

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNAAN  
*INTERNET SERVICE PROVIDER LAJU NET* DENGAN PENDEKATAN  
*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)***

(Tesis)

Oleh :

**Mashudi**  
NPM. 2421011056



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2026**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNAAN  
INTERNET SERVICE PROVIDER LAJU NET DENGAN PENDEKATAN  
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**

Oleh

*Mashudi*

Tesis

**Sebagai Salah Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
MAGISTER MANAJEMEN**

Pada

**Jurusan Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2026**

## ABSTRAK

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNAAN INTERNET SERVICE PROVIDER LAJU NET DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**

**Oleh  
Mashudi**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan *Internet Service Provider* (ISP) LajuNet dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan) dan *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) mempengaruhi niat penggunaan, yang dimoderasi oleh *E-System Quality* dalam konteks penggunaan layanan ISP. Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada pengguna ISP, khususnya mereka yang mengetahui maupun yang berminat menggunakan layanan ISP LajuNet. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur persepsi, sikap, dan niat penggunaan secara langsung dari responden sehingga menghasilkan data yang relevan untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan layanan ISP. Hal ini menandakan bahwa kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, serta kualitas sistem elektronik yang disediakan oleh ISP secara langsung dapat memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan layanan tersebut. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa *E-System Quality* tidak dapat berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *Perceived Ease of Use* maupun *Perceived Usefulness* dengan niat penggunaan. Artinya, meskipun kualitas sistem penting, kualitas sistem tersebut tidak memperkuat atau memperlemah hubungan antara persepsi pengguna terhadap kemudahan dan manfaat dengan niat mereka untuk menggunakan layanan. Hal ini memberikan pemahaman bahwa peningkatan kemudahan dan manfaat layanan merupakan prioritas utama dalam mendorong niat penggunaan, sedangkan peningkatan kualitas sistem meskipun penting, tidak secara langsung memperkuat efek *Perceived* terhadap niat penggunaan.

**Kata Kunci:** *Technology Acceptance Model*, Niat Penggunaan, *E-System Quality*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*

## **ABSTRACT**

### **FACTORS THAT INFLUENCE THE INTENTION TO USE INTERNET SERVICE PROVIDER LAJU NET WITH THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) APPROACH**

**By**

**Mashudi**

*This study uses the Technology Acceptance Model (TAM) approach to analyse the factors influencing the intention to use the Internet Service Provider (ISP) LajuNet. The main focus is to determine the influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on the intention to use ISP services, moderated by E-System Quality. This study uses a quantitative survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to ISP users, particularly those aware of or interested in LajuNet ISP services. This approach enables researchers to measure respondents' perceptions, attitudes and intentions to use directly, thus producing relevant data for analysing the factors that influence user decisions. The results show that perceived ease of use and perceived usefulness have a significant influence on the intention to use ISP services. This indicates that ease of use, perceived benefits and the quality of the electronic system provided by the ISP can directly influence users' intentions to use the service. However, the study also found that e-system quality cannot act as a moderating variable in the relationship between perceived ease of use and perceived usefulness with regard to usage intention. This suggests that, while system quality is important, it neither strengthens nor weakens the relationship between users' perceptions of ease and usefulness and their intention to use the service. It is clear that improving the ease and usefulness of a service is essential for driving usage intention, while enhancing system quality, though important, does not directly strengthen the effect of perceived ease of use on usage intention.*

**Keywords:** *Technology Acceptance Model, Intention to Use, E-System Quality, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness*

Judul Tesis : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan *Internet Service Provider* Laju Net dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)**

Nama Mahasiswa : **Mashudi**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2421011056**

Konsentrasi : **Pemasaran**

Program Studi : **Magister Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



Pembimbing I

Pembimbing II

**Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.**  
NIP 19661027 199003 2002

**Dr. Roslina, S.E., M.Si.**  
NIP 19770711 200501 2002

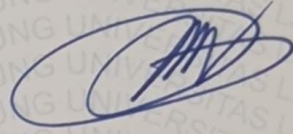
Koordinator Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Lampung

**Dr. Roslina, S.E, M.Si**  
NIP 19770711 200501 2002

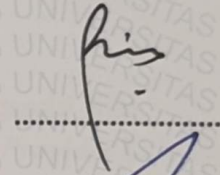
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

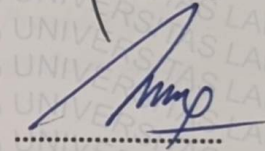
Ketua : Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E.,M.Sc.



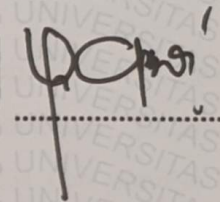
Sekretaris : Dr. Roslina, S.E., M.Si.



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



Penguji II : Dr. Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.  
NIP 19660621 199003 1 003

3. Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.  
NIP 19640326 198902 1 001

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 22 April 2026

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Penulis yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mashudi  
Nomor Pokok Mahasiswa : 2421011056  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat  
Penggunaan *Internet Service Provider* Laju Net  
Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model*  
(TAM)

Dengan ini penulis menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Tesis dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan *Internet Service Provider* Laju Net Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)” adalah karya penulis sendiri dan penulis tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya tulis orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan tata etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademika atau yang disebut plagiatisme.
2. Hak intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung

Atas pernyataan ini, apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, penulis bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada penulis, penulis bersedia dan sanggup dituntut sesuai hukum yang berlaku.

Bandar Lampung, 27 April 2026



**Mashudi**  
**NPM. 2421011056**

## **RIWAYAT HIDUP**

Peneliti dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 27 Februari 1981. Anak ke enam dari lima bersaudara atas pasangan H. Tamin (Alm) dan Siti Djuariyah (Alm). Pendidikan yang pernah ditempuh peneliti adalah pada tahun 1993 menyelesaikan Sekolah Dasar di SDN 6 Penengahan Bandar Lampung, tahun 1996 menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 22 Gedung Meneng Bandar Lampung dan pada tahun 1999 menyelesaikan Sekolah Menengah Umum di SMU YP UNILA, kemudian pada tahun 2004, penulis menyelesaikan pendidikan S1 pada Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Lampung. Selanjutnya pada Tahun 2025, penulis melanjutkan pendidikan S2 pada Program Pasca Sarjana Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Penulis juga Sempat Menjabat sebagai Direktur Operasional Bisnis pada PT. Lampung Jasa Utama (Perseroda), dan saat ini Penulis merupakan Tenaga Ahli DPR RI Komis VII.

## **MOTTO**

“Sebaik-baiknya manusia adalah manusia yang bermanfaat untuk sesama”

*(Nabi Muhammad S.A.W)*

*“Jika seseorang meninggal dunia, maka terputuslah amalannya kecuali tiga perkara (yaitu): sedekah jariyah, ilmu yang bermanfaat, atau do’a anak yang sholeh.”*

*(HR. Muslim No. 1631)*

“Berikan hati dan upaya terbaikmu, bekaryalah dengan sungguh-sungguh

*Do the best and let God do the rest”*

*(Penulis)*

## **PERSEMBAHAN**

### ***Bismillahirrahmannirrahim...***

Puji Syukur Kepada Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Uswatun Hasanah Rasulullah Muhammad SAW. maka dengan ketulusan dan kerendahan hati serta perjuangan dan jerih payah yang telah diberikan, penulis mempersembahkan karya ilmiah ini kepada inspirasi terbesarku :

### ***Kedua Orang Tuaku (Alm)***

Teruntuk Alm Abah dan Alm Ibu. Meski saat ini ragamu tak lagi di sampingku untuk melihat pencapaian ku saat ini, namun doa dan perjuangan kalian menuntunku berada di posisi saat ini. Anak mu akhirnya berhasil menyelesaikan Pendidikan S2.

### ***Istriku***

Ria Desna Anggraini S.H.,M.H terimakasih atas dukungan, semangat dan doa yang tercurah selama menyelesaikan Pendidikan S2 ini , semoga perjuangan kita akan selalu menjadi kisah manis dan cerita indah di puncak kesuksesan kita kelak.

### ***Anak-Anakku***

Teruntuk Siti Farah Syafa Az-zahra , Muhammad Fadlan Ghani , Alm Anak ku di surga Allah. Kalian merupakan semangat untuk abi dan papi menjalankan setiap lika liku kehidupan semoga kalian bisa lebih sukses dari pada abi dan papi di hari ini , terimakasih atas canda dan tawa yang kalian berikan.

Para pendidik yang telah mengajar dan mendidik sepanjang proses pembelajaran dengan segala keterbatasanku sampai hari ini , semoga menjadi amal jariyah atas ilmu yang di berikan.

Serta terimakasih yang tak terhingga kepada Almamater tercinta Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

## SANWACANA

*Alhamdulillah* *rabbil'alamin*, Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Internet Service Provider Laju Net dengan Pendekatan Technology Acceptance Model(TAM)*”. Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana (S2) pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr.Nairobi, S.E.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan saran,nasihat dan motivasi selama perkuliahan.
2. Ibu Dr. Roslina., S.E.,M.Si., selaku ketua jurusan Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, pengetahuan, kritik serta saran dalam proses akademi selama perkuliahan.
3. Ibu Prof.Dr.Mahrinasari MS, S.E.,M.Sc., selaku Pembimbing Utama yang telah banyak mengarahkan , memberi saran, nasihat, motivasi, serta kesabaran selama penulis menjalani masa perkuliahan.
4. Bapak Prof. Dr. Satria Bangsawan S.E.,M.Si., selaku Penguji Utama yang telah memberikan kritik serta saran yang membangun selama proses penyusunan tesis ini.

5. Ibu Yuniarti Fihartini S.E.,M.Si., selaku Dosen Penguji Pendamping yang telah memberikan kritik serta saran yang membangun selama proses penyusunan tesis ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung telah memberikan ilmu kepada penulis, beserta staf dan karyawan yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama menempuh studi
7. Teristimewa kepada Istriku Tercinta Ria Desna Anggraini S.H.,M.H., terimakasih menjadi motivasi terbesar penulis untuk melanjutkan mimpi dan cita-cita penulis. Tanpa dukungan moral maupun materil penulis tidak akan berada di titik ini, perjalanan ini memanglah tidak mudah namun penulis yakin ada kebahagiaan yang telah disiapkan untuk kita di depan sana. Sesuai dengan janji ALLAH SWT, terhadap hambaNYA yang senantiasa bersabar.
8. Ucapan istimewa ini penulis rangkai untuk ketiga Anak-Anak Ku , Siti Farah Syafa Az-zahra, Muhammad Fadlan Ghani, dan Alm Anak ku di surga Allah. Terimakasih telah menjadi semangat dan motivasi , canda dan tawa kalian memberikan ketenangan dan semangat baru untuk penulis . semoga kelak kalian akan lebih sukses dan beruntung di kemudian hari
9. Ucapan terimakasih kepada Bapak. H. Rycko Menoza SZP.,MBA. Anggota DPR RI Komisi VII Fraksi Partai Golkar. Yang selama ini telah memberikan Dukungan yang besar terhadap penulis sehingga penulis merasa terapresiasikan , semoga kelak akan menjadi amal serta kebaikan untuk kita semua.
10. Ucapan terimakasih kepada Koko Jeffrey Pratama M.Psi., PhD. Head National Of Human Capital Development Business PT. Duta Abadi Primantara. Selama ini telah memberikan dukungan dan wejangan terhadap penulis , semoga kelak akan menjadi amal serta kebaikan untuk kita semua.
11. Ucapan Terimakasih juga untuk PT. Lampung Jasa Utama (Perseroda) tempat Dimana penulis menemukan inspirasi terhadap tesis ini , terimakasih atas Pelajaran , Kenangan dan Suka Cita untuk Penulis . Semoga semakin lebih baik dan semakin Berjaya untuk Provinsi Lampung

12. Ucapan Terimakasih juga untuk seluruh teman teman seperjuangan di Tenaga Ahli DPR RI , Teman-Teman Seperjuangan Magister Manajemen 2025 RPL Universitas Lampung.
13. Kepada semua pihak yang terlibat yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan dan bantuannya dalam penyelesaian tesis ini.

Bandar Lampung, 27 April 2026

Penulis,

Mashudi

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>17</b>
2.1 Tinjauan Literatur .....	17
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	17
2.1.2 <i>Perceived Ease of Use</i> .....	18
2.1.3 <i>Perceived Usefulness</i> .....	19
2.1.4 Niat Penggunaan .....	20
2.1.5 <i>E-System Quality</i> .....	20
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	26
2.3.1 <i>Perceived Ease of Use</i> Berpengaruh Terhadap Niat Penggunaan.....	26
2.3.2 <i>Perceived Ease of Use</i> Berpengaruh Terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	27
2.3.3 <i>Perceived Usefulness</i> Berpengaruh Terhadap Niat Penggunaan .....	28
2.3.4 Apakah <i>E-System Quality</i> Memoderasi Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap Niat Penggunaan .....	29
2.3.5 Apakah <i>E-System Quality</i> Memoderasi Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap Niat Penggunaan .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.2.1 Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	33
3.3 Populasi dan Sampel.....	34

3.4	Pengambilan dan Ukuran Sampel.....	34
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	36
3.5.1	Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	37
3.5.2	Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	38
3.5.3	Variabel <i>E-System Quality</i> .....	38
3.5.4	Variabel Niat Penggunaan.....	39
3.6	Uji Analisis Data.....	40
3.7	Partial Least Square (PLS) .....	41
3.7.1	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	41
3.7.2	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	42
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1.	Hasil Pengumpulan Data Responden.....	44
4.2.	Analisis Deskriptif .....	44
4.2.1.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2.2.	Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.2.3.	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.2.4.	Identitas Responden Berdasarkan Wilayah.....	48
4.2.5.	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan .....	49
4.2.6.	Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan .....	50
4.2.7.	Karakteristik Berdasarkan Faktor Penggunaan ISP .....	51
4.2.8.	Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Internet Selama 2 Tahun .....	52
4.2.9.	Karakteristik Berdasarkan Layanan Internet yang Digunakan .....	53
4.2.10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Mengenal LajuNet .....	53
4.2.11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Mengenal LajuNet.....	54
4.2.12.	Karakteristik Berdasarkan Niat Menggunakan LajuNet .....	55
4.2.13.	Tabulasi Silang Penggunaan ISP $\geq$ 2 Tahun dan Jenis Kelamin.....	56
4.2.14.	Tabulasi Silang Jenis ISP yang Digunakan dan Pendapatan.....	57
4.2.15.	Tabulasi Silang Pengenalan LajuNet dan Domisili.....	58
4.2.16.	Tabulasi Silang Sumber Pengenalan LajuNet dan Usia.....	58
4.2.17.	Tabulasi Silang Niat Menggunakan LajuNet dan Pendidikan .....	59
4.2.18.	Tabulasi Silang Niat Menggunakan LajuNet dan Pendidikan .....	60
4.3.	Hasil Tanggapan Responden .....	61
4.3.1.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	62
4.3.2.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Usefulness</i> ..	63

