Jurnal Ilmiah Sistem Informasi dan Ilmu Komputer
Volume. 6 Nomor. 2 Juli 2026
E-ISSN :2827-7953; P-ISSN : 2827-8135, Hal 447-464
DOI: https://doi.org/10.55606/juisik.v6i2.2515
Tersedia: https://journal.sinov.id/index.php/juisik

Analisis Penerimaan Pengguna terhadap Sistem *E-Commerce* Terne Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)

Pinky Hairunnisa Prasetyo[1*], Deni Arifianto[2], Ulya Anisatur Rosyidah[3]
[1-3]Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia
Email: pinkycp07@gmail.com[1], deniarifianto@unmuhjember.ac.id[2], ulyaanisatur@unmuhjember.ac.id[3].
**Penulis korespondensi: pinkycp07@gmail.com*

Abstract*. The Terne e-commerce functions as a medium for both showcasing products and facilitating transactions over the internet. This research utilizes the Technology Acceptance Model (TAM) to explore the elements that affect users acceptance of the site, particularly concentrating on Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), and Behavioral Intention to Use (BI). The objective of this analysis is to investigate how PEOU impacts PU, the influence of PEOU on BI, and the relationship between PU and BI. A quantitative method was adopted, gathering responses from 59 users of the Terne e-commerce platform through surveys. The data were processed using SPSS, involving assessments of validity and reliability, classical assumptions, and both simple and multiple linear regression analyses. The findings reveal that PEOU significantly and positively impacts both PU and BI. Conversely, PU does not significantly influence BI. The F-test indicates that PEOU and PU together significantly affect BI. The coefficient of determination (R^2 = 0.283) shows that 28.3% of the variations in BI can be attributed to PEOU and PU. These results imply that the ease of use is the key factor driving users to adopt the Terne e-commerce platform.*

Keywords: *Behavioral Intention; E-Commerce; Perceived Ease of Use; Perceived Usefulness; Technology Acceptance Model (TAM).*

Abstrak. Website e-commerce Terne berperan sebagai wadah untuk transaksi online serta promosi produk. Untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap platform ini, penelitian ini menerapkan Technology Acceptance Model (TAM) dengan variabel Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), dan Behavioral Intention to Use (BI). Tujuan dari penelitian ini guna mempelajari dampak PEOU terhadap PU, PEOU terhadap BI, dan PU terhadap BI pada website e-commerce Terne. Pendekatan kuantitatif diterapkan dalam studi ini yang datanya terkumpul melalui distribusi kuesioner kepada 59 pengguna dari website e-commerce Terne. Analisis yang dilakukan menggunakan SPSS dengan pengujian validitas dan reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, beserta regresi linier sederhana. Temuan akhir dari penelitian ini membuktikan bahwa PEOU memiliki dampak signifikan sekaligus positif terhadap PU dan BI. Namun, PU ternyata tidak membuktikan pengaruh yang signifikan terhadap BI. Analisis uji F memaparkan bahwa PEOU dan PU dengan bersamaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap BI. Koefisien determinasi (R^2) dengan hasil 0,283 mengindikasikan kedua variabel ini dapat menguraikan 28,3% variasi di dalam BI. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor utama yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap website e-commerce Terne adalah kemudahan penggunaan (PEOU), di sisi lain, pandangan mengenai PU tidak tampak membawa pengaruh yang berarti terhadap niat untuk menggunakan (BI).

Kata kunci: E-Commerce; Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan; Minat Berperilaku; Model Penerimaan Teknologi (TAM); Persepsi Kegunaan.

1. LATAR BELAKANG

Kemjuan teknologi digital telah memicu peningkatan penggunaan internet dan layanan *e-commerce* dalam berbagai aktivitas transaksi dan pelayanan. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan proses pemasaran dan transaksi berlangsung lebih cepat, mudah, dan efisien sesuai dengan kebutuhan pengguna. Namun, keberhasilan dalam menerapkan teknologi melalui *website* dan *e-commerce* tidak hanya tergantung pada ketersediaan sistem, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh seberapa baik pengguna mengerti keuntungan dan kemudahan dalam

Naskah Masuk: 16 April 2026; Revisi: 17 Mei 2026; Diterima: 01 Juni 2026; Terbit: 08 Juli 2026

menggunakan teknologi ini (Namora et al., 2025). Sesuai dengan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, besaran pengguna internet di Indonesia memperoleh 229 juta jiwa atau sekitar 80,66% dari total populasi. Selain itu, sebanyak 14,95% pengguna internet memanfaatkan internet untuk melakukan transaksi online. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas *e-commerce* terus menghadapi kemajuan dan menjadi bagian krusial dalam kehidupan masyarakat umum (APJII, 2025).

Penerimaan dari para pengguna terhadap suatu sistem adalah aspek krusial untuk keberhasilan penerapan teknologi, khususnya dalam bidang *e-commerce* (Qomariah, 2022).Salah satu implementasi *e-commerce* berbasis *website* adalah *Website E-Commerce* Terne yang dimanfaatkan sebagai sarana transaksi *online* dan pemasaran produk. *Website* ini menyediakan berbagai fitur seperti manajemen produk, pemesanan, dan layanan pengiriman yang melibatkan beberapa kategori pengguna, yaitu administrator, penjual, kurir, dan pelanggan. Meskipun sistem telah digunakan dalam aktivitas operasional, pemahaman mengenai penerimaan pengguna terhadap sistem masih perlu dikaji untuk mengenali aspek-aspek yang memengaruhi keberhasilan implementasi teknologi tersebut. Ini disebabkan oleh fakta bahwa adopsi penerimaan pengguna adalah salah satu faktor yang memastikan suksesnya implementasi sistem informasi tertentu (Amanda & Yunita, 2026).

