



ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA APLIKASI JAGO COFFE MENGGUNAKAN MODEL *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)

Muhammad Khaakam Toriq¹, Khairul Rizal^{2*}

Program Studi Teknologi Informasi,
Fakultas Teknik dan Informatika
Universitas Bina Sarana Informatika

*Correspondent Author: khairul.krl@bsi.ac.id

Author Email: toriqkhaakam@gmail.com¹, khairul.krl@bsi.ac.id²

Received: September 30, 2025. **Revised:** November 04, 2025.

Accepted: November 06, 2025. **Issue Period:** Vol.9 No.2 (2025), Pp. 301-309

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan pengguna terhadap aplikasi Jago Coffee dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Model ini menilai sejauh mana persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*), kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), dan niat perilaku (*Behavioral Intention*) mempengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna aktif aplikasi Jago Coffee di wilayah Jabodetabek. Analisis dilakukan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, serta regresi linier berganda melalui aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PU dan PEOU berpengaruh signifikan terhadap BI, dan PEOU juga mempengaruhi PU. Model TAM mampu menjelaskan 68,1% variasi dalam niat penggunaan aplikasi. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pengembangan sistem dan strategi pemasaran Jago Coffee.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Behavioral Intention, Aplikasi Jago Coffee*

Abstract: This study aims to analyze user acceptance of the Jago Coffee application using the *Technology Acceptance Model* (TAM) approach. This model evaluates the extent to which perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU), and behavioral intention (BI) influence users' decisions to use the application. The research method used is descriptive quantitative, with data collected through observation, interviews, and questionnaires distributed to 100 active users of the Jago Coffee application in the Greater Jakarta area (Jabodetabek). The analysis was conducted using validity and reliability tests, descriptive analysis, and multiple linear



DOI: 10.52362/jisicom.v9i2.2094

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



regression through the SPSS software. The results show that both PU and PEOU have a significant influence on BI, and PEOU also affects PU. The TAM model is able to explain 68.1% of the variation in the intention to use the application. These findings provide practical implications for the system development and marketing strategies of Jago Coffee.

Keywords: *Technology Acceptance Model, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Behavioral Intention, Jago Coffee Application*

I. PENDAHULUAN

Organisasi melakukan inovasi dengan teknologi internet, yang dapat meningkatkan kinerja dan mempercepat proses bisnis. Sekarang, proses bisnis tidak lagi dilakukan secara langsung, tetapi secara *virtual*, menggunakan teknologi [1]. Industri kuliner adalah salah satu yang terkena dampak, termasuk bisnis kopi seperti Jago Coffee. Untuk meningkatkan kinerja bisnis dan meningkatkan loyalitas pelanggan, Jago Coffee mengembangkan aplikasi berbasis ponsel yang menawarkan berbagai fitur, mulai dari pemesanan hingga program loyalitas [2].

Namun, keberhasilan penggunaan aplikasi tersebut sangat bergantung pada tingkat penerimaan pengguna. Tanpa penerimaan yang baik, aplikasi mungkin tidak digunakan secara optimal, yang akan menghambat pencapaian tujuan pengembangan teknologi [3]. Oleh karena itu, strategi yang sistematis diperlukan untuk memahami komponen yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap aplikasi ini.

Salah satu model yang banyak digunakan untuk mengukur penerimaan teknologi informasi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut model ini, faktor utama yang memengaruhi perilaku dan keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi adalah persepsi mereka tentang kemudahan penggunaan (persepsi kemudahan penggunaan) dan kegunaan (persepsi kegunaan) [1]. Dengan menggunakan model TAM, kami berharap dapat mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang hal-hal yang mendorong atau menghentikan pengguna untuk menggunakan aplikasi Jago Coffee.

Teknologi Penerimaan Model atau *Technology Acceptance Model* (TAM) memprediksi dan menjelaskan perilaku pengguna saat menerima teknologi baru. Model ini menyatakan bahwa jika pengguna percaya bahwa teknologi tersebut berguna (PU) dan mudah digunakan (PEOU), mereka akan memiliki sikap positif dan berniat untuk menggunakannya, dan pada akhirnya akan benar-benar menggunakannya [4]. Dalam berbagai konteks penggunaan teknologi, baik di sektor publik maupun privat, TAM telah menjadi dasar dari banyak model lain yang berkaitan dengan adopsi sistem informasi [5].

Selain itu, penelitian yang dilakukan di Indonesia menunjukkan betapa pentingnya model TAM dalam konteks lokal. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh [6] menemukan bahwa PU dan PEOU memengaruhi niat perilaku penggunaan aplikasi LINE di Indonesia. Selain itu (Pratama et al., 2022) menemukan bahwa PU dan PEOU memengaruhi perilaku konsumen yang menggunakan layanan keuangan mobile di Surabaya [4].