4.3.3. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>E-System Quality</i> .....	65
4.3.4. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Penggunaan.....	67
4.4. Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	69
4.4.1 <i>Convergent Validity (Loading Factor dan Average Variance Extracted)</i> 70	
4.4.2 <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	71
4.4.3 <i>Composite Reliability (Uji Reliabilitas)</i> .....	73
4.5. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	74
4.5.1 Hasil Pengujian Hipotesis P-values .....	74
4.5.2 <i>Goodness of Fit Model</i> .....	76
4.6 Pembahasan .....	77
4.6.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap Niat Penggunaan .....	77
4.6.2 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	79
4.6.3 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap Niat Penggunaan.....	82
4.6.4 <i>E-System Quality</i> Memoderasi Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap Niat Penggunaan .....	85
4.6.5 <i>E-System Quality</i> Memoderasi Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap Niat Penggunaan .....	86
4.7 Implikasi Manajerial .....	88
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>92</b>
5.1. Kesimpulan .....	92
5.3. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>102</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan <i>Internet Service Provider</i> 2019-2023 di Indonesia .	4
Tabel 1.2 Perusahaan ISP Lokal & Nasional di Bandar Lampung .....	4
Tabel 1.3 Sebaran Jaringan & Pelanggan ISP LaJUNet 2025 .....	6
Tabel 1.4 Capaian Jumlah Pelanggan ISP LaJUNet 2025 .....	6
Tabel 1.5 Promosi dan Pelanggan Terkoneksi.....	7
Tabel 1.6 Pengaduan Pelanggan .....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3 1 Sebaran Kuisioner .....	36
Tabel 3.2 Operasional Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	37
Tabel 3.3 Operasional Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	38
Tabel 3.4 Operasional Variabel <i>E-System Quality</i> .....	39
Tabel 3.5 Operasional Variabel Niat Penggunaan .....	40
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Wilayah.....	48
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	49
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	50
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Faktor Penggunaan ISP, Khususnya LajuNet	51
Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Internet Selama 2 Tahun .....	52
Tabel 4.9 Karakteristik Berdasarkan Layanan Internet Yang Di Gunakan.....	53
Tabel 4.10 Karakteristik Berdasarkan Mengenal LajuNet .....	54
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Mengenal LajuNet ....	54
Tabel 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Niat Menggunakan LajuNet ..	55
Tabel 4.13 Tabulasi Penggunaan ISP $\geq 2$ Tahun dan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.14 Tabulasi Silang Jenis ISP yang Digunakan dan Pendapatan.....	57

Tabel 4.15 Tabulasi Silang Antara Pengenalan Lajunet dan Domisili.....	58
Tabel 4.16 Tabulasi Silang Antara Sumber Pengenalan Lajunet dan Usia.....	58
Tabel 4.17 Tabulasi Silang Niat Menggunakan LajuNet dan Pendidikan .....	59
Tabel 4.18 Tabulasi Silang Niat Menggunakan LajuNet dan Pendidikan .....	60
Tabel 4.19 Tingkat Penilaian Rentang Rata-Rata Rentang Rata-Rata .....	61
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	62
Tabel 4.21 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	63
Tabel 4.22 Statistik Deskriptif Variabel <i>E-System Quality</i> .....	65
Tabel 4.23 Statistik Deskriptif Variabel Niat Penggunaan.....	68
Tabel 4.24 <i>Loading Factor</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	71
Tabel 4.25 <i>Discriminant Validity</i> .....	72
Tabel 4.26 <i>Composite Reliability</i> .....	73
Tabel 4 27 Hasil Pengujian Hipotesis P-values.....	75
Tabel 4 28 Hasil <i>Goodness of Fit Model (R Square)</i> .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia 2025.....	2
Gambar 1.2 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia 2025 Berdasarkan Demografi ..	2
Gambar 1.3 Pelanggan Internet Tetap.....	3
Gambar 2 1 Model Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Outer Model .....	70
Gambar 4.2 Inner Model .....	74

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

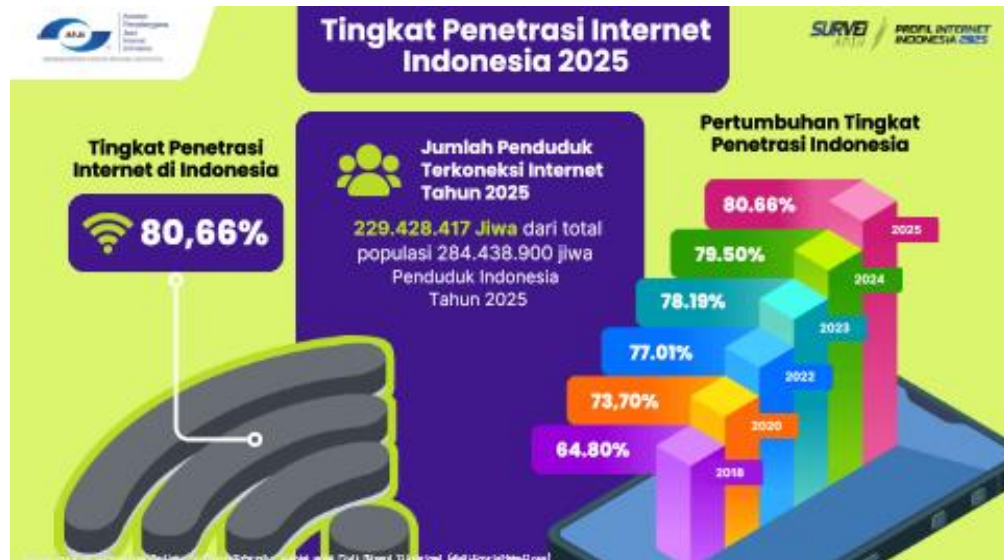
Revolusi Industri yang berkembang di Indonesia terus mengalami perkembangan menuju Revolusi Industri 5.0, dimana peranan teknologi robot, kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*), *Internet of Things (IoT)* dan Sistem Jaringan 5G terus meningkat untuk memberikan manfaat dalam penerapannya. Perkembangan teknologi dapat dijadikan objek penelitian khususnya bagi kalangan akademis dan mahasiswa di universitas atau perguruan tinggi mengenai dampak yang dirasakan dalam bentuk perilaku terhadap aktivitas kehidupan.

Perkembangan teknologi internet telah menjadi kebutuhan utama yang sangat memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Aktivitas sehari-hari seperti berkomunikasi, bekerja, berbelanja, hingga mencari informasi kini hampir tidak terlepas dari koneksi internet. Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), kebutuhan akan akses internet yang cepat, stabil, dan terjangkau terus meningkat. Era industri digital 5.0 terjadi secara periodik dan berpotensi memudahkan banyak individu untuk melakukan segala aspek aktivitas, termasuk dalam menjalankan bisnis.

Dalam era industri 5.0 kemajuan teknologi dan informasi menjadi transformasi yang tidak dapat dihindari. Lalu muncul berbagai macam inovasi untuk mendorong pengembangan teknologi informasi yang cepat, kompleks, dan juga praktis. Salah satunya dengan pesatnya perkembangan jumlah pelanggan *Internet Service Provider (ISP)*, sebagaimana laporan Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Statistik Telekomunikasi Indonesia 2023, yaitu jumlah pelanggan *ISP* mencapai 13,54 juta pelanggan. Pelanggan ini mencakup pelanggan perusahaan, personal dan warnet. Hal ini mencerminkan betapa besarnya permintaan masyarakat terhadap layanan internet (Sutarsih *et al.*, 2024)

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan tingkat penetrasi atau penggunaan internet di Indonesia pada tanggal 10 april s.d 16 juli tahun 2025 mencapai 80,66% atau sekitar 229.428.417 dari populasi 284.438.900

penduduk Indonesia. Angka ini terus meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan pertumbuhan pengguna internet yang konsisten, sebagaimana disajikan gambar di bawah ini.



Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia 2025

Sumber : (APJII, 10 April s.d 16 Juli 2025)

Tingkat penetrasi internet di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang konsisten dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari APJII (2025), rata-rata kenaikannya mencapai sekitar (1,69%) per tahun, yakni dari (68,80%) pada tahun 2018 meningkat menjadi (80,66%) pada tahun 2025. Jika tren pertumbuhan ini berlanjut, maka pada tahun 2030 tingkat penetrasi internet di Indonesia diperkirakan akan mencapai sekitar (89,11%), yang menunjukkan semakin luasnya akses dan penggunaan internet di masyarakat.

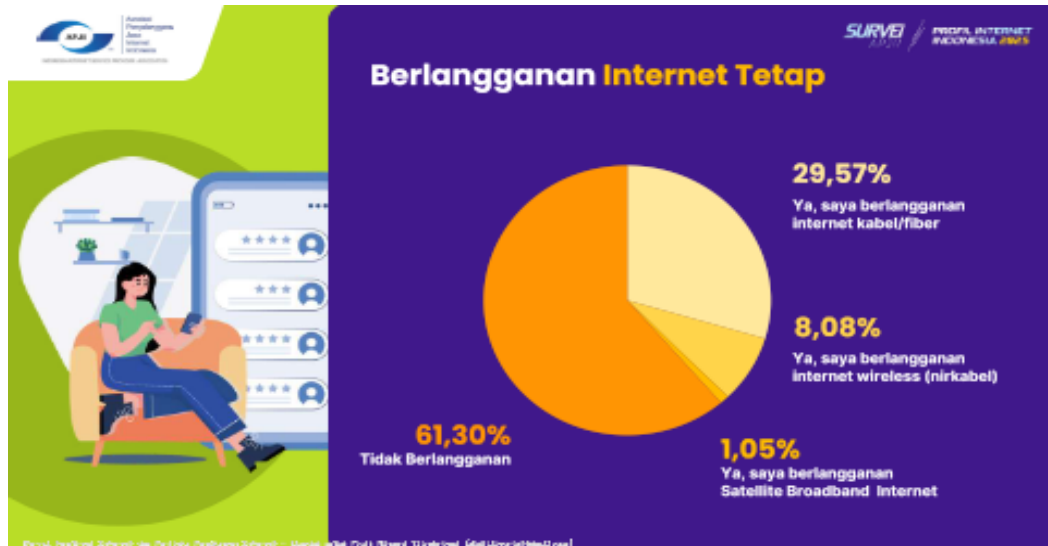


Gambar 1.2 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia 2025 Berdasarkan Demografi

Sumber : (APJII, 10 April s.d 16 Juli 2025)

Gambar di atas menunjukkan tingkat penetrasi internet di Indonesia tahun 2025 berdasarkan demografi menunjukkan bahwa, tingkat penetrasi didominasi oleh jenis kelamin laki-laki dengan persentase kontribusi sebesar (51,50%) dan perempuan sebesar (48,50%). Sedangkan untuk kelompok Generasi didominasi oleh Generasi Muda dengan nilai kontribusi sebesar (75,9%), yang terdiri dari Gen Alpha (21,19%); Gen Z (25,54%), dan Milenial (25,17%), dan dari sisi pendidikan, mencerminkan kelompok tidak lulus SD/SD/ sederajat berkontribusi sebesar (42,66%), dan kelompok perguruan tinggi sebesar (10,66%) (APJII, 10 April s.d 16 Juli 2025).

Penggunaan internet di Indonesia juga dapat dilihat dari jenis sistem jaringan yang digunakan. Distribusi persentase pengguna internet tetap berdasarkan hasil survei APJII tahun 2025 menunjukkan bahwa, pelanggan internet kabel/fiber mencapai (29,57%), pelanggan internet wireless sebesar (8,08%), pelanggan satelit broadband sebesar (1,05%), dan pengguna yang tidak berlangganan layanan internet tetap sebesar (61,30%). Data tersebut sebagaimana disajikan pada gambar di bawah ini (APJII, 10 April s.d 16 Juli 2025).



Gambar 1.3 Pelanggan Internet Tetap  
Sumber : (APJII, 10 April s.d 16 Juli 2025)

Menurut data dari Badan Pusat Statistik, tren kenaikan ISP dimulai sejak 2019, sebagaimana pada tabel dibawah ini, dimana saat itu masih berjumlah 400 perusahaan. Namun, seiring dengan peningkatan kebutuhan masyarakat akan akses internet yang cepat dan stabil, angka ini terus naik. Pada tahun berikutnya, terjadi

kenaikan sebanyak 73 perusahaan, sehingga terdapat total 473 perusahaan tahun 2020. Pada masa awal pandemi Covid-19, banyak perusahaan teknologi saling bersaing untuk menghadirkan layanan internet terbaik. Oleh karena itu, permintaan terhadap penyediaan internet mengalami peningkatan tahun 2021 sehingga mencapai 611 perusahaan. Tren kenaikan ini berlanjut, dengan 828 *ISP* tercatat pada tahun 2022. Pada tahun 2023, *ISP* di Indonesia menyentuh angka sebanyak 1.011 perusahaan, dan pada tahun 2024 kenaikan sebesar 22,44% atau 1.248, (Sutarsih *et al.*,2024).

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan *Internet Service Provider* 2019-2024 di Indonesia

Tahun	Jumlah Perusahaan <i>ISP</i>	Persentase (%)
2019	400	-
2020	473	18,25
2021	611	29,18
2022	828	35,52
2023	1011	22,10
2024	1248	22,44

Sumber: Badan Pusat Statistik (Sutarsih *et al.*,2024)

Pertumbuhan perusahaan *Internet Service Provider* (*ISP*) tidak hanya mencerminkan kemajuan infrastruktur digital di Indonesia, tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan jumlah pelanggan serta pengguna internet di berbagai daerah. Di Provinsi Lampung, misalnya, jumlah pelanggan *ISP* terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yaitu dari 113.312 pelanggan pada tahun 2019 menjadi 178.932 pelanggan pada tahun 2023 (Komdigi, 2024). Kenaikan ini menunjukkan semakin besarnya ketergantungan masyarakat terhadap layanan internet, baik untuk kebutuhan komunikasi, pendidikan, bisnis, maupun hiburan.

Di Kota Bandar Lampung sendiri, tingginya permintaan terhadap akses layanan *Internet Service Provider* (*ISP*), diikuti seiring dengan bertambahnya jumlah perusahaan penyedia layanan internet yang beroperasi. Pada tahun 2025 Tercatat terdapat sebanyak 15 perusahaan *ISP* baik berasal dari lokal maupun nasional yang telah hadir dan melayani masyarakat, sebagaimana disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.2 Perusahaan *ISP* Lokal & Nasional di Bandar Lampung

No	Nama <i>PT</i>	Produk	Alamat Covered
1	PT. Indonesia Trans Network	Internet Only	Bandar Lampung
2	MMS	Mega Fiber Internet + TV	Bandar Lampung

No	Nama PT	Produk	Alamat Covered
3	Faaznet	Internet Only	Bandar Lampung
4	Tunas Link	Internet & CCTV	Bandar Lampung
5	PT. Giga Patra Multimedia	Internet Only	Lampung Timur
6	Zitline	Internet Only	Bandar Lampung
7	PT. Queen Network Nusantara	Wireless Dedicare	Bandar Lampung
8	PT. Atmega Telecomindo Nusantara	Internet Only	Metro
9	PT sumatera Multimedia Solusi	Internet & CCTV	Bandar Lampung
10.	PT Kreatif Prima Nusantara	Internet Only	Bandar Lampung
11	<b>Laju Net</b>	<b>Internet Only</b>	<b>Bandar Lampung</b>
12	Indihome	Internet & CCTV	Lampung
13	XL	Internet & CCTV	Lampung
14	My Republic	Internet & CCTV	Lampung
15	Biznet	Internet & CCTV	Lampung

Sumber : PT. LJU, September 2025

Tabel di atas, menunjukkan 15 perusahaan ISP yang berada di Provinsi Lampung, terdiri dari 11 perusahaan lokal dan 5 perusahaan nasional yang beroperasi dan melayani akses internet untuk masyarakat lokal di Lampung, khususnya di Kota Bandar Lampung terdapat sembilan perusahaan ISP, di Kota Metro terdapat satu perusahaan ISP dan Kabupaten Lampung Timur terdapat satu perusahaan ISP. Di sisi lain terdapat empat perusahaan nasional yang beroperasi dan melayani akses internet, yang mempunyai jangkauan jaringan di Provinsi Lampung, yaitu *Indihome*, *XL*, *My Republic* dan *Biznet*. Hal ini menunjukkan bahwa wilayah Bandar Lampung menjadi salah satu pusat pertumbuhan layanan internet di Provinsi Lampung.

