

**NIAT WAJIB PAJAK UNTUK MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN
BERMOTOR MELALUI APLIKASI SIGNAL**

(Tesis)

Oleh

NANDA DESTYANA SUCI



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

NIAT WAJIB PAJAK UNTUK MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN BERMOTOR MELALUI APLIKASI SIGNAL

Oleh

NANDA DESTYANA SUCI

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah mendorong pemerintah untuk menyediakan layanan publik berbasis daring, termasuk dalam hal pembayaran pajak kendaraan bermotor. Aplikasi SIGNAL hadir sebagai solusi digital untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan pengesahan STNK dan pembayaran pajak kendaraan bermotor secara online. Meskipun demikian, tingkat penggunaan aplikasi ini masih belum optimal, khususnya di Provinsi Lampung, yang ditandai dengan rendahnya adopsi dibandingkan pelayanan konvensional di kantor Samsat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat wajib pajak dalam menggunakan aplikasi SIGNAL, dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan. Model ini mencakup variabel eksternal seperti subjective norms, persepsi keamanan, dan persepsi kepercayaan. Penelitian dilakukan dengan metode survei terhadap 240 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif, persepsi keamanan, persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi SIGNAL. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi peningkatan strategi adopsi layanan digital di sektor publik.

Kata kunci : *Technology Acceptance Model*, niat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan, persepsi keamanan, norma subjektif.

ABSTRACT

THE INTENTION OF TAXPAYERS TO PAY MOTOR VEHICLE TAX USING THE SIGNAL APPLICATION

By

NANDA DESTYANA SUCI

The advancement of information technology in the digital era has encouraged governments to provide online-based public services, including the payment of motor vehicle taxes. SIGNAL is a digital application developed to facilitate the online validation of vehicle registration and tax payments. However, its adoption remains suboptimal, particularly in Lampung Province, as indicated by a lower usage rate compared to conventional services at Samsat offices. This study aims to identify the factors influencing taxpayers' *intention to use* the SIGNAL application by employing an extended *Technology Acceptance Model* (TAM). The model incorporates external variables such as subjective norms, perceived security, and perceived trust. A survey method was used to collect data from 240 respondents selected via purposive sampling. The data were analyzed using the Partial Least Squares (PLS) approach with SmartPLS software. The results indicate that subjective norms, perceived security, perceived trust, *perceived ease of use*, and *perceived usefulness* significantly influence the *intention to use* the SIGNAL application. These findings provide valuable insights for enhancing digital service adoption strategies in the public sector.

Keywords: *Technology Acceptance Model, intention to use, perceived ease of use, perceived trust, perceived security, subjective norms.*

**NIAT WAJIB PAJAK UNTUK MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN
BERMOTOR MELALUI APLIKASI SIGNAL**

**Oleh
Nanda Destyana Suci**

Tesis

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER MANAJEMEN**

Pada

**Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Tesis

: NIAT WAJIB PAJAK UNTUK MEMBAYAR
PAJAK KENDARAAN BERMOTOR MELALUI
APLIKASI SIGNAL

Nama Mahasiswa

: **Nanda Destyana Suci**

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2321011061

Konsentrasi

: Manajemen Pemasaran

Program Studi

: Megister Manajemen

Fakultas

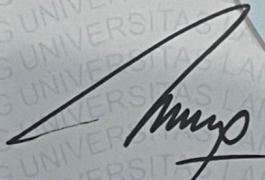
: Ekonomi dan Bisnis

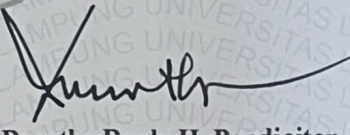


Komisi Pembimbing

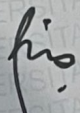
Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Satria Bangsawan, S.E., M.Si
NIP. 19610904 198703 1011


Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si
NIP. 19810126 200801 2011

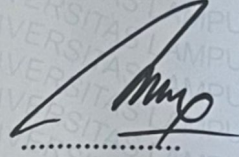
Ketua Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung


Dr. Roslina, S.E., M.Si
NIP. 19770711 200501 2 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

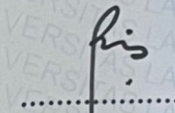
Ketua Penguji : Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.



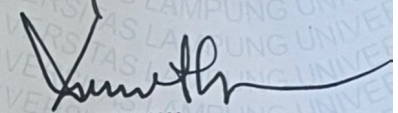
Penguji I : Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.



Penguji II : Dr. Roslina, S.E., M.Si.



Sekretaris Penguji : Dr. Dorothy R.H. Pandjaitan, S.E., M.Si.



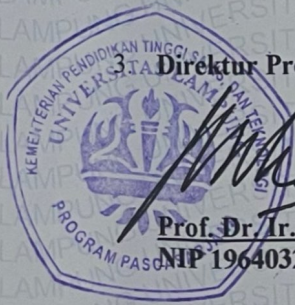
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si
NIP. 19660621 199003 1003



3. Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si
NIP 19640326 198902 1001



Tanggal Ujian Tesis: 21 Juli 2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nanda Destyana Suci

NPM : 2321011061

Program Studi : Magister Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul **“NIAT WAJIB PAJAK UNTUK MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN BERMOTOR MELALUI APLIKASI SIGNAL”** adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau hasil karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti ada penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 21 Juli 2025

memberi pernyataan



Nanda Destyana Suci

NPM 2321011061

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap peneliti adalah Nanda Destyana Suci. Peneliti lahir di Bandar Lampung, pada tanggal 8 Desember 2000. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara, putri dari pasangan Bapak Fauzi Hasan, S.H. dan Ibu Indah Novianty, S.E. Saat ini peneliti dan keluarga bertempat tinggal di Jalan Soekarno Hatta No. 49, Dusun Tarahan, Desa Tarahan, Kecamatan Katibung, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Peneliti mengawali pendidikan di TK Setia Kawan, Bandar Lampung. Kemudian menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 1 Karang Maritim pada tahun 2012. Selanjutnya pada tahun 2015 peneliti menyelesaikan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 23 Bandar Lampung, lalu dilanjutkan ke jenjang pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Bandar Lampung sampai lulus pada tahun 2018. Pada tahun 2019, peneliti melanjutkan pendidikan Sarjana di Universitas Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen Pemasaran dan lulus pada tahun 2023. Setelah lulus Pendidikan Sarjana ditahun yang sama peneliti melanjutkan studi Pascasarjana di Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

Q.S (94) : Al-Insyirah ayat 5-6

“Learning doesn’t end with graduation; it lives in every moment.”

(Nanda Destyana Suci)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Ucapan syukur dan terimakasih untuk Allah SWT. Yang tak henti-henti memberikan petunjuk dan memberikan kelancaran sehingga saya dapat menyelesaikan tesis saya dengan baik.

Teruntuk orang tua ku, Bapak Fauzi Hasan, S.H. dan Ibu Indah Novianty, S.E tercinta, terimakasih atas dukungan dan pengorbanannya, cinta dan kasih sayang papa dan mama yang tulus, doa dan restu yang telah papa dan mama berikan sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

SANWACANA

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan sepanjang masa, dan berkat petunjuknya pula peneliti berhasil menyelesaikan tesis berjudul **“Niat Wajib Pajak untuk Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Aplikasi SIGNAL”**, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung. Peneliti menyadari bahwa proses penyusunan tesis ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti dengan segala hormat menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung
2. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Roslina, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, dan juga selaku Anggota Penguji yang telah memberikan saran yang membangun dalam proses penyusunan tesis ini.
4. Ibu Dr. Zainur M. Rusdi, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan, motivasi, dan arahan serta bantuan selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
5. Bapak Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih telah meluangkan waktu dan memberikan dukungan penuh untuk membimbing serta mengarahkan tesis hingga selesai.

6. Ibu Dr. Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih telah meluangkan waktu dan memberikan dukungan penuh untuk membimbing serta mengarahkan tesis hingga selesai.
7. Ibu Prof. Dr. Mahrinasari M.S.,S.E., M.Sc., selaku Penguji Utama, terima kasih atas masukan, arahan dan motivasi yang diberikan kepada peneliti.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran yang sangat berharga selama peneliti menjadi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
9. Seluruh Staf Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan bantuan selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
10. Adikku tersayang, Febi Yolanda Putri, terimakasih telah menemani dan membantu dalam proses tesis.
11. Sahabat S2 saya Ghina, Mba Ikke, Mba Indah, Haysi, Nadhiya, Mba Irma, Nayu, Mas Kenny, dan Mas Tri yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan dukungan yang tiada hentinya, dan selalu menemani dalam susah maupun senang.
12. Sahabat S1 saya Adisa, Charina, Angel, Dinda yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan dukungan yang tiada hentinya, dan selalu menemani dalam susah maupun senang.
13. Fausta Herlambang, terimakasih telah menemani, memberikan semangat, dan membantu peneliti dalam proses tesis.
14. Kepala Cabang Bank Mandiri Area Bandar Lampung, Bapak Harry Saputra dan Bapak Sugeng Murtanto terima kasih atas dukungan dan pengertian bapak sangat membantu saya dalam menyelesaikan studi ini.
15. Bapak Rivan Rahmadditya Hirdan selaku atasan saya di Bank Mandiri KCP Sribawono, terima kasih atas dukungan dan pengertian bapak sangat membantu saya dalam menyelesaikan studi ini.
16. Rekan-rekan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk yang senantiasa memberikan dukungan terhadap saya untuk menyelesaikan studi ini.

17. Seluruh Teman-Teman Magister Manajemen, Angkatan 2023 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih telah berbagi ilmu serta pengalaman.
18. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini.
19. Terima Kasih untuk Almamater Tercinta Universitas Lampung.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini belum sempurna, kritik dan saran sangat diharapkan oleh peneliti. Peneliti berharap agar tesis ini dapat berguna bagi seluruh pihak yang terlibat, dan bermanfaat bagi semua yang membacanya.

Bandar Lampung, 21 Juli 2025
Peneliti

Nanda Destyana Suci

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Pengertian Pemasaran	13
2.2 <i>Technology Acceptance Model</i>	14
2.3 <i>Subjective Norms</i>	16
2.4 Persepsi Keamanan	17
2.5 Persepsi Kepercayaan	18
2.6 Niat Menggunakan.....	18
2.7 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	22
2.7.1. Pengaruh <i>Subjective Norms</i> terhadap persepsi manfaat.....	22
2.7.2 Pengaruh <i>Subjective Norms</i> terhadap persepsi kemudahan penggunaan	24
2.7.3 Pengaruh persepsi keamanan terhadap persepsi kemudahan penggunaan	25
2.7.4 Persepsi keamanan terhadap persepsi kepercayaan	27
2.7.5 Persepsi kepercayaan terhadap persepsi kemudahan penggunaan...	28
2.7.6 Persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat	29
2.7.7 Persepsi kepercayaan terhadap niat menggunakan	29
2.7.8 Persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan	30
2.7.9 Persepsi manfaat terhadap niat menggunakan	31
III. METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Lokasi Penelitian.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Sumber Data	35
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	35

3.4	Populasi dan Sampel	36
3.4.1	Populasi	36
3.4.2	Sampel	36
3.5	Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
3.5.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
3.6	Analisis Kuantitatif	42
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Analisis Deskriptif	47
4.2	Evaluasi Model	56
4.2.1	Model Pengukuran (Outer Model)	56
4.2.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	60
4.3	Hasil Pengujian Hipotesis	63
4.4	Pembahasan	69
4.4.1	Pengaruh Norma Subjektif terhadap Persepsi Manfaat	69
4.4.2	Pengaruh Norma Subjektif terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan	70
4.4.3	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Persepsi Keamanan	70
4.4.4	Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Persepsi Kepercayaan	71
4.4.5	Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan	71
4.4.6	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Manfaat	72
4.4.7	Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan	73
4.4.8	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan	73
4.4.9	Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Menggunakan	74
V.	SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1	Simpulan	75
5.2	Saran	76
	DAFTAR PUSTAKA	81
	LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wajib Pajak Berdasarkan Metode Pembayaran dan Potensi Tahunan di Provinsi Lampung	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1 Sumber responden mengetahui aplikasi SIGNAL	47
Tabel 4.2 Responden berdasarkan yang pernah menggunakan aplikasi SIGNAL	48
Tabel 4.3 Responden yang tertarik ingin menggunakan aplikasi SIGNAL	48
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.5 Umur Responden.....	49
Tabel 4.6 Pengeluaran Responden	50
Tabel 4.7 Jawaban Responden pada Variabel Norma Subjektif	51
Tabel 4.8 Jawaban Responden pada Variabel Persepsi Keamanan	52
Tabel 4.9 Jawaban Responden pada Variabel Persepsi Manfaat	53
Tabel 4.10 Jawaban Responden pada Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	54
Tabel 4.11 Jawaban Responden pada Variabel Persepsi Kepercayaan.....	54
Tabel 4.12 Jawaban Responden pada Variabel Niat Menggunakan	55
Tabel 4.13 Nilai <i>Convergent Validity</i>	57
Tabel 4.15 Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE	59
Tabel 4.16 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	60
Tabel 4.17 Pengukuran R Square.....	60
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Jalur	61
Tabel 4.20 Hasil Koefisien Jalur	64
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aplikasi SIGNAL di iOS dan Android	4
Gambar 2.1 Model Penelitian	33
Gambar 4.1 Outer Model.	56
Gambar 4.2 Hasil Model Penelitian.	64

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era industri 4.0 perkembangan teknologi informasi dan internet saat ini semakin pesat, hal ini ditunjukkan dengan adanya pergeseran teknologi yang semakin maju mengarah ke media berbasis *online*. Hal ini didukung dengan meningkatnya pengguna internet diseluruh dunia. Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Berdasarkan survei terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) untuk tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta orang, atau sekitar 79,5% dari total populasi negara. Angka ini menunjukkan peningkatan dari survei sebelumnya pada periode 2022–2023, yang mencatat 215,63 juta pengguna dengan tingkat penetrasi sebesar 78,19%. Semakin meningkatnya jumlah pengguna internet tidak lepas dari semakin mudahnya akses bagi masyarakat untuk mengakses internet, baik melalui *smartphone* maupun *personal computer*.

