

***ANALYSIS OF USER SATISFACTION FACTORS IN THE PEKEN  
APPLICATION USING THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) IN  
SURABAYA CITY***

***ANALISIS FAKTOR KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI PEKEN DENGAN  
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DI KOTA SURABAYA***

**Gogor Arif Handiwibowo<sup>1</sup>, Harisatul Agustin<sup>2</sup>, Nisrina Arieza Rahmadita<sup>3</sup>, Ghea Wahyu  
Christianti<sup>4</sup>**

Departemen Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember<sup>1,2,3,4</sup>  
[nisrina.rahmadita@its.ac.id](mailto:nisrina.rahmadita@its.ac.id)

**ABSTRACT**

*The use of the Peken application has increased annually; however, various functional and operational issues remain, indicating that users have not yet achieved optimal satisfaction. This study aims to analyze the factors influencing user satisfaction with the Peken application by employing the Technology Acceptance Model (TAM). A quantitative research approach was used, incorporating descriptive analysis and Structural Equation Modeling using Partial Least Squares (SEM-PLS). The results show that perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived enjoyment have a positive influence on attitude towards using, with perceived enjoyment exerting the most significant effect. In contrast, perceived government support does not have a significant impact on user attitude. Furthermore, attitude towards using has a positive and significant influence on user satisfaction. These findings highlight the importance of comfort and ease of use in shaping user attitudes and satisfaction toward the Peken application. This study contributes theoretically to the development of technology acceptance models and offers practical recommendations for the future development of the Peken application. Additionally, the results can serve as a reference for further research focused on enhancing the quality of digital government services.*

**Keywords:** *Technology Acceptance Model (TAM), Perceived Government Support, Attitude Towards Using, User Satisfaction, SEM-PLS.*

**ABSTRAK**

Penggunaan aplikasi Peken mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, namun masih ditemukan berbagai permasalahan terkait fungsionalitas dan operasional yang mengindikasikan ketidakpuasan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Peken dengan mengadopsi kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan metode analisis deskriptif dan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived enjoyment* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude towards using*, dengan *perceived enjoyment* sebagai faktor yang paling dominan. Sebaliknya, *perceived government support* tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna. Selain itu, *attitude towards using* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Temuan ini menegaskan pentingnya aspek kenyamanan dan kemudahan penggunaan dalam membentuk sikap dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi Peken. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan model penerimaan teknologi serta rekomendasi praktis bagi pengembangan aplikasi Peken ke depan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian lanjutan yang berfokus pada peningkatan kualitas layanan digital pemerintah.

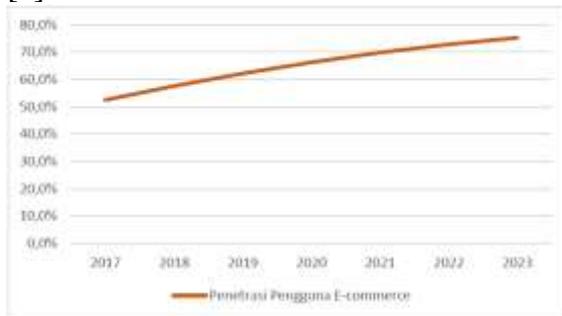
**Kata Kunci:** *Technology Acceptance Model (TAM), Perceived Government Support, Attitude Towards Using, User Satisfaction, SEM-PLS.*

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi komunikasi nirkabel sejalan dengan meningkatnya jumlah pengguna internet [1]. Di Indonesia, jumlah pengguna internet meningkat dari 210,03 juta pada

2022 menjadi 215,63 juta pada 2023, mencerminkan kenaikan sebesar 2,67% atau sekitar 5,6 juta pengguna. Tingginya penetrasi internet turut mendorong perkembangan *mobile commerce* dalam mendukung aktivitas

perusahaan dan konsumen [1]. Hal ini tercermin dari meningkatnya aktivitas pada *e-commerce*, yang didefinisikan sebagai proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, maupun informasi melalui internet. Pengguna *e-commerce* di Indonesia tercatat sebanyak 139 juta pada 2017, meningkat 10,8% menjadi 154,1 juta pada 2018, dan terus bertumbuh hingga mencapai 212,2 juta pada 2023. Penetrasi *e-commerce* diperkirakan mencapai 75,3% dari total populasi pasar terpilih pada tahun 2023 [2].



