

Analisis Penerimaan Digital Teknologi Pada E-Museum SIMVONI Menggunakan *Technology Acceptance Model*

Baitun Nadhiroh*, Tri Lathif Mardi Suryanto, Eristya Maya Safitri
Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur,
Surabaya, Indonesia

*baitunnadhiroh1@gmail.com, trilathif.upnjatim@upnjatim.ac.id, maya.si@upnjatim.ac.id

Abstrak

Kecanggihan teknologi yang nyata untuk membantu serta meningkatkan pelayanan suatu instansi kepada masyarakat. SIMVONI merupakan salah satu bentuk investasi IT yang dirancang dengan tujuan membantu peningkatan kinerja dalam pengelolaan informasi museum hingga koleksi-koleksinya guna menjaga eksistensi kunjungan museum ditengah pandemi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi gen z dalam penerimaan aplikasi SIMVONI dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model*. Dari data kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan bantuan software SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 6 dari 9 hipotesis yang berpengaruh signifikan yaitu *perceived usefulness* terhadap *intention to use* dengan nilai t-statistik 5.003, *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* dengan nilai t-statistik 2.990, *social norm* terhadap *intention to use* dengan nilai t-statistik 3.736, *perceived enjoyment* terhadap *intention to use* dengan nilai t-statistik 3.934, *user experience* terhadap *perceived ease of use* dengan nilai t-statistik 8.708, dan *information quality* terhadap *perceived usefulness* dengan nilai t-statistik 6.036. Sedangkan faktor yang paling mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap SIMVONI adalah *user experience*, dikarenakan nilai t-statistik dan f-square memiliki nilai paling besar yaitu 8.708 dan 0.424. Hal ini dikarenakan penggunaan aplikasi SIMVONI merasakan pengalaman baru dalam menjelajah dengan didukung interface yang menarik sehingga pengguna merasa nyaman dan dapat membentuk pengalaman serta sikap penerimaan yang positif.

Kata kunci: SIMVONI, faktor penerimaan aplikasi, *Technology Acceptance Model*, SmartPLS 3.

Abstract

Real technological sophistication to assist and improve the service of an agency to the community. SIMVONI is a form of IT investment designed with the aim of helping improve performance in managing museum information to its collections in order to maintain museum visits in the midst of a pandemic. The purpose of this study was to determine the factors that influence the z gene in the acceptance of the SIMVONI application using the Technology Acceptance Model approach. From the questionnaire data, it was analyzed using SmartPLS 3 software. The results showed 6 of 9 hypotheses that had a significant effect, namely perceived usefulness on intention to use with a t-statistical value of 5.003, perceived ease of use on perceived benefits with a t-statistical value. 2.990, social norms on intention to use with a t-statistic value of 3.736, perceived enjoyment of intention to use with a t-statistic value of 3.934, user experience on perceived ease of use with a t-statistic value of 8.708, and the quality of information on perceived benefits with t-statistic value is 6.036. Meanwhile, the factor that most influences user acceptance of SIMVONI is user experience, because the t-statistics and f-square values have the largest values, namely 8.708 and 0.424. This is because the use of the SIMVONI application feels a new experience in browsing with a supported interface so that users feel comfortable and can form a positive experience and attitude of acceptance.

Keywords: SIMVONI, application acceptance factor, *Technology Acceptance Model*, SmartPLS 3.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang sangat cepat menghadirkan inovasi diberbagai bidang yang dijadikan sebagai salah satu alternatif dari penyelesaian masalah yang ada. Menurunnya pendapatan dari sektor pariwisata membuat sejumlah pengelola melakukan beberapa inovasi untuk membangkitkan perputaran ekonomi dengan melakukan kerja sama dengan berbagai pihak untuk membuat virtual tour. Hadirnya virtual tour dapat menjadi titik awal sebagai wisata alternatif selama pandemi hingga setelah pandemi ini berakhir (Muhammad et al., 2021). Seperti yang baru-baru ini dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surabaya dengan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur berkolaborasi demi terciptanya aplikasi kunjungan virtual museum yang bernama SIMVONI atau aplikasi museum virtual indonesia.

