

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Metode Utaut 2

Sofian Wira Hadi¹, Ibnu Alfarobi²

Program Studi Sistem Informasi¹,
Program Studi Teknologi Komputer²
Fakultas Teknologi dan Informasi^{1,2},
Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2}

sofian.sod@bsi.ac.id¹, ibnu.iba@bsi.ac.id²

Received: November 24, 2022. **Revised:** December 29, 2022. **Accepted:** January 24, 2023. **Issue Period:** Vol.7 No.1 (2023), Pp.103-111

Abstrak: MakhluK sosial yang membutuhkan interaksi dan komunikasi kepada sesama adalah manusia. Media sosial yang sangat sering digunakan saat ini salah satunya adalah tiktok. Dampak positif dalam bersosial media diantaranya mempermudah komunikasi ke seluruh penjuru dunia yang menggunakan alat komunikasi dalam bersosial media. Beberapa penelitian sebelumnya yang menguji faktor-faktor untuk mendorong penggunaan suatu sistem menunjukkan bahwa model UTAUT terbukti dapat menjelaskan penerimaan sebuah teknologi. Dari hasil penelitian *Habbit*, *Performance Expetancy*, dan *Social Influence* berpengaruh positif terhadap BI atau minat penggunaan aplikasi tiktok dan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi tiktok. Ketiga variabel tersebut memiliki nilai signifikan yang berbeda *Performance Expetancy* dan *Habit* yang memiliki nilai signifikan yang cukup tinggi terhadap minat penggunaan aplikasi tiktok

Kata kunci: UTAUT 2, Sosial Media, TikTok, Teknologi Informasi, Aplikasi

Abstract: Humans are social beings who need interaction and communication with others. One of the social media that is often used today is Tiktok. The positive impact on social media includes facilitating user communication throughout the world who use communication tools in social media. Several previous studies examining the factors that drive the use of a system show that the UTAUT model is proven to be able to explain the acceptance of a technology. From the results of *Habbit* research, *Performance Expetancy*, and *Social Influence* have a positive effect on BI or interest in using the tiktok application and affect the use of the tiktok application. These three variables have significant values that are different from *Performance Expetancy* and *Habit* which have a fairly high significant value for interest in using the tiktok application.

Keywords: UTAUT 2, Social Media, TikTok, Information Technology, Applications

I. PENDAHULUAN

MakhluK sosial yang membutuhkan interaksi dan komunikasi kepada sesama adalah manusia. Berkembangnya teknologi informasi saat ini selaras dengan berkembangnya social media. Sosial media adalah sarana penunjang interaksi komunikasi serta sarana berbabagi informasi dalam jaringan internet tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu [1].



DOI: 10.52362/jisamar.v7i1.1011

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Antusiasme masyarakat terhadap social media sangat tinggi, khususnya pada kalangan remaja. Ditambah lagi dengan merebaknya Covid 19 dua tahun kebelakang yang rasa bosan sehingga banyak kalangan anak remaja mengisi kekosongan dengan bermain social media sebagai hiburan.

Media social yang sangat sering digunakan saat ini salah satunya adalah tiktok [2]. Perlahan lahan kompleksitas teknologi social media yang berkembang saat ini pun dapat mengubah cara remaja *show up* dirinya. Selain itu, salah satu dampak positif dalam bersosial media adalah mampu mempermudah komunikasi antar penggunaanya dari seluruh penjuru dunia.

Dilansir dari jumlah unduhan aplikasi tiktok saat ini di google play pada tahun 2022 sebanyak 500 juta pengguna aktif dan rata-rata ulasan positif memiliki rating 4.4. Berdasarkan laporan *We Are Social*, TikTok telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) berusia di atas 18 tahun secara global hingga kuartal I/2022. Jumlah ini meningkat 15,34% dibandingkan pada kuartal sebelumnya yang sebanyak 1,2 miliar pengguna. Berdasarkan negaranya, Amerika Serikat memiliki pengguna aktif TikTok terbesar di dunia. Jumlahnya tercatat mencapai 136,4 juta orang pada April 2022. Indonesia berada di urutan kedua dengan jumlah pengguna aktif TikTok sebesar 99,1 juta orang. Pengguna TikTok di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu di TikTok sebanyak 23,1 jam per bulan. Brasil menempati urutan berikutnya dengan 73,6 pengguna aktif TikTok. Kemudian, pengguna aktif TikTok di Rusia dan Meksiko masing-masing sebanyak 51,3 juta orang dan 50,5 juta orang. Vietnam tercatat memiliki 45,8 juta pengguna aktif TikTok. Jumlah pengguna aktif TikTok di Filipina sebesar 40,4 juta orang. Sedangkan, Thailand berada di posisi kedelapan dalam daftar ini. Tercatat ada 38,4 juta pengguna aktif TikTok di Negeri Gajah Putih [3].