Salah satu ISP yang beroperasi di Kota Bandar Lampung adalah PT. Lampung Jasa Utama (Perseroda), yang beroperasi dengan merek LaJUNet, sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). LaJUNet menjadi salah satu penyedia layanan internet yang aktif memperluas jangkauan dan memberikan akses internet tetap bagi masyarakat. Selain layanan internet rumah (*residensial*), LaJUNet juga menyediakan layanan internet bisnis, paket Wi-Fi publik, serta dukungan teknis berupa instalasi, perawatan, dan troubleshooting jaringan. Layanan ini telah tersebar di sejumlah kecamatan di Kota Bandar Lampung, dengan jangkauan jaringan dan jumlah pelanggan yang terus diperluas. Adapun sebaran wilayah jangkauan jaringan dan pelanggan LaJUNet di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.3 Sebaran Jaringan &amp; Pelanggan ISP LaJUNet 2025

No.	Kecamatan	Jumlah Pelanggan
1	Bumi Waras	2
2	Enggal	8
3	Kedamaian	7
4	Kedaton	4
5	Labuhan Ratu	1
6	Rajabasa	1
7	Tanjung Karang Timur	1
8	Teluk Betung Barat	1
9	Teluk Betung Selatan	7
10	Teluk Betung Utara	2
11	Way Halim	1
<b>Jumlah</b>		<b>35</b>

Sumber : PT. LJU, Agustus 2025

Sebaran jaringan kabel fiber optik ISP LajuNet hingga Agustus 2025 sebagaimana disajikan pada Tabel 1.3 di atas, menunjukkan bahwa dari 20 kecamatan yang berada di Kota Bandar Lampung, layanan LajuNet baru menjangkau 11 kecamatan. Hal ini dikarenakan keterbatasan ketersediaan jaringan infrastruktur fiber optik ISP LajuNet yang belum menjangkau 20 kecamatan se kota Bandar Lampung. Jumlah pelanggan di wilayah tersebut masih tergolong sangat rendah dibandingkan dengan potensi pasar yang ada. Hal tersebut terlihat dari data pencapaian jumlah pelanggan ISP LajuNet tahun 2025. Berikut disajikan data jumlah pelanggan hingga September 2025.

Tabel 1.4 Capaian Jumlah Pelanggan ISP LaJUNet 2025

Tahun	Order Bulan	Prospek	Reject	Konven	Cancel	Approve	Connect	Target RKA	Pencapaian (%)
2025	Januari	8	3	0	0	0	5	20	10,00
2025	Februari	87	68	0	12	0	7	20	35,00
2025	Maret	24	14	0	4	0	6	20	30,00
2025	April	17	17	0	0	0	0	20	0,00
2025	Mei	32	26	0	1	0	5	20	25,00
2025	Juni	23	20	0	0	0	3	20	15,00
2025	Juli	47	38	0	1	0	8	20	40,00
2025	Agustus	1	0	0	0	0	1	20	5,00
2025	September	0	0	0	0	0	0	20	0,00
	Sumber Order	239	186	0	18	0	35	240	14,58%

Sumber : PT. LJU, September 2025

Meskipun terjadi peningkatan prospek pelanggan pada beberapa bulan seperti Februari dan Juli, tingkat realisasi pelanggan terkoneksi (connect) masih

belum memenuhi target yang ditetapkan dalam Rencana Kerja dan Anggaran (RKA). Persentase capaian bulanan tertinggi hanya mencapai sekitar 40% pada bulan Juli tahun 2025 dengan rata-rata pencapaian keseluruhan tahun 2025 sebesar 14,58%, yang menunjukkan perlunya strategi untuk meningkatkan jumlah pelanggan baru. Hal ini mengindikasikan adanya faktor-faktor yang memengaruhi tingkat penggunaan layanan LajUNet yang salah satunya melalui kegiatan promosi yang telah dilakukan melalui berbagai media, baik online maupun offline, untuk menarik calon pelanggan. Tetapi meski demikian, tidak semua calon pelanggan yang berniat memutuskan untuk menggunakan layanan ISP LajUNet.

Dari tabel 1.4 terdapat 239 potensi calon pelanggan yang didapat dari promosi yang dilakukan melalui media sosial dan *canvassing*. 186 diantaranya berstatus *reject* yang disebabkan karena titik koordinat rumah calon pelanggan tidak dapat di jangkau oleh perangkat jaringan fiber optik (*Optical Distribution Point*). Sementara itu terdapat 18 calon pelanggan yang berstatus *cancel*, hal ini disebabkan karena pembatalan sepihak oleh calon pelanggan, dengan berbagai alasan seperti waktu tunggu pemasangan yang dinilai cukup lama setelah permintaan pemasangan oleh calon pelanggan. Dari beberapa uraian penyebab berkurangnya potensi calon pelanggan LajUNet, hal ini dikarenakan ISP LajUNet baru menjalankan operasional selama 9 bulan, sehingga keterbatasan promosi dan infrastruktur jaringan fiber optik serta kegiatan teknis di lapangan belum sepenuhnya dilaksanakan secara mandiri dan masih melibatkan pihak ketiga.

Media sosial berperan penting dalam meningkatkan perolehan calon pelanggan yang dianggap berniat untuk menggunakan layanan *ISP* LaJuNet dan pelanggan yang terkoneksi dengan layanan *ISP* LaJUNet. Hingga saat ini, jumlah calon pelanggan *ISP* LaJUNet sebanyak 239, yang diperoleh dari bulan oktober 2024 hingga bulan agustus 2025, sebagaimana tersaji pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.5 Promosi dan Pelanggan Terkoneksi

Bulan	Hot Prospek			Connect			Total Connect
	Media Sosial	Canvassing	Referral	Media Sosial	Canvassing	Referral	
<b>OKTOBER</b>	0	0	0	0	0	0	0
<b>NOVEMBER</b>	0	0	1	0	0	1	1
<b>DESEMBER</b>	0	0	2	0	0	2	2
<b>JANUARI</b>	2	2	1	0	1	1	2
<b>FEBRUARI</b>	77	8	2	3	2	2	7
<b>MARET</b>	22	2	0	4	2	0	6
<b>APRIL</b>	17	0	0	0	0	0	0

Bulan	Hot Prospek			Connect			Total Connect
	Media Sosial	Canvassing	Referral	Media Sosial	Canvassing	Referral	
MEI	32	0	0	5	0	0	5
JUNI	22	0	1	2	0	1	3
JULI	40	6	1	4	3	1	8
AGUSTUS	1	0	0	1	0	0	1
SEPTEMBER	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>213</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>19</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>35</b>

Sumber : PT. LJU, September 2025

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas, terdapat 213 calon pelanggan yang diperoleh dari *social media*, melalui iklan berbayar pada kanal *instagram* dan *facebook* LajUNet. Terdapat 18 calon pelanggan diperoleh melalui *canvassing*, dengan metode penyebaran brosur LajUNet secara *door to door* pada permukiman masyarakat pertokoan serta kawasan residensial, dengan area berjarak 200 meter dari titik optik (*Optical Distribution Point*) yang merupakan wilayah dalam cakupan layanan LajUNet, dan 8 calon pelanggan melalui *referral* atau jaringan individu dengan cara promosi penyebaran brosur digital yang dilakukan dengan cara *share* brosur ke *whatsapp* grup keluarga, teman, rekan kerja, dan status *whatsapp*. Sementara pelanggan terkoneksi sebanyak 19 pelanggan melalui *social media*, 8 pelanggan melalui *canvassing* dan 8 pelanggan melalui *referral* sehingga total pelanggan terkoneksi sebanyak 35 pelanggan.

Selain pencapaian penjualan yang belum mencapai target dan dengan berbagai upaya promosi telah dilakukan melalui berbagai media sosial, *canvassing* dan juga *referral* untuk menarik calon pelanggan serta terus menerus menjaga kualitas layanan yang diberikan. ISP LaJUNet selama beroperasi telah menerima sejumlah pengaduan yang menjadi perhatian penting dalam menjalankan bisnis pelayanan jasa internet, karena kualitas pelayanan jasa sangat menjadi perhatian khusus dan harus menjadi skala prioritas bagi perusahaan. Berdasarkan data dari LajUNet, tercatat terdapat 39 pengaduan dari pelanggan sebagaimana tersaji pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.6 Pengaduan Pelanggan

Jenis Pengaduan	Jenis Penanganan	Jumlah	PIC
Lost Connection/lampu perangkat merah	Perbaikan Visit	16	CGS
Jaringan Lemot	Restart Jaringan	10	Kabid Infokom
Jaringan Lemot	Restart Jaringan	10	Customer Services
Jaringan Lemot	Reset Jaringan	2	CGS
Gangguan Masal	Perbaikan Lapangan	1	CGS
<b>Jumlah</b>		<b>39</b>	

Sumber : PT. LJU, September 2025

Dari tabel 1.6 di atas terdapat 16 pengaduan pelanggan yang mengeluhkan sering terjadi *lost connection* atau lampu perangkat merah. Gangguan ini disebabkan oleh kerusakan pada perangkat *router* atau *Optical Network Unit* (ONU) yang digunakan dalam layanan internet pelanggan, sehingga menyebabkan gangguan atau terhentinya koneksi internet dan jaringan kabel fiber optik yang putus. Pada sisi lain terdapat 22 kasus jaringan lemot/lambat, hal ini disebabkan oleh gangguan layanan yang bersumber dari penyedia *bandwidth*, sehingga dapat memengaruhi stabilitas koneksi internet pelanggan. ISP LajUnet juga pernah mengalami gangguan massal sebanyak satu kasus, hal di sebabkan oleh kerusakan infrastruktur fisik kabel serat optik bawah laut yang terputus dan kesalahan konfigurasi perangkat lunak atau jaringan. Meskipun seluruh pengaduan tersebut telah ditangani, data ini tetap menjadi penting sebagai dasar evaluasi

Melalui pengaduan tersebut, perusahaan dapat mengetahui aspek yang perlu diperbaiki, seperti keandalan kualitas sistem (*system e-quality*) yang berperan penting dalam membangun niat penggunaan pelanggan. Maka dari itu, diperlukan pendekatan teoritis untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan internet oleh pelanggan. Salah satu model yang relevan untuk menjelaskan hal tersebut adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menekankan pada bagaimana persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memengaruhi niat pengguna dalam menggunakan suatu teknologi atau layanan berbasis internet (Liu *et al.*,2023) seperti ISP LaJUNet.

Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), niat perilaku (*behavioral intention*) konsumen dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu kegunaan yang dipersepsikan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Dalam konteks perusahaan penyedia layanan, *perceived usefulness* mencerminkan sejauh mana pelanggan meyakini bahwa penggunaan layanan tersebut dapat memberikan manfaat nyata, seperti meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan efektivitas aktivitas mereka (Yao & Wang, 2024). Namun, setiap konsumen memiliki tingkat penerimaan yang berbeda terhadap teknologi baru. Jika perusahaan tidak mampu menunjukkan atau

mengomunikasikan dengan baik manfaat dari layanan yang ditawarkan, maka niat penggunaan dan kepuasan pelanggan dapat menurun (Bolodeoku *et al.*,2022).

Pelanggan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan layanan ISP, di mana variabel *Perceived Ease of Use* menunjukkan bahwa pelanggan akan bersikap positif ketika teknologi internet mudah digunakan dan tidak memerlukan upaya yang rumit (Liu *et al.*,2023). *Perceived ease of use* adalah sejauh mana pengguna meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi dapat dilakukan dengan mudah dan tidak menimbulkan banyak hambatan atau kesulitan (Yao & Wang, 2024). sehingga dipahami, yang selanjutnya mampu meningkatkan niat pelanggan (Ying *et al.*,2025), dua faktor yang di adopsi dari model TAM yaitu: kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) dapat membentuk niat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan teknologi, yang pada akhirnya memengaruhi perilaku aktual (*actual behavior*) dalam penggunaannya.

Dalam penggunaan teknologi, kualitas sistem (*system quality*) juga perlu diperhatikan karena berperan penting untuk mendorong penjualan kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) *System Quality* (Kualitas Sistem) adalah persepsi pengguna terhadap mutu teknis dari suatu sistem informasi, yang mencakup aspek kinerja, keandalan, keamanan, kemudahan akses, serta kemudahan penggunaan sistem tersebut. (Purwita *et al.*,2025). *System Quality* menurut Delone dan McLean (2003) terdiri dari aspek kemudahan penggunaan, keandalan, fleksibilitas, kecepatan respon, keamanan, dan ketersediaan sistem. Dengan kata lain, kualitas sistem menggambarkan seberapa baik sistem dirancang dan dioperasikan untuk memberikan pengalaman penggunaan yang optimal. Sistem dengan kualitas tinggi akan mempermudah pengguna dalam berinteraksi dengan teknologi, meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), serta berkontribusi terhadap kepuasan dan niat perilaku pengguna dalam menggunakan sistem tersebut (Fitria *et al.*,2024).

Niat dapat dipengaruhi salah satu nya dari penilaian positif atau negatif individu terhadap perilaku tertentu (Ying *et al.*,2025). Ketika persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan selaras atau bernilai positif, hal tersebut dapat

mendorong penerimaan serta penggunaan teknologi secara berkelanjutan. Namun, hasil penelitian Legramante *et al.* (2023) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) tidak memiliki pengaruh langsung terhadap niat penggunaan. Di sebabkan individu yang menilai sistem mudah dioperasikan cenderung memiliki pengalaman penggunaan yang lebih positif. (Ying *et al.*,2025) yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Yao & Wang, 2024). Sebagai contoh yang berdasarkan survei APJII (2025), salah satu alasan pelanggan memilih layanan internet karena ingin memperoleh manfaat dan kemudahan dalam aktivitas sehari-hari. Selain itu, pelanggan juga mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan layanan ISP, di mana variabel *Perceived Ease of Use* menunjukkan bahwa pelanggan akan bersikap positif ketika merasa teknologi internet mudah digunakan dan tidak memerlukan upaya yang rumit (Liu *et al.*,2023)

Namun demikian, banyak penelitian terdahulu hanya memfokuskan *E-System Quality* sebagai variabel independen atau dependen yang memengaruhi penerimaan teknologi dalam kerangka TAM. Misalnya, sejumlah studi menemukan bahwa kualitas sistem berperan penting dalam meningkatkan persepsi kemudahan dan kemanfaatan teknologi, sehingga berdampak pada niat penggunaan seperti penelitian, Purwita *et al.* (2025) menemukan bahwa *E-System Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fitria *et al.* (2024), yang menjelaskan bahwa *E-System Quality* yang tinggi mulai dari kemudahan akses, keandalan perangkat keras dan perangkat lunak, hingga antarmuka yang intuitif menciptakan pengalaman penggunaan yang lebih lancar dan minim hambatan. Ketika pengguna merasa bahwa sistem mudah dioperasikan, stabil, serta mampu memenuhi kebutuhan informasi mereka, persepsi yang muncul tidak hanya terkait kemudahan penggunaan, tetapi juga manfaat nyata yang diberikan sistem tersebut dalam membantu mencapai tujuan. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas sistem, semakin kuat pula persepsi bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan benar-benar bermanfaat bagi pengguna.