Kemajuan teknologi informasi memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan informasi di dunia. Saat ini, informasi menjadi hal penting dalam kehidupan manusia, dengan adanya teknologi, maka informasi dapat menyebar dengan cepat. Era globalisasi saat ini menjadikan Indonesia terus berkembang dalam berbagai bidang terutama dalam bidang pelayanannya yang hingga saat ini mengalami kemajuan yang pesat, sama halnya dengan teknologi informasi, penerimaan pajak kendaraan bermotor juga menjadi hal penting dan berperan dalam kesejahteraan masyarakat di Indonesia.

Signal adalah aplikasi Samsat Digital Nasional yang dapat memudahkan masyarakat Indonesia untuk melakukan pengesahan STNK Tahunan, Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ) secara daring dengan terbitnya dokumen digital berupa E-Pengesahan (POLRI), E-TBPKP (Bapenda Provinsi) dan E-KD (PT. Jasa Raharja).

Secara digital aplikasi ini memanfaatkan pangkalan data (*database*), kendaraan bermotor (ranmor) yang dimiliki Polri, pangkalan data induk kependudukan yang ada pada Dirjen Dukcapil Kemendagri dan sistem informasi pajak kendaraan bermotor yang dikelola oleh tiap-tiap Bapenda Provinsi.

Hal ini diintegrasikan secara nasional sebagai sebuah sistem kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* atau *AI*) menggunakan aplikasi berjenis *mobile platform* untuk menyelenggarakan pelayanan kepada masyarakat secara digital sekaligus mengakomodir kepentingan berbagai pihak yang terkait (Bapenda, Jasa Raharja, dan Bank Pembangunan Daerah) tanpa mengabaikan fungsi pengawasan regident kepemilikan kendaraan yang menjadi salah satu tugas utama Polri. Sistem pada aplikasi Signal memungkinkan untuk dilakukannya verifikasi identitas pemilik ranmor dengan melakukan pencocokan wajah (*face matching*) pemilik kendaraan bermotor sesuai dengan data KTP elektronik di Kemendagri (*Samsat Digital*, 2023).

Aplikasi SIGNAL sudah mulai dirancang sejak tahun 2014, dengan kesadaran bahwa suatu saat penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi dalam sentra pelayanan publik tidak dapat lagi dihindari. Setelah melalui proses pengembangan dan penyempurnaan, aplikasi ini resmi diluncurkan pada tahun 2021 oleh Korlantas Polri sebagai bentuk transformasi digital dari layanan Samsat konvensional menuju sistem pelayanan yang lebih modern dan terintegrasi. Kehadiran aplikasi SIGNAL memudahkan para wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya tanpa harus mengantre di kantor Samsat, sehingga proses pembayaran pajak menjadi lebih efektif dan efisien. Selain itu, pembayaran dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, baik di dalam maupun di luar negeri, tidak terbatas pada jam operasional kantor, dan bahkan bisa dilakukan pada hari libur.

Namun dalam praktiknya masih terdapat wajib pajak khususnya di Provinsi Lampung yang masih belum memahami dan belum memanfaatkan keefektifan membayar pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi Signal. Masih banyak wajib pajak kendaraan bermotor yang belum mengerti tentang pengoperasian aplikasi Signal, mereka menganggap bahwa aplikasi Signal adalah aplikasi berbasis teknologi baru yang dilengkapi banyak fitur, beberapa fitur yang tersedia dalam

aplikasi SIGNAL antara lain adalah fitur registrasi data kendaraan dan data pribadi pengguna, verifikasi identitas melalui pengunggahan dokumen KTP dan STNK, notifikasi jatuh tempo pajak kendaraan, penghitungan nilai pajak yang harus dibayar, pembayaran pajak secara *daring* melalui mitra pembayaran (seperti bank atau dompet digital), serta pengiriman bukti pembayaran dalam bentuk *digital* atau elektronik. Di samping itu, terdapat pula fitur untuk menghubungkan lebih dari satu kendaraan dalam satu akun, yang memerlukan pemahaman teknis tertentu dari pengguna. Banyaknya fitur ini, meskipun dirancang untuk memberikan kemudahan dan kelengkapan layanan, justru dianggap sebagai hambatan oleh sebagian masyarakat, khususnya dari kalangan usia lanjut. Persepsi semacam ini umumnya ditemui pada kelompok usia “*Baby Boomers*”. Menurut Wilson (2019), kelompok ini sering kali dikategorikan sebagai individu yang relatif lambat dalam proses pembelajaran dan adaptasi terhadap teknologi baru. Hal ini dapat dilihat dari jumlah wajib pajak berdasarkan metode pembayaran dan potensi tahunan di Provinsi Lampung seperti yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Jumlah Wajib Pajak Berdasarkan Metode Pembayaran dan Potensi Tahunan di Provinsi Lampung

Wajib pajak yang datang langsung ke SAMSAT			Wajib pajak yang menggunakan aplikasi SIGNAL			Potensi Jumlah Wajib Pajak untuk melakukan Pembayaran Pajak per Tahun	
Tahun	Jumlah Pengguna	% dari Potensi	Tahun	Jumlah Pengguna	% dari Potensi	Tahun	Jumlah Pengguna
2022	100.331	87,6%	2022	13.524	11,80%	2022	114.543
2023	107.125	88,0%	2023	12.045	9,90%	2023	121.674
2024	115.576	85,10%	2024	17.087	12,60%	2024	135.756

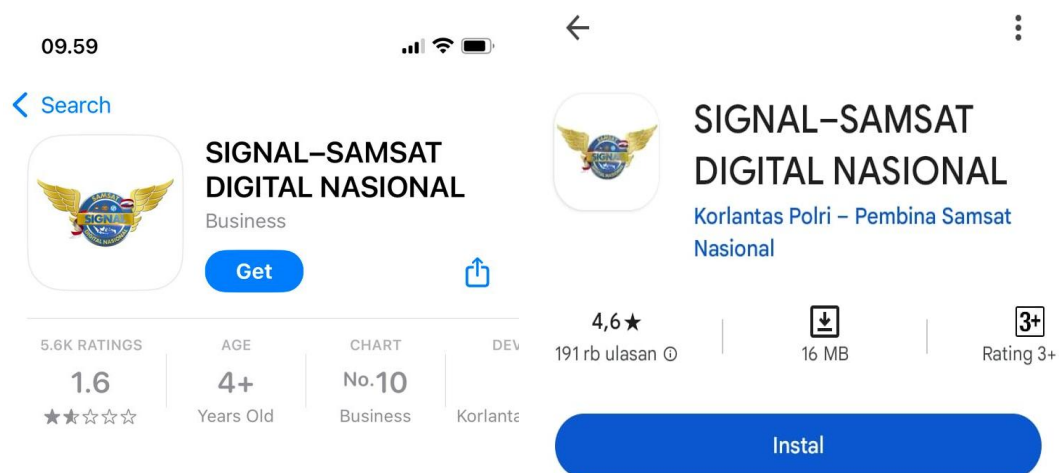
Sumber : Badan Pendapatan Daerah Lampung (2024)

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa potensi jumlah wajib pajak kendaraan bermotor di Provinsi Lampung mengalami tren peningkatan dari tahun ke tahun, yaitu dari 114.543 wajib pajak pada tahun 2022 menjadi 135.756 wajib pajak pada tahun 2024. Namun demikian, peningkatan tersebut tidak diiringi dengan pertumbuhan signifikan pada jumlah pengguna aplikasi SIGNAL sebagai media pembayaran pajak secara *daring*. Jumlah wajib pajak yang

menggunakan aplikasi SIGNAL hanya mencapai 13.524 orang pada tahun 2022 dan mengalami peningkatan yang relatif kecil menjadi 17.087 orang pada tahun 2024. Di sisi lain, jumlah wajib pajak yang masih memilih untuk datang langsung ke kantor SAMSAT justru mendominasi dan terus meningkat setiap tahunnya, yaitu dari 100.331 orang pada tahun 2022 menjadi 125.576 orang pada tahun 2024.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa tingkat adopsi aplikasi SIGNAL di Provinsi Lampung masih tergolong rendah meskipun potensi pengguna cukup besar dan infrastruktur teknologi telah tersedia. Aplikasi SIGNAL sejatinya dirancang untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor secara efisien tanpa harus datang ke kantor pelayanan. Namun, realisasi penggunaan aplikasi tersebut belum optimal.

Dengan demikian, fenomena ini menunjukkan adanya permasalahan penting yang perlu dikaji lebih dalam, terutama mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat wajib pajak untuk menggunakan aplikasi SIGNAL sebagai media pembayaran pajak kendaraan bermotor di Provinsi Lampung.



Gambar 1.1 Aplikasi SIGNAL di iOS dan Android

Aplikasi SIGNAL telah diunduh jutaan pengguna di *play store* dengan pemberian *rating* 4,6 dengan 191.000 ulasan dan di app store dengan pemberian *rating* 1,6 dengan 5.600 ulasan. *Rating* di bawah 4, menggambarkan bahwa masih banyak

nasabah yang menyatakan ketidakpuasannya terhadap aplikasi SIGNAL-Samsat Digital Nasional ini. Banyak nasabah yang mengeluhkan terkait manfaat dari aplikasi SIGNAL yang tidak mereka dapatkan karena sulitnya mengakses aplikasi SIGNAL. Fitur layanan yang tersedia juga sulit untuk diakses sehingga nasabah sering mengalami kegagalan transaksi. Hal ini menjadi fenomena baru dimana kekurangan yang ada pada aplikasi SIGNAL ini membuat Samsat harus terus melakukan evaluasi dan perbaikan guna meningkatkan kepuasan nasabah terhadap aplikasi SIGNAL.

Perbedaan yang signifikan antara *rating* aplikasi SIGNAL di *Play Store* dan *App Store* menunjukkan adanya masalah yang perlu segera diatasi. Banyak pengguna mengeluhkan kesulitan dalam mengakses fitur-fitur layanan dan sering mengalami kegagalan transaksi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa norma subjektif pengguna terhadap aplikasi SIGNAL masih rendah. Seperti yang telah disebutkan oleh Al Kurdi et al., (2021), norma subjektif adalah tingkat yang menggambarkan keyakinan seseorang terhadap penggunaan suatu sistem tertentu yang dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Norma- norma ini dipengaruhi oleh ekspektasi yang dirasakan orang lain bahwa seseorang akan berperilaku dengan cara tertentu; hal ini juga mencakup persepsi tekanan sosial untuk terlibat atau tidak melakukan perilaku tertentu (Wu & Song, 2021). Oleh karena itu, Samsat perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap aplikasi SIGNAL dan melakukan perbaikan yang berkelanjutan untuk meningkatkan kepuasan pengguna dan membentuk norma subjektif yang positif. Dengan demikian, aplikasi SIGNAL dapat benar-benar memberikan manfaat yang diharapkan dan mendorong adopsi layanan digital di sektor transportasi.

Dalam konteks adopsi teknologi, norma subjektif tidak hanya berperan dalam membentuk niat perilaku, tetapi juga dapat memengaruhi persepsi individu terhadap risiko dan keamanan. Ketika orang-orang penting di sekitar individu, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja, menunjukkan keyakinan bahwa suatu aplikasi aman untuk digunakan, maka individu tersebut cenderung menginternalisasi persepsi positif tersebut sebagai bagian dari keyakinannya sendiri. Dengan demikian, norma subjektif dapat menjadi determinan awal yang

turut membentuk persepsi keamanan terhadap suatu sistem digital. Hal ini sejalan dengan temuan Zhou (2011) yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial dapat meningkatkan keyakinan terhadap keamanan dalam penggunaan layanan perbankan digital.

Menurut Balapour et al., (2020) mendefinisikan persepsi keamanan dalam konteks aplikasi seluler sebagai persepsi tindakan penyedia aplikasi yang tepat untuk melindungi informasi bersama dari pelanggaran keamanan selama dan setelah transmisi melalui telepon seluler. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Balapour et al., (2020) di lapangan menemukan bahwa keamanan yang dirasakan merupakan faktor kunci yang mempengaruhi niat perilaku untuk menginstal aplikasi seluler, menggunakan fitur aplikasi seluler, dan kepuasan pelanggan terhadap aplikasi seluler. Secara khusus, Harris et al., (2016) menyimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap keamanan sangat penting untuk menghilangkan risiko yang terkait dengan penggunaan aplikasi.