Motivasi pengunjungpun beragam mulai dari hanya sekedar rekreasi hingga keperluan dalam mencari studi atau informasi. Dengan meningkatnya minat pengunjung ini membuat kebutuhan pelayanan akan informasi juga meningkat. Meningkatnya kebutuhan akan informasi dikarenakan kebanyakan pengunjung yang mayoritas dari kalangan pelajar (Chamdy & Indrojarwo, 2013). Virtual tour ini tidak hanya digunakan oleh masyarakat luas sebagai media penyampaian informasi bersejarah. Sehingga perlu dilakukannya adanya analisis mengenai penerimaan penggunaan SIMVONI sebagai salah satu bentuk evaluasi agar SIMVONI tetap eksis ditengah kemunculan teknologi serupa.

Salah satu faktor yang memotivasi adanya penelitian ini adalah kehadiran gen z yang mendominasi penduduk di indonesia sebesar 27,94% dengan karakteristiknya yang selalu terhubung secara virtual sehingga penjelajahan geografis menjadi terbatas (Rakhmah, 2021). Kehadiran gen z menjadi pengaruh kuat bagi orang-orang dari segala usia dan pendapatan serta pada cara orang-orang tersebut mengkonsumsi dan berhubungan dengan mereka sehingga membuat pergeseran generasi lebih penting dan mempercepat tren teknologi (Francis & Hoefel, 2018). Oleh karena itu, SIMVONI perlu menjadi media yang terbuka dan mewadahi berbagai informasi yang diperlukan gen z yang berkaitan dengan sejarah maupun museum.

Dari fenomena tersebut peneliti tertarik untuk membantu gen z dalam peningkatan penggunaan SIMVONI untuk penjelajahan secara virtual berdasarkan sudut pandang pengguna, sebab faktor penerimaan pengguna sangatlah penting untuk diperhatikan dalam penerapan sistem baru karena mempunyai pengaruh besar dalam menentukan sukses tidaknya pengembangan atau penerapan sistem tersebut.

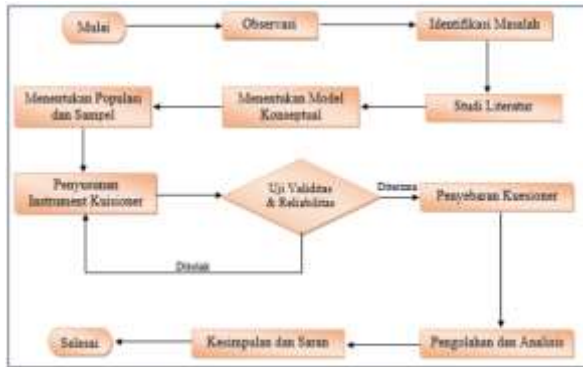
Permasalahan tentang bagaimana pengguna SIMVONI dapat menerima dan memanfaatkan sistem secara maksimal dapat dijelaskan dengan menggunakan metode TAM (*Technology Acceptance Model*). Model TAM merupakan model penerimaan teknologi yang digunakan untuk mengidentifikasi tingkat penerimaan individu terhadap suatu teknologi (Safitri, 2013). Pemodelan dengan TAM akan terus menjadi pusat penelitian evolusi kehadiran teknologi baru dan penuh inovatif. Saat ini TAM dianggap paling efektif dan juga dominan secara meluas sebagai kerangka teori sistem informasi (Pamuji, 2020). Banyak peneliti dan juga praktisi menganggap jika TAM menjadi teori didasarkan kepada pengembangan yang ada sehingga teori ini dianggap paling relevan dalam memprediksi niat atau keinginan serta kesiapan mengadopsi teknologi (Ovčjak et al., 2016).

Tujuan diadakan penelitian ini adalah dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi penerimaan gen z dalam adopsi teknologi baru yaitu SIMVONI. Dan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak pengembang SIMVONI.

2. METODE

Dalam penelitian ini terdapat beberapa tahapan atau langkah-langkah yang dilakukan dari awal hingga akhir untuk mencapai sebuah tujuan. Adapun tahapan tersebut seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.

Dalam pelaksanaan penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner yang berisikan 25 item pertanyaan secara daring kepada pengunjung SIMVONI. Data sekunder penelitian ini didapat dari penelitian terdahulu, sumber bacaan lainnya, dan juga data jumlah pengunjung website SIMVONI.