Salah satu acuan yang umum dipergunakan untuk menerangkan penerimaan pengguna terhadap teknologi disebut *Technology Acceptance Model* (TAM). Model ini menekankan dua konstruk utama, yakni *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU), yang berdampak pada *Behavioral Intention to Use* (BI). TAM dinilai sederhana dan efektif dalam mendeskripsikan tingkah laku pengguna terhadap teknologi sehingga banyak diterapkan pada penelitian sistem informasi dan *e-commerce*. Dengan demikian, penelitian ini memilih TAM sebagai metode utama guna menganalisis penerimaan *user* pada *website e-commerce* Terne, dan juga TAM tetap menjadi pendekatan yang relevan untuk menilai penerimaan teknologi digital saat ini (Syamilah dkk., 2025)

Sejumlah studi terdahulu memperlihatkan temuan yang berbeda terkait korelasi antar variabel TAM. Sejumla penelitian menemukan bahwa PEOU dan PU berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan, sementara penelitian lain memperlihatkan temuan yang tidak signifikan. Perbedaan temuan tersebut bermakna bahwa hubungan antar variabel TAM masih perlu diuji pada berbagai konteks sistem *e-commerce*, khususnya pada *website e-commerce* lokal seperti Terne. Sesuai dengan paparan yang telah tercantum, penelitian ini bermaksud menganalisis pengaruh PEOU terhadap PU, PEOU terhadap BI, serta PU terhadap BI pada *Website E-Commerce* Terne melalui TAM.

2. KAJIAN TEORITIS

Sistem Informasi

Gabungan antara perangkat lunak, data, prosedur, perangkat keras, dan tenaga kerja yang bekerja sama untuk memproses beserta menghasilkan data yang mendukung operasional serta pengambilan keputusan perusahaan disebut sistem informasi. Dalam zaman sekarang, sistem informasi memiliki peranan yang krusial untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, serta mutu layanan suatu organisasi. Sistem ini juga membantu organisasi beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pengguna serta kemajuan teknologi (Adham, 2024; Nasution & Firdaus, 2024).

Di samping itu, penggunaan sistem informasi juga berkontribusi dalam meningkatkan performa organisasi dengan memanfaatkan teknologi informasi yang saling terhubung. Kemampuan sistem informasi dalam mengatur dan menyajikan informasi secara akurat dan tepat waktu dapat memberikan keuntungan bagi organisasi serta membantu dalam mencapai tujuan strategis. Dengan demikian, kehadiran sistem informasi merupakan elemen penting untuk mendukung kegiatan operasional dan pengambilan keputusan di era digital saat ini (Nisrina dkk., 2024; Tashtoush, 2021).

E-Commerce

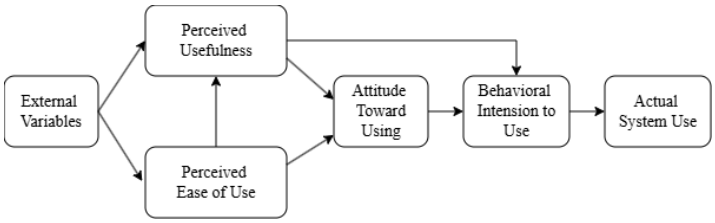
Kegiatan bisnis yang dilaksanakan melalui jaringan internet untuk memfasilitasi transaksi produk maupun jasa secara elektronik disebut *E-commerce*. *E-commerce* mencakup proses jual beli, aktivitas pemasaran, penyebaran informasi produk, pelayanan pelanggan, beserta pengelolaan transaksi secara digital. Pemanfaatan *e-commerce* memungkinkan proses bisnis berlangsung lebih efektif, efisien, dan fleksibel sehingga mampu meningkatkan pengalaman pengguna dalam melakukan transaksi secara *online* (Sandu dkk., 2025; Syarif dkk., 2023).

E-commerce memiliki beberapa model transaksi yang dibedakan berdasarkan pihak-pihak yang terlibat, yaitu *business-to-business* (B2B), *business-to-consumer* (B2C), *consumer-to-consumer* (C2C), beserta *consumer-to-business* (C2B). Setiap model memiliki karakteristik yang berbeda, mulai dari transaksi antarperusahaan, perusahaan dengan konsumen, antar konsumen, hingga konsumen yang menawarkan produk atau jasa kepada perusahaan melalui platform digital (Azhari & Kustanto, 2024)

Technology Acceptance Model (TAM)

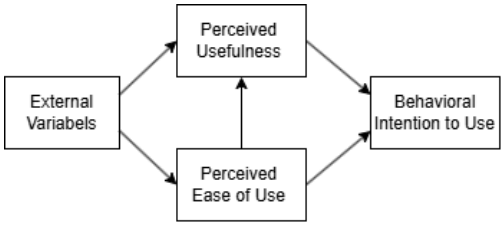
TAM ialah model yang ditingkatkan oleh Fred Davis di tahun 1989 untuk menguraikan penerimaan pengguna atas suatu teknologi. Model ini mengungkapkan bahwasanya terdapat 2 struktur utama yang berdampak pada penerimaan teknologi, yakni PEOU beserta PU, yang

selanjutnya memengaruhi BI (Davis, 1989). TAM banyak dipergunakan dalam kajian sistem informasi dikarenakan sanggup menguraikan tindakan konsumen terhadap penggunaan teknologi secara sederhana dan efektif.