Selaras dengan itu, Mata *et al.* (2024) menegaskan bahwa *E-System Quality* yang baik yang mencakup kinerja yang stabil, kecepatan pemrosesan yang

memadai, fitur yang ramah pengguna, serta fungsi-fungsi yang berjalan optimal mampu menciptakan pengalaman penggunaan yang nyaman dan efisien. Ketika pengguna merasakan bahwa sistem responsif, cepat, dan mudah dipahami, mereka akan memiliki penilaian yang lebih positif terhadap tingkat kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*). Di sisi lain, kehandalan sistem dan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pengguna juga meningkatkan persepsi mengenai manfaat yang diberikan (*Perceived Usefulness*). Kedua persepsi ini saling memperkuat dan pada akhirnya mendorong pengguna untuk membentuk sikap yang lebih positif terhadap penggunaan. Sikap positif tersebut kemudian berpengaruh langsung pada meningkatnya niat penggunaan (Mata *et al.*, 2024).

Sangat jarang ditemukan penelitian yang menempatkan *E-System Quality* sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara konstruk utama TAM terhadap niat penggunaan, dalam penelitian Akter *et al.* (2024)) *E-System Quality* digunakan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat maupun memperlemah hubungan antara kepuasan dan niat pembelian. Karena kepuasan dipengaruhi terlebih dahulu oleh *Perceived Ease of Use*, maka kualitas sistem berperan penting dalam memperkuat efek tersebut. Sistem yang aman, stabil, dan andal mampu meningkatkan keyakinan pengguna ketika mengakses layanan. Ketika kualitas sistem berada pada level yang tinggi, kemudahan penggunaan tidak hanya membuat pengguna merasa nyaman, tetapi juga menumbuhkan rasa aman saat melakukan transaksi. Sinergi antara kemudahan penggunaan dan keandalan sistem inilah yang pada akhirnya meningkatkan kemungkinan terbentuknya niat pembelian, sehingga *E-System Quality* dapat memperkuat pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Purchase Intention* (Akter *et al.*, 2024),

Sebagian besar penelitian sebelumnya menempatkan *E-System Quality* sebagai variabel independen yang memengaruhi *Perceived Ease of Use* dan *Intention to Use*, dengan asumsi bahwa kualitas sistem secara langsung menentukan persepsi kemudahan dan minat penggunaan. Namun, dalam konteks layanan *Internet Service Provider* (ISP), pengguna umumnya sudah familiar dengan cara penggunaan sistem, sehingga kemudahan bukan lagi bergantung langsung pada kualitas sistem, melainkan pada seberapa konsisten sistem tersebut mampu mendukung pengalaman penggunaan yang nyaman.

Kualitas sistem berperan memperkuat atau memperlemah sejauh mana kemudahan yang dirasakan dapat memengaruhi niat penggunaan (Aker *et al.*, 2024), terutama dalam konteks layanan digital yang mengandalkan keandalan dan kenyamanan sistem. Lebih lanjut, penelitian mengenai *E-System Quality* sebagai moderator dalam hubungan TAM terhadap niat penggunaan juga masih sangat terbatas pada konteks tertentu. Terutama pada sektor *Internet Service Provider* (ISP), studi semacam ini hampir tidak ditemukan, meskipun kualitas sistem merupakan faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap layanan internet. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang dapat mengisi kesenjangan literatur dengan meneliti bagaimana *E-System Quality* memoderasi hubungan antara konstruk dalam TAM dan *Behavioral Intention* dalam konteks penggunaan layanan ISP.

Uraian latar belakang diatas menampilkan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) yang berperan penting dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat individu untuk menggunakan layanan teknologi, termasuk layanan *Internet Service Provider* (ISP) seperti LaJUNet. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab berbagai persoalan yang masih belum terpecahkan terkait dengan penerimaan dan penggunaan layanan internet.

Kasus pengaduan yang diterima oleh Lajunet menjadi perhatian penting dalam penelitian ini. Berdasarkan data internal LaJUNet, tercatat sebanyak 39 pengaduan pelanggan, dengan keluhan dominan berupa koneksi jaringan yang lambat (22 kasus) serta gangguan *lost connection* atau indikator lampu perangkat berwarna merah (16 kasus). Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kualitas sistem layanan (*e-system quality*) Lajunet masih belum optimal. Kualitas sistem yang rendah berpotensi memperlemah pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), karena ketika sistem tidak mudah dioperasikan, pengguna cenderung mengalami pengalaman penggunaan yang lebih negatif (Ying *et al.*, 2025). Pengalaman negatif tersebut pada akhirnya dapat menurunkan niat pengguna untuk terus menggunakan teknologi (Yao & Wang, 2024). Selain itu, rendahnya kualitas sistem juga berpotensi menurunkan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), mengingat semakin sulit suatu teknologi digunakan, semakin kecil pula

manfaat dan kegunaan yang dapat dirasakan oleh penggunanya (Legramante *et al.*, 2023).

Selain itu, penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi baru dalam pengembangan *Technology Acceptance Model* dengan meninjau pengaruh faktor-faktor utama dalam TAM terhadap niat penggunaan ISP LaJUNet. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berupaya menguji ulang temuan-temuan sebelumnya, tetapi juga memperbaruinya agar lebih relevan dengan perkembangan teknologi dan perilaku pengguna saat ini. Upaya replikasi ini penting untuk memperkuat validitas hasil penelitian serta memperkaya pemahaman teoritis dan praktis mengenai adopsi layanan digital di era modern. (Bouter & Riet, 2021).

Berdasarkan dari uraian pada latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “***Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Internet Service Provider LaJUNet Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)***”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

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

1. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap Niat Penggunaan *Internet Service Provider* LaJUNet?
2. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* *Internet Service Provider* LaJUNet?
3. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Niat Penggunaan *Internet Service Provider* LaJUNet?
4. Apakah *E-System Quality* memoderasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Niat Penggunaan *Internet Service Provider* LaJUNet?
5. Apakah *E-System Quality* memoderasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Niat Penggunaan *Internet Service Provider* LaJUNet?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Niat Penggunaan *Internet Service Provider* LaJUNet.
2. Menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* *Internet Service Provider* LaJUNet?
3. Menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Niat Penggunaan *Internet Service Provider* LaJUNet.
4. Menganalisis peran *E-System Quality* dalam memoderasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Niat Penggunaan *Internet Service Provider* LaJUNet.
5. Menganalisis peran *E-System Quality* dalam memoderasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Niat Penggunaan *Internet Service Provider* LaJUNet

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai, baik secara teoritis maupun secara praktis yang berkaitan dengan pengaruh *Technology Acceptance Model (TAM)* terhadap niat penggunaan *Internet Service Provider*.

#### 1. Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian mengenai *Technology Acceptance Model (TAM)*, khususnya dengan memasukkan variabel *E-System Quality* sebagai faktor moderasi yang dapat memperkaya pemahaman tentang penerimaan teknologi. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkuat bukti empiris mengenai hubungan antara *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Behavioral Intention* dalam konteks penggunaan layanan *Internet Service Provider*, sehingga dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang meneliti penerimaan teknologi pada layanan digital.

#### 2. Aspek Praktis

Sebagai masukan bagi manajemen LaJUNet dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan layanan mereka. Melalui temuan penelitian ini, perusahaan dapat mengoptimalkan kualitas

sistem agar pengalaman pengguna menjadi lebih mudah, efisien, dan bermanfaat. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat membantu pengambil keputusan dan pengembang sistem dalam merancang strategi yang tepat untuk meningkatkan efektivitas penerapan teknologi serta memperkuat loyalitas pelanggan melalui peningkatan kepuasan dan kenyamanan pengguna.

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### 2.1 Tinjauan Literatur

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

*Technology Acceptance Model (TAM)* diperkenalkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan mengapa seseorang mau atau tidak mau menggunakan teknologi baru, berbeda dengan keberhasilan teknologi, TAM menjelaskan bagaimana niat berperilaku terbentuk (Alsulami *et al.*, 2024) dan menerima suatu teknologi serta menilai teknologi tersebut sebelum diterapkan (Mata *et al.*, 2024). Model ini dibangun di atas *Theory of Reasoned Action (TRA)* Fishbein dan Ajzen (1975) dan *theory of planned behavior (TPB)* Ajzen (1991). Kedua teori tersebut kemudian dimodifikasi sehingga lebih relevan untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan Sistem Informasi (SI). Melalui pengembangan tersebut, model ini tidak hanya menggambarkan proses penerimaan teknologi, tetapi juga menilai bagaimana konsumen mengadopsi teknologi informasi serta menunjukkan bagaimana berbagai faktor eksternal dapat memengaruhi persepsi pengguna dan membentuk niat perilaku mereka (Akter *et al.*, 2024).

TAM menyebutkan dua faktor utama yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan teknologi, yaitu persepsi *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. *perceived ease of use* berarti seberapa mudah teknologi tersebut digunakan, sedangkan *perceived ease of use* menunjukkan sejauh mana teknologi itu dapat membantu meningkatkan kinerja pengguna (Wistedt, 2024). *Perceived usefulness* merujuk pada keyakinan bahwa penggunaan suatu aplikasi dapat membantu individu menyelesaikan tugasnya secara lebih efektif, sedangkan *perceived ease of use* menggambarkan persepsi bahwa sistem tersebut tidak membutuhkan usaha yang berlebihan untuk digunakan (Davis, 1989).

Perkembangan teoritis TAM kemudian menunjukkan bahwa variabel eksternal dapat memberikan pengaruh pada jalur struktural antarkonstruksi. Dalam TAM versi kedua (TAM2), variabel seperti citra, kualitas keluaran, norma

subjektif, demonstrasi hasil, relevansi pekerjaan, dan *perceived ease of use* diidentifikasi sebagai konstruk laten yang dapat memengaruhi terbentuknya *perceived ease of use* (Mata *et al.*, 2024). Untuk menjelaskan pengaruh variabel variabel tersebut terhadap *Perceived usefulness* dan niat berperilaku, TAM versi kedua memanfaatkan dua mekanisme teoretis, yaitu proses pengaruh sosial yang terlihat pada konstruk citra dan norma subjektif dan proses instrumental kognitif, yang tercermin dalam kualitas output, relevansi pekerjaan, demonstrasi hasil, serta *perceived ease of use* (Doo & Bonk, 2021)

Dalam konteks layanan, *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa niat penggunaan pelanggan dipengaruhi oleh tingkat kepuasan, yang muncul dari persepsi tentang kemudahan penggunaan dan kegunaan layanan. Selain itu, faktor kualitas sistem juga berperan dalam membentuk persepsi tersebut (Legramante *et al.*, 2023). Lebih lanjut, *perceived usefulness* diartikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja mereka, sedangkan *perceived ease of use* menggambarkan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tersebut akan mudah dan tidak memerlukan banyak usaha (Wei *et al.*, 2025).

TAM telah banyak dimanfaatkan dalam berbagai penelitian yang menelaah pengaruh teknologi informasi di beragam konteks. Model ini diterapkan pada studi mengenai pendidikan daring, kepatuhan elektronik, layanan internet seluler, pengajaran berbasis internet, pembiayaan digital, pembayaran seluler, hingga penggunaan platform digital dan inovasi berbasis teknologi cerdas. Beragam pemanfaatan tersebut menunjukkan bahwa TAM memiliki fleksibilitas tinggi dan relevan digunakan dalam menganalisis penerimaan teknologi (Akter *et al.*, 2024).

### **2.1.2 Perceived Ease of Use**

*Perceived Ease of Use* menggambarkan sejauh mana suatu produk atau layanan mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna, sehingga mendorong pengalaman yang lebih positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Ying *et al.*, 2025), Konsep ini juga menunjukkan sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi dapat dilakukan tanpa memerlukan banyak usaha fisik maupun mental (Wei *et al.*, 2025). *Perceived ease of use* menekankan

keyakinan pengguna bahwa teknologi baru dapat dioperasikan dengan tingkat kesulitan yang rendah, sehingga mendorong adopsi dan pemanfaatan yang lebih tinggi (Yao & Wang, 2024) Indikator untuk mengukur *Perceived ease of use* meliputi kemudahan dalam mempelajari sistem, sedikitnya upaya mental yang diperlukan, kecepatan dalam menguasai penggunaan, serta kemudahan dalam mengingat cara pengoperasiannya (Fitria *et al.*,2024),

Indikator *Perceived Ease of Use* menurut Davis, (1989) menggambarkan sejauh mana pengguna merasa bahwa suatu sistem atau teknologi mudah digunakan dan dioperasikan tanpa kesulitan berarti. Pengguna menilai bahwa sistem tersebut mudah dipahami, tidak menimbulkan rasa frustrasi, serta memiliki antarmuka yang fleksibel dan mudah diakses. Selain itu, pengguna merasa dapat menyesuaikan diri dengan cepat terhadap cara penggunaan sistem dan mampu mengatasi kendala teknis yang muncul. Secara umum, sistem dinilai memudahkan aktivitas pengguna dalam menjalankan tugas sehari-hari, sehingga penggunaan teknologi terasa efisien, nyaman, dan mendukung produktivitas (Legramante *et al.*,2023).

### **2.1.3 Perceived Usefulness**

*Perceived usefulness* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka (Wei *et al.*,2025) *perceived usefulness* harus diukur atau dinilai menggunakan lima indikator ukuran yang berbeda: produktivitas tingkat lanjut, bermanfaat bagi individu, efektivitas, transaksi yang lebih cepat, dan efektivitas suatu kegiatan (Bolodeoku *et al.*,2022) Hal ini juga mencakup kemampuan sistem untuk memfasilitasi tugas-tugas pekerjaan, mengurangi kelelahan kerja, menyediakan kesempatan untuk pengembangan keterampilan, meningkatkan akses informasi, dan menurunkan tingkat kesalahan (Fitria *et al.*,2024). Indikator *Perceived Usefulness* menurut Davis, (1989) menggambarkan sejauh mana pengguna meyakini bahwa suatu sistem atau teknologi memberikan manfaat nyata dan meningkatkan kinerja mereka. Pengguna merasa bahwa penggunaan teknologi tersebut mempermudah penyelesaian tugas dan aktivitas serta membantu menghemat waktu. Selain itu, sistem dianggap meningkatkan efektivitas dan produktivitas kerja, baik dalam kegiatan belajar, bekerja, maupun aktivitas online

lainnya. Teknologi juga dinilai mampu memenuhi kebutuhan pengguna dalam memperoleh informasi dan berkomunikasi secara efisien, serta berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hasil pekerjaan. Secara keseluruhan, pengguna menilai bahwa sistem atau teknologi yang digunakan bermanfaat dan memberikan nilai tambah terhadap aktivitas sehari-hari mereka (Legramante *et al.*,2023).

#### **2.1.4 Niat Penggunaan**

Niat perilaku (Behavioral Intention/BI) adalah keinginan atau rencana sadar seseorang untuk melakukan suatu tindakan di masa depan. Menurut Ajzen (1980), niat perilaku merupakan penentu langsung dari munculnya suatu tindakan, yaitu sejauh mana seseorang memiliki kemungkinan atau kecenderungan untuk terlibat dalam perilaku tertentu. Dengan kata lain, semakin kuat niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut akan terjadi (Nurtanto *et al.*,2025). Dalam konteks penerapan teknologi, Davis (1989) mendefinisikan niat penggunaan sebagai keinginan individu untuk terus menggunakan sistem informasi secara berkelanjutan. Niat perilaku mengacu pada kemauan atau kecenderungan yang dibentuk konsumen sebelum melakukan perilaku tersebut, perilaku didorong oleh niat, yang berarti seseorang akan melakukan tindakan tertentu ketika mempertimbangkan situasi (Li *et al.*,2024). Oleh karena itu, niat berfungsi sebagai indikator kemungkinan perilaku penggunaan individu di masa mendatang. Semakin tinggi kemungkinannya, semakin kuat niat penggunaan pelanggan.