Gambar 1. Alur Penelitian

2.1 Model Konseptual

Model yang dibangun merupakan hasil pengembangan dari peneliti terdahulu dan juga studi literasi yang dibangun. Dari model sebelumnya yang telah dikembangkan (Syed-Abdul et al., 2019) peneliti menambahkan satu variabel yaitu *Information Quality* (IQ) atau kualitas informasi yang memiliki pengaruh terhadap *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* dan dibuktikan dalam beberapa penelitian terdahulu. Dalam jurnal (Salloum et al., 2019) mengatakan kualitas informasi juga mengacu pada keyakinan pengguna mengenai kualitas informasi yang diberikan di situs web atau sejauh mana pelanggan menerima informasi yang lengkap, tepat, dan tepat waktu melalui antarmuka elektronik. Dalam beberapa penelitian sebelumnya mengatakan bahwa ada hubungan positif antara kualitas informasi dengan manfaat yang dirasakan dari system (Al-sabawy et al., 2016; Damnjanovic et al., 2015; Jaber, 2016). Ditemukan juga dalam penelitian lainnya kualitas informasi pada persepsi kemudahan penggunaan memiliki efek yang signifikan (Jaber, 2016; Motaghian et al., 2013; Wongvilaisakul & Lekcharoen, 2015). Berikut merupakan gambar model konseptual yang digunakan dalam penelitian ini :



Gambar 2. Model Konseptual

2.2 Hipotesis Penelitian

Untuk mencapai tujuan penelitian, maka masing-masing hubungan antar faktor yang telah dijelaskan pada kerangka pikir akan membentuk

satu hipotesis penelitian. Berikut adalah hipotesis yang diusulkan dari model konseptual yang digunakan dalam penelitian ini:

- H1: *Perceived Usefulness* akan mempengaruhi *Intention To Use* SIMVONI
- H2: *Perceived Ease Of Use* akan mempengaruhi *Intention To Use* SIMVONI
- H3: *Perceived Ease Of Use* akan mempengaruhi *Perceived Usefulness* SIMVONI
- H4: *Social Norm* mempengaruhi *Intention To Use* SIMVONI
- H5: *Perceived Enjoyment* akan mempengaruhi *Intention To Use* SIMVONI
- H6: *User Experience* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* SIMVONI
- H7: *User Experience* berpengaruh terhadap *Perceived Ease Of Use* SIMVONI
- H8: *Information Quality* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* yang dirasakan
- H9: *Information Quality* berpengaruh terhadap *Perceived Ease Of Use*

2.3 Penyusunan Instrumen

Tabel 1. Instrumen Pertanyaan

No	Variabel	Item	Pertanyaan
1.	<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	Saya merasa SIMVONI berguna sebagai edukasi sejarah
		PU2	Saya termotivasi belajar tentang sejarah dari SIMVONI
		PU3	Saya merasa SIMVONI efisien dalam meningkatkan pengetahuan tentang sejarah
2.	<i>Perceived Ease Of Use</i>	PEO U1	Saya merasa pengoperasian SIMVONI sangat mudah
		PEO U2	Saya rasa belajar untuk menggunakan SIMVONI akan mudah
		PEO U3	Saya merasa SIMVONI mudah digunakan secara keseluruhan
3.	<i>Social Norm</i>	SN1	Orang terdekat saya berpikir saya harus menggunakan SIMVONI