Menurut Wilson et al., (2021) persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap suatu produk atau jasa, dimana mereka akan melakukan penilaian terhadap produk atau jasa tersebut mengenai seberapa mudah dan cepatnya mempelajari dan menggunakan produk atau jasa tersebut tanpa menemui kesulitan. Persepsi kemudahan penggunaan juga dapat diartikan sebagai penilaian masyarakat mengenai waktu dan tenaga yang diperlukan untuk mempelajari dan menggunakan suatu produk baru.

Menurut Balapour et al., (2020), persepsi keamanan merupakan fondasi kepercayaan pengguna terhadap suatu aplikasi. Namun, keamanan semata tidak cukup untuk menarik dan mempertahankan pengguna. Persepsi kemudahan penggunaan, seperti yang diteliti oleh (Wilson et al., 2021). Menurut Wilson et al., (2021) persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap suatu produk atau jasa, dimana mereka akan melakukan penilaian terhadap produk atau jasa tersebut mengenai seberapa mudah dan cepatnya mempelajari dan menggunakan produk atau jasa tersebut tanpa menemui kesulitan. Persepsi kemudahan penggunaan juga dapat diartikan sebagai penilaian

masyarakat mengenai waktu dan tenaga yang diperlukan untuk mempelajari dan menggunakan suatu produk baru.

Keduanya saling melengkapi, ketika pengguna merasa bahwa sebuah aplikasi tidak hanya aman tetapi juga mudah digunakan, mereka lebih cenderung untuk menginstal, menggunakan, dan merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain. Perpaduan antara keamanan dan kemudahan penggunaan menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan meningkatkan adopsi aplikasi.

Untuk mendorong adopsi yang lebih luas, aplikasi tidak hanya perlu mudah digunakan dan aman, tetapi juga harus memberikan manfaat yang jelas bagi pengguna. Persepsi manfaat yang telah dikenal luas sebagai variabel penting dalam studi tentang niat menggunakan suatu teknologi, didefinisikan oleh Davis et al., (2024) sebagai persepsi individu bahwa menggunakan teknologi baru akan meningkatkan atau meningkatkan kinerja mereka. Persepsi manfaat dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu aplikasi untuk membantu pekerjaan mereka menjadi lebih baik (Natasia et al., 2021). Persepsi manfaat yang dirasakan merupakan pendahuluan penting dari penerimaan pengguna terhadap teknologi (Davis et al., 2024).

Persepsi manfaat merupakan faktor penting yang mendorong pengguna untuk mengadopsi teknologi baru. Namun, manfaat semata tidak cukup untuk meyakinkan pengguna. Persepsi kepercayaan juga memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan pengguna. Pengguna cenderung lebih bersedia untuk mengadopsi sebuah aplikasi jika mereka percaya bahwa penyedia aplikasi akan melindungi data mereka dan memberikan layanan yang berkualitas. Berbagai penelitian yang dilakukan di bidang adopsi teknologi menyoroti pentingnya kepercayaan sebagai instrumen untuk meningkatkan hubungan pelanggan, dan meningkatkan kredibilitas serta persepsi keamanan sistem (Liébana-Cabanillas et al., 2018).

Persepsi kepercayaan merupakan komponen kunci dalam adopsi teknologi dan membantu pedagang membangun hubungan pelanggan yang kuat (An et al.,

2023). Kepercayaan yang dirasakan didefinisikan sebagai keadaan emosional yang mendorong seseorang untuk mempercayai orang lain, yang didasarkan pada perilaku memuaskan orang lain. Pedagang harus memahami berbagai inovasi teknologi, yang mungkin dianggap menguntungkan atau tidak, namun meningkatkan atau mengurangi kepercayaan terhadap sistem dan pada akhirnya memengaruhi niat untuk menggunakan suatu teknologi (Liébana-Cabanillas et al., 2018).

Seberapa besar niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Kemudahan penggunaan yang tinggi membuat teknologi terasa lebih ramah pengguna. Manfaat yang dirasakan membuat teknologi terasa berguna. Persepsi keamanan memberikan rasa aman saat menggunakan teknologi. Dukungan sosial atau norma subjektif mendorong seseorang untuk menggunakan teknologi karena teman atau orang terdekat juga menggunakannya. Kepercayaan pada teknologi itu sendiri, seperti reputasi pengembang atau keamanan data, juga sangat penting. Semakin banyak faktor positif yang dirasakan, semakin besar kemungkinan seseorang akan menggunakan teknologi tersebut secara teratur.

Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat bersama-sama telah terbukti mempunyai dampak yang signifikan terhadap niat masyarakat untuk mengadopsi suatu teknologi (Indra Riztyawan et al., 2023). Kedua faktor tersebut merupakan inti dari model penerimaan teknologi (TAM), yang pertama kali diutarakan oleh Davis et al., (2024), yang memperkirakan bahwa perilaku penggunaan ditentukan oleh niat untuk menggunakan suatu teknologi, yang pada gilirannya didorong oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan (Al-Suqri, 2014). Kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah “tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem” (Venkatesh & Davis, 2000). Penelitian ekstensif juga telah memberikan dukungan terhadap pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan suatu teknologi (Lin & Yu, 2023).

Dalam penelitian ini, model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjadi dasar teoritis dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan beberapa variabel

eksternal, yaitu *subjective norms* (SN), *perceived trust* (PT), dan *perceived security* (PS). Model *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku adopsi teknologi. Model ini menekankan dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU), sebagai determinan utama terhadap niat penggunaan suatu teknologi Davis et al., (2024). Meskipun model ini telah terbukti kuat dalam berbagai konteks, TAM klasik memiliki keterbatasan, terutama karena tidak mempertimbangkan faktor eksternal yang mungkin memengaruhi niat pengguna dalam konteks dunia nyata yang lebih kompleks. Penambahan ini dilakukan untuk mengatasi keterbatasan model TAM klasik yang hanya mengandalkan dua konstruk utama, yakni *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU), dalam menjelaskan niat penggunaan teknologi (Türker et al., 2022).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Türker et al., (2022) menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi pengguna terhadap kode QR MPS, berdasarkan data yang diperoleh dari 485 pengguna di Turki. Berdasarkan hasil penelitian, *perceived usefulness*, *perceived trust*, dan *perceived compatibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*, sedangkan *perceived security* berpengaruh negatif dan signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prediktor *intention to use* yang paling kuat adalah *perceived trust*. Kepercayaan dianggap sebagai kebutuhan penting dibandingkan keunggulan komparatif di MPS, terutama ketika risiko keuangan tinggi (Türker et al., 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Türker et al., (2022) menyatakan bahwa *perceived ease of use* (PEOU) tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* (IU) menunjukkan adanya penyimpangan dari pola yang umum ditemukan dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) klasik. Ketidaksignifikanan hubungan antara PEOU dan IU dalam studi ini dapat mengindikasikan bahwa teknologi QR code telah mencapai tingkat kemudahan yang begitu tinggi sehingga aspek kemudahan tidak lagi menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan pengguna. Dengan kata lain, pengguna mungkin sudah menganggap teknologi ini sebagai sesuatu yang intuitif dan tidak lagi membutuhkan pertimbangan khusus terkait tingkat kemudahan penggunaannya. Oleh karena itu,

diperlukan penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi fenomena ini lebih dalam, khususnya dengan fokus pada teknologi baru yang belum familiar bagi masyarakat atau pada kelompok demografis tertentu, seperti pengguna usia lanjut. Studi tersebut berpotensi mengungkap dinamika baru dalam peran PEOU dalam model adopsi teknologi, khususnya dalam konteks perubahan generasi digital dan tingkat keterpaparan teknologi yang semakin merata.

Meskipun *Technology Acceptance Model* (TAM) telah digunakan secara luas untuk menjelaskan adopsi teknologi, model ini belum sepenuhnya mampu menangkap kompleksitas perilaku pengguna terhadap sistem pembayaran digital, khususnya yang berbasis QR code seperti mobile payment systems (MPS). Penelitian oleh Türker et al. (2022) menunjukkan bahwa konstruk *perceived ease of use* (PEOU) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention to use* (IU). Temuan ini berlawanan dengan asumsi dasar dalam TAM, yang menganggap kemudahan penggunaan sebagai faktor utama dalam membentuk niat untuk menggunakan teknologi. Selain itu, faktor *subjective norms* (SN) yang biasanya diasumsikan memengaruhi keputusan pengguna, juga tidak menunjukkan pengaruh yang berarti dalam konteks penelitian tersebut. Kondisi ini mengisyaratkan bahwa hubungan antara variabel dalam model penerimaan teknologi dapat bersifat kontekstual, bergantung pada faktor seperti jenis teknologi, dan karakteristik pengguna. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih menyeluruh dan kontekstual dalam mengembangkan model yang dapat menjelaskan secara akurat perilaku adopsi teknologi digital.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah banyak meneliti tentang aplikasi *payment*, *mobile banking*, berbeda dengan penelitian lain, penelitian ini akan membahas aplikasi SIGNAL sebagai aplikasi pembayaran pajak kendaraan bermotor. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis secara empiris dampak persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan aplikasi SIGNAL. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui apakah *subjective norms* dan persepsi keamanan dapat memediasi pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kepercayaan terhadap niat menggunakan aplikasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menganggap penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “***Niat Wajib Pajak untuk Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Aplikasi SIGNAL***”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut

1. Apakah *subjective norms* berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat aplikasi SIGNAL?
2. Apakah *subjective norms* berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan aplikasi SIGNAL?
3. Apakah persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan aplikasi SIGNAL?
4. Apakah persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kepercayaan aplikasi SIGNAL?
5. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan aplikasi SIGNAL?
6. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat aplikasi SIGNAL?
7. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan aplikasi SIGNAL?
8. Apakah Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan aplikasi SIGNAL?
9. Apakah Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan aplikasi SIGNAL?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui ada pengaruh signifikan *subjective norms* terhadap persepsi manfaat aplikasi SIGNAL
2. Mengetahui ada pengaruh signifikan *subjective norms* terhadap persepsi kemudahan aplikasi SIGNAL

3. Mengetahui ada pengaruh signifikan persepsi keamanan terhadap persepsi kemudahan penggunaan aplikasi SIGNAL
4. Mengetahui ada pengaruh signifikan persepsi keamanan terhadap persepsi kepercayaan aplikasi SIGNAL
5. Mengetahui ada pengaruh signifikan persepsi kepercayaan terhadap persepsi kemudahan penggunaan aplikasi SIGNAL
6. Mengetahui ada pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat aplikasi SIGNAL
7. Mengetahui ada pengaruh signifikan persepsi kepercayaan terhadap niat menggunakan aplikasi SIGNAL
8. Mengetahui ada pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan aplikasi SIGNAL
9. Mengetahui ada pengaruh signifikan persepsi manfaat terhadap niat menggunakan aplikasi SIGNAL

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai, baik secara teoritis maupun secara praktis yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi SIGNAL terhadap niat wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor

1. Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran khususnya pada pembahasan model TAM dan juga dapat dijadikan sebagai acuan ataupun informasi berguna bagi semua pihak yang ingin mengadakan penelitian serupa.

2. Aspek Praktis

Sebagai bahan masukan bagi para pelaku bisnis mengenai kontribusi model TAM.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan inti dari sebuah usaha. Pemasaran terdiri dari kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tindakan menciptakan guna atau manfaat karena tempat, waktu, dan kepemilikan. Pengertian pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016) merupakan kegiatan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial.

Menurut Purba dan Limakrisna (2017:4), pemasaran merupakan salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi mencakup dalam penentuan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun serta mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dengan lingkungan yang dinamis. Salah satu definisi yang singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Menurut Laksana, (2019 :1) pemasaran merupakan bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa.

Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Pemasaran berarti menentukan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran adalah kunci kesuksesan sebuah perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016) tugas pemasaran bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk produk, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang digunakan untuk merencanakan, menentukan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli.

2.2 Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) menurut Ali dan Warraich (2024) sebagai kerangka teoretis yang dirancang untuk memahami perilaku pengguna dalam menerima teknologi, khususnya di konteks perpustakaan digital dan aplikasi perpustakaan mobile. TAM menekankan dua elemen inti: *perceived usefulness* (PU), yaitu keyakinan bahwa teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna, dan *perceived ease of use* (PEOU), yaitu persepsi bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Model ini juga mengintegrasikan variabel eksternal, seperti kualitas informasi dan kualitas sistem, untuk mengkaji dampaknya terhadap PU dan PEOU.

Menurut Davis et al., (2024) TAM adalah sebuah model yang digunakan untuk memahami dan memprediksi seberapa besar pengguna akan menerima dan menggunakan suatu teknologi baru. Model ini berargumen bahwa persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi pengguna terhadap kegunaan (*perceived usefulness*) dari suatu teknologi akan sangat mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut.

Dalam beberapa tahun terakhir, beberapa penelitian telah dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang mendorong konsumen mengadopsi teknologi baru (Davis et al., 2024). TAM muncul sebagai model yang memprediksi dan menjelaskan adopsi teknologi informasi di tempat kerja (Davis et al., 2024). TAM mengusulkan bahwa penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi baru

ditentukan oleh niatnya untuk menggunakannya, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan (Davis et al., 2024). Kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai “sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya di tempat kerja” (Davis et al., 2024). Kemudahan penggunaan mempengaruhi perilaku pengguna teknologi, secara langsung dan tidak langsung, melalui persepsi kegunaannya dan didefinisikan oleh Davis et al., (2024) sebagai “sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi sistem tertentu akan mudah.”