#### **2.1.5 E-System Quality**

Delone & McLean (2003) mendefinisikan *E-System Quality* merupakan ukuran sejauh mana suatu sistem informasi mampu berfungsi secara andal dan efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi penggunanya, dengan memperhatikan aspek perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, serta prosedur yang mendukung kinerja sistem (Kakkar *et al.*, 2025). Kualitas sistem ini tidak hanya dilihat dari sisi teknis, tetapi juga dari persepsi pengguna terhadap kemudahan, keandalan, dan kenyamanan saat menggunakan sistem. Semakin tinggi

kualitas sistem, maka semakin besar pula tingkat kepuasan dan kepercayaan pengguna terhadap sistem tersebut (Fitria *et al.*,2024).

Menurut Mata *et al.*,(2024), *E-System Quality* mencakup beberapa dimensi penting seperti kualitas fungsional, kecepatan pemrosesan, stabilitas kinerja, keramahan antarmuka pengguna, serta kemampuan sistem dalam beradaptasi terhadap kebutuhan pengguna. Sistem yang memiliki kinerja cepat dan antarmuka yang mudah dipahami akan lebih mudah diterima oleh pengguna karena memberikan pengalaman penggunaan yang efisien dan menyenangkan. Selain itu, *E-System Quality* juga menggambarkan seberapa baik sistem dapat mengintegrasikan fungsi-fungsinya secara konsisten untuk mendukung proses bisnis atau kegiatan pengguna sehari-hari (Mata *et al.*,2024). Lebih lanjut, kualitas sistem dapat diukur dengan meninjau aspek kegunaan (*usability*), yang merupakan salah satu komponen utama dalam interaksi manusia dan teknologi informasi (Achmadi & Siregar, 2021). *Usability* menekankan pada kemudahan pengguna dalam mempelajari, mengoperasikan, serta mengoptimalkan fitur-fitur yang tersedia dalam sistem. Sistem dengan tingkat kegunaan tinggi akan meminimalkan kesalahan pengguna dan meningkatkan efisiensi kerja, sehingga menjadi indikator penting dalam menilai kualitas sistem secara keseluruhan (Achmadi & Siregar, 2021).

Oleh karena itu, untuk memastikan sistem benar-benar siap digunakan, diperlukan proses uji coba (*testing*) secara menyeluruh sebelum diserahkan kepada pengguna (Prasetyo Aji *et al.*,2019). Tahap ini bertujuan untuk mendeteksi serta memperbaiki potensi kesalahan teknis yang mungkin muncul selama pengoperasian sistem. Dengan adanya uji coba, pengembang dapat memastikan bahwa sistem telah berjalan stabil, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Langkah ini penting agar saat sistem digunakan secara langsung, tidak terjadi gangguan atau kendala yang dapat menghambat efektivitas penggunaannya (Prasetyo Aji *et al.*,2019). Indikator *E-System Quality* menggambarkan sejauh mana suatu sistem jaringan memiliki kinerja yang andal, stabil, dan berkualitas tinggi. Pengguna menilai bahwa sistem mampu beroperasi secara konsisten tanpa gangguan berarti, serta menyediakan koneksi yang cepat dan responsif dalam mendukung aktivitas online. Selain itu, sistem dianggap mudah diakses dan tidak rumit dalam

penggunaannya, sehingga memberikan pengalaman penggunaan yang nyaman. Kualitas sistem yang baik juga tercermin dari keandalan jaringan dalam menunjang berbagai kebutuhan pengguna. Secara keseluruhan, pengguna merasa bahwa kinerja dan kualitas sistem sudah memadai dan memberikan kepuasan dalam mendukung aktivitas digital mereka (Fitria *et al.*,2024)

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Kakkar <i>et al.</i> (2025)	<i>Investigating the impact of quality, technology and trust on customers ' purchase intention and word-of-mouth in S-commerce</i>	Independen: 1. <i>Service Quality</i> 2. <i>Information Quality</i> 3. <i>System Quality</i> 4. <i>Customer Feedback</i> 5. <i>Platform Support</i> 6. <i>Seller Information</i> 7. <i>Augmented Reality (AR)</i> 8. <i>Customization</i> 9. <i>Personalization</i> Intevening: <i>Perceived Value</i> Dependin: 1. <i>Purchase Intention</i> 2. <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	<i>Service quality, information quality, system quality, augmented reality, customization, personalization, customer feedback, platform support, dan seller information</i> semuanya terbukti berpengaruh signifikan meningkatkan <i>perceived value</i> , dan <i>perceived value</i> selanjutnya secara signifikan meningkatkan <i>purchase intention</i> serta <i>electronic word of mouth (eWOM)</i> .
2	Wei <i>et al.</i> ,(2025)	<i>Applying the technology acceptance model, Theory of planned behavior, modeling (BIM) in green building in China</i>	Independen: 1. <i>Perceived Ease of Use</i> 2. <i>Perceived Usefulness</i> 3. <i>Perceived Enviornmental concern</i> Intevening: 1. <i>attitude toward the behavior.</i> 2. <i>Subjective norm</i> 3. <i>Perceived behevariol control</i> 4. <i>Behavior intentaion</i> Dependin: <i>Actual System Use</i>	<i>Perceived Environmental Concern, Behavioral Intention, dan Perceived Behavioral Control</i> merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap adopsi BIM pada proyek bangunan hijau di Tiongkok. Selain itu, <i>System Quality, Information Quality, dan Service Quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> , yang pada akhirnya membentuk penerimaan pengguna terhadap teknologi BIM.

Lanjutan Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
3	Purwita et al.,(2025)	<i>Exploring Digital Learning Acceptance: An Extended TAM Perspective on System Quality and Student Behaviour in e-Learning Platform</i>	Independen: 1. <i>System Quality (SQ)</i> Intevening: 1. <i>Perceived Usefulness (PU)</i> 2. <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> 3. <i>Attitude Toward Using (ATU)</i> Dependen: 1. <i>Behavioral Intention to Use (BIU)</i> <i>Actual System Use (ASU)</i>	<i>System Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Perceived Usefulness</i> . Selanjutnya, <i>Perceived Ease of Use</i> juga berpengaruh signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Attitude Toward Using</i> , dan berpengaruh ke <i>Behavioral Intention to Use</i> . dan menjadi prediktor langsung terhadap <i>Actual System Use</i> .
4	Nurtanto et al.,(2025)	<i>Determinants of behavioral intentions and their impact on student performance in the use of AI technology in higher education in Indonesia: A SEM-PLS analysis based on TPB, UTAUT, TAM</i>	Independen 1. <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> 2. <i>Perceived Usefulness (PU)</i> 3. <i>Trust</i> Intervening: <i>Attitude Toward Use</i> Dependen: <i>Adoption Intention</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Perceived Ease of Use</i> , <i>Perceived Usefulness</i> , dan <i>Trust</i> berpengaruh positif terhadap <i>Attitude Toward Use</i> dan <i>Adoption Intention</i> . Selain itu, <i>Attitude Toward Use</i> berperan sebagai mediator signifikan antara <i>Trust</i> dan <i>Adoption Intention</i> , serta antara <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Adoption Intention</i>
5	Ying et al.,(2025)	<i>Social Media Marketing in Industry 4.0: The Role of TikTok in Shaping Generation Z's Purchase Intentions</i>	Independen: 1. <i>Brand Awareness</i> 2. <i>Electronic Word-of-Mouth (e-WOM)</i> 3. <i>Perceived Risk</i> 4. <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> 5. <i>Peer Influence</i> Dependen: <i>Purchase Intention</i>	<i>Brand Awareness</i> , <i>e-WOM</i> , <i>Perceived Ease of Use</i> , dan <i>Peer Influence</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Purchase Intention</i>

Lanjutan Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu

6	Utari & Yasa, (2025)	<i>Understanding Electric Vehicle Purchase Intentions Through the Technology Acceptance Model</i>	<p>Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Perceived Usefulness (PU)</i></li> <li>2. <i>Perceived Ease of Use (PEU)</i></li> </ol> <p>Intervening:</p> <p><i>Attitude Towards Using (ATU)</i></p> <p>Dependen:</p> <p><i>Behavior Intention</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Perceived Usefulness (PU)</i> dan <i>Perceived Ease of Use (PEU)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Attitude Toward Using (ATU)</i> kendaraan listrik. Selain itu, PU, PEU, dan ATU juga berpengaruh langsung terhadap <i>Purchase Intention (PI)</i>. ATU berperan sebagai partial mediator antara PU, PEU, dan PI.</p>
7	Fitria et al.,(2024)	<i>The Impact of System Quality and User Satisfaction: The Mediating Role of Ease of Use and Usefulness in E-Learning System</i>	<p>Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>System Quality</i></li> <li>2. <i>Information Quality</i></li> <li>3. <i>Service Quality</i></li> <li>4. <i>Perceived Usefulness</i></li> <li>5. <i>Perceived Ease of Use</i></li> </ol> <p>Dependen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>User Satisfaction</i></li> <li>2. <i>Behavioral Intention</i></li> </ol>	<p><i>System Quality</i>, <i>Information Quality</i>, dan <i>Service Quality</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i>, <i>Perceived Ease of Use</i>, dan <i>User Satisfaction</i>. Selain itu, <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> juga berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p>
8	Akter et al.,(2024)	<i>The moderating effect of system quality on the relationship between customer satisfaction and purchase intention: PLS-SEM &amp; fsQCA approaches</i>	<p>Independen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Perceived Ease of Use</i></li> <li>2. <i>Hedonic Motivation</i></li> <li>3. <i>Perceived Enjoyment</i></li> </ol> <p>Intevening:</p> <p><i>Satisfaciton</i></p> <p>Moderasi:</p> <p><i>system quality</i>.</p> <p>Dependen:</p> <p><i>Purchase Intention</i></p>	<p><i>Perceived enjoyment</i> dan <i>perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan terhadap niat beli, sedangkan <i>E-System Quality</i> tidak hanya memengaruhi niat beli secara langsung, tetapi juga memoderasi hubungan antara kepuasan dan niat beli.</p>

Lanjutan Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
9	Mata <i>et al.</i> ,(2024)	<i>Exploring technology acceptance model with system characteristics to investigate sustainable building information modeling adoption in the architecture, engineering, and construction industry: The case of the Philippines</i>	Independen: 1. <i>System Quality (SQ)</i> 2. <i>User Interface (UI)</i> 3. <i>Personal Innovativeness (PI)</i> Intervening: 1. <i>Perceived Usefulness (PU)</i> 2. <i>Perceived Ease of Use (PEU)</i> 3. <i>Attitude Towards Using (ATU)</i> Dependen: <i>Behavior intation</i>	<i>Perceived Usefulness (PU)</i> berpengaruh kuat terhadap <i>Perceived Ease of Use (PEU)</i> , meningkatkan <i>Behavior Intention</i> , Secara keseluruhan, <i>System Quality (SQ)</i> , <i>User Interface (UI)</i> , dan dukungan organisasi berperan penting dalam meningkatkan penerimaan BIM.
10	Legramante <i>et al.</i> ,(2023)	<i>Integration of the technology acceptance model and the information systems success model in the analysis of Moodle's satisfaction and continuity of use</i>	Independen 1. <i>Quality of Information (QI)</i> 2. <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> 3. <i>Perceived Usefulness (PU)</i> Intervening: <i>User Satisfaction:</i> Dependen: <i>Behavioural Intention to Us</i>	<i>Quality of Information</i> berpengaruh kuat terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>User Satisfaction</i> , sedangkan <i>Perceived Usefulness</i> menjadi faktor paling dominan yang memengaruhi <i>User Satisfaction</i> dan <i>Behavioural Intention</i>
11	(Bolodeoku <i>et al.</i> ,2022)	<i>Perceived usefulness of technology and multiple salient outcomes: the improbable case of oil and gas worker</i>	Independen: <i>Perceived Usefulness of Technology</i> Dependen: <i>Employees' Performance</i>	<i>Perceived usefulness of technology</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>employees' performance</i> dengan mempertimbangkan faktor kepuasan karyawan, dukungan organisasi, produktivitas, dan komitmen karyawan.

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2025)

## 2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

### 2.3.1 *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Terhadap Niat Penggunaan

Dalam menjelaskan perilaku penggunaan teknologi oleh individu, *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein & Ajzen (1975) menjadi salah satu dasar yang kuat. Teori ini berasumsi bahwa niat berperilaku (*behavioral intention*) merupakan penentu utama dari tindakan seseorang, dan niat tersebut dibentuk oleh sikap terhadap perilaku serta pengaruh sosial (norma subjektif). Artinya, seseorang akan cenderung melakukan suatu tindakan jika ia memiliki keyakinan positif bahwa tindakan tersebut bermanfaat dan mudah dilakukan. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih lanjut melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991), yang menambahkan komponen kontrol perilaku yang dirasakan untuk menjelaskan sejauh mana individu merasa mampu melakukan suatu perilaku tertentu (Shalender & Sharma, 2021). TPB banyak digunakan dalam konteks adopsi teknologi untuk memahami bagaimana sikap, norma sosial, dan persepsi kendali memengaruhi niat serta perilaku penggunaan teknologi informasi (Wei *et al.*, 2025).

Selaras dengan landasan tersebut, *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) mengadopsi prinsip dari TRA dan TPB untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan teknologi. Salah satu faktor utamanya adalah *Perceived Ease of Use*, yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi atau sistem tertentu mudah digunakan dan dipahami tanpa memerlukan banyak usaha (Wei *et al.*, 2025). Ketika individu merasa bahwa suatu sistem mudah dioperasikan, mereka akan memiliki pengalaman penggunaan yang lebih positif (Ying *et al.*, 2025), yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan niat untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Yao & Wang, 2024). Dalam konteks ini, kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dapat menjadi salah satu aspek penting yang membentuk persepsi positif dan kepuasan pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin positif pengalaman dan kepuasan yang dirasakan pengguna, yang pada akhirnya memperkuat niat mereka untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan. Namun dalam penelitian Legramante *et*

*al.*,(2023) *perceived ease of use* tidak memiliki dampak langsung terhadap niat penggunaan, disebabkan *perceived ease of use* memiliki dampak langsung terhadap niat penggunaan ketika pengguna masih belajar menggunakan sistem. Namun, dampak ini menjadi kurang terasa dan akhirnya digantikan oleh dampak tidak langsung melalui *Perceived Usefulness* seiring bertambahnya pengalaman pengguna.