Gambar 1. *Technology Acceptance Model (TAM)*
(Sumber: Davis,1989).

Pada Gambar 1, terdapat lima variabel utama yang saling berkaitan dalam menetapkan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem teknologi, yaitu, pandangan mengenai kemudahan penggunaan, pandangan mengenai manfaat, niat untuk menggunakan, sikap terhadap penggunaan, beserta pemanfaatan sistem yang sesungguhnya. Namun, dengan adanya perkembangan, penelitian tentang adopsi teknologi dalam kerangka TAM mengalami pembaruan dan penyederhanaan pada tahun 2000 oleh Wiswanath Venkatesh dan Fred D. Davis. Proses penyederhanaan ini terkait dengan variabel-variabel dalam model TAM agar dapat lebih tepat dalam menjelaskan pandangan pengguna mengenai teknologi tertentu (Venkatesh & Davis, 2000).



Gambar 2. Pengambangan Model TAM
(Sumber: Venkatesh & Davis (2000))

Dalam penelitian ini digunakan tiga variabel pokok, yaitu PEOU, PU, dan BI. PEOU menggambarkan tingkat keyakinan pengguna bahwa sistem mudah dipahami dan digunakan. PU menunjukkan tingkat keyakinan pengguna bahwa sistem memberikan manfaat dalam mendukung aktivitas yang dilakukan. Sementara itu, BI menggambarkan niat pengguna untuk terus memanfaatkan sistem di masa depan.

Penelitian Terdahulu

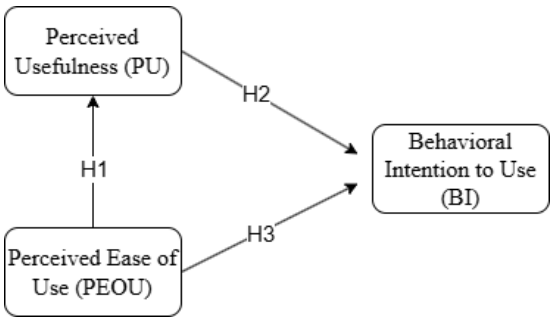
Penelitian mengenai penerimaan teknologi menggunakan TAM telah banyak dilakukan pada berbagai platform digital. Penelitian Andira dkk. (2024) memperlihatkan bahwasanya minat penggunaan aplikasi Shopee diberi pengaruh signifikan oleh keseluruhan variabel TAM. Sebaliknya, penelitian Gemawaty dan Yuliani (2026) menemukan bahwa penerimaan

pengguna sistem informasi tidak diberi pengaruh signifikan oleh PU beserta PEOU. Selain itu, penelitian Abidin (2024) membuktikan bahwa niat pembelian tidak diberi pengaruh signifikan oleh PU, sedangkan PEOU memiliki pengaruh signifikan.

Perbedaan temuan studi tersebut bermakna bahwa hubungan antar variabel dalam TAM masih memerlukan pengujian lanjutan pada berbagai konteks sistem *e-commerce*. Selain itu, penelitian terkait penerimaan pengguna pada *website e-commerce* lokal seperti Terne masih terbatas sehingga diperlukan penelitian untuk mengkaji sejumlah faktor yang berdampak pada penerimaan pengguna mengenai platform tersebut.

Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Studi ini menggunakan model TAM yang disederhanakan dengan memfokuskan hubungan antara PEOU, PU, beserta BI. Model penelitian mengasumsikan bahwa PEOU memengaruhi PU dan BI, serta PU memengaruhi BI.



Gambar 3. Kerangka Konseptual Penelitian.

Perumusan hipotesis studi menurut kerangka konseptual tersebut menjadi:

H1: *Perceived Ease of Use* (PEOU) mempunyai pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* (PU).

H2: *Perceived Ease of Use* (PEOU) mempunyai pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* (BI).

H3: *Perceived Usefulness* (PU) mempunyai pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* (BI).

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif diterapkan dalam studi ini guna menganalisis penerimaan pengguna terhadap *Website E-Commerce* Terne menggunakan TAM. Model penelitian terdiri atas 3 variabel, yakni PEOU, PU, beserta BI. Variabel PEOU dan PU berperan sebagai variabel independen, sedangkan BI merupakan variabel dependen.