**Gambar 1. Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia**

Tingginya tingkat pengguna *e-commerce* di Indonesia juga mempengaruhi kontribusi *e-commerce* dalam peningkatan kondisi perekonomian. Hal ini juga terkait tingginya pola penggunaan transaksi masyarakat menjadi online dan elektronik [3]. Kondisi ini yang mendorong Pemerintah Kota Surabaya untuk merilis aplikasi Peken.

Aplikasi Peken (Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo) diluncurkan pada 31 Oktober 2021 oleh Pemkot Surabaya untuk mendukung pemulihan ekonomi pasca pandemi dan mengembangkan pasar lokal seperti toko kelontong, sentra kuliner, serta UMKM. Aplikasi ini juga memudahkan warga Surabaya memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti berbelanja dengan mudah dan nyaman tanpa harus mengunjungi pasar fisik, sementara pedagang dapat

meningkatkan penjualan mereka dengan menjangkau lebih banyak pelanggan secara *online*. Aplikasi ini juga membantu mendukung ekonomi lokal dengan mempromosikan produk-produk dari pedagang pasar tradisional. Sejak peluncurannya, Peken mencatat transaksi tahunan yang cukup signifikan yang dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Jumlah Transaksi Aplikasi Peken tahun 2021-2023 [4]**

Periode Transaksi	Jumlah Transaksi
Juli 2021 – April 2022	Rp 14,4 miliar
April – Desember 2022	Rp 21 miliar
Januari – Mei 2023	Rp 27,7 miliar

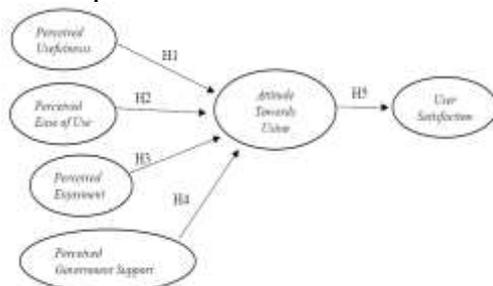
Meskipun transaksi di aplikasi Peken terus menunjukkan pertumbuhan signifikan tiap tahun, pengguna masih mengeluhkan sejumlah masalah fungsional dan operasional, seperti informasi produk yang kurang lengkap, keterbatasan dalam mengelola daftar barang, serta tidak adanya info biaya pengiriman [5]. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna belum maksimal. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi dan kepuasan pengguna aplikasi *e-commerce*, khususnya dalam konteks aplikasi Peken. Banyak metode yang bisa digunakan dalam penelitian untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi kepuasan pengguna, salah satunya adalah dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM adalah model yang digunakan untuk menganalisis penerimaan dari teknologi baru [6]. Tujuan pengadaptasian ini untuk menjelaskan faktor penentu penerimaan teknologi, yang dapat menjelaskan sikap pengguna [7].

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis faktor kepuasan pengguna aplikasi Peken di Kota Surabaya dengan menggunakan variabel konstruk utama dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu,

*perceived usefulness, perceived ease of use, dan attitude towards using* dengan menambahkan variabel *perceived of enjoyment* dan *perceived of government support* yang bertujuan untuk menganalisis faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Peken.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengguna aplikasi Peken dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Terdapat tiga jenis variabel yaitu variabel independen, variabel *intervening*, dan variabel dependen. *Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment, dan perceived government support* sebagai variabel independen, *attitude towards using* sebagai variabel *intervening*, dan *user satisfaction* sebagai variabel dependen. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2. Kerangka Konseptual**

Dari kerangka konseptual tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini terdapat lima hipotesis yang diajukan.

