Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

No	Variabel	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T - Statistics	P Value
1.	Persepsi Kemudahan – Sikap Pengguna	0,555	0,560	0,107	5,185	0,000
2.	Persepsi Manfaat – Sikap Pengguna	0,294	0,284	0,117	2,516	0,012
3.	Sikap Pengguna – Minat Pengguna	0,814	0,8111	0,052	15,783	0,000

Tabel 15 memperlihatkan bahwa hubungan variabel sikap pengguna terhadap Minat untuk menggunakan yang memiliki nilai yang signifikan dengan nilai T-statistic sebesar 15,783 atau (>1,96) dan nilai P-value 0,000 atau (<0,5) serta memiliki pengaruh sebesar 0,012 atau 10%.

3.6 Pembahasan

Persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap Sikap Pengguna

Berdasarkan hasil analisis di atas, variabel persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap sikap pengguna, sehingga H1 diterima. Persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem akan berguna maka dia akan menggunakannya. Sebagai perusahaan yang berorientasi pada aplikasi, sangat penting untuk fokus pada pengembangan platform yang menawarkan nilai tambah, terutama fitur yang meningkatkan proses belajar mengajar, yang akan bermanfaat bagi pengguna. Dengan begitu, kebutuhan dan keinginan pengguna akan terpenuhi. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Lee (2008) dan Ma'ruf (2016), yang menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan secara signifikan mempengaruhi sikap pengguna. Responden dalam studi tersebut berpendapat bahwa penggunaan aplikasi OVO menguntungkan bagi mereka.

Persepsi Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap Sikap Pengguna

Berdasarkan hasil analisis diatas, diketahui bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap pengguna, sehingga H2 diterima. Gagasan konstruksi kenyamanan yang dirasakan juga mencakup keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Telah diamati bahwa semakin sering suatu sistem digunakan, semakin dianggap ramah pengguna, dapat diakses, dan familiar. Kemudahan penggunaan ini mengarah pada penurunan jumlah waktu dan upaya yang diperlukan untuk mempelajari sistem. Penjelasan ini berpendapat bahwa persepsi kemudahan penggunaan berhubungan dengan kepercayaan seseorang dalam proses pengambilan keputusan. Secara keseluruhan, individu yang menggunakan teknologi lebih nyaman daripada mereka yang tidak, terbukti dengan perbandingan antara kedua bentuk kemudahan tersebut. Hasil penelitian ini sesuai pada penelitian oleh Tao Zhou (2010) tentang keberhasilan adopsi teknologi. Diketahui secara luas bahwa semakin sederhana teknologi untuk beroperasi, semakin ramah penggunaanya. Kelancaran operasi didasarkan pada beberapa faktor, seperti tidak adanya gangguan, pemahaman bahasa yang digunakan dalam aplikasi, dan kesederhanaan fitur. Studi Lee (2008) juga mencerminkan hasil ini, mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi sikap pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa peserta survei percaya bahwa menggunakan produk OVO merampingkan transaksi mereka, yang pada akhirnya memfasilitasi penggunaan produk tersebut.