### **H1: *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Signifikan Terhadap Niat Penggunaan**

#### **2.3.2 *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Terhadap *Perceived Usefulness***

Dalam TPB, niat berperilaku dibentuk oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Ketiga komponen ini secara kolektif menggambarkan bagaimana keyakinan individu, pengaruh sosial, dan persepsi kemudahan memengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan atau mengadopsi suatu teknologi (Ahmed *et al.*,2021). Pendekatan ini relevan dalam menjelaskan perilaku penerimaan teknologi karena perilaku adopsi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional, tetapi juga oleh persepsi individu terhadap kemudahan dan manfaat dari teknologi tersebut. TPB dinilai efektif dalam memprediksi perilaku adopsi teknologi, termasuk dalam konteks penggunaan sistem informasi atau layanan digital (Shalender & Sharma, 2021). Dalam konteks ini, teori ini membantu menjelaskan bahwa niat individu untuk menggunakan teknologi terbentuk dari keyakinan bahwa teknologi tersebut mudah digunakan, bermanfaat, dan dapat meningkatkan efektivitas dalam melakukan suatu aktivitas (Wei *et al.*,2025).

*Perceived Ease of Use*, yang menggambarkan sejauh mana pengguna merasa bahwa suatu sistem atau layanan mudah untuk dipelajari dan digunakan. Konsep ini menekankan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna akan merasa bermanfaat saat menggunakannya (Ying *et al.*,2025). Kemudahan penggunaan ini juga berkaitan dengan persepsi bahwa sistem dapat dioperasikan tanpa memerlukan banyak usaha fisik maupun mental, sehingga pengalaman pengguna menjadi lebih positif (Wei *et al.*,2025). *Perceived Usefulness*, yaitu keyakinan bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat nyata

dalam meningkatkan kinerja atau produktivitas. Ketika pengguna merasa bahwa suatu sistem mudah digunakan, mereka akan lebih cepat memahami fungsinya dan mampu memanfaatkan fitur-fiturnya secara optimal. Hal ini kemudian meningkatkan persepsi bahwa sistem tersebut berguna bagi pekerjaan atau aktivitas mereka (Yao & Wang, 2024). *Perceived Usefulness* sendiri diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja atau efektivitas mereka (Wei *et al.*,2025). Sistem yang bermanfaat biasanya membantu pengguna dalam menyelesaikan tugas, meningkatkan efisiensi, dan mengurangi kesalahan dalam proses kerja (Bolodeoku *et al.*,2022). Dalam penelitian *Perceived Ease of Use* berpengaruh *Perceived Usefulness* karena semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar pula manfaat dan kegunaan yang dapat dirasakan oleh penggunanya. Dengan demikian, kemudahan penggunaan berperan penting dalam membentuk persepsi manfaat, karena pengguna yang merasa nyaman dengan teknologi akan lebih mudah menemukan nilai dan keuntungan yang ditawarkan oleh sistem tersebut (Fitria *et al.*,2024). Keterkaitan antara *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* inilah yang menjelaskan semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna menilai sistem tersebut bermanfaat.

## ***H2: Perceived Ease of Use Berpengaruh Signifikan Terhadap Perceived Usefulness***

### ***2.3.3 Perceived Usefulness Berpengaruh Terhadap Niat Penggunaan***

*Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) menjadi salah satu landasan teoritis yang penting. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu ditentukan oleh niat berperilaku (*behavioral intention*), yang terbentuk dari sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Dengan kata lain, seseorang akan cenderung melakukan suatu tindakan apabila ia memiliki niat yang kuat, dan niat tersebut dipengaruhi oleh keyakinan bahwa tindakan itu akan membawa hasil yang bermanfaat atau positif. Konsep ini kemudian diadaptasi ke dalam konteks penerimaan teknologi melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989). Dalam model ini, *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan) menjadi salah satu faktor utama yang membentuk

niat penggunaan teknologi, ketika suatu produk atau layanan mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna, sehingga mendorong pengalaman yang lebih positif (Ying *et al.*, 2025). Berdasarkan *Theory of Reasoned Action*, kepercayaan terhadap suatu tindakan yang membentuk sikap positif terhadap perilaku tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk melakukannya.

Oleh karena itu, ketika pengguna merasakan bahwa suatu sistem benar-benar memberikan manfaat dan mempermudah pekerjaan mereka, untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan serta kemudahan dalam mengingat cara pengoperasiannya (Fitria *et al.*, 2024) maka mereka akan memiliki niat yang lebih kuat, Anggraeni (2024) dalam hasil penelitiannya, *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap niat penggunaannya dan Legramante *et al.* (2023) hasil dari penelitiannya menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Niat Penggunaan, semakin tinggi kegunaan yang dirasakan suatu teknologi, semakin positif niat untuk menggunakannya demikian, berdasarkan teori dan temuan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap kegunaan teknologi (*Perceived Usefulness*) memiliki pengaruh yang signifikan dalam mendorong niat penggunaan (*Behavioral Intention*) individu terhadap sistem atau layanan teknologi.

**H3: *Perceived Usefulness* Berpengaruh Signifikan Terhadap Niat Penggunaan.**

#### **2.3.4 Apakah *E-System Quality* Memoderasi Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Niat Penggunaan**

*Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) menjadi dasar penting dalam memahami perilaku individu dalam menggunakan suatu teknologi. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niat berperilaku (*behavioral intention*), yang terbentuk dari dua faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Artinya, seseorang akan memiliki kecenderungan untuk melakukan suatu tindakan jika ia memiliki keyakinan bahwa tindakan tersebut akan memberikan hasil yang positif dan sesuai dengan pandangan sosial di sekitarnya. Dalam konteks penerimaan teknologi, TRA membantu menjelaskan bahwa niat seseorang untuk menggunakan sistem digital

muncul karena adanya kepercayaan terhadap manfaat yang diperoleh dari penggunaan sistem tersebut.

*Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991) dengan menambahkan satu komponen baru, yaitu kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Unsur ini memperluas pemahaman bahwa niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh sikap dan norma sosial, tetapi juga oleh persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam mengoperasikan teknologi tersebut. Dengan kata lain, semakin besar keyakinan individu bahwa dirinya mampu menggunakan sistem secara efektif, semakin tinggi pula niatnya untuk mengadopsi teknologi. Oleh karena itu, TPB relevan digunakan untuk menjelaskan perilaku adopsi teknologi karena teori ini menyoroti bagaimana keyakinan, norma, dan persepsi kemampuan diri bekerja secara bersamaan dalam membentuk niat penggunaan (Ahmed *et al.*, 2021; Shalender & Sharma, 2021).

Teori ini kemudian menjadi dasar bagi pengembangan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989). Dalam model ini, *Perceived Usefulness* atau persepsi kegunaan (manfaat) diidentifikasi sebagai faktor utama yang membentuk niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Ketika pengguna merasa bahwa sistem yang digunakan benar-benar membantu meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kinerja mereka, maka keyakinan tersebut akan memperkuat niat untuk terus menggunakan sistem tersebut. Persepsi ini berperan sebagai jembatan antara sikap positif terhadap teknologi dan keputusan aktual untuk menggunakannya. Namun, hubungan antara *Perceived Usefulness* dan Niat Penggunaan tidak selalu berdiri sendiri, karena persepsi seseorang terhadap manfaat teknologi sangat dipengaruhi oleh kualitas sistem yang mereka gunakan. Di sinilah peran *E-System Quality* menjadi penting sebagai variabel moderasi. Kualitas sistem mencakup aspek keandalan, kemudahan akses, fleksibilitas, serta kemampuan sistem untuk memenuhi kebutuhan pengguna (Fitria *et al.*, 2024).

Ketika sistem memiliki kualitas yang tinggi misalnya cepat diakses, responsif, dan jarang mengalami gangguan maka persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi akan semakin kuat, sehingga meningkatkan niat mereka untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Beberapa penelitian seperti Akter *et al.*

(2024) memasukan variabel *E-System Quality* untuk membantu hubungan antara *Perceived Usefulness* dengan niat penggunaan, dengan kepuasan menjadi variabel mediasi dan Wei *et al.* (2025) juga turut memasukan *E-System Quality* yang mempengaruhi niat penggunaan dan *Perceived Usefulness* yang menunjukkan bahwa kualitas sistem memiliki peran penting dalam memperkuat hubungan antara persepsi pengguna dan niat penggunaan teknologi. jika kualitas sistem rendah, meskipun pengguna menyadari manfaat teknologi tersebut, mereka cenderung kehilangan motivasi untuk terus menggunakannya karena pengalaman pengguna yang buruk. Dengan demikian, *E-System Quality* memperkuat hubungan antara *Perceived Usefulness* dan Niat Penggunaan, karena persepsi manfaat baru akan sepenuhnya mendorong niat perilaku apabila sistem yang digunakan berfungsi dengan andal dan sesuai dengan harapan pengguna.

#### **H4: *E-System Quality* Memoderasi Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Niat Penggunaan**

#### **2.3.5 Apakah *E-System Quality* Memoderasi Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap Niat Penggunaan**

Dalam konteks perilaku penggunaan teknologi, teori TPB memberikan dasar bahwa niat seseorang untuk menggunakan suatu sistem tidak hanya dipengaruhi oleh sikap dan keyakinannya terhadap kemudahan penggunaan, tetapi juga oleh kondisi eksternal yang mendukung atau menghambat perilaku tersebut. Berdasarkan kerangka ini, kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) menjadi faktor psikologis yang dapat membentuk sikap positif terhadap penggunaan sistem teknologi. Ketika individu merasa bahwa suatu sistem mudah digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha, maka akan muncul keyakinan positif yang memperkuat niat untuk menggunakannya secara berkelanjutan (Ying *et al.*,2025).

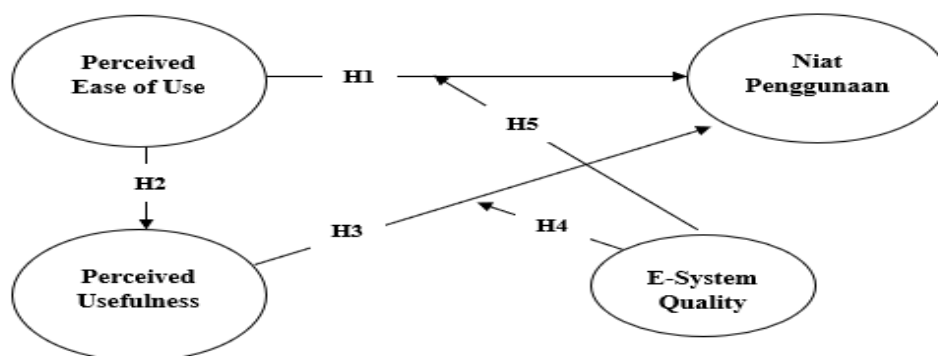
Namun, hubungan tersebut dapat berubah tergantung pada kualitas sistem yang digunakan. *E-System Quality* berperan penting sebagai faktor yang memperkuat atau melemahkan pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat. Sistem dengan kualitas tinggi yang mampu berfungsi andal, memiliki kecepatan akses yang baik, serta mudah dioperasikan akan meningkatkan persepsi pengguna

bahwa kemudahan tersebut benar-benar nyata dan dapat dirasakan dalam pengalaman penggunaan sehari-hari (Fitria *et al.*,2024). Sebaliknya, apabila kualitas sistem rendah, maka persepsi kemudahan penggunaan tidak akan cukup kuat untuk mendorong niat penggunaan karena pengguna mungkin masih menghadapi kendala teknis, keterbatasan akses, atau gangguan sistem yang menurunkan kepercayaan terhadap teknologi (Yao & Wang, 2024).

Hasil penelitian Fitria *et al.* (2024) menemukan bahwa *E-system quality* yang baik dapat meningkatkan persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan saat berbelanja daring, serta meningkatkan kepercayaan pengguna dan kesiapan mereka untuk menggunakan platform teknologi informasi. Oleh karena itu, *E-system quality* menjadi elemen penting yang memoderasi hubungan antara *perceived ease of use* dan niat penggunaan dengan memperkuat konsistensi antara keyakinan kognitif pengguna dan pengalaman aktual mereka. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas sistem, semakin kuat pula pengaruh kemudahan penggunaan terhadap pembentukan niat perilaku untuk menggunakan teknologi secara berkelanjutan (Shalender & Sharma, 2021).

#### **H5: E-System Quality Memoderasi Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Niat Penggunaan**

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan, maka disusun model penelitian yang menggambarkan hubungan antara *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use*, dengan *E-System Quality* sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu, model penelitian berikut disusun untuk memperjelas arah hubungan antar variabel.



Gambar 2 1 Model Penelitian  
Sumber: diolah peneliti, 2025

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain korelasional. Menurut Creswell (2018), penelitian kuantitatif merupakan pendekatan untuk menguji teori dengan cara mengembangkan hipotesis dan mengumpulkan data berupa angka dari sampel yang representatif. Desain korelasional digunakan untuk menjelaskan atau memprediksi hubungan antar variabel tanpa memberikan perlakuan langsung terhadap subjek penelitian (Creswell, 2018). Penelitian ini bermaksud untuk mencari dan mengetahui hasil dan signifikan Pengaruh Niat Penggunaan *Internet Service Provider* Lajunet Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).

#### **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

##### **3.2.1 Sumber dan Metode Pengumpulan Data**

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

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber asli secara langsung tanpa melalui media perantara (Maholtra, 2018;174). Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuisisioner kepada responden dengan metode survey, Peneliti menyebarkan daftar pertanyaan kepada pelanggan *Internet Service Provider* yang menjadi responden dalam penelitian ini. Penelitian ini akan diukur dan dijabarkan menggunakan skala likert, yaitu skala yang dipergunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan opini mengenai suatu fenomena. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert

empunyai gradasi sangat positif sampai sangat negatif. Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
- b. Tidak Setuju (TS) = 2
- c. Netral (N) = 3
- d. Setuju (S) = 4
- e. Sangat Setuju (SS) = 5

## 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 dibuku-buku yang memberi informasi tentang TAM terhadap niat penggunaan dan *E-system Quality* yang memberikan pengaruh antar hubungan tersebut.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Ghozali (2018) populasi adalah seluruh subjek penelitian berupa kumpulan sejumlah individu dengan kualitas serta ciri tertentu yang telah ditetapkan untuk diteliti sehingga dapat diambil kesimpulannya (Sugiyono & Sutopo, 2021) Berdasarkan definisi tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bandar Lampung yang berdomisili di 11 kecamatan sesuai dengan sebaran jaringan LajUNet, yaitu individu yang menggunakan layanan *Internet Service Provider* (ISP). Populasi tersebut dipilih karena memiliki potensi dan relevansi dalam mengkaji niat penggunaan layanan internet LajUNet. Selanjutnya Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber datanya. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono & Sutopo, 2021).

### 3.4 Pengambilan dan Ukuran Sampel

Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* teknik penentuan sampelnya, menurut Creswell (2018), teknik

*purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel non-probabilitas. Peneliti sengaja memilih individu, lokasi, atau objek studi karena mereka memiliki karakteristik khusus yang dapat memberikan pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti. Pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan atau penilaian peneliti, bukan pada pemilihan acak, berikut kriteria sampel dari penelitian ini:

1. Berdomisili pada 11 kecamatan di Kota Bandar Lampung
2. Berusia minimal 17 tahun sesuai data pada KTP.
3. Menggunakan layanan *Internet Service Provider* (ISP) minimal 2 tahun.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini mengacu pada rekomendasi Hair et al. (2019) yang menyatakan bahwa model penelitian dengan tingkat kompleksitas tinggi, khususnya yang memiliki jumlah konstruk atau garis hubungan yang relatif banyak (lebih dari tujuh), memerlukan ukuran sampel yang lebih besar yaitu 300. Model penelitian ini memiliki total 14 garis hubungan antara konstruk dan indikator, sehingga termasuk dalam kategori model dengan kompleksitas tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini menetapkan ukuran sampel minimum sebesar 300 responden, sebagaimana disarankan oleh Hair et al. (2019), guna memperoleh estimasi parameter yang stabil dan dapat diandalkan. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria metodologis yang direkomendasikan untuk pengujian model struktural.