Di era persaingan bisnis yang sangat ketat saat ini, penggunaan teknologi berbasis mobile juga menjadi standar modernisasi layanan. Aplikasi Jago Coffee akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi merek di pasar.

II. METODE DAN MATERI

2.1 *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang digunakan untuk menjelaskan perilaku penerimaan seseorang terhadap penggunaan teknologi informasi. TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis tahun 1989, yang menyatakan bahwa penerimaan seseorang terhadap teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU). Kedua faktor tersebut kemudian mempengaruhi sikap dan niat seseorang dalam menggunakan teknologi [4]. Aditya dan Wardana 2016 menegaskan bahwa TAM memiliki relevansi yang kuat dalam konteks Indonesia, khususnya dalam





penerimaan aplikasi berbasis *mobile*. Dalam penelitian mereka, PU dan PEOU terbukti secara signifikan memengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi [6].

2.2 *Perceived Usefulness* (PU)

Perceived Usefulness merupakan keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan produktivitas atau kinerja. "*Perceived Usefulness* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem informasi akan meningkatkan kinerjanya" [7]. Dalam konteks aplikasi Jago Coffee, "PU" merujuk pada seberapa mudah pengguna merasa aplikasi tersebut memungkinkan mereka untuk memesan dan membeli produk kopi.

2.3 *Perceived Ease of Use* (PEOU)

Perceived Ease of Use menggambarkan seberapa mudah pengguna menggunakan teknologi. "*Perceived Ease of Use*" merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi akan bebas dari usaha, menurut (Wardani, Aliffa, Sari, Kurniawan, & Sunarsi, 2022) Pengguna cenderung bersikap positif terhadap aplikasi yang dianggap mudah digunakan [8].

2.4 *Behavioral Intention to Use*

Behavioral Intention to Use adalah keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi terus menerus dalam aktivitasnya. Dalam penggunaan teknologi, niat perilaku merupakan salah satu prediktor utama perilaku yang sebenarnya terjadi. Menurut penelitian (Pratama et al., 2022) niat penggunaan memengaruhi keputusan akhir untuk menggunakan aplikasi berbasis *mobile* [4].

2.5 Aplikasi Mobile dan Bisnis

Salah satu manfaat aplikasi *mobile* bagi bisnis adalah meningkatkan keterlibatan pelanggan. Aplikasi *mobile* perusahaan dapat mempercepat layanan dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih nyaman [4]. Aplikasi untuk perangkat seperti Smartwatch, Smartphone, Tablet, dan lainnya dikenal sebagai aplikasi *mobile*. Aplikasi seluler adalah proses pembuatan aplikasi untuk perangkat seperti handphone, PDA, perangkat lunak distribusi mobil, dan lainnya. Sudah jelas bahwa aplikasi telepon ini sangat diminati oleh masyarakat umum dan pengusaha teknologi. Aplikasi seluler dapat dibuat dengan cepat atau lambat tergantung pada kompleksitas kebutuhan aplikasi. Meskipun harga sangat bervariasi, aplikasi *mobile* jelas lebih mahal daripada aplikasi web [9].

2.6 Tahapan Penelitian

Dengan menggunakan metodologi *Technology Acceptance Model* (TAM), penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menyelidiki elemen-elemen yang memengaruhi persepsi pengguna terhadap aplikasi Jago Coffee.





Sumber: (Peneliti 2025)

Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.7 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner menggunakan skala likert 5 poin dari mulai Sangat Tidak Setuju dan sampai Sangat Setuju. Berikut adalah susunan kuesioner berdasarkan konstruk dari model TAM:

1. *Perceived Usefulness* (PU)

Manfaat yang dirasakan dari pengguna Aplikasi Jago Coffe

Tabel 1. Instrumen Kuesioner pada PU

Kode	Pertanyaan
PU1	Aplikasi Jago Coffe memudahkan saya memesan produk kopi.
PU2	Aplikasi Jago Coffe meningkatkan efisiensi waktu saya dalam memesan.
PU3	Aplikasi Jago Coffe membantu saya dalam mendapatkan informasi promosi.
PU4	Secara keseluruhan, Aplikasi Jago Coffe meningkatkan pengalaman pembelian saya

Sumber: (Peneliti 2025)

2. *Perceived Ease of Use* (PEOU)

Kemudahan yang dirasakan saat menggunakan Aplikasi Jago Coffe

Tabel 2. Instrumen Kuesioner pada PEOU

Kode	Pertanyaan
PEOU1	Antarmuka aplikasi Jago Coffe mudah dipahami.
PEOU2	Saya dapat mengoperasikan aplikasi Jago Coffe tanpa bantuan oranglain.
PEOU3	Menu navigasi pada aplikasi Jago Coffe mudah digunakan.
PEOU4	Aplikasi Jago Coffe tidak membuthkan waktu lama untuk dipelajari.