Sikap Pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pengguna

Berdasarkan hasil analisis diatas, diketahui bahwa sikap Pengguna memberikan berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengguna, sehingga H3 diterima. Sikap pengguna mengacu pada preferensi pribadi mereka untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk tertentu, dan sering digunakan sebagai prediktor niat perilaku mereka. Ketertarikan pada perilaku pengguna berkaitan dengan kecenderungan individu untuk melakukan tindakan tertentu atau mempertahankan sikap tertentu. Ketika seseorang melakukan perilaku tertentu, itu karena mereka memiliki niat untuk melakukannya. Dalam kasus sistem pembayaran E-wallet, jika pengguna yakin bahwa kemudahan penggunaan akan berdampak positif pada layanannya, maka mereka akan memilih untuk menggunakannya. Demikian pula, jika seseorang menggunakan internet untuk bekerja merasa puas dan nyaman dengan pengalaman tersebut, maka hal ini akan mempengaruhi minat mereka untuk terus menggunakan internet sebagai alat penunjang pekerjaannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Lee (2008), Patel (2016), dan Ma'ruf (2016), yang menunjukkan bahwa sikap positif terhadap penggunaan teknologi memiliki korelasi langsung dengan minat individu dalam menggunakan teknologi. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh tingkat kepercayaannya terhadap kecenderungan orang lain terhadap penggunaan teknologi. Dengan demikian, sikap positif seseorang terhadap produk OVO meningkatkan keinginan mereka untuk mempekerjakan mereka. Selanjutnya, individu didorong untuk menggunakan produk OVO oleh rekan atau kerabat mereka.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan analisis data dan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap Pengguna. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis pertama yang menyatakan Persepsi Manfaat pada aplikasi OVO akan berpengaruh pada Sikap Pengguna terhadap OVO.
2. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap Pengguna. Sehingga hasil ini sesuai dengan hipotesis kedua yang menyatakan Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Sikap Pengguna. Dengan demikian hipotesis dua diterima. Hal ini berarti bahwa semakin baik Persepsi Kemudahan yang ada di OVO akan berpengaruh pada Sikap Pengguna pada OVO.
3. Sikap Pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pengguna. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis kedua yang menyatakan Sikap Pengguna berpengaruh signifikan terhadap Minat Pengguna. Dengan demikian hipotesis tiga diterima. Hal ini berarti bahwa semakin baik Sikap Pengguna, maka mempengaruhi Minat Pengguna pada OVO.

SARAN DAN REKOMENDASI

Penulis menyarankan kepada perusahaan pengembang aplikasi OVO untuk dapat meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi OVO melalui fleksibilitas yang dimiliki dengan cara memperluas penyebaran fitur pembayaran menggunakan aplikasi OVO di semua merchant yang ada di Indonesia. Selain itu, penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor dan kendala apa saja yang harus di perhatikan berdasarkan variabel TAM lainnya terhadap sikap pengguna e-wallet yang dimaksud.






REFERENSI

- Abdillah, & Jogiyanto (2015). Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural
- Ajzen, I. (1991). Teori perilaku terencana. *Perilaku Organisasi dan Proses Keputusan Manusia*, 50(2), 179–211. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2014.12.004>.
- Bhatiasevi, V., & Yoopetch, C. (2015). The determinats of intention to use electronic booking among young users in thailand. *Journal of hospitality and tourism management*, 23, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2014.12.004>.
- Danurdoro, K., & Wulandari, D. (2016). The Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, and Experience Toward Student's Intention to Use Internet Banking. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8(1), 17–22. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p017>.
- Davis, FD (1989). Kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. *MIS Triwulanan: Sistem Informasi Manajemen*, 13(3), 319– 339. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Eltin, G. Q. (2019).” Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Berperilaku dalam Mengadopsi Financial Tecnology (fintech). 1-2.