Penentuan jumlah kuesioner pada setiap kecamatan dilakukan secara proporsional berdasarkan jumlah penduduk di masing-masing wilayah menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandar Lampung tahun 2024. Semakin besar jumlah penduduk di suatu kecamatan, semakin banyak pula jumlah responden yang diambil dari wilayah tersebut. Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 300 responden, yang disebar ke 11 kecamatan di Kota Bandar Lampung secara proporsional, dengan menggunakan  $\text{Jumlah kuisisioner} = (\text{penduduk kecamatan} \div \text{total penduduk}) \times \text{total kuisisioner}$  sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3 1 Sebaran Kuisioner

No.	Kecamatan	Data Penduduk 2024 (BPS)	Jumlah Kuisioner	Persentase (%)
1	Bumi Waras	56228	33	11
2	Enggal	24611	14	5
3	Kedamaian	52462	30	10
4	Kedaton	51071	30	11
5	Labuhan Ratu	47470	28	9
6	Rajabasa	55888	32	11
7	Tanjung Karang Timur	37097	22	7
8	Teluk Betung Barat	38599	22	7
9	Teluk Betung Selatan	38210	22	7
10	Teluk Betung Utara	49047	28	9
11	Way Halim	66943	39	13
<b>Jumlah</b>		<b>517.626</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer, diolah peneliti, 2025

### 3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (faktor yang memengaruhi), variabel dependen (hasil atau dampak yang diteliti), dan variabel moderasi (variabel yang memperkuat dan memperlemah hubungan antar variabel independen dan variabel dependen):

1. Variabel Independen: *Perceived Ease of Use* (X1) dan *Perceived Usefulness* (X2).
2. Variabel Moderasi: *E-System Quality* (Z)
3. Variabel Dependen: Niat Penggunaan (Y).

Item item pada setiap variabel dalam penelitian ini di adaptasi dari instrumen yang dikembangkan oleh Legramante *et al.* (2023) yang mengacu pada konsep yang diperkenalkan Davis (1989) seperti *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan Niat Penggunaan, berikut alasan pengambilan sumber kuisioner dari penelitian Legramante *et al.* (2023):

1. Memiliki objek penelitian yang hampir mirip yaitu penerapan dan penerimaan teknologi.
2. Mengacu dengan kuisioner atau item yang berasal dari Davis (1989) dan Venkatesh dan davis (2000).
3. Melakukan penelitian pengaruh TAM terhadap niat penggunaan teknologi

Sementara itu, pengukuran variabel *E-System Quality* dalam penelitian ini menggunakan item yang diadaptasi dari Fitria *et al.* (2024). Variabel ini merupakan

salah satu elemen kunci dalam model keberhasilan sistem informasi yang dirumuskan oleh Delone dan McLean (2003).

Seluruh item ini disusun secara sistematis sebagai instrumen pengukuran yang mencerminkan setiap konstruk dalam model penelitian yang mereka gunakan. Item-item tersebut tidak hanya berfungsi sebagai item operasional dari variabel yang diteliti, tetapi juga mencerminkan bagaimana setiap aspek dari *Technology Acceptance Model* (TAM) diukur dalam konteks penggunaan Moodle. Dengan merujuk pada sejumlah penelitian terdahulu seperti Davis (1989), Roca *et al.* (2006), dan Venkatesh *et al.* (2003) serta berbagai literatur pendukung lainnya. Oleh karenanya daftar variabel dan item ini menjadi acuan yang kuat dan komprehensif dalam memahami bagaimana *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan niat penggunaan serta *e-System Quality* sebagai variabel moderasi dapat dipetakan ke dalam variabel penelitian.

### 3.5.1 Variabel *Perceived Ease of Use*

Davis (1989) mendefinisikan *Perceived Ease of Use* sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa sistem dapat digunakan tanpa memerlukan banyak usaha (Legramante *et al.*, 2023), konsep pengukuran *Perceived Ease of Use* dikembangkan oleh Legramante *et al.* (2023) dalam konteks aplikasi yang ada dalam pembelajaran bernama moodle yang mengacu langsung dari Davis (1989), sehingga penelitian ini mengadopsi penelitian dari Legramante *et al.* (2023) item item tersebut telah melalui proses pengujian validitas dan reliabilitas, dengan nilai AVE di atas 0,611 dan *Composite Reliability* di atas 0,70, Dengan demikian, item item tersebut dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.2 Operasional Variabel *Perceived Ease of Use*

Definisi Variabel	Indikator Asli	Indikator Penyesuaian	Skala
Tingkat keyakinan individu bahwa sistem dapat digunakan tanpa memerlukan banyak usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Learning to use Moodle is easy for me</i></li> <li>2. <i>I would find it easy to get Moodle to do what I want it to do</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempelajari cara menggunakan layanan internet adalah hal yang mudah bagi saya</li> <li>2. Saya merasa layanan internet memudahkan saya untuk melakukan apa saja yang saya inginkan.</li> </ol>	Likert

Definisi Variabel	Indikator Asli	Indikator Penyesuaian	Skala
Davis (1989) dalam Legramante et al. (2023)	3. <i>Overall, I find Moodle easy to use</i>	Secara keseluruhan, saya merasa bahwa layanan internet mudah digunakan	

Sumber: (Legramante *et al.*,2023).

### 3.5.2 Variabel *Perceived Usefulness*

Davis (1989) mendefinisikan *Perceived Usefulness* sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Legramante *et al.*,2023), konsep pengukuran *Perceived Usefulness* dikembangkan oleh Legramante *et al.* (2023) dalam konteks aplikasi yang ada dalam pembelajaran bernama moodle yang mengacu langsung dari Davis (1989), sehingga penelitian ini mengadopsi penelitian dari Legramante *et al.* (2023) dengan nilai AVE di atas 0,611 dan *Composite Reliability* di atas 0,70, Dengan demikian, item item tersebut dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.3 Operasional Variabel *Perceived Usefulness*

Definisi Variabel	Indikator Asli	Indikator Penyesuaian	Skala
Tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya Davis (1989) dalam Legramante et al. (2023)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Using Moodle improves my job performance.</i></li> <li>2. <i>Using Moodle increases my productivity</i></li> <li>3. <i>Using Moodle increases my effectiveness at work</i></li> <li>4. <i>Overall, I find Moodle useful for my work.</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan layanan internet meningkatkan kinerja saya</li> <li>2. Menggunakan layanan internet meningkatkan produktivitas saya</li> <li>3. Menggunakan layanan internet meningkatkan efektivitas saya dalam melakukan pekerjaan</li> <li>4. Secara keseluruhan, saya merasa bahwa layanan internet bermanfaat bagi pekerjaan saya</li> </ol>	Likert

Sumber: (Legramante *et al.*,2023).

### 3.5.3 Variabel *E-System Quality*

*E-System Quality* merupakan salah satu elemen utama dalam model keberhasilan sistem informasi yang dirumuskan oleh DeLone dan McLean (2003). Dalam model tersebut, kualitas sistem digambarkan sebagai kemampuan sistem

informasi untuk beroperasi secara optimal, yang mencakup aspek teknis seperti keandalan, kecepatan proses, kemudahan penggunaan, keamanan, fleksibilitas, serta kualitas antarmuka yang diberikan kepada pengguna. Konsep pengukuran *E-System Quality* dalam penelitian ini mengacu pada Kakkar (2025) yang sebelumnya mengadaptasi instrumen dari penelitian H. Zhang & Liu (2021) terkait pengaruh *perceived value*. Pada penelitian Kakkar (2025), *E-System Quality* digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap *perceived value* dan niat penggunaan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya mengadopsi item-item dari Kakkar (2025) dan telah melalui proses pengujian validitas serta reliabilitas, dengan hasil menunjukkan nilai AVE di atas 0,611 dan *Composite Reliability* di atas 0,70. Dengan demikian, seluruh indikator *E-System Quality* dinyatakan valid dan reliabel, sehingga dapat dipergunakan pada penelitian ini.

Tabel 3.4 Operasional Variabel *E-System Quality*

Definisi Variabel	Indikator Asli	Indikator Penyesuaian	Skala
Ukuran sejauh mana sistem informasi berfungsi secara andal dan efektif dalam memenuhi kebutuhan pengguna, mencakup aspek perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, dan prosedur pendukung, DeLone dan McLean (2003) dalam Kakkar (2025).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>The response speed of an e-commerce website is fast.</i></li> <li>2. <i>The e-commerce website has many functions and is convenient to us</i></li> <li>3. <i>Buying on the e-commerce website is safe and not prone to crashes and other issue</i></li> <li>4. <i>The e-commerce website has ease of learning</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecepatan layanan internet yang sangat baik menjadi faktor penentu penggunaan internet</li> <li>2. Faktor penentu penggunaan layanan internet adalah ketersediaan fitur yang beragam dan mudah digunakan</li> <li>3. Menggunakan layanan internet terasa aman dan jarang mengalami gangguan atau error.</li> <li>4. Layanan internet mudah dipelajari</li> </ol>	Likert

Sumber: (Kakkar et al., 2025)

### 3.5.4 Variabel Niat Penggunaan

Davis (1989) mendefinisikan niat penggunaan sebagai keinginan individu untuk terus menggunakan sistem informasi secara berkelanjutan, konsep ini diambil oleh Legramante *et al.* (2023) dalam penelitiannya, pengukuran niat penggunaan

diambil oleh Legramante *et al.* (2023) dari Venkatesh *et al.* (2003) yang meneliti penerimaan model TAM, sehingga penelitian ini mengadopsi penelitian dari Legramante *et al.* (2023) item item tersebut telah melalui proses pengujian validitas dan reliabilitas, dengan nilai AVE di atas 0,611 dan *Composite Reliability*, di atas 0,70, sehingga dinyatakan valid dan reliabel.

Tabel 3.5 Operasional Variabel Niat Penggunaan

Definisi Variabel	Indikator Asli	Indikator Penyesuaian	Skala
Keinginan individu untuk terus menggunakan sistem informasi secara berkelanjutan, Davis (1989) dalam Legramante et al. (2023)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>I intend to continue using Moodle in my work often.</i></li> <li>2. <i>I predict I will use Moodle for my day-to-day work</i></li> <li>3. <i>I have plans to continue using Moodle in my work in the future.</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya berencana untuk terus menggunakan layanan internet secara rutin.</li> <li>2. Saya memperkirakan akan tetap menggunakan layanan internet untuk kebutuhan sehari-hari saya.</li> <li>3. Saya memiliki niat untuk terus berlangganan dan menggunakan layanan internet di masa mendatang.</li> </ol>	Likert

Sumber: Legramante *et al.* (2023)

### 3.6 Uji Analisis Data

Setelah validitas dan reliabilitas instrumen penelitian diuji, instrumen tersebut digunakan untuk mengumpulkan data. Data yang terkumpul kemudian digunakan untuk menguji hipotesis. Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

#### 3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis deskriptif untuk menginterpretasikan dan memahami variabel yang digunakan, analisis ini memberikan gambaran variabel, termasuk nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai rata-rata (Ghozali, 2018) informasi ini memungkinkan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang data dan hubungan antara variabel. Dengan kata lain, statistik deskriptif adalah metode untuk mencatat data numerik dan menyajikannya dalam bentuk grafik untuk dianalisis dan ditafsirkan guna menarik kesimpulan.

### 3.7 Partial Least Square (PLS)

Penelitian ini memanfaatkan teknik analisis data PLS-SEM 4.0 (*Partial Least Squares - Structural Equation Modeling*), yang merupakan bagian dari analisis pemodelan persamaan struktural (SEM). SEM adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji model hubungan sebab-akibat dengan memadukan teori yang ada dengan data kuantitatif yang telah dikumpulkan. SEM mengintegrasikan berbagai teknik statistik sebelumnya, seperti *path analysis* dan *factor analysis* (Hair, *et al.*, 2018) PLS-SEM sering diterapkan dalam berbagai disiplin ilmu sosial, termasuk manajemen organisasi, pemasaran, manajemen internasional, manajemen sumber daya manusia, sistem informasi manajemen, manajemen operasi, akuntansi manajemen, dan strategi manajemen (Agus Purwanto & Yuli Sudargini, 2021).

#### 3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Tahap pengujian outer model merupakan tahap pengujian model pengukuran yang bertujuan untuk membuktikan validitas & mengestimasi reliabilitas indikator dan konstruk (Muhson, 2022). Latan & Ghazali (2017) menyatakan bahwa outer model menunjukkan setiap blok indikator akan berhubungan dengan variabel lainnya. 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 (Hair *et al.*, 2021)
- b) *Discriminant validity* metode yang memberikan estimasi reliabilitas berdasarkan interkorelasi antara variabel indikator yang diamati 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 (Hair et al., 2021).

- c) *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*  $> 0,7$  (Hair et al., 2021).

### 3.7.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Tahap pengujian *inner model* untuk menguji signifikansi pengaruh dari variabel eksogen terhadap variabel endogen (Muhson, 2022). Latan & Ghazali (2017) menyatakan bahwa *inner model* menunjukkan setiap hubungan antara estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan *substantive theory*. Selanjutnya dilakukan tahap pertama dengan *Goodness of Fit Model*, kedua dan terakhir melihat P-Value untuk mengetahui pengaruh atau tidak nya hubungan antar variabel.

#### 1. *Path Coefficient* dan *P-Value*

Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *resampling bootstrapping* untuk menentukan apakah ada pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Path coefficient merupakan ukuran statistik yang menunjukkan kekuatan serta arah hubungan antarvariabel dalam model analisis jalur, di mana nilai koefisien dapat bersifat positif atau negatif dan menggambarkan arah pengaruh antarvariabel, sedangkan signifikansinya ditentukan melalui P-Value; menurut Hair *et al.* (2021), hubungan dinyatakan signifikan apabila  $P\text{-Value} \leq 0,05$  sehingga hipotesis dianggap didukung oleh data, sedangkan  $P\text{-Value} > 0,05$  menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan dan hipotesis tidak mendapat dukungan karena tingkat error yang lebih tinggi.

#### 2. *Goodness of Fit Model*

*Goodness of Fit Model* digunakan untuk menggambarkan sejauh mana variabel endogen mampu menjelaskan keragaman yang berasal dari variabel eksogen dalam model. Dengan kata lain, pengujian ini bertujuan menilai seberapa besar kontribusi

variabel eksogen terhadap variabel endogen. Penilaian *Goodness of Fit* dilakukan dengan mengamati persentase keragaman yang dapat dijelaskan oleh model, yang ditunjukkan melalui nilai R-Square pada setiap variabel laten endogen sebagai indikator kekuatan prediksi model struktural (Latan & Ghozali.,2017).