Populasi adalah istilah yang menggambarkan daerah umum yang meliputi individu atau benda yang memiliki karakter tertentu (Sugiyono, 2023). Keseluruhan pelanggan yang terdaftar pada *Website E-Commerce* Terne sebanyak 111 pengguna termasuk populasi studi ini. Selanjutnya, untuk sampel merupakan sebagian kondisi dan karakteristik dari suatu populasi (Sugiyono, 2023). Penentuan jumlah sampel minimum dilakukan menerapkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahannya 10%, alhasil didapat kebutuhan sampel minimal sejumlah 53 responden. Sampelnya diambil melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden merupakan pengguna *Website E-Commerce* Terne, pernah mengakses *website*, dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Pada prosedur pengumpulan data diperoleh sebanyak 59 responden yang melengkapi kriteria dan digunakan dalam analisis penelitian. Karena populasi telah diketahui, maka perhitungan untuk sampel studi ini memakai rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

….(i)

Dengan:

n = banyaknya sampel yang dibutuhkan dalam penelitian

N= total populasi

e = taraf kesalahan (*margin of error*)

Dengan penelitian ini diketahui:

- N = 111
- e = 10% = 0,1

Maka:

$$n = \frac{111}{1 + 111(0.1)^2}$$

$$n = \frac{111}{1 + 111(0{,}01)}$$

$$n = \frac{111}{1 + 1{,}11}$$

$$n = \frac{111}{2{,}11}$$

$n = 52{,}6$ maka 53

Data terkumpul dari kuesioner *Google Form* memakai skala *Likert* 5 poin dari Sangat Tidak Setuju sampai Sangat Setuju. Terdapat tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini: PEOU yang dievaluasi dengan empat indikator, PU yang dievaluasi dengan empat indikator, dan BI yang diukur dengan tiga indikator. Data dianalisis melalui bantuan *software* SPSS. Tahapannya mencakup uji validitas, reliabilitas, beserta asumsi klasik berupa

multikolinearitas, normalitas, heteroskedastisitas, beserta uji hipotesis melalui regresi linier sederhana dan regresi linier berganda. Fungsi uji t guna mengevaluasi pengaruh parsial antar variabel, sementara uji F guna menilai apakah variabel terikat diberi pengaruh oleh variabel bebas secara simultan. Di samping itu, koefisien determinasi (R^2) guna mengukur sejauh mana model dapat memaparkan variabel terikat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari studi ini guna mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap Situs *E-Commerce* Terne dengan menggunakan TAM yang melibatkan variabel PEOU, PU, dan BI. Data studi ini didapat dari pendistribusian kuesioner kepada 59 responden yang merupakan pengguna Situs *E-Commerce* Terne. Data dianalisis melalui SPSS melalui uji kualitas data, asumsi klasik, beserta hipotesis menggunakan regresi linier sederhana serta regresi linier berganda. Hasil analisis kemudian disajikan dalam beberapa tahap mencakup karakteristik responden, uji instrumen penelitian, asumsi klasik, hipotesis, beserta pembahasan mengenai temuan studi.

Deskripsi Karakteristik Responden

Responden studi ini sejumlah 59 orang. Setelah melakukan penyebaran kuesioner, terdapat karakteristik dari para responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan juga pekerjaan. Dalam hal ini dilakukan untuk mengenali para responden.

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari 59 responden, karakteristik menurut jenis kelamin terlihat di Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	17	29%
Perempuan	42	71%
Total	59	100%

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Tabel 1 memperlihatkan bahwasanya mayoritas perempuan yang mengenali dan melakukan transaksi di *website e-commerce* Terne. Dalam hal ini menunjukkan bahwa minat beli perempuan dan menggunakannya cenderung lebih besar daripada laki-laki. Di dapatkan dengan jumlah 17 responden laki-laki atau 29% dan 42 responden perempuan dengan 71%, berikut adalah diagram yang menggambarkan keadaan dari jawaban para responden.

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Menurut data yang telah dikumpulkan, karakteristik responden menurut pekerjaan dipaparkan di Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (dalam tahun)	Jumlah	Persentase
<20	3	5%
20-30	25	42%
31-50	29	49%
>50	2	4%
Total	59	100%

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Menurut jawaban dari para responden terkait usia, didapatkan hasil mayoritas penggunaan dari *website e-commerce* Terne ini banyak digunakan oleh responden dengan usia 31-50 tahun dengan total 29 responden atau sebesar 49%. Selanjutnya responden berusia 20-30 tahun berjumlah 25 responden atau sebesar 42%. Sementara responden yang usianya < 20 tahun dan > 50 tahun memiliki proporsi yang relatif kecil yaitu sebesar 5%.

Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada Tabel 3 dibawah ini adalah karakteristik responden menurut pekerjaan yang sudah terkumpul dari 59 responden.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	7	12%
Karyawan Swasta	11	19%
Pelajar/Mahasiswa	16	19%
Ibu Rumah Tangga	21	35%
Lainnya	4	7%
Total	59	100%

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Informasi yang disampaikan oleh responden mengenai pekerjaan menunjukkan bahwa kebanyakn dari mereka bekerja selaku ibu rumah tangga, dengan jumlah total 21 orang atau sekitar 35%. Berikutnya, ada 16 responden yang berstatus pelajar atau mahasiswa, yang mewakili 27%, kemudian 11 responden bekerja menjadi karyawan swasta, yang berjumlah 19%, diikuti oleh 7 responden yang merupakan pegawai negeri sipil, dengan proporsi 12%,

serta 4 responden dari kategori pekerjaan lain, yang mencapai 7%. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwasanya mayoritas responden studi ini ialah ibu rumah tangga.

Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pemakaian

Tabel 4 dibawah ini adalah data yang telah terkumpul dari 59 responden berdasarkan karakteristik frekuensi pemakaian.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pemakaian

Frekuensi Pemakaian	Jumlah
Setiap Hari	5
Satu Kali Dalam Seminggu	19
Satu Kali Dalam Dua Minggu	19
Satu Kali Dalam Sebulan	12
Lainnya	4
Setiap Hari	5
Total	59

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Menurut jawaban dari para responden mengenai seberapa sering mereka menggunakan *website e-commerce* Terne, mendapatkan hasil bahwa sebagian besar responden mengakses website Terne sekali dalam seminggu dan sekali dalam 2 minggu, masing-masing dengan total 19 responden. Selanjutnya, ada 12 responden yang menggunakan *website* Terne satu kali dalam sebulan. Sementara itu, 5 responden melakukannya setiap hari, dan kategori lainnya terdiri dari 4 responden. Berdasarkan data tersebut, frekuensi penggunaan *website e-commerce* Terne didominasi oleh responden yang mengakses website sekali dalam seminggu beserta sekali dalam 2 minggu.

Uji Kualitas Data

Sebelum melakukan analisis lebih mendalam, penting untuk menguji kualitas data penelitian agar dapat dipastikan bahwasanya alat ukur yang dipakai bisa mengukur variabel penelitian dengan tepat dan konsisten. Oleh karena itu, dilakukan evaluasi terhadap kualitas data yang mencakup uji validitas beserta pengujian reliabilitas. Hasil dari uji ini akan dijadikan acuan guna mengevaluasi kelayakan instrumen penelitian dalam proses analisis berikutnya.

Uji Validitas

Tujuannya guna mengetahui keaslian dari sebuah instrumen penelitian dan menguji valid atau tidaknya suatu kuesioner (Sugiyono, 2023). Temuan uji ini terlihat di Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Tabel	R Hitung	Hasil
Perceived Ease of Use (X1)	PE1	0,2162	0.840	Valid
	PE2	0,2162	0,797	Valid
	PE3	0,2162	0,686	Valid
	PE4	0,2162	0,697	Valid
Perceived Usefulness (X2)	PU1	0,2162	0,685	Valid
	PU2	0,2162	0,808	Valid
	PU3	0,2162	0,600	Valid
	PU4	0,2162	0,715	Valid
Behavioral Intention to Use (Y)	BI1	0,2162	0,809	Valid
	BI2	0,2162	0,806	Valid
	BI3	0,2162	0,806	Valid

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Di dalam uji ini untuk mengetahui hasil dari tiap indikator atau item itu valid atau tidak, maka dilakukan melalui perbandingan nilai R hitung dengan R tabel yang didasarkan oleh tabel distribusi statistik dengan perhitungan (df) = n – 2 untuk mendapatkan nilai R hitung. Jika R yang dihitung melebihi R yang ada di tabel, maka dianggap valid. Kebalikannya, ketika R yang dihitung kurang dari R yang terdapat di tabel, alhasil diyakini tidak valid. Responden pada penelitian ini yang berjumlah 59, maka *Degree of Freedom* (df) adalah 57, sehingga didapatkan hasil R hitung dengan taraf signifikansi 0,05 yaitu 0,2162.

Uji Reliabilitas

Tujuannya guna memperoleh hasil data yang stabil dan konsisten. Kuesioner akan dianggap reliabel apabila tanggapan dari responden cenderung konsisten dan tidak berubah-ubah setiap waktunya. Perolehan dari uji ini terlihat di Tabel 6 berikut. Alat ukur yang digunakan yaitu *Cronbach's Alpha*, untuk menyatakan bahwa uji reliabilitas itu menghasilkan nilai reliabel ketika *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	N *of Items*	Nilai Uji Reliabilitas	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Perceived Ease of Use (X1)	4	0,60	0,733	Reliabel
Perceived Usefulness (X2)	4	0,60	0,664	Reliabel
Behavioral Intention to Use (Y)	3	0,60	0,727	Reliabel

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Alat ukur yang digunakan yaitu *Cronbach's Alpha*, untuk menyatakan bahwa uji reliabilitas itu menghasilkan nilai reliabel ketika *Cronbach's Alpha* > 0,60. Menurut hasil yang telah ditampilkan dalam Tabel 6 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* tiap variabel melebihi 0,60, alhasil diyakini data kuesioner stabil dan konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Tujuannya guna meyakinkan bahwa model regresi yang dipilih dalam studi ini menjawab prinsip-prinsip dasar dari regresi linear, sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat dianggap sah dan tidak terpengaruh oleh bias. Uji asumsi dasar dalam studi ini mencakup:

Uji Normalitas

Tujuannya guna memahammi apakah model regresi, baik variabel bebas ataupun terikat, punya distribusi normal. Data dari tiap variabel yang hendak melalui analisis harus mengikuti distribusi normal karena penggunaan statistik parametrik (Sugiyono, 2023). Pada Tabel 7 dibawah ini dapat dilihat hasil dari uji normalitas.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		***Unstandardized Residual***
N		59
Normal Parameters[a.b]	*Mean*	.0000000
	Std. Deviation	1.89885523
Most Extreme Differences	*Absolute*	.098
	Positive	.098
	Negative	-.098
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-*tailed*)[c]		.200[d]

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Tabel 7 memperlihatkan nilai *Asymp*. Sig. (2-*tailed*) adalah 0,200 > 0,05 sehingga data residual terdistribusi normal. Alhasil, model regresi ini memenuhi kriteria normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tujuannya guna mengidentifikasi adanya keterikatan yang kuat antara variabel bebas dalam suatu model regresi (Sahir, 2022). Multikolinearitas diuji melalui mengevaluasi nilai *Tolerance* beserta *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil ujinya terlihat di Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas.