- Farizi, Hadya dan Syaefullah, MM,Akt. (2013). “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking”. *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang*.
- Fatmawati, (2015). “Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan .” *Jurnal Iqra’* Volum 09 No,01.
- Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L. and G. Kuppelwieser, V. (2014), "Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research", *European Business Review*, Vol. 26 No. 2, pp. 106-121.
- Indiana Malia. (2019). Sebesar 77 Persen Masyarakat Indonesia Pilih Transaksi Cashless. *Idn Times*. <https://www.idntimes.com/business/finance/indianamalia/sebesar-77-persen-masyarakatindonesia-pilih-transaksi-cashless/full>.
- Ismail, (2016). “Intention To Use Smartphone Through Perceived Compatibility, Perceived Usefulness, And Perceived Ease Of Use.” *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7 (1) 2016, 1-10. <http://jdm.unnes.ac.id>.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (edisi ke-1). Yogyakarta: Andi.
- Lee, J. Y. And Panteli, N. (2010). Business Strategic Conflict In Computer-Mediated Communication. *European Journal Of Information Systems*, 19, 196–208.
- Lee, Y., Kozar, K. A., and Larsen, K. R. T. (2016). The Technology Acceptance Model: Past, Present, and Future. *Communications of the Association for Information Systems*. 12(50), 752–780.
- Loanata, T., & Tileng, K. G. (2016). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs ECommerce Traveloka). *Juisi*, 2(1),1–10.
- Maheswari, dan Siregar, (2021). “Pengguna Technology Acceptance Model Dalam Mengukur Kualitas Layanan Platform E-Commerce Technology Acceptance Model Application for Measuring E-Commerce Platform Service Quality.” *J. Integr.syst.*, Vol 4. No.,pp.199-215,2021.
- Mathieson, K.. (1991).Predicting User Intentions: Comparing The Technology Acceptance Model With The Theory Of Planned Behavior. *Information System Research*. 2(3):173-191.
- Nguyen, TTH, Nguyen, N., Nguyen, TBL, Phan, TTH, Bui, LP, & Moon, HC (2019). Menyelidiki sikap dan niat konsumen terhadap pembelian makanan online di ekonomi yang sedang berkembang: Pendekatan TAM yang diperluas. *Makanan*, 8(11). <https://doi.org/10.3390/foods8110576>.
- Phan, D. T. T., Nguyen, T. T. H., & Bui, T. A. (2019). Going beyond Border? Intention to Use International Bank Cards in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(3), 315–325. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2019.vol6.no3.315>.
- Purnomo, Heru dan Haryanto. (2011). Niat Adopsi E-Commerce Wirausahawan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa UNS). *Jurnal Ekonomi dan Keirusahaan*, Vol. 11, No. 1, hlm.32-37.
- Rahayu, (2015). “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, dan Inovasi Teknologi terhadap Aplikasi GO PAY dari PT.GOJEK INDONESIA.
- Sudjana. 2005. *Metoda Statistika*. PT Tarsito Bandung. Bandung Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Wildan, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech).
- Wu, B., & Chen, X. (2017). Niat berkelanjutan untuk menggunakan MOOC: Mengintegrasikan model penerimaan teknologi (TAM) dan model kesesuaian teknologi tugas (TTF).*Komputer dalam Perilaku Manusia*, 67, 221-232<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.028>.

FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mayangsari
 NIM : 1811102431141
 Program Studi : Manajemen
 Bimbingan Mulai : 15 September 2022
 Judul Skripsi : Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada Aplikasi
 Pembayaran OVO di Kota Samarinda

No	Tanggal	Permasalahan	Paraf Pembimbing
1	15 Sep 2022	- Menentukan model konseptual - Menentukan judul	
2	30 Sep 2022	- Menyusun BAB I	
3	07 Okt 2022	- Menyusun BAB I	
4	31 Okt 2022	- MENYUSUN BAB III	
5	11/11 2022	- Revisi	

Samarinda, 11 NOVEMBER 2022

Pembimbing,



(Dewi Sartika, SST, M.M)

Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) pada Aplikasi Pembayaran Ovo di Kota Samarinda

by Mayangsari Np 2505

Submission date: 25-May-2023 09:26AM (UTC+0800)

Submission ID: 2101238478

File name: OK_NASKAH_PUBLIKASI_MAYANGSARI.docx (2.48M)

Word count: 3011

Character count: 19742

Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) pada Aplikasi Pembayaran Ovo di Kota Samarinda

ORIGINALITY REPORT

28%

SIMILARITY INDEX

28%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	dspace.umkt.ac.id Internet Source	5%
2	journals.umkt.ac.id Internet Source	4%
3	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
4	www.scribd.com Internet Source	1%
5	ojs.palcomtech.com Internet Source	1%
6	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
7	journal.uny.ac.id Internet Source	1%
8	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
9	adoc.pub Internet Source	1%