4.	<i>Perceived Enjoyment</i>	SN2	Orang-orang terdekat (teman, kenalan, keluarga, dll) memiliki pengaruh pada niat saya untuk menggunakan SIMVONI	IU3	Saya berniat merekomendasikan penggunaan SIMVONI kepada orang lain	
		SN3	Orang-orang disekitar saya mendorong saya untuk menggunakan SIMVONI	7. <i>Information Quality</i>	IQ1	SIMVONI mampu memberikan informasi yang mudah dipahami serta logis
		PE1	Saya merasa SIMVONI sangat menarik untuk digunakan	IQ2	SIMVONI memuat informasi penting serta bermanfaat bagi saya	
		PE2	Saya senang menggunakan SIMVONI	IQ3	SIMVONI memberikan informasi yang lengkap	
		PE3	Saya bersenang-senang saat menggunakan SIMVONI	IQ4	SIMVONI menyediakan informasi yang selalu dapat diakses	
5.	<i>User Experience</i>	UX1	SIMVONI memberikan saya pengalaman baru	IQ5	SIMVONI memiliki informasi dengan singkat serta jelas	
		UX2	SIMVONI nyaman digunakan			
		UX3	Secara keseluruhan, saya memiliki pengalaman positif saat menggunakan SIMVONI			
		UX4	Aplikasi SIMVONI sudah melakukan hal-hal yang sesuai dengan ekspektasi saya			
		UX5	SIMVONI memiliki desain interface yang menjadi daya tarik bagi saya			
6.	<i>Intention To Use</i>	IU1	Saya bermaksud menggunakan SIMVONI untuk media edukasi sejarah dimasa depan			
		IU2	Saya akan sering menggunakan SIMVONI dalam waktu yang akan datang			

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini hasil yang ingin dicapai adalah faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan gen z terhadap penggunaan SIMVONI.

3.1 Karakteristik Responden

Tabel 2. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	104	47,1 %
Perempuan	117	52,9 %

Tabel 3. Distribusi responden berdasarkan domisili

Domisili	Frekuensi	Persentase (%)
Bali	3	1,4 %
Banten	1	0,5 %
DKI Jakarta	2	0,9 %
Jawa Barat	2	0,9 %
Jawa Tengah	5	2,3 %
Jawa Timur	206	93,2 %
Kalimantan Timur	1	0,5 %
Sumatera Utara	1	0,5 %

Tabel 4. Distribusi responden berdasarkan device

Device	Frekuensi	Persentase (%)
Laptop	79	35,7 %
Smartphone	142	64,3 %

3.2 Outer Model

Evaluasi model pengukuran atau outer model dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas suatu kuesioner (Gilang Priambodo et al., 2021).

Tabel 5. Nilai Cross Loading dan AVE

Variabel	Indikator	Loading Factor	AVE
Perceived Usefulness	PU1	0,884	0,742
	PU2	0,858	
	PU3	0,843	
Perceived Ease Of Use	PEOU1	0,865	0,763
	PEOU2	0,873	
	PEOU3	0,882	
Social Norm	SN1	0,904	0,838
	SN2	0,926	
	SN3	0,916	
Perceived Enjoyment	PE1	0,898	0,828
	PE2	0,917	
	PE3	0,916	
User Experience	UX1	0,766	0,635
	UX2	0,826	
	UX3	0,841	
	UX4	0,790	
	UX5	0,759	
Intention to Use	IU1	0,885	0,786
	IU2	0,889	
	IU3	0,886	
Information Quality	IQ1	0,861	0,747
	IQ2	0,854	
	IQ3	0,855	
	IQ4	0,857	
	IQ5	0,893	

Tabel 6. Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Perceived Usefulness	0,896
Perceived Ease Of Use	0,906
Social Norm	0,940
Perceived Enjoyment	0,935
User Experience	0,897
Intention To Use	0,917
Information Quality	0,936

Tabel 7. Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
Perceived Usefulness	0,826
Perceived Ease Of Use	0,844
Social Norm	0,903
Perceived Enjoyment	0,896
User Experience	0,856
Intention To Use	0,864
Information Quality	0,915

Suatu indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE di atas 0,50 dan nilai loading lebih dari 0,7 (Yudiana et al., 2021). Pada Tabel 5 diketahui bahwa seluruh indikator telah memenuhi syarat uji validitas dengan nilai *loading factor* diatas 0,7 dan nilai AVE diatas 0,5 sehingga seluruh indikator dapat dinyatakan valid.

Untuk menguji reliabilitas dari suatu indikator dapat dilihat dari nilai *composite reliability* dengan syarat diatas 0,7 (Kadek Dwi Andika & I Nyoman Putra Yasa, 2020). Pada Tabel 6 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel karena memiliki nilai *composite reliability* diatas 0,7. Selain dari nilai *composite reliability* untuk menguji reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* di setiap variabelnya. Pada Tabel 7 dapat diketahui bahwa semua variabel telah memenuhi syarat uji reliabilitas dengan memiliki nilai *cronbach's alpha* diatas 0,7. Sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel reliabel untuk digunakan pada penelitian ini.