Aplikasi tiktok merupakan sebuah jaringan social dan platform video music asal tiangkong yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tiktok juga merupakan sebuah media yang mewadahi kreatifitas penggunaanya dalam membuat video secara praktis, berdurasi pendek, serta menghadirkan efek dan music yang menarik. Selain itu aplikasi tiktok juga dapat dijadikan sebagai media promosi atau memberikan informasi yang menarik untuk memenuhi kebutuhan dan maksud tertentu.

Kesuksesan aplikasi tiktok dalam menggaet seluruh masyarakat dunia khususnya kalangan remaja tentunya tidak terlepas dari kepuasan dan penerimaan teknologi yang ada didalamnya. Hal ini menarik peneliti untuk memahami dan mengidentifikasi faktor faktor apa saja yang mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan pengguna aplikasi tikok [4].

Keberhasilan sistem informasi dapat dilihat dari pernyataan pengguna yang mengatakan bahwa sistem iformasi yang sedang digunakan mudah dan tentunya memenuhi kebutuhan. Secara umum metode yang sering digunakan untuk mengevaluasi sebuah system adalah TAM (*Technology Acceptance Model*) dan UTAUT (*Unified Theory Of Accepted And Use Of Technology*) [5]. Peneliti menggunakan teori adopsi UTAUT 2 untuk bisa mengukur serta mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengguna dalam menerima dan menggunakan aplikasi [6].

Beberapa penelitian sebelumnya yang menguji faktor-faktor untuk mendorong penggunaan suatu system menunjukkan bahwa model UTAUT terbukti dapat menjelaskan penerimaan sebuah teknologi seperti penelitian dengan judul Analisa Perbandingan Pengguna Aplikasi Tiktok dengan Snack Video menggunakan Metode UTAUT dan EUCS [1], Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Dan User Behavior Pada Fintech Shopeepay Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) [4], Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Mengetahui Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan SIORTU [7], Pengukuran Penerimaan Teknologi Dompot Digital Dana Pada Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan Model UTAUT [8], Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akademik Universitas Muhammadiyah Gorontalo [9], Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Surabaya Dan Sekitarnya Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology the Analysis of Factor That Affects the Utilization of Halodoc [10].

Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan akan aplikasi tiktok merupakan tujuan utama dalam penelitian ini. Hasil yang diharapkan dapat memberikan solusi dan evaluasi untuk pengembangan terhadap aplikasi kedepannya



II. METODE DAN MATERI

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang berfokus kepada pengukuran dan statistik. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai media untuk mengumpulkan data dari responden. Sedangkan untuk analisis data menggunakan analisa deksriptif kuantitatif dengan PLS-SEM yang menerapkan model bootstrap untuk menguji hipotesis.

2.1. Populasi dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi tiktok dari kalangan remaja hingga dewasa. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* dilakukan untuk memilih bagian dari populasi, dimana kriteria yang akan dipilih merupakan pengguna aplikasi tiktok. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya.

2.2. Metode Pengumpulan data

1. Studi Kepustakaan

Data sekunder dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengumpulan data bersifat teoritis. Pengambilan data tersebut dilakukan, dengan cara mempelajari literatur-literatur, jurnal-jurnal penelitian, dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

2. Kuesioner

Metode pengumpulan data dari penelitian ini adalah dengan tehnik pengumpulan data survey. Data di peroleh dengan mengirimkan kuesioner yang berbentuk skala likert kepada pengguna aplikasi tiktok yaitu remaja atau dewasa yang menggunakan aplikasi tiktok. Teknik analisa data uji analisis dekriptif, uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis meliputi uji R, Uji t serta melakukan pengujian bootstrapping dengan SmartPLS 3.2

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang terdiri dari 6 pertanyaan tentang profil responden, dan 21 pertanyaan yang digunakan sesuai dengan variabel-variabel yang terdapat UTAUT 2