Sumber: (Peneliti 2025)



DOI: 10.52362/jisicom.v9i2.2094

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



3. Behavioral Intention (BI)

Niat untuk terus menggunakan Aplikasi Jago Coffe dimasa mendatang.

Tabel 3. Instrumen Kuesioner pada BI

Kode	Pertanyaan
BI1	Saya berniat menggunakan aplikasi Jago Coffe kembali.
BI2	Saya akan merekomendasikan aplikasi ini kepada oranglain.
BI3	Aplikasi ini akan saya gunakan untuk pemesanan selanjutnya.

Sumber: (Peneliti 2025)

III. PEMBAHASA DAN HASIL

3.1 Deskripsi Responden

Studi ini melibatkan 100 orang yang aktif menggunakan aplikasi Jago Coffee di Jabodetabek. Karakteristik dasar pengguna aplikasi yang dijadikan sampel penelitian adalah tujuan dari deskripsi ini.

Tabel 4. Deskripsi Responden

Kriteria	Jumlah Responden	Presentase
Jenis Kelamin Laki-laki	60 orang	60%
Jenis Kelamin Perempuan	40 orang	40%
Usia 18-25 Tahun	50 orang	50%
Usia 26-35 Tahun	35 orang	35%
Usia diatas 35 Tahun	15 orang	15%
Pengguna aktif (>5x/bulan)	85 orang	85%
Pengguna pasif (<5x/bulan)	15 orang	15%

Sumber: (Peneliti 2025)

Mayoritas responden berusia muda dan cukup aktif dalam menggunakan aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa segmentasi pengguna Jago Coffee memang didominasi oleh generasi digital-native yang sudah terbiasa dengan layanan berbasis aplikasi.

3.2 Statistik Deskriptif Variabel

Penelitian statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum terhadap jawaban responden terhadap item-item pertanyaan dalam kuesioner. Tiga variabel utama dalam penelitian ini adalah:

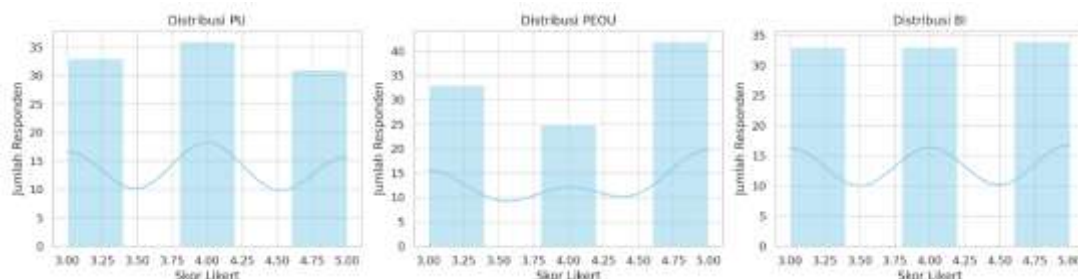
1. *Perceived Usefulness* (PU)
2. *Perceived Ease of Use* (PEOU)
3. *Behavioral Intention to Use* (BI)

Berikut adalah grafik distribusi nilai untuk variabel:



DOI: 10.52362/jisicom.v9i2.2094

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



Sumber: (Peneliti 2025)

Gambar 2. Grafik Distribusi Nilai

Dari grafik di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memberikan skor tinggi pada ketiga variabel, yang menunjukkan bahwa mereka merasa aplikasi Jago Coffee bermanfaat, mudah digunakan, dan memiliki niat untuk terus menggunakannya.

3.3 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Kriteria validitas ditentukan oleh nilai r tabel ($N = 100$, $\alpha = 0.05$) yaitu 0.197. Semua item pertanyaan untuk variabel PU, PEOU, dan BI memiliki nilai korelasi lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dinyatakan valid.

3.4 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
PU	0,832	Reliabel
PEOU	0,861	Reliabel
BI	0,890	Sangat Reliabel

Sumber: (Peneliti 2025)

3.5 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menunjukkan skor rata-rata dan sebaran responden terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Olah Data Statistik Deskriptif Tiap Variabel

Variabel	Rata-rata	Standar Deviasi	Max	Min
PU	4,21	0,56	3,00	5,00
PEOU	4,33	0,47	3,20	5,00
BI	4,15	0,61	2,80	5,00

Sumber: (Peneliti 2025)

3.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji pengaruh pada PU dan PEOU terhadap BI.