Variabel	*Collinearity Tolerance*	*Statistics* VIF
Perceived Ease of Use (X1)	.522	1.916
Perceived Usefulness (X2)	.522	1.916

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Tabel 8 memperlihatkan bahwasanya kedua variabel mempunyai nilai *Tolerance* 0,522 > 10 serta nilai VIF 1,916 < 10. Alhasil, tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel bebas dalam model regresi, sehingga asumsi terkait multikolinearitas telah dipenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Sahir (2022) memaparkan, uji heteroskedastisitas dipakai dalam menelaah apakah ada ketidaksamaan pada varians residual antara dua jenis pengamatan. Uji *Glejser* digunakan karena lebih objektif dan berbasis tingkat signifikansi statistik. Pengujian dilakukan melalui proses regresi nilai absolut residual pada variabel bebas. Berikut ialah hasil dari uji glejser di Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Variabel	Sig.
Perceived Ease of Use (X1)	0.065
Perceived Usefulness (X2)	0.848

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Dari kajian mengenai heteroskedastisitas dengan metode *Glejser*, nilai sig variabel X1 sebesar 0,065 dan variabel X2 bernilai 0,848. Keduanya melebihi angka 0,05, yang memungkinkan kita untuk menyimpulkan bahwasanya model regresi tidak memperlihatkan indikasi adanya heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Tujuannya guna mencari tahu apakah ada pengaruh antara variabel penelitian sesuai hipotesis yang sudah dibuat. Dalam analisis ini, pengujian hipotesis dijalankan dengan menggunakan metode regresi linear sederhana beserta regresi linear berganda. Fungsi regresi linear sederhana guna mengevaluasi pengaruh dari PEOU terhadap PU, sedangkan regresi linear berganda guna mengetahui pengaruh dari PEOU beserta PU terhadap BI. Hasil ujinya berupa:

Uji Regresi Sederhana

Tujuannya guna membuktikan bahwa H1 berhasil membuktikan adanya pengaruh antara variabel PEOU dan PU. Berikut adalah hasil perhitungan dari uji regresi sederhana di Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Sederhana.

Coefficients[a]						
Model		***Unstandardized B***	***Coefficients Std. Error***	***Standardized Coefficients Beta***	**t**	**Sig.**
1	(*Constant*)	5.023	1.493		3.364	.001
	X1	.674	.093	.692	7.228	<.001

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Hasil dari analisis regresi sederhana mengindikasika bahwa variabel X1 memberi pengaruh signifikan sekaligus positif terhadap variabel X2. Terbukti dari nilai koefisien regresi (B) yang mencapai 0,674 dan bersifat positif. Dengan kata lain, kenaikan 1 satuan pada PEOU akan berkontribusi pada peningkatan PU sebesar 0,674 satuan, dengan mempertimbangkan variabel lainnya tetap. Rumus regresi yang diperoleh adalah:

$$\text{PU} = 5{,}023 + 0{,}674(\text{PEOU})$$

….(ii)

Nilai t yang diperoleh adalah 7,228 dengan level signifikansi di bawah 0,001, yang menyatakan lebih rendah dibandingkan 0,05. Alhasil, hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1) diterima. Ini memperlihatkan bahwasanya terdapat pengaruh signifikan dari PEOU terhadap PU. Di samping itu, nilai *Standardized* Beta mencapai 0,692 menyatakan adanya kaitan yang signifikan antara PEOU dan PU. Keuntungan yang dirasakan oleh pengguna dari sistem tersebut akan semakin besar seiring semakin sederhanya suatu sistem yang dipergunakan mereka.

Uji Regresi Berganda

Tujuannya guna melihat bagaimana variabel X1 dan X2 memengaruhi Y. Melalui metode ini, kita bisa mengetahui sejauh mana setiap variabel yang tidak tergantung terhadap variabel yang tergantung, pengaruh gabungan dari kedua variabel tidak tergantung tersebut, serta besaran pengaruh dari tiap variabel bebas terhadap variabel terikat tersebut. Hasil pemeriksaan dari uji ini terlihat di Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji t (Uji Parsial).