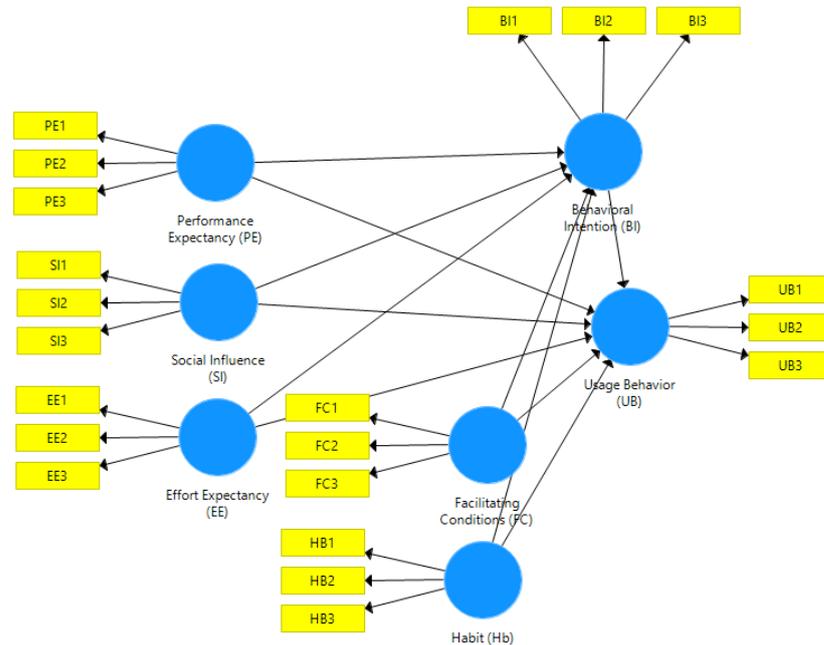
2.3. Metode Anlisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menyebar kuesioner secara daring kepada pengguna aplikasi tiktok. Kuesioner yang dibagikan 6 pertanyaan tentang profil responden, dan 21 pertanyaan yang digunakan sesuai dengan variabel-variabel yang terdapat UTAUT 2. Hasil dari responden berupa angka dan dianalisis menggunakan software Smart PLS 3.0.

Adapun beberapa variabel yang diteliti diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Ferary [11] , antara lain:

- a. Harapan Kinerja (*performance expectancy*) : yakni tingkat kepercayaan seseorang dalam memakai sautu system. Dengan demikian harapan kinerja ini punya pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi tiktok
- b. Harapan Usaha (*performance expectancy*) : harapan ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat menggunakan aplikasi tiktok
- c. Pengaruh sosial (*social influence*) : merupakan tingkat kepercayaan seseorang untuk merasakan ketika menggunakan suatu system tersebut sangatlah penting sehingga pengaruh social ini memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat penggunaan suatu system.
- d. Pengaruh sosial (*social influence*) : yakni tingkat kepercayaan seseorang terhadap adanya fasilitas pendukung untuk menunjang suatu system.
- e. Kebiasaan (*habit*) : yakni kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu perilaku secara otomatis karena pengalaman sebelumnya.
- f. Minat penggunaan (*Behavioral Intention*) : yakni minat seseorang untuk mulai menggunakan suatu system. Penggunaan suatu sistem dipengaruhi oleh minat penggunaan. Minat penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan suatu system.





Gambar 1. Model Analisis dengan SEM

Berdasarkan penjelasan tiap indikator di atas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut

H1 : *performance expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap Tiktok *behavioral intention*

H2 : *effort expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap Tiktok *behavioral intention*

H3 : *social influence* berpengaruh positif signifikan terhadap Tiktok *behavioral intention*

H4 : *facilitating conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap Tiktok *behavioral intention*

H5 : *habit* berpengaruh positif signifikan terhadap Tiktok *behavioral intention*

H6 : Tiktok *behavioral intention* berpengaruh positif signifikan terhadap Tiktok *usage behavior*

III. PEMBAHASA DAN HASIL

3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Model pengukuran dilakukan dengan tujuan untuk menguji validitas variabel dan reliabilitas instrumen. Pengujian validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang diteliti. Butir instrumen dinyatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sedang diteliti. Sedangkan uji reliabilitas merupakan bagian syarat dari pengujian validitas instrumen penelitian.