3.3 Inner Model

Uji model struktural atau inner model digunakan untuk mempredikasi hubungan antar variabel laten.

Tabel 8. Nilai R-Square dan Q-Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted	Q Square
Perceived Usefulness	0,584	0,578	0,426
Perceived Ease Of Use	0,563	0,559	0,422
Intention To Use	0,611	0,604	0,465

Dari Tabel 8 dapat dilihat nilai R-Square maka variabilitas konstruk *perceived usefulness* sebesar 57,8% dan 47,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar konstruk. Variabilitas variabel *perceived ease of use* sebesar 55,9% dan 44,1% dijelaskan diluar konstruk. Variabilitas variabel *intention to use* sebesar 60,4% dan 39,6% dijelaskan diluar konstruk tersebut. Dari hasil tersebut dapat diambil simpulan jika pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen memiliki pengaruh moderat atau sedang. Q-Square pada tiap variabel memiliki nilai lebih besar dari nol sehingga model menunjukkan validitas prediktif yang baik.

Tabel 9. Nilai F-Square

Variabel	Acceptance Model
Perceived Usefulness	0,165
Perceived Ease Of Use	0,053
Social Norm	0,134
Perceived Enjoyment	0,117
User Experience	0,424
Information Quality	0,318

Pada Tabel 9 dapat diketahui bahwa pengaruh persepsi kemudahan pengguna terhadap penerimaan aplikasi tergolong "lemah" sedangkan pengalaman pengguna terhadap penerimaan aplikasi tergolong "kuat".

3.4 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilakukan dengan menjalankan algoritma bootstrapping pada SmartPLS 3.0 (Enno Cahyanda Awalukita et al., 2020). Hubungan antar variabel independent dengan variabel dependent dinyatakan berpengaruh signifikan jika nilai t-

statistik > 1,96 pada tingkat signifikansi 5% (Nur Azizah et al., n.d.).

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis

Hubungan Jalur	Hipotesis	T Statistics	P Value	Ket.
PU – IU	H1	5,003	0,000	S
PEOU – IU	H2	0,562	0,575	TS
PEOU - PU	H3	2,990	0,003	S
SN – IU	H4	3,736	0,000	S
PE – IU	H5	3,934	0,000	S
UX – PU	H6	0,144	0,886	TS
UX - PEOU	H7	8,708	0,000	S
IQ – PU	H8	6,036	0,000	S
IQ - PEOU	H9	0,582	0,561	TS