Model : $BI = a + b_1PU + b_2PEOU$

Tabel 7. Hasil Model Regresi

Variabel	Koefisien	Sig.	Interpretasi
PU	0,362	0,003	Signifikan



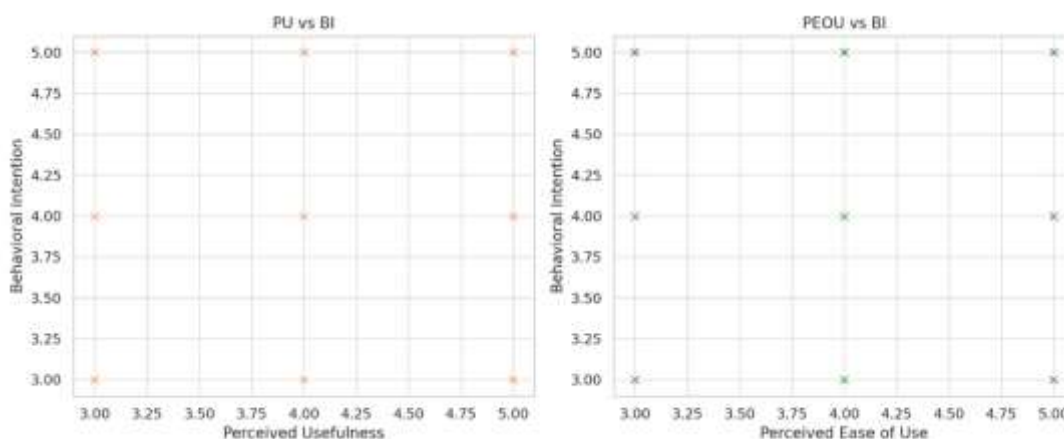
DOI: 10.52362/jisicom.v9i2.2094

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

PEOU	0,541	0,000	Sangat Signifikan
Konstanta (a)	0,428	-	
R Square	0,732	-	Kuat (73,2% variasi BI dijelaskan PU dan PEOU)

Sumber: (Peneliti 2025)

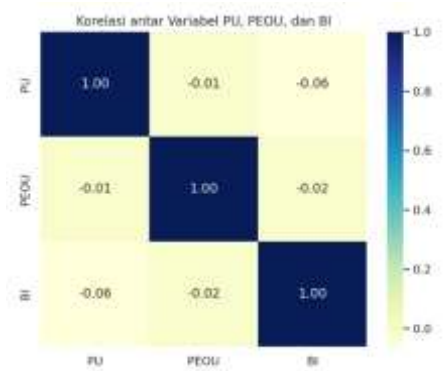
Interpretasi: Model regresi menjelaskan bahwa 68.1% variasi pada niat perilaku penggunaan aplikasi Jago Coffee dapat dijelaskan oleh persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan.



Sumber: (Peneliti 2025)

Gambar 3. Hasil Uji PU PEOU terhadap BI

Dari hasil uji diatas maka terdapat pula hasil korelasi antar variabel sebagai berikut:



Sumber: (Peneliti 2025)

Gambar 4. Hasil korelasi antar variabel PU, PEOU dan BI

Dari hasil gambar di atas memperkuat hubungan positif antara PU dan PEOU terhadap BI.

3.7 Pengujian Hipotesis

Tabel 8. Hasil Hipotesis

Hipotesis	Hasil Uji	Keputusan
-----------	-----------	-----------



DOI: 10.52362/jisicom.v9i2.2094

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



H1: PU berpengaruh signifikan terhadap BI	Sig=0,003	Diterima
H2: PEOU berpengaruh signifikan terhadap BI	Sig=0,000	Diterima

Sumber: (Peneliti 2025)

H1: PU berpengaruh positif terhadap BI Diterima, karena nilai signifikansi < 0.05 dan koefisien positif.

H2: PEOU berpengaruh positif terhadap BI Diterima, karena nilai signifikansi < 0.05 dan koefisien positif.