Uji validitas dilakukan untuk menguji tingkat kelayakan per item dalam daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

<i>Indikator Variable</i>	<i>Nilai Outer Loadings</i>	<i>Hasil Uji Validitas</i>
PE1	0.784	Valid
PE2	0.830	Valid
PE3	0.886	Valid
EE1	0.886	Valid
EE2	0.828	Valid
EE3	0.888	Valid
SI1	0.772	Valid



DOI: 10.52362/jisamar.v7i1.1011

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

SI2	0.867	Valid
SI3	0.867	Valid
FC1	0.907	Valid
FC2	0.889	Valid
FC3	0.915	Valid
HB1	0.894	Valid
HB2	0.887	Valid
HB3	0.927	Valid
BI1	0.716	Valid
BI2	0.805	Valid
BI3	0.907	Valid
UB1	0.920	Valid
UB2	0.908	Valid
UB3	0.834	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Indikator Variable</i>	<i>Nilai Composite Reliability</i>	<i>Hasil Uji Reliabilitas</i>
PE	0.873	Reliabel
EE	0.901	Reliabel
SI	0.874	Reliabel
FC	0.931	Reliabel
HB	0.930	Reliabel
BI	0.853	Reliabel
UB	0.918	Reliabel

Dilihat dari hasil uji validitas dan reliabilitas pada tabel 1 dan 2, maka kuesioner yang diajukan kepada responden dengan total jumlah responden 200 merupakan alat ukur yang sesuai untuk menyelesaikan masalah dan hasilnya bernilai konsisten.

3.2. Hasil Analisa Model Struktural.

Tahapan pada analisa model struktural terbagi menjadi 3 tahapan. Tahapan tersebut adalah pengujian, inner model, path coefficient, t-test menggunakan metode *bootstrapping*. Berikut pengujian yang dilakukan:

1. Inner Model

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R square. Persentase pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi R square antara satu dan nol, dimana nilai R square yang mendekati satu memberikan persentasi pengaruh yang besar. Pengujian Menggunakan kriteria R Square > 0.1 dengan kategori weak, R Square > 0.3 dengan kategori moderate, R Square > 0.6 dengan kategori substantial, R Square > 0.7 dengan kategori strong.

Tabel 3. R Square

	<i>R Square</i>
Behavior Intention	0.529
Usage Behavior	0.732

R Square menjelaskan kekuatan prediksi dari semua model dengan batasan nilai R Square > 10%. Berdasarkan tabel diatas, bisa diambil kesimpulan bahwa konstruk *Usage Behavior* memiliki R Square 73% yang artinya memiliki pengaruh besar sedangkan *Behavior Intention* hanya memiliki nilai R Square 53%.



2. Path Coefficient

Pengujian Path coefficient dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel. Nilai path coefficient dapat dilihat dengan nilai ambang batas di atas 0,1. Dimana jalur dapat dinyatakan memiliki pengaruh jika hasil nilai uji koefisien jalur diatas 0,1. Hasil uji koefisien dari yang ada pada model penelitian.

Tabel 4. Path Coefficient

BI > UB	0.000
EE > BI	0.633
EE > UB	0.780
FC > BI	0.912
FC > UB	0.000
HB > BI	0.002
HB > UB	0.162
PE > BI	0.001
PE > UB	0.174
SI > BI	0.029
SI > UB	0.372