2.2.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan adalah konsep yang merujuk pada keyakinan individu mengenai seberapa mudah suatu sistem atau layanan dapat digunakan. Dalam konteks teknologi informasi dan komunikasi, persepsi ini sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut (Tahar et al., 2020).

Menurut Türker et al., (2022) kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) secara umum merujuk pada keyakinan seseorang mengenai tingkat kesulitan dalam menggunakan teknologi tertentu. Kemudahan penggunaan dapat dijelaskan sebagai persepsi konsumen terhadap kompleksitas teknologi baru. Teknologi yang mudah digunakan akan lebih meningkatkan keinginan pengguna untuk mengadopsinya.

Dalam konteks model penerimaan teknologi (TAM), kemudahan penggunaan yang dirasakan atau *perceived ease of use* didefinisikan oleh Davis et al., (2024) sebagai derajat di mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu akan bebas dari usaha (Ferreira et al., 2023). Ini merujuk pada persepsi pengguna mengenai tingkat kesulitan atau kemudahan dalam mengoperasikan suatu teknologi atau aplikasi baru.

Konsep ini sering dikaitkan dengan penerimaan teknologi, yang menunjukkan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinannya untuk diterima dan digunakan oleh individu (Ferreira et al., 2023)

2.2.2. Persepsi Manfaat

Menurut Ferreira et al., (2023) persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Konsep ini sangat mempengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Türker et al., (2022) persepsi manfaat (*perceived usefulness*) secara umum merujuk pada tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja mereka. Artinya, seseorang akan lebih menerima teknologi jika mereka merasakan bahwa penggunaan teknologi tersebut bermanfaat dan mampu membantu mereka mencapai tujuan yang diinginkan

Persepsi manfaat secara umum didefinisikan sebagai kemungkinan subyektif pengguna bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerja mereka dalam konteks organisasi (Davis et al., 2024). Persepsi ini juga sering dianggap sebagai keuntungan relatif yang dirasakan, yang menunjukkan sejauh mana suatu inovasi dipandang lebih baik daripada pendahulunya (Liébana-Cabanillas et al., 2020)

2.3 Subjective Norms

Subjective norms didefinisikan sebagai sejauh mana individu merasakan bahwa orang-orang yang penting bagi mereka percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu atau mengambil tindakan tertentu. Konsep ini menyoroti pengaruh lingkungan sosial terhadap adopsi teknologi, di mana individu sering kali berinteraksi dengan lingkungan sosial mereka melalui konsultasi dan perbandingan selama proses adopsi inovasi. Tujuan utamanya adalah untuk mengurangi kecemasan akibat ketidakpastian dalam menerima inovasi (Türker et al., 2022).

Menurut Kong et al., (2024) *subjective norms* secara umum didefinisikan sebagai keyakinan individu mengenai sejauh mana orang-orang penting di sekitarnya (misalnya, rekan kerja, pemimpin, atau masyarakat) mendukung penggunaan teknologi tertentu. Dengan kata lain, *subjective norms* merepresentasikan pengaruh sosial yang memengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi teknologi. Pengaruh ini bisa berasal dari ekspektasi sosial, tekanan kelompok, atau pesan dari media yang relevan.

Menurut Rejali et al., (2024) subjective norms (norma subjektif) adalah pengaruh opini dan keyakinan orang-orang penting terhadap sikap, persepsi, dan perilaku individu. Norma subjektif memengaruhi niat perilaku dengan memberikan tekanan sosial untuk menyesuaikan diri dengan harapan atau pandangan pihak-pihak signifikan, seperti keluarga, teman, rekan kerja, atau media. (norma subjektif) didefinisikan sebagai pengaruh opini dan keyakinan orang-orang penting terhadap sikap, persepsi, dan perilaku individu. Norma subjektif memengaruhi niat perilaku dengan memberikan tekanan sosial untuk menyesuaikan diri dengan harapan atau pandangan pihak-pihak signifikan, seperti keluarga, teman, rekan kerja, atau media.

2.4 Persepsi Keamanan

Menurut Almaiah et al., (2023) secara umum, persepsi keamanan dapat didefinisikan sebagai keyakinan pengguna mengenai seberapa aman suatu sistem atau layanan dari ancaman dan risiko yang mungkin terjadi. Persepsi ini tidak hanya bergantung pada fitur keamanan yang ada, tetapi juga pada pengalaman pengguna, reputasi penyedia layanan, serta informasi yang diterima oleh pengguna mengenai keamanan layanan tersebut.

Persepsi ini tidak hanya dipengaruhi oleh fitur keamanan yang ada, tetapi juga oleh pengalaman pengguna sebelumnya, reputasi penyedia layanan, serta informasi yang mereka terima dari berbagai sumber. Dengan kata lain, persepsi keamanan mencakup aspek psikologis yang memengaruhi kepercayaan pengguna terhadap kemampuan sistem dalam melindungi data dan transaksi mereka dari ancaman atau risiko yang mungkin terjadi (Tahar et al., 2020).

Pentingnya persepsi keamanan terletak pada dampaknya terhadap keputusan pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan layanan tersebut. Jika pengguna merasa bahwa suatu layanan tidak aman, mereka cenderung enggan untuk menggunakannya, meskipun secara teknis layanan tersebut memiliki fitur keamanan yang memadai. Oleh karena itu, membangun persepsi keamanan yang positif adalah kunci untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap layanan yang ditawarkan (Tahar et al., 2020).

2.5 Persepsi Kepercayaan

Persepsi kepercayaan merupakan keyakinan subjektif bagi pihak-pihak yang mengambil sikap terhadap syarat dan kewajiban. Dalam bidang transaksi keuangan, di mana pengguna lebih rentan terhadap risiko yang timbul dari ketidakpastian dan kurangnya kontrol, kepercayaan menjadi relevan (Sihombing et al., 2024). Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai penilaian pelanggan mengenai integritas dan kejujuran perusahaan, dan berkaitan dengan persepsi dan keyakinan pelanggan bahwa perusahaan tidak akan mengecewakan mereka dan akan bekerja keras untuk memenuhi kepentingan mereka (Wilson et al., 2021).

2.6 Niat Menggunakan

Menurut Ferreira et al., (2023) niat menggunakan (*intention to use*) adalah refleksi dari keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu. Ini melibatkan keputusan individu untuk mengadopsi atau menerapkan teknologi berdasarkan faktor-faktor seperti persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan.

Niat menggunakan merupakan keinginan atau kecenderungan seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu. Ini didasarkan pada keyakinan bahwa teknologi tersebut akan memberikan manfaat atau memudahkan pengguna dalam pekerjaannya, yang kemudian mempengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Türker et al., 2023).

Menurut Liébana-Cabanillas et al., (2020) niat menggunakan (*intention to use*) merujuk pada keinginan pengguna untuk mengadopsi atau menggunakan suatu sistem atau layanan berdasarkan persepsi mereka terhadap manfaat atau kegunaan sistem tersebut. Pengguna yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kinerja sistem cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan sistem tersebut di masa mendatang.

2.8.1 Tinjauan Literatur

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Cansu Türker, Burak Can Altay , Abdullah Okumus (2022). <i>Technological Forecasting & Social Change</i> Vol. 184 <i>Publisher : Elsevier Ltd.</i> Scopus : Q1	<i>Understanding user acceptance of QR code mobile payment systems in Turkey: An extended TAM</i>	1. <i>Intention to use</i> 2. <i>Perceived Usefulness</i> 3. <i>Perceived ease of use</i> 4. <i>Perceived Trust</i> 5. <i>Subjective Norms</i> 6. <i>Perceived Compatibility</i> 7. <i>Perceived security</i>	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa PS (Perceived Security), SN (Social Norm), dan PC (Perceived Cost) berpengaruh positif dan signifikan terhadap PT (Perceived Trust). Penelitian ini juga menemukan bahwa PS adalah prediktor terkuat dari PT, menunjukkan bahwa sistem pembayaran mobile QR code harus bebas dari celah keamanan yang serius untuk memastikan kepercayaan konsumen pada sistem tersebut. Selain itu, model yang diusulkan dalam penelitian ini menjelaskan 65% varians dalam niat untuk menggunakan QR code MPS, yang menunjukkan kekuatan eksplanatori dan prediktif yang lebih kuat dibandingkan dengan studi-studi sebelumnya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu(Lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
2	Andreia Ferreira, Graca Miranda Silva, Alvaro Lopes Dias (2021) <i>International Journal of Quality & Reliability Management</i> Vol.40 No.2 pp. 455-477 Publisher : Emerald Group Publishing Ltd. Scopus : Q2	<i>Determinants of continuance intention to use mobile self-scanning applications in retail</i>	1. <i>Technology Readiness</i> 2. <i>Perceived ease of use</i> 3. <i>Perceived usefulness</i> 4. <i>Satisfaction</i> 5. <i>Continuance Intention</i> 6. <i>Perceived Quality</i> 7. <i>Need for Interaction</i>	Penelitian ini menemukan bahwa <i>perceived usefulness</i> (persepsi manfaat), <i>perceived quality</i> (persepsi kualitas), <i>satisfaction</i> (kepuasan), dan <i>technology readiness</i> (kesiapan teknologi) memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>continuance intention</i> (niat untuk melanjutkan penggunaan). Penelitian ini juga menemukan bahwa <i>need for interaction</i> (kebutuhan akan interaksi) memiliki efek negatif terhadap <i>technology readiness</i>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived ease of use</i> (kemudahan penggunaan) dan <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif terhadap <i>satisfaction</i> dan <i>continuance intention</i>. Meskipun <i>perceived quality</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>satisfaction</i>, tidak ditemukan pengaruh signifikan terhadap <i>continuance intention</i>.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu(Lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
3	Francisco Liebana-Cabanillas, Arnold Japutra, Sebastian Molinillo, Nidhi Singh, Neena Sinha (2020) <i>Telecommunications Policy</i> , Vol. 44 No9, pp 102009 <i>Publisher : ElsevierLtd. Scopus : Q1</i>	<i>Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India</i>	1. Innovative ness 2. Stress 3. Perceived ease of use 4. Perceived satisfactio n 5. Perceived usefulness 6. Perceived Risk 7. Perceived Trust 8. Intentions to use	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi, kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepuasan, risiko, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pengguna untuk menggunakan layanan pembayaran mobile. Semua hubungan yang diusulkan didukung dan arahnya sesuai dengan yang diharapkan.
4	Anh Tho To, Thi Hong Minh Trinh (2021) <i>Cogent Business & Management</i> , Vol. 8 No1 <i>Publisher : Cogent OA Scopus : Q2</i>	<i>Understanding behavioral intention to use mobile wallets in vietnam: Extending the tam model with trust and enjoymen t</i>	1. Trust 2. Enjoyment 3. Perceived usefulness 4. Perceived ease of use 5. Behavioral Intention	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kesenangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan dompet mobile (M-wallets), sedangkan kepercayaan tidak menunjukkan efek langsung.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu(Lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
5	Enas Ali Theeb AlNawafleh, Ghaith Abdulraheem Ali Alsheikh, Shehadeh Mofleh Al- Gharaibeh, Khaled M. K. Alhyasat, Khaled Bany Hamdan (2023). <i>International Journal OF eBusiness and eGovernment Studies</i> Vol. 15 No. 1 pp. 47- 67 Publisher : Social Sciences Research Society Scopus : Q3	<i>Extensio n Of Intention s To Use Booking Mobile Apps With Service Quality And Custome r Satisfacti on: Insights From Jordania n Hotels</i>	1. <i>Service Quality</i> 2. <i>Perceived Usefulnes s</i> 3. <i>Perceived ease of use</i> 4. <i>Customer Satisfactio n Intention to use</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dari aplikasi pemesanan hotel di Yordania memiliki efek positif langsung terhadap persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan oleh pelanggan. Selanjutnya, persepsi kegunaan ini berdampak pada kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi niat mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut di masa depan.

2.7 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

2.7.1. Pengaruh *Subjective Norms* terhadap persepsi manfaat

Menurut Türker et al., (2022) norma subjektif dapat dideskripsikan sebagai tingkat persepsi individu bahwa orang-orang yang penting bagi mereka percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu. Penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa hasil penelitian sebelumnya melaporkan dampak signifikan dari manfaat yang dirasakan terhadap niat untuk menggunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Türker et al., (2022) menemukan bahwa norma subjektif memiliki efek positif pada manfaat yang dirasakan. Hal ini menunjukkan bahwa jika individu merasa bahwa orang-orang yang penting bagi mereka percaya bahwa mereka harus menggunakan sistem pembayaran seluler kode QR, mereka akan menganggap sistem ini lebih bermanfaat. Namun, penelitian tersebut tidak memberikan hubungan

langsung antara norma subjektif dan manfaat yang dirasakan. Pengaruh norma subjektif terhadap manfaat yang dirasakan dapat bervariasi tergantung pada konteks dan teknologi spesifik yang dipertimbangkan. Penelitian lebih lanjut mungkin diperlukan untuk memahami hubungan ini sepenuhnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Winarno et al., (2021), norma subjektif memiliki pengaruh positif terhadap persepsi manfaat aplikasi OVO. Norma subjektif merujuk pada pemikiran manusia tentang apakah akan melakukan sesuatu atau tidak. Dalam konteks ini, norma subjektif merupakan persepsi atau pandangan seseorang terhadap keyakinan orang lain yang akan memengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif berperan penting dalam meningkatkan minat perilaku penggunaan aplikasi OVO untuk transaksi elektronik. Peran tersebut semakin tinggi dengan menunjukkan koefisien jalur melalui persepsi manfaat yang lebih tinggi dibandingkan variabel eksternal lainnya, seperti efikasi diri dan persepsi kenikmatan (Winarno et al., 2021).