- H1: *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap *Attitude Towards Using* (ATU) dalam penggunaan aplikasi Peken Surabaya.
- H2: *Perceived Ease of Use* (PEU) berpengaruh positif terhadap *Attitude Towards Using* (ATU)

dalam penggunaan aplikasi Peken Surabaya.

- H3: *Perceived Enjoyment* (PE) berpengaruh positif terhadap *Attitude Towards Using* (ATU) dalam penggunaan aplikasi Peken Surabaya.

- H4: *Attitude Towards Using* (ATU) berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction* (US) dalam penggunaan aplikasi Peken Surabaya.

- H5: *Attitude Towards Using* (ATU) berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction* (US) dalam penggunaan aplikasi Peken Surabaya.

Untuk menguji hipotesis penelitian, akan digunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan data primer yang dikumpulkan melalui survei kuesioner online. Kuesioner akan disebarluaskan kepada pengguna aplikasi Peken yang berdomisili di Surabaya melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* memungkinkan responden atau subjek penelitian membantu penulis dalam mengidentifikasi orang lain yang dapat berpartisipasi dalam penelitian [8]. Teknik ini dipilih dikarenakan saat ini mayoritas pengguna Peken adalah Aparatur Sipil Negara (ASN), sehingga dengan teknik ini diharapkan penulis bisa menemukan responden lainnya dengan perantara dari mayoritas pengguna tersebut. dengan kriteria responden sebagai berikut:

- Berusia minimal 18 tahun dan maksimal 59 tahun,
- Berdomisili di Surabaya,
- Pernah menggunakan aplikasi Peken setidaknya satu kali.

Penentuan jumlah sampel menggunakan pendekatan *Rule of Thumb* [9], dengan 23 indikator, sehingga diperlukan minimal 115 responden sebagai sampel penelitian. Masing-masing variabel penelitian ini dijelaskan pada Tabel 2.

**Tabel 2. Penjelasan Variabel Penelitian**

No.	Jenis Variabel	Variabel	Jumlah Indikator
1.	Variabel independen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Perceived usefulness</i></li> <li>• <i>Perceived ease of use</i></li> <li>• <i>Perceived enjoyment</i></li> <li>• <i>Perceived government support</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 Indikator</li> <li>• 4 Indikator</li> <li>• 4 Indikator</li> <li>• 4 Indikator</li> </ul>
2.	Variabel dependen	<i>User satisfaction</i>	3 Indikator
3.	Variabel intervening	<i>Attitude towards using</i>	4 Indikator
<b>Total</b>			<b>23 Indikator</b>

Kuesioner terdiri atas pertanyaan-pertanyaan yang mewakili indikator masing-masing variabel penelitian. Jawaban responden akan diukur menggunakan skala Likert 5 poin, di mana skor 5 menunjukkan tanggapan “sangat setuju” dan skor 1 menunjukkan “sangat tidak setuju”.

Sebelum pengumpulan data utama, akan dilakukan uji coba kuesioner (*pilot test*) kepada 30 responden untuk memastikan kejelasan dan reliabilitas instrumen. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis untuk pengujian hipotesis menggunakan *Partial Least Square–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Persamaan yang digunakan pada SEM-PLS pada penelitian ini yaitu, Model Pengukuran (*Outer Model*) dengan menguji validitas dan reliabilitas model, *convergent validity*, dan *discriminant validity*. Kemudian untuk Model Struktural (*Inner Model*) yang digunakan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dengan menggunakan Uji T, *coefficient of determination* ( $R^2$ ), dan *predictive relevance* ( $Q^2$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Pengumpulan data pada penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2024 dengan menggunakan Google Formulir dan disebarluaskan secara *online* melalui media sosial Instagram dan WhatsApp. Berdasarkan pendekatan *Rule of Thumb* [9] dan setelah melalui tahap penyaringan, data yang dapat digunakan adalah data yang berasal dari 130 responden yang memenuhi kriteria.