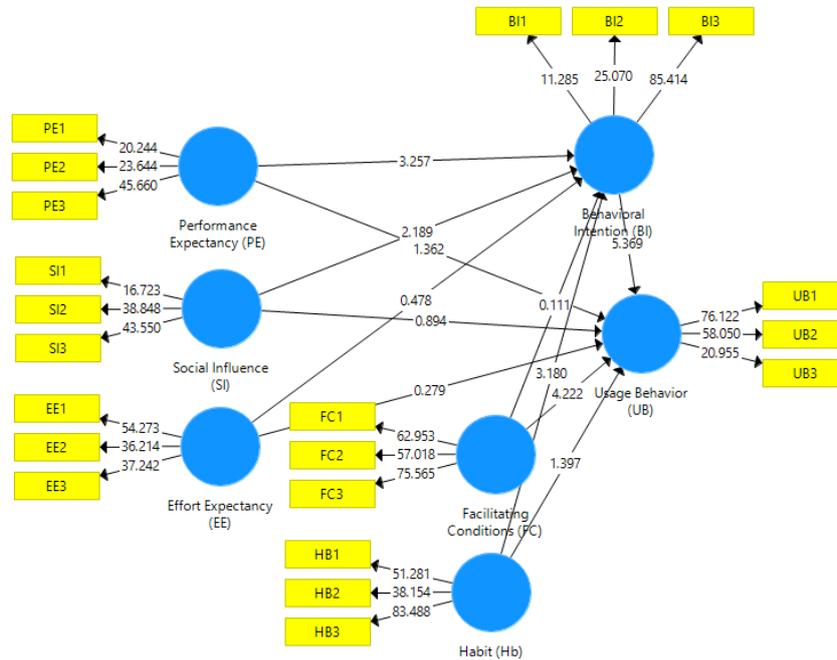
3. T-Test atau T Statistic

Pengujian t-test dilakukan dengan metode bootstrapping pada SmartPLS 3 dengan uji two-tailed dimana signifikan yang digunakan adalah 5%. Berdasarkan hal tersebut diartikan nilai t-test yang didapatkan dinyatakan

Tabel 5. T Statistic

Hipotesis	T Statistic	Keterangan
BI > UB	5.369	Berpengaruh Positif Siginifikan
EE > BI	0.478	Berpengaruh Negatif Tidak Siginifikan
EE > UB	0.279	Berpengaruh Positif Tidak Siginifikan
FC > BI	0.111	Berpengaruh Negatif Tidak Siginifikan
FC > UB	4.222	Berpengaruh Positif Siginifikan
HB > BI	3.180	Berpengaruh Positif Siginifikan
HB > UB	1.397	Berpengaruh Positif Tidak Siginifikan
PE > BI	3.257	Berpengaruh Positif Siginifikan
PE > UB	1.362	Berpengaruh Positif Tidak Siginifikan
SI > BI	2.189	Berpengaruh Positif Siginifikan
SI > UB	0.894	Berpengaruh Negatif Tidak Siginifikan





Gambar 2. Hasil Model *Boostraping*

3.2. Interpretasi Hasil Analisa Model Struktural

Setelah mengetahui hasil analisis structural model, selanjutnya pada tahapan ini menjelaskan interpretasi dan pembahasan hasil analisis structural model yang telah dilakukan dengan mengikuti pertanyaan dan hipotesis yang telah dijabarkan pada sub bab sebelumnya.

Tabel 5. Hasil Analisa Model Struktural

<i>Pengaruh Antar Variabel</i>	<i>T Statistic</i>	<i>Keterangan</i>
BI > UB	5.369	Berpengaruh Positif Siginifikan
EE > BI	0.478	Berpengaruh Negatif Tidak Siginifikan
EE > UB	0.279	Berpengaruh Positif Tidak Siginifikan
FC > BI	0.111	Berpengaruh Negatif Tidak Siginifikan
FC > UB	4.222	Berpengaruh Positif Siginifikan
HB > BI	3.180	Berpengaruh Positif Siginifikan
HB > UB	1.397	Berpengaruh Positif Tidak Siginifikan
PE > BI	3.257	Berpengaruh Positif Siginifikan
PE > UB	1.362	Berpengaruh Positif Tidak Siginifikan
SI > BI	2.189	Berpengaruh Positif Siginifikan
SI > UB	0.894	Berpengaruh Negatif Tidak Siginifikan

Pada tabel diatas terdapat 3 variabel berpengaruh negatif, yakni Effort Expentancy (EE) terhadap tiktok Behavioral Intention (BI), Facilitating Conditions (FC) terhadap tiktok Behavioral Intention (BI) dan Social Influence (SI) terhadap tiktok Usage Behavior (UB) dengan nilai original sample negative.

Variable social influence berpengaruh negatif terhadap variabel Usage Behavior karena dimasa mendatang aplikasi tiktok ditinggalkan bila remaja ataupun orang dewasa telah menyibukan diri dengan pekerjaan dan kehidupan berumah tangga dan perlahan tiktok mulai ditinggalkan.

Terdapat 5 variabel yang menunjukkan pengaruh positif yang signifikan yakni BI terhadap UB, FC terhadap UB, HB terhadap BI dan SI terhadap UB, minat seseorang dalam menggunakan aplikasi tiktok sangat



tinggi karena kinerja aplikasi tiktok yang baik dan berguna dalam membantu masyarakat dalam berinteraksi dan menjadikan aplikasi tiktok sebagai media sosial yang menghibur.