Dengan kata lain, semakin tinggi norma subjektif maka akan semakin meningkatkan persepsi manfaat aplikasi OVO. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi OVO meyakini dan memberikan informasi kepada orang lain untuk menggunakan OVO, sehingga diharapkan orang lain dapat memperoleh manfaat dari penggunaan OVO. Norma Subjektif dan Manfaat yang Dirasakan Pengguna Aplikasi OVO

Hasil uji hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan pengguna aplikasi OVO. Hasil perhitungan Structural Equation Modeling (SEM) memiliki koefisien jalur yang baik yaitu sebesar 1,724 dengan CR sebesar 2,796 dengan tingkat signifikansi $0,005 < 0,05$. Pengaruh yang ditunjukkan oleh koefisien regresi tersebut bernilai positif yang artinya semakin tinggi norma subjektif maka akan meningkatkan manfaat yang dirasakan pengguna aplikasi OVO. Berdasarkan hasil tersebut maka H1 diterima Winarno et al., (2021) Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H1. *Subjective Norms* memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat

2.7.2 Pengaruh *Subjective Norms* terhadap persepsi kemudahan penggunaan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan media sosial untuk tujuan pendidikan. Dalam konteks ini, norma subjektif dapat memengaruhi sejauh mana mahasiswa merasa bahwa penggunaan media sosial untuk tujuan pendidikan itu mudah dan bermanfaat (Al Kurdi et al., 2021).

Menurut penelitian Al Kurdi et al., (2021) bahwa norma subjektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan media sosial untuk tujuan pendidikan. Dengan kata lain, jika mahasiswa merasa bahwa orang penting bagi mereka mendukung penggunaan media sosial untuk tujuan pendidikan, mereka cenderung merasa bahwa media sosial mudah digunakan dan bermanfaat untuk tujuan pendidikan.

Berdasarkan penelitian Al Kurdi et al., (2021) kesenjangan penelitian yang teridentifikasi adalah kurangnya eksplorasi komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan aplikasi media sosial untuk tujuan pendidikan.

Selain itu, penelitian empiris yang dilakukan terhadap metode pembelajaran ini dan penerapannya di lembaga-lembaga yang berbasis di UEA masih kurang dalam hal penerimaan media sosial. Hal ini ditambah dengan kurangnya pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan metode pembelajaran asinkron ini oleh siswa. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengembangkan model konseptual, yang berasal dari *Technology Acceptance Model* (TAM), untuk mengetahui penerimaan media sosial dalam pendidikan oleh siswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan yang teridentifikasi dengan memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan media sosial untuk tujuan pendidikan.

Norma subjektif mengacu pada tingkat di mana individu menganggap bahwa orang-orang yang penting bagi mereka percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada keyakinan pada tingkat kesulitan dalam menggunakan teknologi tertentu. Studi ini menemukan efek positif yang signifikan dari norma subjektif

terhadap kemudahan penggunaan yang dirasakan. Ini menunjukkan bahwa jika individu menganggap suatu sistem direkomendasikan oleh lingkungan sosial mereka, mereka akan cenderung menganggap penggunaan sistem tersebut lebih mudah dan tidak terlalu rumit (Türker et al., 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Türker et al., (2022) tidak secara eksplisit menyebutkan kesenjangan penelitian apa pun yang terkait dengan pengaruh norma subjektif terhadap kemudahan penggunaan yang dirasakan. Tidak memberikan informasi apakah hubungan ini kurang dieksplorasi atau diabaikan dalam penelitian sebelumnya, yang mengindikasikan adanya kesenjangan penelitian. Penelitian masa depan berpotensi mengeksplorasi hubungan antara norma subjektif dan persepsi kemudahan penggunaan secara lebih mendalam atau dalam konteks yang berbeda. Hal ini dapat membantu mengisi kesenjangan penelitian potensial dan berkontribusi pada pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H2. *Subjective Norms* memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan

2.7.3 Pengaruh persepsi keamanan terhadap persepsi kemudahan penggunaan

Persepsi keamanan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan suatu sistem atau layanan. Penelitian yang dilakukan oleh Türker et al., (2022) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Semakin tinggi persepsi konsumen terhadap keamanan suatu sistem atau layanan, maka semakin tinggi pula persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan sistem atau layanan tersebut. Persepsi keamanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga mereka merasa lebih mudah dalam menggunakan sistem atau layanan. Hal ini dikarenakan konsumen yang merasa aman dalam menggunakan suatu sistem atau layanan cenderung akan merasa lebih mudah dalam menggunakannya. Persepsi keamanan yang baik dapat mengurangi kekhawatiran konsumen, sehingga mereka merasa lebih nyaman dan mudah dalam menggunakan sistem atau layanan tersebut (Türker et al., 2022).

Perceived security atau persepsi keamanan adalah keyakinan pengguna bahwa sistem atau aplikasi yang mereka gunakan aman dari ancaman, seperti pencurian data atau penipuan. Hal ini sangat penting dalam konteks teknologi informasi, terutama ketika pengguna berinteraksi dengan aplikasi yang mengelola data pribadi atau transaksi keuangan (Tahar et al., 2020).

Ketika pengguna merasa bahwa suatu aplikasi aman, mereka cenderung lebih nyaman dan percaya diri dalam menggunakannya. Persepsi keamanan yang tinggi dapat mengurangi kecemasan yang sering kali muncul saat menggunakan teknologi baru. Jika pengguna yakin bahwa data mereka dilindungi dengan baik, mereka akan lebih mudah untuk menjelajahi fitur-fitur aplikasi tanpa merasa khawatir akan risiko keamanan. Ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara persepsi keamanan dan kemudahan penggunaan (Tahar et al., 2020).

Sebaliknya, jika pengguna merasa bahwa aplikasi tidak aman, mereka mungkin akan mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Ketidakpastian dan kekhawatiran dapat mengganggu pengalaman pengguna, sehingga mereka merasa aplikasi tersebut sulit digunakan. Dalam banyak kasus, persepsi keamanan yang rendah dapat menghambat adopsi teknologi, karena pengguna enggan untuk mencoba atau menggunakan aplikasi yang mereka anggap berisiko.

Penelitian yang dilakukan oleh Tahar et al., (2020) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dapat meningkat ketika pengguna memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan aplikasi. Ketika pengguna merasa aman, mereka lebih mungkin untuk menganggap aplikasi tersebut mudah digunakan. Hal ini menciptakan siklus positif di mana keamanan yang dirasakan meningkatkan kemudahan penggunaan, dan kemudahan penggunaan pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap keamanan aplikasi. Studi ini bersifat *cross-sectional*, sementara hubungan antara persepsi keamanan dan kemudahan penggunaan bisa berubah seiring waktu dengan peningkatan pengalaman pengguna. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan adalah :

H3. Persepsi keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

2.7.4 Persepsi keamanan terhadap persepsi kepercayaan

Persepsi keamanan sering kali menjadi faktor kunci yang membentuk kepercayaan pengguna terhadap suatu sistem atau layanan, terutama dalam konteks transaksi online. Ketika pengguna merasa bahwa sistem yang mereka gunakan aman, mereka cenderung lebih percaya untuk melakukan transaksi atau berbagi informasi pribadi. Hal ini disebabkan oleh keyakinan bahwa data mereka akan dilindungi dari ancaman seperti pencurian identitas atau penipuan (Tahar et al., 2020).

Persepsi keamanan tidak hanya mencakup perlindungan data, tetapi juga mencakup aspek privasi. Ketika pengguna merasa bahwa privasi mereka terjaga, ini dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap platform tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara persepsi keamanan dan privasi dengan kepuasan dan kepercayaan konsumen dalam transaksi online.

Dalam penelitian ini, dijelaskan bahwa sistem *e-Filing* menyediakan mekanisme perlindungan data seperti penggunaan nama pengguna dan kata sandi unik untuk memastikan privasi pengguna. Ini menjadi dasar bagi pengguna untuk merasa percaya bahwa sistem dapat melindungi data mereka dari akses yang tidak sah. Penelitian sebelumnya juga mendukung gagasan bahwa semakin tinggi persepsi keamanan, semakin besar kepercayaan dan intensi untuk menggunakan teknologi (Tahar et al., 2020).

Menurut Türker et al., (2022) pengaruh persepsi keamanan terhadap persepsi kepercayaan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai hubungan yang signifikan dan positif. Penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan (PS) memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap persepsi kepercayaan (PT), dengan koefisien jalur standar sebesar 0,53. Artinya, semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna terhadap sistem pembayaran menggunakan kode QR, semakin besar kepercayaan mereka terhadap sistem tersebut.

Hal ini mencerminkan bahwa keamanan adalah faktor fundamental dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap sistem pembayaran mobile, terutama dalam konteks berbagi data sensitif seperti informasi kartu kredit dan rekening

bank. Pengelolaan risiko dan perlindungan data yang efektif dianggap krusial untuk memperkuat persepsi keamanan dan meningkatkan tingkat kepercayaan pengguna (Türker et al., 2022).

Namun pengguna cenderung menghindari sistem yang dianggap memiliki risiko tinggi. Oleh karena itu, jika persepsi keamanan rendah, kepercayaan terhadap sistem juga menurun, sehingga berdampak negatif pada penggunaan. Hubungan antara persepsi keamanan dan persepsi kepercayaan mungkin dipengaruhi oleh faktor eksternal pengalaman negatif pengguna sebelumnya. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan adalah :

H4. Persepsi keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kepercayaan

2.7.5 Persepsi kepercayaan terhadap persepsi kemudahan penggunaan

Dalam penelitian ini, persepsi kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Hal ini ditunjukkan dengan hipotesis terkait hubungan antara persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna merasa percaya pada sistem pembayaran berbasis QR *code*, hal ini tidak secara langsung memengaruhi persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan sistem tersebut. Pengguna mungkin memisahkan dimensi kepercayaan dan kemudahan penggunaan, di mana kemudahan sistem lebih terkait dengan desain antarmuka dan pengalaman pengguna (*user experience*) daripada kepercayaan terhadap penyedia teknologi.

Dalam penelitian Türker et al., (2022) tidak adanya pengaruh signifikan ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan, terutama dalam konteks teknologi baru. Hal ini bisa jadi dikarenakan karakteristik spesifik dari teknologi pembayaran berbasis QR *code*, di mana kemudahan penggunaan lebih dipengaruhi oleh faktor desain sistem dibandingkan kepercayaan pada penyedia layanan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H5. Persepsi kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan

2.7.6 Persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Türker et al., (2022), persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat. Artinya, semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna akan merasa bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat bagi mereka.

Kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana pengguna merasa bahwa sistem pembayaran berbasis QR *code* ini sederhana, mudah dimengerti, dan tidak memerlukan usaha yang besar untuk digunakan. Ketika pengguna menemukan bahwa teknologi ini mudah digunakan, mereka cenderung melihatnya sebagai sesuatu yang meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam melakukan transaksi (Türker et al., 2022). Hal ini menguatkan gagasan bahwa pengalaman pengguna yang baik, terutama dari segi kemudahan, dapat meningkatkan persepsi positif terhadap manfaat sistem tersebut.

Dari perspektif teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, hubungan ini sangat logis. Dalam TAM, kemudahan penggunaan dianggap sebagai salah satu determinan utama dari persepsi manfaat. Ketika suatu sistem teknologi dirasa mudah dipelajari dan diterapkan, pengguna akan lebih percaya bahwa sistem tersebut dapat membantu menyelesaikan tugas mereka dengan lebih efisien dan efektif (Türker et al., 2022). Penelitian ini fokus pada sistem pembayaran berbasis QR *code*. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H6. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat

2.7.7 Persepsi kepercayaan terhadap niat menggunakan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Türker et al., (2022), persepsi kepercayaan (*perceived trust*) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan (*intention to use*) sistem pembayaran QR *code mobile payment*. Persepsi

kepercayaan mencerminkan keyakinan bahwa penyedia teknologi bertindak sesuai dengan harapan konsumen. Penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan adalah faktor penentu paling penting dari niat menggunakan, dengan efek standar sebesar 0,33.

Kepercayaan sangat penting dalam lingkungan *e-commerce* yang melibatkan ketidakpastian dan kurangnya interaksi manusia langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa membangun kepercayaan pengguna menjadi prioritas utama bagi penyedia layanan pembayaran QR code. Hal ini dapat dicapai dengan memastikan keamanan sistem dan mengurangi risiko yang dirasakan oleh pengguna dalam transaksi finansial Türker et al., (2022).