Berdasarkan analisis deskriptif demografis, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan berusia 18–26 tahun, yang didominasi oleh pelajar/mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Peken sebagian besar berasal dari generasi Z yang aktif dalam belanja daring. Selain itu, responden juga mencakup pekerja sektor swasta dan pemerintah dengan mayoritas berada pada kelompok pendapatan rendah, yang mengindikasikan bahwa aplikasi Peken bersifat inklusif dan menawarkan produk yang terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat.

Dalam pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *outer loading*, *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ), *composite reliability* (CR), dan *average variance extracted* (AVE) dengan hasil seluruh indikator sudah memenuhi syarat dan data penelitian telah dipastikan memenuhi standar untuk bisa digunakan. *Discriminant validity* penelitian diuji dengan melihat nilai *cross loading* yang menandakan bahwa indikator-indikator yang digunakan valid untuk mengukur variabel latennya.

Uji hipotesis dilakukan melalui metode *bootstrapping* dengan 5.000 sampel menggunakan SmartPLS 4.1.0.5. Signifikansi ditentukan berdasarkan nilai *t-statistics* dan *p-value*, dengan ambang signifikansi sebesar 5% ( $p \leq 0,05$ ), sesuai dengan [10]. Hipotesis

dinyatakan signifikan jika  $p \leq 0,05$  dan  $t\text{-statistics} > 1,65$  (*one-tailed*) [11].

**Tabel 3. Analisis Hipotesis**

Hipotesis	Variabel	Path Coefficient	T-statistics	P-taluan	Keterangan	Hasil Hipotesis
H1	Attitude Towards Using $\rightarrow$ User Satisfaction	0,732	14,518	0,000	Signifikan	Diterima
H2	Perceived Ease of Use $\rightarrow$ Attitude Towards Using	0,361	4,046	0,000	Signifikan	Diterima
H3	Perceived Enjoyment $\rightarrow$ Attitude Towards Using	0,374	4,012	0,000	Signifikan	Diterima
H4	Perceived Government Support $\rightarrow$ Attitude Towards Using	0,075	1,012	0,156	Tidak signifikan	Ditolak
H1	Perceived Usefulness $\rightarrow$ Attitude Towards Using	0,125	1,736	0,041	Signifikan	Diterima

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 3 memiliki temuan sebagai berikut:

**H1: Perceived Usefulness terhadap Attitude Towards Using (Diterima)**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards using* ( $\beta = 0,125$ ;  $p = 0,041$ ;  $t = 1,736$ ). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi pengguna terhadap manfaat atau kegunaan aplikasi Peken, maka semakin positif pula sikap mereka terhadap penggunaannya. Secara teoritis, hasil ini mendukung model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), di mana persepsi terhadap kegunaan merupakan determinan utama dalam pembentukan sikap pengguna terhadap teknologi. Dukungan empiris juga terlihat pada penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa pengguna cenderung memiliki sikap positif terhadap aplikasi yang dianggap mampu memberikan manfaat fungsional dan efisiensi [12].

**H2: Perceived Ease of Use terhadap Attitude Towards Using (Diterima)**

Temuan menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards using* ( $\beta = 0,361$ ;  $p = 0,000$ ;  $t = 4,046$ ). Artinya, apabila pengguna merasa

bahwa aplikasi Peken mudah untuk digunakan, maka sikap mereka terhadap penggunaan aplikasi akan menjadi lebih positif. Hubungan ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berperan sebagai prediktor penting dalam membentuk sikap penerimaan teknologi. Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menekankan bahwa kemudahan penggunaan meningkatkan kenyamanan kognitif dan emosional, sehingga mendorong sikap yang lebih positif terhadap adopsi teknologi [13][14].