Coefficients[a]						
Model		***Unstandardized B***	***Coefficients Std. Error***	***Standardized Coefficients Beta***	**t**	**Sig.**
1	(*Constant*)	4.232	1.648		2.568	.013
	X1	.285	.130	.343	2.191	.033
	X2	.199	.134	.233	1.488	.142

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Persamaan regresi berganda diperoleh menurut Tabel 11 menjadi:

$$Y = 4{,}232 + 0{,}285X_1 + 0{,}199X_2$$

Persamaan ini mengindikasikan bahwa nilai konstan adalah 4,232. Ini berarti, ketika variabel X1 dan X2 bernilai nol, maka nilai Y menjadi 4,232. Koefisien regresi untuk X1 yang sebesar 0,285 memperlihatkan bahwasanya setiap kenaikan satu satuan pada variabel X1 akan menyebabkan nilai Y bertambah sebesar 0,285 satuan, disertai asumsi variabel lainnya tetap. Di sisi lain, nilai koefisien regresi untuk X2 yang sebesar 0,199 memperlihatkan bahwasanya jika ada kenaikan satu unit pada variabel X2, maka nilai Y akan bertambah sebesar 0,199 unit, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Dari temuan analisis uji t, variabel X1 memperlihatkan nilai signifikansi 0,033 < 0,05. Alhasil, X1 memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap Y, dan hipotesis (H2) dianggap diterima. Sebaliknya, variabel X2 memiliki nilai sig 0,142 > 0,05. Maknanya, Y tidak diberi pengaruh signifikan oleh X2, alhasil hipotesis (H0) diterima dan (H3) ditolak.

Tabel 12. Hasil Uji F (Uji Simultan).

ANOVA[a]						
Model		***Sum of Squares***	**df**	***Mean Square***	**F**	**Sig.**
1	*Regression*	82.499	2	41.250	11.046	<.001[b]
	Residual	209.128	56	3.734		
	Total	291.627	58			

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Dari Tabel 12, pengitungan memperlihatkan angka F mencapai 11,046 dengan tingkat signifikansi yang kurang dari 0,001 < 0,05, sehingga kita bisa mengatakan bahwa model regresi dalam studi ini bisa diterima. Temuan ini mengungkapkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersamaan berdampak signifikan terhadap variabel Y.

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi.

Variables Entered/Removed[a]				
Model	**R**	**R *Square***	***Adjusted R Square***	***Std. Error of the Estimate***
1	.532[a]	.283	.257	1.932

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Tabel 13 memperlihatkan nilai koefisien determinasi (R *Square*) yang mencapai 0,283 menggambarkan bahwa model regresi yang dibuat dapat menjelaskan sekitar 28,3% dari variasi yang ada pada variabel dependen. Walaupun variabel independen yang diterapkan terbukti berdampak secara simultan terhadap variabel dependen, masih ada 71,7% variasi yang berasal dari variabel lainnya di luar model penelitian ini. Maknanya, ada faktor tambahan yang harus diperhatikan untuk menjelaskan variabel Y dengan lebih menyeluruh.

Berdasarkan hasil dari perhitungan data primer dengan SPSS, menunjukkan bahwa:

a) **H1 diterima** : PEOU dianggap memberikan pengaruh positif pada seberapa efektifnya PU dalam Sistem *E-Commerce* Terne.
b) **H2 diterima** : PEOU dianggap memberi pengaruh positif pada seberapa efektifnya BI dalam Sistem *E-Commerce* Terne.
c) **H3 ditolak** : PU dianggap memberikan pengaruh positif pada seberapa efektifnya BI pada Sistem *E-Commerce* Terne.

Pembahasan

Penelitian ini mengungkap bahwa menurut hasil uji hipotesis, terdapat pengaruh signifikan sekaligus positif dari PEOU terhadap PU. Temuan ini membuktikan bahwasanya semakin sederhana penggunaan *Website E-Commerce* Terne, semakin baik juga pandangan pengguna mengenai manfaat yang diberikan oleh sistem. Kemudahan dalam memahami berbagai fitur, melaksanakan transaksi, serta mengoperasikan *website* membantu pengguna merasakan bahwa sistem tersebut dapat mendukung aktivitas mereka dengan lebih efektif sekaligus efisien. Temuan ini ditunjang oleh konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menguraikan bahwasanya pandangan terhadap kemudahan dalam penggunaan dapat meningkatkan keyakinan terhadap keuntungan dari teknologi tertentu.

Temuan dari studi ini memperlihatkan bahwasanya PEOU secara signifikan mempunyai pengaruh positif terhadap BI. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam menggunakan menjadi elemen krusial yang memacu niat pengguna untuk terus memanfaatkan *Website E-Commerce* Terne. Pengguna cenderung menunjukkan minat yang lebih besar untuk menggunakan sistem jika *website* mudah dipahami, mudah diakses, dan tidak menimbulkan kesulitan selama penggunaan. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor kunci yang berdampak pada penerimaan pengguna terhadap *platform e-commerce* Terne.

Berbeda dengan temuan sebelumnya, studi ini menemukan bahwa BI tidak diberi pengaruh signifikan oleh PU. Maknanya, meskipun pengguna merasakan keuntungan dari pemakaian *Website E-Commerce* Terne, persepsi tentang keuntungan tersebut belum mampu secara signifikan meningkatkan niat untuk menggunakan. Situasi ini menunjukkan bahwa pengguna lebih mengutamakan kemudahan dalam penggunaan dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh saat mengambil keputusan untuk menggunakan *website*. Dengan kata lain, pengguna cenderung lebih memilih sistem yang mudah digunakan meskipun keuntungan yang dirasakan bukanlah faktor utama dalam menentukan niat penggunaan.