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa persepsi kepercayaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap niat menggunakan QR code mobile payment, dengan efek standar sebesar 0,33. Hasil ini berbeda dari beberapa penelitian sebelumnya yang tidak selalu menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan dari persepsi kepercayaan terhadap niat menggunakan dalam adopsi teknologi serupa. Oleh sebab itu diperlukan penelitian untuk mengetahui apakah persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H7. Persepsi kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan

2.7.8 Persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tahar et al., (2020) menemukan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan secara positif memengaruhi niat untuk menggunakan *e-Filing*. Namun, bertentangan dengan hipotesis para peneliti, kegunaan yang dirasakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan *e-Filing*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kemudahan penggunaan sistem *e-Filing* merupakan faktor penting dalam niat wajib pajak untuk menggunakannya, kegunaan yang dirasakan tidak secara signifikan memengaruhi niat ini.

Dalam penelitian Türker et al., (2022), ditemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) tidak memiliki pengaruh langsung yang

signifikan terhadap niat menggunakan (*intention to use*) QR code mobile payment. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pengguna merasakan bahwa sistem QR code mobile payment mudah digunakan, hal ini tidak secara langsung mendorong mereka untuk berniat menggunakannya. Hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan niat menggunakan memiliki koefisien yang rendah dan tidak signifikan secara statistik. Ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak selalu menjadi faktor utama dalam memengaruhi niat untuk menggunakan teknologi pembayaran ini.

Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Venkatesh & Davis (2000) dalam, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu prediktor utama niat menggunakan, baik secara langsung maupun melalui persepsi manfaat. Dalam penelitian ini, mayoritas responden adalah pengguna muda dengan pendidikan tinggi, yang mungkin memiliki persepsi manfaat yang berbeda dibandingkan dengan kelompok usia atau demografi lainnya. Penelitian ini kurang menjelaskan bagaimana persepsi manfaat bervariasi antar segmen pengguna, misalnya, antara pengguna berpengalaman dan pengguna pemula. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H8. Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan

2.7.9 Persepsi manfaat terhadap niat menggunakan

Dalam penelitian Türker et al., (2022) ini, persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat menggunakan (*intention to use*) QR code mobile payment. Hal ini menegaskan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna dari teknologi pembayaran berbasis QR code, semakin tinggi keinginan mereka untuk menggunakannya.

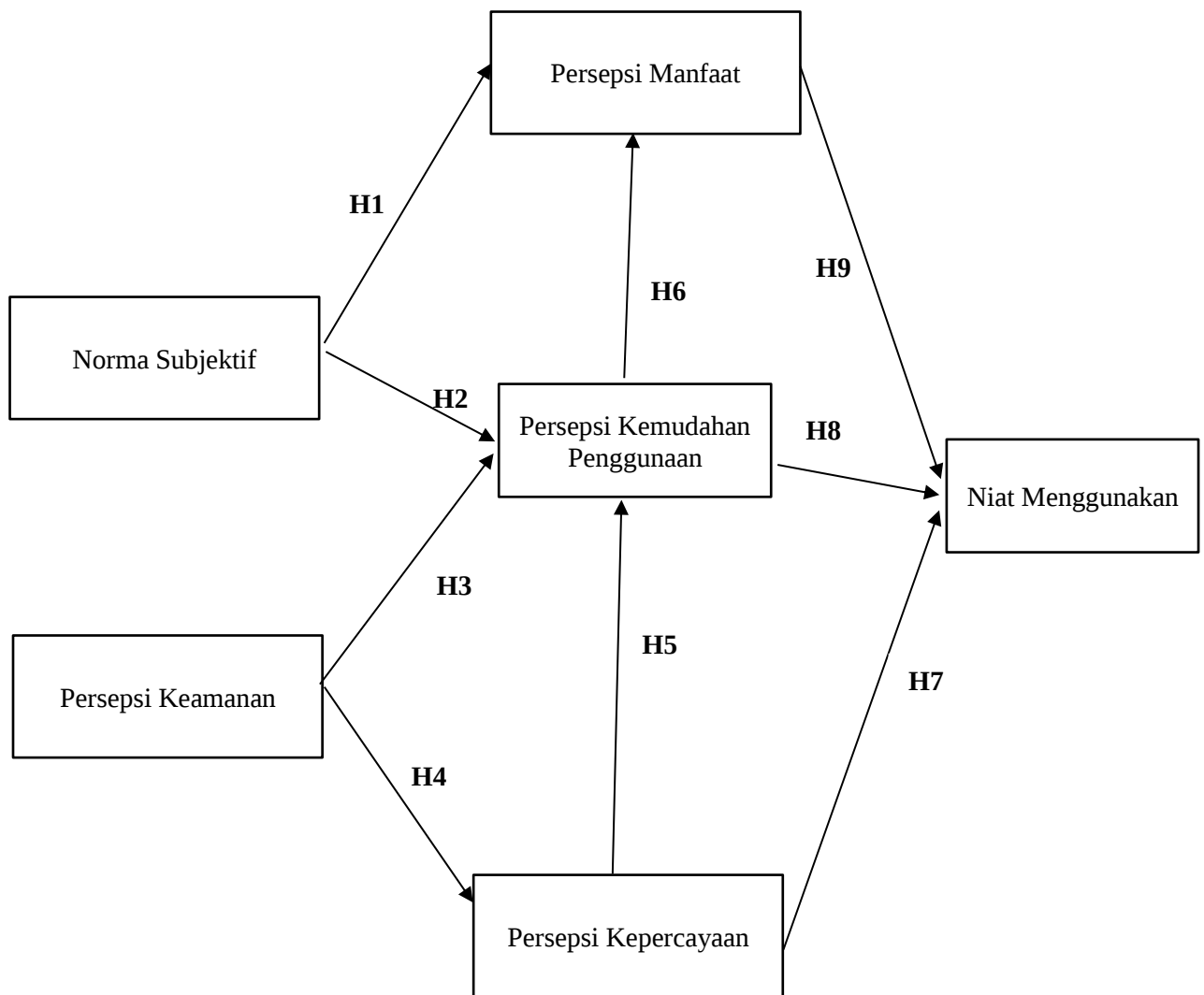
Penelitian ini menemukan bahwa persepsi manfaat memiliki efek langsung yang signifikan terhadap niat menggunakan dengan nilai efek standar sebesar 0,28. Ini berarti bahwa persepsi manfaat, seperti kemudahan menyelesaikan transaksi dengan cepat, fleksibilitas dalam pembayaran, dan efisiensi waktu, menjadi

pendorong utama bagi pengguna untuk mengadopsi teknologi ini. Pengguna cenderung lebih tertarik menggunakan teknologi yang mereka anggap memberikan keuntungan nyata bagi kehidupan sehari-hari mereka (Türker et al., 2022).

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis et al., (2024). TAM menyatakan bahwa persepsi manfaat adalah salah satu determinan utama niat menggunakan, karena pengguna cenderung mengadopsi teknologi yang mereka anggap dapat meningkatkan produktivitas atau memberikan manfaat yang signifikan. Dalam penelitian ini, persepsi manfaat memainkan peran yang serupa, di mana manfaat yang dirasakan dari *QR code mobile payment* menjadi motivasi utama pengguna untuk mengadopsinya. Dalam penelitian ini, mayoritas responden adalah pengguna muda dengan pendidikan tinggi, yang mungkin memiliki persepsi manfaat yang berbeda dibandingkan dengan kelompok usia atau demografi lainnya. Penelitian ini kurang menjelaskan bagaimana persepsi manfaat bervariasi antar segmen pengguna, misalnya, antara pengguna berpengalaman dan pengguna pemula. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah :

H9. Persepsi Manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan

Berdasarkan pengembangan hipotesis, maka model kerangka penelitian dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Model Penelitian
(Sumber : Olahan Penulis, 2025)

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditentukan, maka jenis penelitian ini adalah penelitian *Explanatory Research* (Penelitian Penjelasan) karena peneliti menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa *explanatory research* adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap niat menggunakan dan dampaknya terhadap kepuasan itu di dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis yang kemudian hasil pengujian tersebut akan diinterpretasikan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, Menurut Sugiyono, (2019) analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sedangkan pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2019), merupakan metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan yang digunakan untuk meneliti pada populasi maupun sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik. Objek penelitian adalah wajib pajak yang pernah menggunakan aplikasi SIGNAL- Samsat Digital Nasional.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dilaksanakannya penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Provinsi Lampung dengan populasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah masyarakat yang berniat menggunakan aplikasi SIGNAL.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek dimana data diperoleh, apabila peneliti menggunakan kuesioner atau subjek wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden. Ada dua sumber data yang diperlukan selama penelitian berlangsung yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Sugiyono, 2019:194). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang diisi secara *online* oleh responden melalui media *google form*.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019:194). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh secara tidak langsung, baik melalui sumber- sumber di internet maupun di buku-buku yang memberi informasi tentang TAM terhadap niat menggunakan pada aplikasi SIGNAL.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan data yang akurat dan lebih spesifik, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Menurut Sugiyono (2019:199), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Daftar pertanyaan dalam kuesioner ini harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti, dan memperoleh data berkaitan dengan kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap niat menggunakan aplikasi SIGNAL dan dampaknya terhadap kepuasan

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas kelompok objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu dan menjadi sasaran penelitian yang kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:126). Menurut Silaen (2018:87) populasi merupakan keseluruhan dari objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang akan diteliti. Berdasarkan pengertian tersebut populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wajib pajak di Provinsi Lampung yang berniat menggunakan aplikasi SIGNAL.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber datanya (Sugiyono, 2019). Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Pengambilan sampel menurut Sekaran dan Bougie (2017) adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat peneliti dapat megeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. Ukuran responden yang ideal dan *representative* menurut Hair et al., (2014), sebaiknya harus 100 atau lebih besar. Menurut Hair et al., (2014) ukuran pengambilan sampel yang belum diketahui pasti populasinya dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah variabel dengan 5-10. Menurut Sugiyono (2019) pada umumnya, jumlah sampel minimum setidaknya 10 kali lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian. Sehingga jumlah indikator sebanyak $24 \times 10 = 240$. Dengan demikian responden yang akan diambil 240 responden. Jumlah tersebut dianggap sudah cukup mewakili populasi yang akan diteliti karena sudah memenuhi batas minimal sampel (Hair et al., 2014). Melihat karakteristik populasi yang ada dan tujuan penelitian ini, maka penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yakni penentuan responden dari populasi dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019:133). Kriteria

untuk menentukan responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Responden harus mengetahui aplikasi SIGNAL SAMSAT
2. Wajib Pajak yang Siap Membayar Pajak

3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.5.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi Operasional merupakan batasan atau arti suatu variabel dengan merinci hal yang harus dikerjakan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut dalam penelitian. Definisi operasional bertujuan menjelaskan gejala yang tampak dan dapat diamati yang menunjukkan variasi nilai terjadi.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator Jurnal	Indikator Modifikasi	Pengukuran
Norma Subjektif Sumber : (Turker et., al. 2022)	Norma subjektif merupakan gambaran atau gambaran persepsi seseorang bahwa sebagian besar orang yang penting baginya menganggap dirinya boleh atau tidak boleh melakukan perilaku yang patut dipertanyakan	1. <i>People who are important to me would recommend using QR code mobile payment services.</i> 2. <i>People who are important to me would find using QR code mobile payment services beneficial</i> 3. <i>People who are important to me would find using QR code mobile payment services a good idea</i> 4. <i>Using QR code mobile payment services fits well with my lifestyle</i> 5. <i>Using QR code mobile payment services fits well with the way I like to</i>	1. Orang yang penting bagi saya akan merekomendasikan penggunaan aplikasi SIGNAL untuk membayar pajak kendaraan bermotor 2. Orang-orang yang penting bagi saya akan merasakan manfaat dari penggunaan aplikasi SIGNAL 3. Orang-orang yang penting bagi saya akan menganggap penggunaan aplikasi Signal adalah ide yang bagus	Skala Likert

Variabel	Definisi	Indikator Jurnal	Indikator Modifikasi	Pengukuran
		<i>purchase products and services</i> 6. <i>I would appreciate using QR code mobile payment services instead of alternative modes of payment (e.g., credit card, cash)</i>		
Persepsi Keamanan Sumber : (Turker et., al. 2022)	Persepsi keamanan merupakan derajat keyakinan seseorang bahwa teknologi yang digunakan untuk mengirimkan informasi yang sensitif seperti data konsumen dan data transaksi finansial terjamin keamanannya	1. <i>The risk of an unauthorized third party overseeing the payment process is low when using QR code mobile payment services</i> 2. <i>The risk of abuse of usage information (e.g., names of business partners, payment amount) is low when using QR code mobile payment services</i> 3. <i>The risk of abuse of billing information (e.g., credit card number, bank account data) is low when using QR code mobile payment services</i> 4. <i>I would find QR</i>	1. Risiko adanya pihak ketiga yang tidak berwenang mengawasi proses pembayaran Rendah saat menggunakan aplikasi SIGNAL 2. Risiko penyalahgunaan informasi penggunaan (misalnya nama, jumlah pembayaran) rendah saat menggunakan aplikasi SIGNAL 3. Risiko penyalahgunaan informasi penagihan (misalnya, data rekening bank) rendah saat menggunakan aplikasi SIGNAL	Skala Likert