**H3: Perceived Enjoyment terhadap Attitude Towards Using (Diterima)**

Analisis menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh positif signifikan terhadap *attitude towards using* ( $\beta = 0,374$ ;  $p = 0,000$ ;  $t = 4,012$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kenikmatan yang dirasakan pengguna saat menggunakan aplikasi, maka sikap mereka terhadap penggunaan juga akan semakin positif. *Perceived enjoyment* dalam konteks ini mencerminkan aspek hedonik dari pengalaman pengguna, yang penting dalam menciptakan keterlibatan emosional. Temuan ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kenyamanan dan kenikmatan saat menggunakan aplikasi merupakan faktor kunci dalam pembentukan sikap positif terhadap penggunaan teknologi [15][16].

**H4: Perceived Government Support terhadap Attitude Towards Using (Ditolak)**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *perceived government support* tidak berpengaruh signifikan terhadap *attitude towards using* ( $\beta = 0,075$ ;  $p = 0,156$ ;  $t = 1,012$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa dukungan pemerintah, seperti regulasi, subsidi,

maupun promosi, belum dirasakan secara langsung oleh pengguna, khususnya pengguna muda, sehingga tidak cukup memengaruhi sikap mereka terhadap aplikasi. Hasil ini berbeda dengan temuan sebelumnya yang menemukan bahwa dukungan pemerintah mampu mendorong adopsi teknologi di sektor publik. Ketidaksignifikanan dalam konteks ini bisa dikaitkan dengan rendahnya visibilitas atau efektivitas dari bentuk dukungan pemerintah yang dirasakan oleh pengguna.

**H5: Attitude Towards Using terhadap User Satisfaction (Diterima)**

Pengujian menunjukkan bahwa *attitude towards using* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *user satisfaction* ( $\beta = 0,732$ ;  $p = 0,000$ ;  $t = 14,518$ ). Ini menunjukkan bahwa sikap positif pengguna terhadap penggunaan aplikasi Peken menjadi determinan penting dalam meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Semakin positif sikap yang dibentuk dari persepsi kegunaan, kemudahan, dan kenikmatan, maka semakin tinggi pula kepuasan pengguna secara keseluruhan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, yang menekankan bahwa sikap merupakan komponen afektif yang mampu memediasi hubungan antara persepsi dan kepuasan dalam konteks penggunaan teknologi digital [14][18].

**PENUTUP**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Towards Using*, yang mengindikasikan bahwa persepsi terhadap manfaat fungsional aplikasi

mendorong terbentuknya sikap positif pengguna.

2. *Perceived Ease of Use* berkontribusi signifikan terhadap *Attitude Towards Using*, menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi meningkatkan penerimaan dan sikap positif pengguna terhadap teknologi.
3. *Perceived Enjoyment* terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Attitude Towards Using*, yang menegaskan bahwa aspek hedonik seperti rasa nyaman dan menyenangkan dalam penggunaan turut memperkuat sikap penerimaan pengguna.
4. *Perceived Government Support* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Towards Using*, yang menunjukkan bahwa bentuk dukungan pemerintah belum cukup dirasakan atau belum menjadi faktor utama dalam pembentukan sikap pengguna terhadap aplikasi.
5. *Attitude Towards Using* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *User Satisfaction*, yang berarti sikap positif yang dibentuk dari persepsi manfaat, kemudahan, dan kenyamanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna terhadap aplikasi.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa faktor-faktor internal pengguna seperti persepsi terhadap manfaat, kemudahan, dan kenikmatan memiliki peran dominan dalam membentuk sikap dan kepuasan terhadap penggunaan aplikasi digital. Sementara itu, faktor eksternal seperti dukungan pemerintah belum cukup berperan dalam konteks ini.

**Saran**

Saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah untuk pengguna dapat memaksimalkan manfaat aplikasi

Peken, khususnya dengan memberikan informasi produk yang lengkap untuk meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan pembelian serta bagi masyarakat yang belum menggunakan Peken, disarankan untuk mulai mencoba agar dapat merasakan manfaat langsung dari aplikasinya.