Minat seseorang dalam menggunakan aplikasi tiktok juga positif karena *habbit* atau kebiasaan remaja menggunakan aplikasi tiktok sebagai media promosi, interaksi dan wadah untuk memberikan informasi yang bermanfaat

IV. KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Habbit, Performance Expetancy*, dan *Social Influence* berpengaruh positif terhadap BI atau minat penggunaan aplikasi tiktok dan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi tiktok. Ketiga variabel tersebut memiliki nilai signifikan yang berbeda *Performance Expetancy* dan *Habbit* memiliki nilai signifikan yang cukup tinggi terhadap minat penggunaan aplikasi tiktok.
2. *Habbit* berpengaruh positif yang signifikan dalam penggunaan aplikasi tiktok melalui minat penggunaan aplikasi tiktok.
3. *Effort Expentancy* berpengaruh negative tidak signifikan dalam penggunaan aplikasi tiktok melalui minat penggunaan tiktok
4. *Facilitation Conditions* berpengaruh negative tidak signifikan dalam penggunaan aplikasi tiktok melalui minat penggunaan tiktok.

REFERENASI

- [1] P. A. Agustin and I. K. D. Nuryana, "Analisa Perbandingan Pengguna Aplikasi Tiktok dengan Snack Video menggunakan Metode UTAUT dan EUCS," *J. Emerg. Inf. Syst. Bus. Intell.*, vol. 3, no. 4, pp. 80–90, 2022.
- [2] S. Sutrisno, M. Y. Amreta, and F. B. Sofyan, "PENGARUH SOSIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP KEDISIPLINAN BELAJAR SISWA MI ISLAMİYAH MAYANGGENENG KALITIDU BOJONEGORO," no. September, pp. 101–110, 2022.
- [3] D. Indonesia, "Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia Artikel ini telah tayang di DataIndonesia.id dengan judul," 2022. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>.
- [4] L. L. Hafifah, N. W. Utami, and I. G. A. P. Dwi Putri, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Dan User Behavior Pada Fintech ShopeePAY Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut)," *J. Akunt. Bisnis*, vol. 15, no. 2, pp. 102–117, 2022, doi: 10.30813/jab.v15i2.3574.
- [5] T. Tugiman, H. Herman, and A. Yudhana, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Model Utaut Untuk Evaluasi Sistem Pendaftaran Online Rumah Sakit," *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)*, vol. 9, no. 2, pp. 1621–1630, 2022, doi: 10.35957/jatisi.v9i2.2227.
- [6] Prasetio Adhi and Nursandi Wita, "Analisis Minat Pengguna OTA Tiket,cin di Indonesia Menggunakan Model Pendekatan Modifikasi UTAUT2," *J. Manaj. dan Keuang.*, vol. 11, no. 1, pp. 36–54, 2022.
- [7] N. A. Ainul Bashir, "Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Mengetahui Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan SIORTU," *Elinvo (Electronics, Informatics, Vocat. Educ.)*, vol. 5, no. 1, pp. 42–51, 2020, doi: 10.21831/elinvo.v5i1.30636.
- [8] B. A. Saputra, F. Nabilah, K. Illahi, M. Hilman, and L. M. Suryanto, "Pengukuran Penerimaan Teknologi Dompot Digital Dana Pada Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan Model UTAUT," vol. vol8, no. no1, pp. 31–36, 2022, [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publications/459612-the-measurement-of-receipt-of-digital-fu-f941d81c.pdf>.
- [9] S. Yusuf, M. I. Abas, S. Syahril, and R. Lamusu, "Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akademik Universitas Muhammadiyah Gorontalo," *J. Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 2, p. 31, 2022, doi: 10.31314/juik.v2i2.1714.



DOI: 10.52362/jisamar.v7i1.1011

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- [10] S. A. Cahyono, F. A. Pratama, A. A. Permana, and R. A. Hermawan, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Surabaya Dan Sekitarnya Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology the Analysis of Factor That Affects the Utilization of Halodoc,” no. September, pp. 10–11, 2022.
- [11] M. Utaut, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Pedulilindungi Dengan Analysis of Factors Affecting the Use of Pedulilindungi Using,” no. September, pp. 10–11, 2022.



DOI: 10.52362/jisamar.v7i1.1011

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).