Variabel	Definisi	Indikator Jurnal	Indikator Modifikasi	Pengukuran
		<i>code mobile payment services secure in conducting my payment transactions</i>		
Persepsi Manfaat Sumber : (Turker et., al. 2022)	Persepsi Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.	1. <i>QR code mobile payment services are a useful mode of payment</i> 2. <i>Using QR code mobile payment services makes the handling of payments easier</i> 3. <i>QR code mobile payment services allow for a faster usage of mobile applications (e.g., ticket purchase on mobile applications)</i> 4. <i>By using QR code mobile payment services, my choices as a consumer are improved (e.g., flexibility, speed)</i>	1. Menurut saya dengan menggunakan aplikasi SIGNAL dapat menghemat waktu saya dalam melakukan kewajiban bayar pajak 2. Menurut saya, menggunakan aplikasi SIGNAL memberikan banyak manfaat 3. Menurut saya membayar pajak menggunakan aplikasi SIGNAL semakin efektif 4. Menurut saya, saya dapat melakukan pembayaran kendaraan	Skala Likert

Variabel	Definisi	Indikator Jurnal	Indikator Modifikasi	Pengukuran
			bermotor pada aplikasi SIGNAL dengan waktu yang singkat 5. Aplikasi SIGNAL dapat diakses dengan mudah sehingga tidak memerlukan banyak usaha	
Persepsi Kemudahan Penggunaan Sumber : (Turker et., al. 2022)	Persepsi Kemudahan penggunaan yaitu saat seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha melalui kemudahan penggunaan sistem sesuai dengan keinginan pengguna	1. <i>It is easy to become skillful at using QR code mobile payment services</i> 2. <i>The interaction with QR code mobile payment services is clear</i> 3. <i>It is easy to perform the steps required to use QR code mobile payment services</i> 4. <i>It is easy to use QR code mobile payment services</i>	1. Saya menggunakan aplikasi SIGNAL karena penggunaannya mudah untuk dipelajari 2. Saya menggunakan Aplikasi SIGNAL karena Mudah untuk melakukan registrasi 3. Saya menggunakan aplikasi SIGNAL karena dapat dilakukan dimana saja 4. Saya menggunakan aplikasi SIGNAL karena sangat mudah digunakan untuk membayar pajak kendaraan bermotor 5. Saya	Skala Likert

Variabel	Definisi	Indikator Jurnal	Indikator Modifikasi	Pengukuran
			menggunakan aplikasi SIGNAL karena dapat mengontrol pekerjaan menjadi lebih mudah	
Perspesi Kepercayaan Sumber : (Turker et., al. 2022)	Kepercayaan yang dirasakan didefinisikan sebagai keadaan emosional yang mendorong seseorang untuk mempercayai orang lain, yang didasarkan pada perilaku memuaskan orang lain.	1. <i>I trust QR code mobile payment systems to be reliable.</i> 2. <i>I trust QR code mobile payment systems to be secure.</i> 3. <i>I believe QR code mobile payment systems are trustworthy.</i> 4. <i>I trust QR code mobile payment systems.</i> 5. <i>Even if the QR code mobile payment systems are not monitored, I'd trust them to do the job correctly.</i>	1. Saya percaya sistem aplikasi SIGNAL dapat diandalkan 2. Saya percaya aplikasi SIGNAL adalah aplikasi yang aman 3. Saya yakin aplikasi SIGNAL dapat dipercaya 4. Saya mempercayai aplikasi SIGNAL untuk membayar pajak kendaraan bermotor	Skala Likert

Variabel	Definisi	Indikator Jurnal	Indikator Modifikasi	Pengukuran
Niat untuk menggunakan Sumber : (Turker et., al. 2022)	Niat penggunaan (<i>intention of use</i>) adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu atau kecenderungan seseorang untuk tetap menggunakan sistem khusus tertentu.	1. <i>I consider using QR code mobile payment services</i> 2. <i>I am likely to use QR code mobile payment services in the near future</i> 3. <i>I am willing to use QR code mobile payment services</i> 4. <i>I am willing to use QR code mobile payment services</i>	1. Saya mempertimbangkan untuk menggunakan layanan pembayaran kendaraan bermotor saya melalui aplikasi SIGNAL 2. Saya akan selalu mencoba menggunakan aplikasi SIGNAL saat membayar pajak kendaraan bermotor saya 3. Saya bersedia menggunakan layanan Pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi SIGNAL 4. Saya bermaksud menggunakan aplikasi SIGNAL untuk membayar pajak kendaraan bermotor.	Skala Likert

3.6 Analisis Kuantitatif

Berdasarkan hipotesis dan rancangan penelitian, data yang telah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*). Menurut Ghazali (2011), analisis jalur digunakan untuk mengetahui apakah variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kepercayaan merupakan variabel antara atau intervensi, fungsinya memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis jalur merupakan

perluasan dari analisis regresi berganda atau dengan kata lain analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Model analisis yang digunakan ialah *Partial Least Square* (PLS) yang merupakan analisis persamaan SEM (*Structural Equation Model*) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. *Partial Least Squares* (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. PLS merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data (Abdillah dan Hartono, 2015). PLS merupakan metode analisis yang kuat karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran sampel tidak harus besar.

Alasan yang melatarbelakangi pemilihan model analisis PLS dalam penelitian ini ialah model yang terbentuk pada kerangka konseptual penelitian ini, menunjukkan hubungan kausal berjenjang. Penelitian ini menggunakan variabel laten yang diukur melalui indikator. PLS digunakan untuk mengkonfirmasi indikator dari sebuah konsep atau konstruk atau faktor. SEM berbasis *variance* dengan metode PLS merupakan salah satu teknik analisis multivariat yang memungkinkan dilakukan serangkaian analisis dari beberapa variabel laten secara simultan sehingga memberikan efisiensi secara statistik. Langkah-langkah pengujian model empiris penelitian berbasis PLS dengan *software* SmartPLS (Solimun et al., 2019) adalah sebagai berikut:

a. Spesifikasi Model

Analisis jalur hubungan antar variabel terdiri dari:

1. *Outer Model*

Model pengukuran yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antar blok indikator dengan variabel latennya adalah *outer model* (Abdillah dan Hartono, 2015). Dalam model ini menghubungkan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Dengan kata lain, *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel lainnya.

2. Inner Model

Inner model yaitu spesifikasi hubungan antar variabel laten (*structural model*), disebut juga dengan *inner relation*, menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif penelitian.

b. Evaluasi Model

1. Pengukuran Model (*Outer Model*)

Model pengukuran yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antar blok indikator dengan variabel latennya adalah *outer model* (Abdillah dan Hartono, 2015). Dalam model ini menghubungkan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Dengan kata lain, *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel lainnya. Uji dalam *Outer model* sebagai berikut:

- a) *Convergent validity* dari *measurement model* dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor variabelnya. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE di atas 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outer loading* dimensi variabel memiliki nilai loading $> 0,5$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran tersebut memenuhi kriteria validitas konvergen (Abdillah dan Hartono, 2015).
- b) Menurut Abdillah dan Hartono (2015) model dianggap mempunyai *discriminant validity* yang cukup jika nilai *cross loading* antara konstruk lebih besar dari nilai *cross loading* antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.
- c) Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* digunakan untuk uji reabilitas (Abdillah dan Hartono, 2015). *Cronbach's Alpha* untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk sedangkan *Composite Reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ dan *Composite Reliability* $> 0,7$.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas antar variabel laten menggunakan model struktural atau *inner model* yaitu menggunakan *Coefficient of Determination* (R^2) dan *Path Coefficient* (β) sebagai dasar

untuk melihat dan meyakinkan hubungan antar konstruk (Abdillah dan Hartono, 2015). Evaluasi *Inner Model* dapat dilihat dari beberapa indikator meliputi :

a) *Coefficient of Determination (R-Square)*

Nilai *R-Square* digunakan untuk menilai seberapa besar kontribusi variabel laten independen terhadap variabel laten dependen dalam suatu model. Semakin tinggi nilai *R-Square*, maka semakin kuat kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen, yang menunjukkan bahwa model yang dibangun memiliki kualitas prediksi yang lebih baik.

b) *Path Coefficient*

Path coefficient atau koefisien jalur adalah nilai statistik yang menunjukkan besarnya pengaruh langsung dan arah hubungan antar konstruk laten dalam model struktural. Nilai ini setara dengan koefisien regresi standar dan digunakan untuk menguji apakah suatu konstruk independen berpengaruh secara signifikan terhadap konstruk dependen, baik secara positif maupun negatif.

c) *Model Fit*

Menurut Hair et al., (2014) *model fit* menunjukkan sejauh mana model yang diajukan dapat mewakili struktur hubungan nyata yang terdapat dalam data. Model yang fit berarti hubungan antara konstruk dalam model sesuai dengan data empiris. Dalam pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), evaluasi *model fit* merupakan langkah penting untuk menilai kecocokan antara model struktural yang dibangun dengan data empiris yang diperoleh.

Menurut Hair et al. (2014; 2021), meskipun PLS-SEM lebih berfokus pada kemampuan prediktif dibandingkan kecocokan model global seperti pada CB-SEM, beberapa indikator *model fit* tetap dapat digunakan untuk mengukur seberapa baik model merepresentasikan data. Beberapa indikator yang umum digunakan antara lain:

1. SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*)

SRMR adalah ukuran statistik yang menunjukkan selisih rata-rata standar antara matriks kovarians yang diobservasi dan yang diprediksi oleh model. Nilai SRMR yang lebih kecil menunjukkan bahwa model semakin sesuai dengan data. Hair et al. (2014) merekomendasikan nilai $SRMR < 0,08$ sebagai batas kelayakan bahwa model memiliki fit yang baik.

2. d_OLS (*Unweighted Least Squares Discrepancy*)

d_OLS mengukur tingkat ketidaksesuaian antara model dan data menggunakan pendekatan *least squares*. Meskipun tidak memiliki nilai batas pasti, semakin kecil nilai d_OLS, semakin baik kesesuaian model.

3. d_G (*Geodesic Discrepancy*)

Sama seperti d_OLS, indikator ini mengukur ketidaksesuaian antara model dan data, tetapi dengan pendekatan geodesik. Nilai d_G yang kecil menunjukkan bahwa model mampu merepresentasikan hubungan antar variabel dengan baik.

4. Chi-Square

Chi-square mengukur perbedaan antara matriks kovarians yang dihasilkan model dengan matriks kovarians aktual data. Dalam konteks PLS-SEM, *chi-square* tidak dijadikan acuan utama karena sangat sensitif terhadap ukuran sampel, tetapi nilai yang lebih kecil tetap dianggap lebih baik.

5. NFI (*Normed Fit Index*)

NFI digunakan untuk membandingkan model struktural dengan model dasar (null model). Nilai NFI berada dalam rentang 0 hingga 1. Model dikatakan fit apabila nilai $NFI \geq 0,90$, dan sangat fit jika $\geq 0,95$ (Hair et al., 2014).

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan secara kuantitatif yang telah dilakukan mengenai Niat Penggunaan Aplikasi SIGNAL untuk membayar Pajak Kendaraan Bermotor menggunakan perhitungan *path coefficient*, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terhadap sembilan hipotesis yang telah diuji menggunakan metode Partial Least Square (PLS) terhadap pengguna aplikasi SIGNAL, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat. Artinya, dorongan atau pengaruh sosial dari lingkungan sekitar pengguna dapat meningkatkan persepsi pengguna bahwa aplikasi SIGNAL memberikan manfaat dalam memudahkan pengurusan pajak kendaraan.
2. Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna yang mendapat rekomendasi atau pengaruh dari orang lain cenderung menilai bahwa aplikasi SIGNAL mudah untuk digunakan.
3. Persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Artinya, ketika pengguna merasa aman dalam menggunakan aplikasi SIGNAL, mereka akan lebih nyaman dan merasa aplikasi ini mudah dioperasikan.
4. Persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kepercayaan. Semakin tinggi rasa aman yang dirasakan saat menggunakan SIGNAL, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi tersebut.
5. Persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Kepercayaan terhadap aplikasi SIGNAL mendorong pengguna merasa lebih mudah dan yakin saat menggunakan fitur-fitur dalam aplikasi.

6. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi SIGNAL memberikan kontribusi terhadap penilaian pengguna bahwa aplikasi ini bermanfaat.
7. Persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Artinya, kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan keandalan SIGNAL mendorong keinginan untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.
8. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Aplikasi yang mudah digunakan akan meningkatkan minat dan intensi pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi SIGNAL.
9. Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Ketika pengguna merasakan manfaat dari aplikasi SIGNAL, seperti kemudahan akses layanan dan efisiensi waktu, maka mereka akan terdorong untuk terus menggunakannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran bagi SAMSAT

1. Pada variabel norma subjektif indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah pernyataan SN2, yaitu “Orang-orang yang penting bagi saya akan merasakan manfaat dari penggunaan aplikasi SIGNAL,” dengan nilai rata-rata sebesar 4,42. Nilai ini menunjukkan bahwa responden belum sepenuhnya meyakini bahwa orang-orang di sekitar mereka (seperti keluarga, teman, atau rekan kerja) melihat adanya manfaat nyata dari penggunaan aplikasi SIGNAL. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh sosial terhadap keputusan penggunaan aplikasi SIGNAL belum berjalan secara optimal. Oleh karena itu, disarankan agar Samsat meningkatkan strategi sosialisasi yang berfokus pada aspek sosial sekitar pengguna. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah melalui kampanye edukatif berbasis komunitas.
2. Pada variabel persepsi keamanan, nilai rata-rata terendah pada indikator PS2 yaitu “Risiko penyalahgunaan informasi penggunaan (misalnya: nama, jumlah pembayaran) rendah saat menggunakan aplikasi SIGNAL”

hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden masih memiliki keraguan terhadap keamanan data pribadi mereka saat menggunakan aplikasi SIGNAL, khususnya terkait informasi penggunaan seperti nama pengguna dan jumlah pembayaran. Oleh karena itu, disarankan agar Samsat meningkatkan transparansi sistem keamanan, menampilkan sertifikasi keamanan data (misalnya ISO 27001 atau BSSN), serta menyediakan informasi yang jelas mengenai perlindungan data pengguna di dalam aplikasi dan media publik. Edukasi mengenai privasi juga penting agar meningkatkan persepsi keamanan pengguna.