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan pada Tabel 10 dapat diketahui jika terdapat tiga hipotesis yang memiliki pengaruh tidak signifikan yaitu H2, H6, dan H9 karena nilai t statistik kurang dari 1,96. Sedangkan H1, H3, H4, H5, H7, dan H8 memiliki pengaruh yang signifikan ditunjukkan dengan nilai t statistik lebih dari 1,96.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik sebuah simpulan bahwa *user experience* sangat berpengaruh terhadap penerimaan gen z terhadap aplikasi SIMVONI karena nilai keterhubungan antar variabel yang dipengaruhi oleh variabel UX memiliki nilai yang paling besar. Hal ini dapat dipersepsikan bahwa SIMVONI dapat memberikan pengalaman penggunaan yang baik sehingga dapat membentuk suatu sikap penerimaan yang positif. Ketika hal tersebut terjadi kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi tersebut semakin tinggi. Hal ini secara tidak langsung juga dapat memunculkan suatu sikap motivasi untuk tetap menggunakan serta keinginan untuk mengajak pengguna lain untuk ikut menggunakan SIMVONI. Dari 9 hipotesis yang telah diajukan terdapat 6 hipotesis yang menunjukkan pengaruh signifikan dan 3 hipotesis yang kurang berpengaruh signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsabawy, A. Y., Cater-Steel, A., & Soar, J. (2016). Determinants of perceived usefulness of e-learning systems. *Computers in Human Behavior*, 64, 843–858. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.07.065>
- Chamdy, T. L., & Indrojarwo, B. T. (2013). Perancangan Konten Virtual Museum Mpu Tantular Sidoarjo. *Jurnal Sains Dan Seni Pomits*, 2(1).
- Damnjanovic, V., Jednak, S., & Mijatovic, I. (2015). Factors affecting the effectiveness and use of Moodle: students' perception. *Interactive Learning Environments*, 23(4), 496–514. <https://doi.org/10.1080/10494820.2013.789062>
- Enno Cahyanda Awalukita, Kusnandar, & Setyowati. (2020). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN RESTORAN PEMPEK NY. KAMTO DI SURAKARTA. *AGRISTA*, 8(4), 27–38.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Gilang Priambodo, Theresiawati, & Rio Wirawan. (2021). ANALISIS PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN APLIKASI "SIKERJA" DI LINGKUNGAN KEMENTERIAN DALAM NEGERI MENGGUNAKAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Ilmiah MATRIK*, 23(3).
- Jaber, O. A. (2016). *An Examination of Variables Influencing the Acceptance and Usage of E-Learning Systems in Jordanian Higher Education Institutions*. 244.
- Kadek Dwi Andika, & I Nyoman Putra Yasa. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Penggunaan eFiling (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Singaraja). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(3).
- Motaghian, H., Hassanzadeh, A., & Moghadam, D. K. (2013). Factors affecting university instructors' adoption of web-based learning systems: Case study of Iran. *Computers and Education*, 61(1), 158–167. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.09.016>
- Muhammad, R., Mutiarin, D., & Damanik, J. (2021). Virtual Tourism Sebagai Alternatif Wisata Saat Pandemi. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(1), 53–60. <https://doi.org/10.17509/jithor.v4i1.31250>
- Nur Azizah, F., Timur, J., Nur Puspakaritas, F., Amanda Pramesti, V., Ananda Somanta Putri, Y., & Azizah, N. (n.d.). PENGARUH KUALITAS LAYANAN E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA SHOPEE. In *JABEISTIK: Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik* (Vol. 1, Issue 1).
- Ovčjak, B., Heričko, M., & Polančič, G. (2016). How Do Emotions Impact Mobile Services Acceptance? A Systematic Literature Review. *Mobile Information Systems*, 2016. <https://doi.org/10.1155/2016/8253036>
- Pamuji, A. (2020). Pengembangan Model Penerimaan Teknologi Termodifikasi Pada Persepsi Jarak Sosial, dan Persepsi Jarak fisik. *Jurnal Sistem Cerdas*, 03(02), 165–175. <https://apic.id/jurnal/index.php/jsc/article/view/132>
- Rakhmah, D. N. (2021). *Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita? Puslit-jakdikbud.Kemendikbud.Go.Id*. <https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id/pruduk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>
- Safitri, L. (2013). PENGUKURAN PENERIMAAN TEKNOLOGI VIRTUAL CLASS PADA MAHASISWA DENGAN MENGGUNAKAN METODE TAM DAN WEBQUAL. 7(11), 9–14.
- Salloum, S. A., Qasim Mohammad Alhamad, A., Al-Emran, M., Abdel Monem, A., & Shaalan, K. (2019). Exploring students' acceptance of e-learning through the development of a comprehensive technology acceptance model. *IEEE Access*, 7, 128445–128462. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2939467>
- Syed-Abdul, S., Malwade, S., Nursetyo, A. A., Sood, M., Bhatia, M., Barsasella, D., Liu, M. F., Chang, C. C., Srinivasan, K., Raja, M., & Li, Y. C. J. (2019). Virtual reality among the elderly: A usefulness and ac-

- ceptance study from Taiwan. *BMC Geriatrics*, 19(1), 1-10.
<https://doi.org/10.1186/s12877-019-1218-8>
- Wongvilaisakul, W., & Lekcharoen, S. (2015). The acceptance of e-Learning using SEM approach: A case of IT Literacy development for PIM students. *ECTI-CON 2015 - 2015 12th International Conference on Electrical Engineering/Electronics, Computer, Telecommunications and Information Technology*.
<https://doi.org/10.1109/ECTICon.2015.7207117>
- Yudiana, Lila Setiyani, & Novia Larasati Setyo Ningrum. (2021). Analisis Penerimaan Aplikasi BPJS Kesehatan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Studi Kasus Pengguna BPJS Kesehatan Di Karawang. *Prosiding Seminar Nasional : Inovasi & Adopsi Teknologi*.