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini dapat dirangkum dalam beberapa poin utama sebagai berikut:

1. *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan layanan ISP, dengan niat penggunaan terbentuk berdasarkan pengalaman aktual dalam menggunakan layanan secara berkelanjutan. Kemudahan penggunaan ini menjadi faktor penting bagi seluruh kelompok responden, termasuk pengguna dengan pengalaman jangka panjang, terkhususnya perempuan yang sering menggunakan layanan internet serta kelompok pekerja, dan individu dengan tingkat pendidikan tinggi. Temuan juga menunjukkan bahwa kelompok responden dengan pengalaman penggunaan internet jangka panjang, latar belakang pendidikan tinggi, serta pendapatan menengah ke atas cenderung lebih mudah menyesuaikan diri dengan layanan internet dan lebih terdorong untuk mempertahankan niat penggunaan, item *Perceived Ease of Use* dengan skor tertinggi (Saya merasa layanan internet memudahkan saya untuk melakukan apa saja yang saya inginkan) membuktikan konsumen merasa, bahwa dengan menggunakan layanan internet dapat memberikan kemudahan untuk dapat melakukan apa saja yang diinginkan. Kemudahan penggunaan yang dirasakan memfasilitasi efisiensi operasional, produktivitas, serta kelancaran aktivitas digital, sehingga meningkatkan persepsi positif terhadap layanan ISP.
2. *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh terhadap *Perceived Usefulness*, semakin mudah suatu layanan atau sistem yang digunakan, semakin besar persepsi pengguna terhadap manfaat yang dirasakan. Kemudahan akses jaringan, kestabilan koneksi, dan kemudahan pengoperasian layanan

memungkinkan pengguna, khususnya kelompok pekerja dan individu dengan aktivitas produktif tinggi, untuk dapat menerima manfaat layanan internet secara optimal dalam pekerjaan, usaha, dan aktivitas digital. Karakteristik responden mendukung temuan ini, di mana seluruh responden telah menggunakan layanan ISP minimal dua tahun. Pengalaman jangka panjang ini memungkinkan mereka mengevaluasi secara langsung manfaat dari kemudahan penggunaan, sehingga niat dan persepsi kegunaan layanan meningkat. Selain itu, dominasi responden dengan pendidikan sarjana ke atas memperkuat kemampuan mereka dalam memahami dan mengoperasikan fitur layanan, sementara dominasi kelompok berpendapatan menengah ke atas menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam memaksimalkan manfaat layanan, terutama untuk keperluan produktif dan transaksi digital.

3. *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap niat penggunaan layanan ISP. Semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna dari layanan internet seperti peningkatan produktivitas, efisiensi kerja, transaksi digital, dan akses informasi, temuan ini didukung dengan tingginya nilai item pertanyaan *Perceived Usefulness* dengan skor (Secara keseluruhan, saya merasa bahwa layanan internet bermanfaat bagi pekerjaan saya), yang berarti Konsumen sangat merasakan secara keseluruhan manfaat *Internet Service Provider* bagi pekerjaan mereka, sehingga hal ini, memperkuat keyakinan mereka bahwa teknologi tersebut bernilai, dan meningkatkan motivasi untuk terus menggunakan layanan.
4. *E-System Quality* tidak terbukti memoderasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap niat penggunaan maupun pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap niat penggunaan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas sistem memiliki peran penting dalam pengalaman teknis pengguna, peningkatan kualitas sistem tidak secara otomatis memperkuat hubungan antara persepsi kemudahan dan kegunaan dengan niat penggunaan. Dalam kondisi tertentu, terutama ketika pilihan ISP terbatas atau pengguna telah

terbiasa dengan sistem yang ada, faktor kemudahan akses layanan menjadi pertimbangan utama dibandingkan peningkatan kualitas teknis sistem.

### 5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan terkait faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan layanan *Internet Service Provider* (ISP) adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan dari *Perceived Ease of Use* (Mempelajari cara menggunakan layanan internet adalah hal yang mudah bagi saya) memiliki skor terendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden masih merasa bahwa proses mempelajari cara menggunakan layanan internet belum sepenuhnya mudah. Oleh karena itu, disarankan agar pihak penyedia layanan dapat meningkatkan kemudahan dalam proses pembelajaran penggunaan layanan, misalnya dengan menyediakan panduan penggunaan yang lebih jelas, tampilan sistem yang lebih sederhana dan intuitif, serta fitur bantuan yang memudahkan pengguna dalam memahami cara menggunakan layanan internet tersebut.
2. Item pertanyaan dari *Perceived Usefulness* (Menggunakan layanan internet meningkatkan kinerja saya) memiliki skor terendah, Ini membuktikan bahwa responden masih merasa bahwa penggunaan layanan internet belum sepenuhnya mampu membantu meningkatkan kinerja mereka secara optimal. Oleh karena itu, disarankan agar pihak pengelola atau penyedia layanan dapat meningkatkan kemudahan penggunaan sistem dengan memperbaiki tampilan antarmuka, menyederhanakan proses penggunaan, serta memberikan panduan atau fitur bantuan yang lebih jelas agar pengguna dapat memanfaatkan layanan internet secara lebih efektif dan efisien dalam mendukung aktivitas mereka.
3. Item pertanyaan dari *e-System Quality* (kecepatan layanan internet yang sangat baik menjadi faktor penentu penggunaan internet bagi saya) memiliki skor terendah. Hal ini menunjukkan bahwa bagi responden, kecepatan internet bukanlah faktor utama dalam menentukan penggunaan layanan internet, melainkan ketersediaan jaringan terlebih dahulu. Dengan kata lain,

selama jaringan internet tersedia dan dapat diakses, responden tetap akan menggunakan layanan tersebut meskipun kecepatan yang diperoleh belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, disarankan agar pihak penyedia layanan lebih memprioritaskan perluasan serta pemerataan jangkauan jaringan internet agar dapat diakses oleh lebih banyak pengguna, dan terus meningkatkan kualitas kecepatan layanan internet yang stabil, cepat, sesuai harapan pelanggan.

4. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum dikaji dalam penelitian ini guna memperkaya pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan layanan ISP. Variabel seperti kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, persepsi harga, switching cost, atau loyalitas pelanggan dapat dijadikan variabel laten tambahan untuk melihat hubungan yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A., & Siregar, A. O. (2021). The Effect of System Quality, Information Quality and Service Quality on User Satisfaction of E-Learning System. *The International Journal of Business Review (The Jobs Review)*, 4(2), 103–120. <https://doi.org/10.17509/tjr.v4i2.40483>
- Agus Purwanto, & Yuli Sudargini. (2021). Partial Least Squares Structural Suation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research: A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.
- Ahmed, N., Li, C., Khan, A., Qalati, S. A., Naz, S., & Rana, F. (2021). Purchase intention toward organic food among young consumers using theory of planned behavior: role of environmental concerns and environmental awareness. *Journal of Environmental Planning and Management*, 64(5), 796–822. <https://doi.org/10.1080/09640568.2020.1785404>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Akter, T., Uddin, M. S., Rahman, R., Uddin, M. S., Islam, M. R., Faisal-E-Alam, M., & Rahman, M. M. (2024). The moderating effect of system quality on the relationship between customer satisfaction and purchase intention: PLS-SEM & fsQCA approaches. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(4), 100381. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100381>
- Alsulami, S. G., Albeladi, A. A., Kouchay, S. A., Altammam, A. A., Afifi, M. Y., & Al-Qahtani, R. T. M. (2024). Integration of TAM and ISSM into Student Satisfaction with AI Learning Intervention: Empirical Evidence from Islamic Studies. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 6356–6366. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.00479>
- Bolodeoku, P. B., Igbino, E., Salau, P. O., Chukwudi, C. K., & Idia, S. E. (2022). Perceived usefulness of technology and multiple salient outcomes: the improbable case of oil and gas workers. *Heliyon*, 8(4), e09322. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09322>
- Bouter, L. M., & Riet, G. ter. (2021). Replication Research Series-Paper 2: Empirical research must be replicated before its findings can be trusted. *Journal of Clinical Epidemiology*, 129, 188–190. <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2020.09.032>

- Creswell, J. W. (2018). Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In H. Salmon (Ed.), *European University Institute* (5th ed., Issue 2). SAGE Publications. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=PT%0Ahttp://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52012PC0011:pt:NOT>
- Daoudi, H., & Develi, E. İ. (2023). Impact of Gender and Monthly Income on Consumer Buying Behavior. *Journal of International Trade, Logistics and Law*, 9(1), 241–250.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Delle Vicende Dell'agricoltura in Italia; Studio e Note Di C. Bertagnolli.*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Doo, M. Y., & Bonk, C. J. (2021). Cognitive Instrumental Processes of Flipped Learners : Effects of Relevance for Learning, Quality of Learning Outcomes, and Result Demonstrability. *Journal of Educational Computing*, 1–21. <https://doi.org/10.1177/0735633121989128>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research* (I. Ajzen (ed.)). Addison-Wesley Publishing Company.
- Fitria, Yahya, M., Ali, M. I., Purnamawati, & Mappalotteng, A. M. (2024). The Impact of System Quality and User Satisfaction: The Mediating Role of Ease of Use and Usefulness in E-Learning Systems. *International Journal of Environment, Engineering and Education*, 6(2), 119–131. <https://doi.org/10.55151/ijeedu.v6i2.134>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis* (8th Editio). Cengage.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Rolph, A. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using

R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). Springer Cham. <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>

Hernández, B., Jiménez, J., & Martín, M. J. (2011). Age, gender and income: Do they really moderate online shopping behaviour? *Online Information Review*, 35(1), 113–133. <https://doi.org/10.1108/14684521111113614>

Kakkar, A., Kalia, P., Panesar, A., & Sood, R. (2025). Investigating the impact of quality, technology and trust on customers' purchase intention and word-of-mouth in S-commerce. *Aslib Journal of Information Management*, December. <https://doi.org/10.1108/AJIM-09-2024-0764>

Khanifah, K., Hardiningsih, P., Darmaryantiko, A., Iryantik, I., & Udin, U. (2020). The effect of corporate governance disclosure on banking performance: Empirical evidence from Iran, Saudi Arabia and Malaysia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 41–51. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no3.41>

Komdigi. (2024). Data Penyelenggaraan Pos dan Informatika 2024. *Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia*, 1–85. <https://pelaporan.komdigi.go.id/file/filespublikasi/2025/01/2e09f6f8-3335-4c28-8279-cb2038f0e41d.pdf>

Latan, H., & Ghozali, I. (2017). Partial Least Squares: Konsep, Metode dan Aplikasi menggunakan Program WarpPLS 5.0. In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Legramante, D., Azevedo, A., & Azevedo, J. M. (2023). Integration of the technology acceptance model and the information systems success model in the analysis of Moodle's satisfaction and continuity of use. *International Journal of Information and Learning Technology*, 40(5), 467–484. <https://doi.org/10.1108/IJILT-12-2022-0231>

Li, X., Romainoor, N. H., & Sun, Z. (2024). Factors in consumers' purchase intention for Gejia batik. *Heliyon*, 10(1), e23085. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e23085>

Liu, M., Wang, C., & Hu, J. (2023). Older adults' intention to use voice assistants: Usability and emotional needs. *Heliyon*, 9(11), e21932. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21932>

Mata, M., Ancheta, R., Batucan, G., & Gonzales, G. G. (2024). Exploring technology acceptance model with system characteristics to investigate sustainable building information modeling adoption in the architecture, engineering, and construction industry: The case of the Philippines. *Social Sciences and Humanities Open*, 10(May), 100967. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.100967>

- Muhson, A. (2022). Analisis Statistik Dengan SmartPLS. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–34.
- Nurtanto, M., Nawanksari, S., Lukad, V., & Sutrisno, P. (2025). Social Sciences & Humanities Open Determinants of behavioral intentions and their impact on student performance in the use of AI technology in higher education in Indonesia: A SEM-PLS analysis based on TPB, UTAUT, and TAM frameworks. *Social Sciences & Humanities Open*, 11(May), 101638. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101638>
- Prasetyo Aji, P., Dwi Herlambang, A., & Hadi Wijoyo, S. (2019). Evaluasi Penerimaan dan Kesuksesan Implementasi Integrated Billing System (IBS) menggunakan Technology Acceptance Model dan Human Organization Technology-Fit Model pada PT. PELINDO III Cabang Tanjung Wangi. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), 2548–2964. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Purwita, A. W., Palupi, G. S., Bisma, R., Indriyanti, A. D., Suryanti, S., Rahmaningrum, A., & Ashar, M. N. (2025). Exploring Digital Learning Acceptance: An Extended TAM Perspective on System Quality and Student Behaviour in e-Learning Platform. *E3S Web of Conferences*, 645. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202564506012>
- Setiawan, A., Djajadikerta, H., Haryanto, H., & Wirawan, S. (2021). Theory of Reasoned Action dan Literasi Teknologi terhadap Adaptasi Perubahan Teknologi. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 11(1), 51–61. <https://doi.org/10.21456/vol11iss1pp51-61>
- Shalender, K., & Sharma, N. (2021). Using extended theory of planned behaviour (TPB) to predict adoption intention of electric vehicles in India. *Environment, Development and Sustainability*, 23(1), 665–681. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-00602-7>
- Sugiyono, & Sutopo. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D / Sugiyono* (Ed. 2. Cet). Afabeta.
- Sutarsih, T., Sari, E., Syakilah, A., & Maharani, K. (2024). *Telecommunication Statistics in Indonesia 2023* (R. Rufiadi (ed.); Vol. 12). BPS-Statistics Indonesia.
- UlaAzizah, S. H. (2019). Motivasi Belanja Fesyen Online : Perspektif Generasi Y Wanita. *10th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1(2), 789–799.
- Utari, N. K. M., & Yasa, N. N. K. (2025). Understanding Electric Vehicle Purchase Intentions Through the Technology Acceptance Model. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 12(3), 108–119. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v12n3.2515>

- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW. *MIS Quartey*, 27(3), 425–478. <https://www.jstor.org/stable/30036540>
- Wei, W., Prasetyo, Y. T., Belmonte, Z. J. A., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, M. J. J. (2025). Applying the technology acceptance model – Theory of planned behavior (TAM-TPB) model to study the acceptance of building information modeling (BIM) in green building in China. *Acta Psychologica*, 254(January). <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104790>
- Wistedt, U. (2024). Consumer purchase intention toward POI-retailers in cross-border E-commerce: An integration of technology acceptance model and commitment-trust theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81(August). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.104015>
- Yao, N., & Wang, Q. (2024). Factors influencing pre-service special education teachers' intention toward AI in education: Digital literacy, teacher self-efficacy, perceived ease of use, and perceived usefulness. *Heliyon*, 10(14), e34894. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34894>
- Ying, L. J., Te Chuan, L., Rashid, U. K., & Abu Seman, N. A. (2025). Social Media Marketing in Industry 4.0: The Role of TikTok in Shaping Generation Z's Purchase Intentions. *Procedia Computer Science*, 253, 2176–2185. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2025.01.278>
- Zhang, H., & Liu, C. (2021). *Research on The Impact of Reviews on Consumer Perceived Value in Live Streaming BT - Proceedings of the 2021 5th International Seminar on Education, Management and Social Sciences (ISEMSS 2021)*. 487–494. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210806.090>

### **Website:**

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Pengguna Internet 2025*. Diakses pada 23 Oktober 2025, dari <https://survei.apjii.or.id/survei/group/11>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). *Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Pengguna Internet 2023*. Diakses pada 16 januari 2026, dari <https://survei.apjii.or.id/survei/group/8>
- GoodStats (2025, January 19) Warga Indonesia gunakan internet untuk media sosial: Media sosial jadi tujuan utama warga Indonesia mengakses internet pada 2024. Agnes Z. Yonatan., Diakes pada 16 januari 2026 dari

<https://data.goodstats.id/statistic/warga-indonesia-gunakan-internet-untuk-media-sosial-YYdqH>

Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. (n.d.). *Tabel Statistik Kota Bandar Lampung Subjek 519*. Diakses pada 23 Oktober 2025, dari <https://bandarlampungkota.bps.go.id/id/statistics-table?subject=519>