Temuan dari penelitian ini memperlihatkan bahwasanya secara keseluruhan, PEOU adalah faktor yang paling berpengaruh dalam penerimaan pengguna terhadap *Website E-Commerce* Terne. Selain memberikan dampak langsung terhadap niat penggunaan, PEOU juga mempengaruhi persepsi keuntungan yang dirasakan oleh pengguna. Sementara itu, PU tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan. Maknanya, peningkatan kualitas antarmuka, kemudahan navigasi, dan aksesibilitas fitur harus menjadi fokus utama dalam pengembangan *Website E-Commerce* Terne guna meningkatkan penerimaan serta keberlangsungan penggunaan sistem oleh pengguna.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Tujuannya guna menilai sejauh mana pengguna menerima *Website E-Commerce* Terne dengan pendekatan TAM yang mencakup 3 variabel, yakni *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEOU), beserta *Behavioral Intention to Use* (BI). Menurut temuan analisis, ditemukan bahwa PEOU mempunyai pengaruh signifikan sekaligus positif terhadap PU, serta BI. Di sisi lain, PU tidak terbukti memberi pengaruh signifikan terhadap BI. Sementara itu, temuan uji simultan memperlihatkan bahwasanya BI diberi pengaruh signifikan oleh PU beserta PEOU secara bersamaan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,283 bermakna bahwa 28,3% perubahan dalam BI bisa diuraikan oleh kedua variabel tersebut, sementara sisanya diberi pengaruh oleh faktor lainnya yang tidak dikaji dalam studi ini. Temuan ini menggarisbawahi bahwa kemudahan penggunaan adalah elemen kunci yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap *Website E-Commerce* Terne.

Penelitian ini memiliki beberapa batasan karena hanya melibatkan tiga variabel dalam model TAM dan melibatkan 59 responden pada satu objek penelitian. Alhasil, direkomendasikan pada penelitian berikutnya supaya memasukkan variabel lainnya yang berpotensi memengaruhi penerimaan teknologi, seperti kepercayaan, risiko yang dirasakan, pengaruh sosial, atau kepuasan pengguna, serta melibatkan lebih banyak responden dan objek penelitian supaya temuan yang lebih komprehensif dan dapat di generalisasikan dengan baik bisa diperoleh.

DAFTAR REFERENSI

Abidin, Z. (2024). The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and lifestyle on purchase intention. *Journal of Management and Business Insight, 2*(1), 62–70. https://doi.org/10.12928/jombi.v2i1.935

Adham, M. F. (2024). Analisis implementasi sistem informasi: Studi literatur. *JTSI, 5*(1). https://doi.org/10.35957/jtsi.v5i1.7815

Amanda, S. C. L., & Yunita, F. (2026). Perbandingan penerimaan aplikasi Shopee dan TikTok Shop menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). *TEKNOFILE: Jurnal Sistem Informasi, 4*(1), 49–54.

Andira, A. A., Syamsuddin, & Hasan, A. (2024). Analisis faktor-faktor pengaruh minat penggunaan aplikasi Shopee dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). *Journal Research of Accounting (JARAC), 6*(1), 1–11. https://doi.org/10.51713/jarac.2024.616

APJII. (2025). *Survei penetrasi internet dan perilaku pengguna internet 2025*. https://survei.apjii.or.id/

Azhari, M., & Kustanto, B. (2024). Penerapan e-commerce dalam meningkatkan daya saing ekonomi di era teknologi informasi. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 19*(2), 193–210. https://doi.org/10.46975/ka212950

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Gemawaty, A. C., & Yuliani, Y. (2026). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan sistem informasi menggunakan model TAM. *JIMIK, 7*(1). https://doi.org/10.63447/jimik.v7i1.1693

Namora, N., Army, W. L., Anita, S., & Nugroho, A. (2025). Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam penggunaan aplikasi e-commerce. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer, 5*(1), 85–95. https://doi.org/10.47709/jpsk.v5i01.5500

Nasution, S. A. Z., & Firdaus, R. (2024). Pengembangan sistem informasi manajemen dalam era digitalisasi organisasi. *JICN: Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara, 1*(3).

Nisrina, S. J., Masviansyah, R., Adiwana, A. W., Kusumasari, I. R., & Hidayat, R. (2024). The role of information systems in improving the efficiency of business decision making. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, 2*(2), 10. https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3470

Qomariah, T. J. (2022). *Analisis penerimaan pengguna menggunakan metode Technology Acceptance Model (TAM)* [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. https://doi.org/10.37034/jsisfotek.v4i1.120

Sahir, S. H. (2022). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia.

Sandu, A., Cotfas, L.-A., Ioanăș, C., Cișmașu, I.-D., & Delcea, C. (2025). E-commerce meets emerging technologies: An overview of research characteristics, themes, and trends. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 20*(4), 320. https://doi.org/10.3390/jtaer20040320

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Syamilah, F., Sadat, A. M., & Berutu, M. B. (2025). The influence of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived value on intention to use e-commerce. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 16*(2), 88–99. https://doi.org/10.21009/JRMSI.016.2.7

Syarif, M. I., Hannum, M., Wahyuni, S., & Nurbaiti. (2023). Potensi perkembangan e-commerce dalam menunjang bisnis di Indonesia. *Journal of Computers and Digital Business, 2*(1), 11–14. https://doi.org/10.56427/jcbd.v2i1.30

Tashtoush, L. (2021). The role of information systems capabilities as a driving force in enhancing organizational performance. *Journal of Information Systems and Informatics, 3*(2). https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i2.129

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, *46*(2), 186–204. https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926