Pemerintah Kota Surabaya perlu melakukan pengembangan berkelanjutan terhadap aplikasi, termasuk peningkatan kualitas regulasi, dukungan finansial, promosi, dan sosialisasi guna membangun persepsi positif yang dapat memperkuat sikap dan kepuasan pengguna.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada aspek demografis, di mana responden didominasi oleh kelompok usia 18–26 tahun dan perempuan, sehingga temuan tidak dapat digeneralisasi secara menyeluruh. Selain itu, keterbatasan waktu pengumpulan data menghambat distribusi sampel yang merata. Penelitian juga hanya difokuskan pada penggunaan aplikasi, tidak mencakup *platform website* milik Peken sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk memperoleh sampel yang lebih representatif dari berbagai kelompok usia dan jenis kelamin, serta mengeksplorasi penggunaan *platform website* Peken versi website. Penambahan variabel lain seperti *perceived risk*, *perceived value*, dan *perceived quality* juga direkomendasikan untuk memperkaya model konseptual dan meningkatkan kedalaman analisis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rupp, W. T., & Smith, A. D. (2002). Mobile commerce: New revenue machine or black hole?. *Business Horizons*, 45(4), 26–29.
- [2] Ahdiat, A. (2024). Penetrasi Internet Indonesia Capai 78% pada 2023 Rekor Tertinggi Baru. In Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/30/penetrasi-internet-indonesia-capai-78-pada-2023-rekor-tertinggi-baru>
- [3] Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* 9(2), 114.
- [4] Surabaya, R. (2024). Market Place E-Peken Milik Pemkot Surabaya Catat Kinerja Positif di Sepanjang Tahun 2023. Radarsurabaya.Id. <https://radarsurabaya.jawapos.com/surabaya/773700759/market-place-e-peken-milik-pemkot-surabaya-catat-kinerja-positif-di-sepanjang-tahun-2023-jumlah-transaksinya-mengejutkan>
- [5] Resty, A. (2022). Aplikasi E-Peken Milik Pemkot Surabaya Bermasalah, Ini Sederet Keluhan Warga. In 16 Februari. <https://selalu.id/news-1111-aplikasi-epeken-milik-pemkot-surabaya-bermasalah-ini-sederet-keluhan-warga>
- [6] Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- [7] Winarko, B. (2009). Tinjauan Beberapa Model Teori Dasar Adopsi Teknologi Baru. 24–34.
- [8] Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225(87), 48–61.
- [9] Hair, Joseph F., Ringle, C. M., Gudergan, S. P., Fischer, A., Nitzl, C., & Menictas, C. (2019). Multivariate Data Analysis. In *Business Research* (Vol. 12, Issue 1).

- [10] Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*.
- [11] Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*, 4(1).
- [12] Lidya, C. (2019). *Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, perceived playfulness, dan compatibility terhadap attitude toward using pada customer satisfaction Aplikasi Zilingo*.
- [13] Chen, Y. L., Chih, H. T., & Wan, C. C. (2015). The Relationship Between Attitude Toward Using And Customer Satisfaction With Mobile Application Services: An Empirical Study From The Life Insurance Industry. *Journal of Enterprise Information Management*, 53(4), 194–200.
- [14] Rawashdeh, A. (2023). A deep learning-based SEM-ANN analysis of the impact of AI-based audit services on client trust. *Journal of Applied Accounting Research*.
- [15] Al-Gahtani, S. S., & King, M. (1999). Attitudes, satisfaction and usage: Factors contributing to each in the acceptance of information technology. *Behaviour and Information Technology*, 18(4), 277–297.
- [16] Hervilia, H., Singasatia, D., & M. Agus Sunandar. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Teknologi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(4), 401–410.
- [17] Salisu, J. B. (2020). Entrepreneurial training effectiveness, government entrepreneurial supports and venturing of TVET students into IT related entrepreneurship – An indirect-path effects analysis. *Heliyon*, 6(11), e05504.
- [18] Rosnaini. (2019). Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (Issue May 2017).