3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap variabel persepsi manfaat, diketahui bahwa indikator PU1, yaitu pernyataan "Menurut saya dengan menggunakan aplikasi SIGNAL dapat menghemat waktu saya dalam melakukan kewajiban bayar pajak", memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 3,95 dibandingkan indikator lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap efisiensi waktu penggunaan aplikasi SIGNAL masih tergolong kurang optimal. Menanggapi temuan tersebut, disarankan kepada Samsat, untuk meningkatkan kualitas performa aplikasi, khususnya dalam hal kecepatan akses dan kemudahan penggunaan. Proses seperti registrasi, *login*, verifikasi data, dan pembayaran hendaknya dirancang lebih sederhana dan cepat agar benar-benar dirasakan hemat waktu oleh pengguna.
4. Berdasarkan hasil penelitian terhadap persepsi kemudahan penggunaan aplikasi SIGNAL, diketahui bahwa indikator dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan "Saya menggunakan aplikasi SIGNAL karena mudah untuk melakukan registrasi" (PEOU2) dengan skor 4,44. Meskipun nilai tersebut masih termasuk dalam kategori tinggi, namun jika dibandingkan dengan indikator lainnya, hal ini menunjukkan bahwa proses registrasi pada aplikasi SIGNAL dirasakan kurang optimal oleh sebagian pengguna. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar pihak Samsat melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap alur registrasi pengguna. Evaluasi ini dapat difokuskan pada identifikasi bagian-bagian dari proses registrasi yang mungkin dianggap rumit, memakan waktu, atau membingungkan pengguna, terutama bagi mereka yang tidak terbiasa menggunakan aplikasi berbasis digital.

5. Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel persepsi kepercayaan, indikator dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya percaya aplikasi SIGNAL adalah aplikasi yang aman” (PT2) dengan nilai rata-rata 4,62. Meskipun nilai tersebut masih berada pada kategori tinggi, hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden memiliki tingkat kepercayaan yang sedikit lebih rendah terhadap aspek keamanan aplikasi SIGNAL dibandingkan dengan indikator lainnya. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar pihak Samsat meningkatkan aspek keamanan dan transparansi informasi terkait perlindungan data pengguna. Kepercayaan terhadap keamanan sangat penting dalam penggunaan aplikasi berbasis digital, terutama yang berkaitan dengan data pribadi dan transaksi pembayaran. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan menyediakan informasi yang jelas dan mudah diakses terkait kebijakan privasi, enkripsi data, serta keamanan sistem aplikasi. Ketika pengguna mengetahui bahwa data mereka dilindungi dengan sistem yang terpercaya dan sesuai standar keamanan digital, maka rasa aman dan kepercayaan akan meningkat.
6. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel niat menggunakan aplikasi SIGNAL, ditemukan bahwa indikator dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya bersedia menggunakan layanan pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi SIGNAL” (IU3), dengan nilai rata-rata sebesar 4,62. Meskipun nilai tersebut tergolong tinggi, hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian responden masih memiliki keraguan atau belum sepenuhnya yakin untuk menggunakan layanan digital ini secara sukarela dalam aktivitas pembayaran pajak kendaraan bermotor. Kondisi ini dapat disebabkan oleh beberapa kemungkinan, seperti kurangnya informasi yang diterima masyarakat mengenai prosedur penggunaan aplikasi SIGNAL, kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital, atau adanya persepsi bahwa membayar pajak langsung di kantor Samsat lebih mudah dan meyakinkan. Di samping itu, keterbatasan pemahaman teknologi atau pengalaman menggunakan aplikasi digital juga bisa menjadi penghambat dalam membentuk niat penggunaan secara sukarela dari masyarakat. Untuk mengatasi hal tersebut, disarankan agar Samsat mengambil peran yang lebih aktif dalam memberikan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat terkait penggunaan

aplikasi SIGNAL. Edukasi ini dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti media sosial, website resmi, dan juga kegiatan langsung di kantor Samsat atau pelayanan keliling. Selain memberikan informasi teknis, pendekatan yang dilakukan juga sebaiknya menyertakan penjelasan mengenai manfaat konkret dari penggunaan aplikasi, seperti penghematan waktu, kemudahan akses, dan pengurangan antrean di kantor layanan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. **Penambahan Variabel Lain di Luar Model TAM yang Dimodifikasi**
 Penelitian ini mengembangkan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menambahkan variabel eksternal seperti norma subjektif, persepsi keamanan, dan persepsi kepercayaan. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menambahkan variabel lain yang relevan, seperti kepuasan pengguna, kualitas sistem, *perceived risk*, kesiapan teknologi, atau dukungan pemerintah, agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan layanan digital.
2. **Penggunaan Pendekatan Mixed Methods atau Kualitatif**
 Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini memberikan gambaran umum atas hubungan antar variabel, namun belum mampu menggali secara mendalam persepsi dan pengalaman pengguna. Oleh karena itu, disarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan pendekatan mixed methods atau kualitatif, seperti wawancara mendalam atau focus group discussion (FGD), untuk mengeksplorasi lebih dalam motivasi, kendala, dan persepsi pengguna terhadap aplikasi SIGNAL.
3. **Penelitian Longitudinal untuk Mengamati Perubahan Persepsi**
 Mengingat teknologi dan layanan digital bersifat dinamis, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian longitudinal guna melihat perubahan niat dan persepsi pengguna terhadap aplikasi SIGNAL dari waktu ke waktu, khususnya setelah adanya pembaruan fitur, kampanye sosialisasi, atau perubahan kebijakan dari instansi pengelola.

4. Studi Komparatif antar Aplikasi Layanan Publik Digital

Untuk memperkaya perspektif penelitian, peneliti selanjutnya disarankan melakukan studi komparatif antara aplikasi SIGNAL dan aplikasi layanan digital publik lainnya (misalnya e-Samsat, e-Tilang, atau aplikasi pajak daerah). Pendekatan ini dapat menunjukkan perbedaan persepsi pengguna berdasarkan jenis layanan, kompleksitas sistem, dan institusi pengelola.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (D. Prabantini (ed.); 1st ed.). Andi.
- Al-Suqri, M. N. (2014). Perceived usefulness, perceived ease-of-use and faculty acceptance of electronic books: An empirical investigation of Sultan Qaboos University, Oman. *Library Review*, 63(4–5), 276–294.
<https://doi.org/10.1108/LR-05-2013-0062>
- Al Kurdi, B., Alshurideh, M., Nuseir, M., Aburayya, A., & Salloum, S. A. (2021). The Effects of Subjective Norm on the Intention to Use Social Media Networks: An Exploratory Study Using PLS-SEM and Machine Learning Approach. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 1339, 581–592.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-69717-4_55
- Ali, I., & Warraich, N. F. (2024). Meta-analysis of technology acceptance for mobile and digital libraries in academic settings using technology acceptance model (TAM). *Global Knowledge, Memory and Communication*, February.
<https://doi.org/10.1108/GKMC-09-2023-0360>
- Almaiah, M. A., Al-Otaibi, S., Shishakly, R., Hassan, L., Lutfi, A., Alrawad, M., Qatawneh, M., & Alghanam, O. A. (2023). Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM. *Sustainability (Switzerland)*, 15(13), 1–17.
<https://doi.org/10.3390/su15139908>
- An, S., Eck, T., & Yim, H. (2023). Understanding Consumers' Acceptance Intention to Use Mobile Food Delivery Applications through an Extended Technology Acceptance Model. *Sustainability (Switzerland)*, 15(1).
<https://doi.org/10.3390/su15010832>

- Balapour, A., Nikkhah, H. R., & Sabherwal, R. (2020). Mobile application security: Role of perceived privacy as the predictor of security perceptions. *International Journal of Information Management*, 52(November), 102063. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102063>
- Davis, F. D., Granić, A., & Marangunić, N. M. (2024). *The technology acceptance model: 30 years of TAM*. Springer International Publishing AG.
- Ferreira, A., Silva, G. M., & Dias, Á. L. (2023). Determinants of continuance intention to use mobile self-scanning applications in retail. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 40(2), 455–477. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-02-2021-0032>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014a). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014b). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Harris, M. A., Brookshire, R., & Chin, A. G. (2016). Identifying factors influencing consumers' intent to install mobile applications. *International Journal of Information Management*, 36(3), 441–450. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.02.004>
- Indra Riztyawan, I., Surachman, & Rahayu, M. (2023). The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention with Mediation of Perceived Value and Customer Satisfaction: Study on Netflix Application Users. *The International Journal of Social Sciences World*, 5(1), 368–380. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8012094>
- Kong, S. C., Yang, Y., & Hou, C. (2024). Examining teachers' behavioural intention of using generative artificial intelligence tools for teaching and learning based on the extended technology acceptance model. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 7(August), 100328. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100328>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Mangement*. In *Pearson Edition Limited*.
- Laksana, M. . (2019). *Praktis Memahami Pemasaran*. CV. Al Fath Zumar.

- Liébana-Cabanillas, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, N., & Sinha, N. (2020). Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India. *Telecommunications Policy*, 44(9). <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2020.102009>
- Liébana-Cabanillas, F., Marinkovic, V., Ramos de Luna, I., & Kalinic, Z. (2018). Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 129(October), 117–130. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015>
- Lin, Y., & Yu, Z. (2023). Extending Technology Acceptance Model to higher-education students' use of digital academic reading tools on computers. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00403-8>
- Natasia, S. R., Wiranti, Y. T., & Parastika, A. (2021). Acceptance analysis of NUADU as e-learning platform using the Technology Acceptance Model (TAM) approach. *Procedia Computer Science*, 197(2021), 512–520. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.168>
- Nurkholis. (2017). Hukum Berdasarkan Undang-. *Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam*, Vol. 8, h. 77.
- Purba, T. P., & Limakrisna, N. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*. Mitra Wacana Media.
- Rejali, S., Aghabayk, K., & Shiwakoti, N. (2024). Assessing public a priori acceptance of fully automated vehicles using an extended technology acceptance model and importance-performance analysis. *IATSS Research*, 48(4), 537–549. <https://doi.org/10.1016/j.iatssr.2024.10.004>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi 6). Penerbit Salemba Empat.
- Sihombing, A. P., Bangsawan, S., & Pandjaitan, D. R. H. (2024). Analysis of QRIS Users in Indonesia Society in the Cashless. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 07(04), 1898–1913. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i4-17>
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. IN MEDIA.

- Solimun, Nurjannah, Luthfatul, A., Rinaldo, A. A., & Fernandes. (2019). *Metode Statistika Multivariat Generalized Structured Component Analysis (GSCA) Pemodelan Persamaan Struktural (SEM)*. Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security and intention to use e-filing: The role of technology readiness. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 537–547.
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.537>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran & Strategi*. CV. Andi.
- Türker, C., Altay, B. C., & Okumuş, A. (2022). Understanding user acceptance of QR code mobile payment systems in Turkey: An extended TAM. *Technological Forecasting and Social Change*, 184(July).
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121968>
- Türker, C., Altay, B. C., Okumuş, A., Ferreira, A., Silva, G. M., Dias, Á. L., Liébana-Cabanillas, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, N., Sinha, N., To, A. T., Trinh, T. H. M., AlNawafleh, E. A. T., Alsheikh, G. A. A., Al-Gharaibeh, S. M., Alhyasat, K. M. K., & Hamdan, K. B. (2023). Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India. *Cogent Business and Management*, 184(1), 47–67. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121968>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wilson, N. (2019). the Impact of Perceived Usefulness and Perceived Ease-of-Use Toward Repurchase Intention in the Indonesian E-Commerce Industry. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(3), 241.
<https://doi.org/10.25124/jmi.v19i3.2412>
- Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. (2021). The role of perceived usefulness and perceived ease-of-use toward satisfaction and trust which influence computer

- consumers' loyalty in china. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(3), 262–294. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.32106>
- Winarno, W. A., Mas'ud, I., & Palupi, T. W. (2021). Perceived Enjoyment, Application Self-efficacy, and Subjective Norms as Determinants of Behavior Intention in Using OVO Applications. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1189–1200. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1189>
- Wu, J., & Song, S. (2021). Older Adults' Online Shopping Continuance Intentions: Applying the Technology Acceptance Model and the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37(10), 938–948. <https://doi.org/10.1080/10447318.2020.1861419>