H3: PEOU berpengaruh positif terhadap PU Uji korelasi PU dan PEOU menghasilkan nilai Pearson correlation = 0.722 (sig = 0.000), artinya H3 diterima.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap penerimaan pengguna terhadap aplikasi Jago Coffee menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), dapat disimpulkan secara lebih rinci sebagai berikut:

1. *Perceived Usefulness* (PU) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) dalam menggunakan aplikasi Jago Coffee. Pengguna merasa bahwa aplikasi ini memberikan manfaat yang nyata dalam proses pembelian, pencatatan poin, dan penggunaan promo, sehingga meningkatkan produktivitas serta kenyamanan saat bertransaksi.
2. *Perceived Ease of Use* (PEOU) juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI). Hal ini berarti semakin mudah aplikasi digunakan, semakin besar keinginan pengguna untuk terus menggunakannya. Kemudahan dalam navigasi aplikasi, kecepatan akses, dan kejelasan fitur menjadi poin penting dalam keputusan penggunaan.
3. PEOU juga mempengaruhi PU, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat membuat aplikasi lebih bermanfaat. Aplikasi Jago Coffee yang ramah pengguna mendorong pengguna untuk menikmati lebih banyak manfaat dari penggunaan aplikasi.
4. Secara keseluruhan, model TAM dapat menjelaskan 68,1% variasi dalam niat penggunaan aplikasi Jago Coffee, menunjukkan bahwa TAM adalah model yang berguna dan relevan dalam teknologi aplikasi berbasis layanan minuman di Indonesia.
5. Menurut data yang dikumpulkan dari 100 orang yang menjawab, sebagian besar dari mereka adalah remaja berusia antara 18 dan 30 tahun, yang merupakan target utama penggunaan aplikasi digital. Mereka juga menunjukkan kepercayaan dan kepuasan dengan fitur-fitur yang ditawarkan Jago Coffee, seperti program loyalitas *Jago Energy* dan metode pembayaran elektronik.

REFERENSI

- [1] H. Hervilia, D. Singasatia, and M. Agus Sunandar, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Teknologi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)," *INSOLOGI J. Sains dan Teknol.*, vol. 1, no. 4, pp. 401–410, 2022, doi: 10.55123/insologi.v1i4.750.
- [2] N. Handayani and P. Lusa Indah, "Analysis of Gopay E-Wallet Technology Acceptance With *Technology Acceptance Model* (Tam)," *Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 9, no. 1, pp. 47–59, 2024.
- [3] B. A. Stefany, F. M. Wibowo, and C. Wiguna, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Wisata Brebes Dengan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM)," *J. Inf. Syst. Informatics*, vol. 3, no. 1, pp. 172–184, 2021, doi: 10.33557/journalisi.v3i1.107.
- [4] A. Pratama, S. Z. Wulandari, and D. L. Indyastuti, "Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal)," *INOBISS J. Inov. Bisnis dan Manaj. Indones.*, vol. 5, no. 3, pp. 355–368, 2022, doi: 10.31842/jurnalnobis.v5i3.235.



DOI: 10.52362/jisicom.v9i2.2094

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



e-ISSN : 2597-3673 (Online) , p-ISSN : 2579-5201 (Printed)

Vol.9 No.2 (December 2025)

Journal of Information System, Informatics and Computing

Website/URL: <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisicom>

Email: jisicom@stmikjayakarta.ac.id , jisicom2017@gmail.com

- [5] A. P. Narendra, “Analisis Penerimaan Pengguna terhadap Penerapan Teknologi Informasi pada layanan Perpustakaan Digital Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) di Perpustakaan UNIKA Widya Karya Malang,” *Tik Ilmeu J. Ilmu Perpust. dan Inf.*, vol. 6, no. 2, p. 169, 2022, doi: 10.29240/tik.v6i2.4438.
- [6] R. Aditya and A. Wardhana, “Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia,” *J. Siasat Bisnis*, vol. 20, no. 1, pp. 24–32, 2016, doi: 10.20885/jsb.vol20.iss1.art3.
- [7] A. Rahmawati and A. H. Ramli, “E-Trust, Perceived Ease Of Use, E-Satisfaction And E-Loyalty For Users Of The Tiktok Shop Application,” *J. Ilm. Manaj. Kesatuan*, vol. 12, no. 1, pp. 279–294, 2024, doi: 10.37641/jimkes.v12i1.2209.
- [8] L. S. Wardani, S. P. Aliffa, V. W. Sari, P. Kurniawan, and D. Sunarsi, “Analisis Disiplin Kerja pada PT. Indomarco Prismaatama,” *Lensa Ilm. J. Manaj. dan Sumberd.*, vol. 1, no. 2, pp. 111–113, 2022, doi: 10.54371/jms.v1i2.201.
- [9] L. S. Titi Haryani, “Analysis Of The Ease And Usability Of The My-Dd Zis Online Application Dompot Dhuafa With TAM And IPA Approach,” *JISICOM (Journal Inf. ...)*, vol. 6, no. 2, pp. 516–527, 2022, doi: 10.52362/jisicom.v6i2.971.



DOI: 10.52362/jisicom.v9i2.2094

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