

Penerapan Terhadap Model Penerimaan Teknologi (TAM) Dengan Penerimaan Aplikasi E-Commerce Dalam Kehidupan Bisnis Usaha Mikro Masyarakat

Norenta Sitohang

Prodi Manajemen Retail, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Darma, Medan, Indonesia

Email: sitohangnorenta@gmail.com

Abstrak—Penerapan terhadap teknologi dalam segala aspek merupakan hal yang sangat penting terutama pada saat pandemi Covid-19, perubahan zaman mendesak kepada kemampuan masyarakat harus mengenal teknologi demi membantu keberlangsungan hidup baik dalam mencari ilmu, informasi terbaru maupun mencari nafkah untuk dapat bertahan hidup, pengaruh pandemi covid-19 memaksa banyak kalangan untuk terbiasa memanfaatkan teknologi sebagai alat komunikasi, transaksi yang dilakukan dalam kehidupan berbisnis masyarakat. Dampak tersebut memberikan respon terhadap perilaku masyarakat untuk tetap mampu bertahan hidup dan menghasilkan laba dengan lebih mengenal teknologi yang didalamnya terdapat pengembangan model berbisnis dan transaksi menjadi lebih leluasa lagi, dalam hal ini penerapan TAM (Technology Acceptance Model) untuk penerimaan masyarakat terhadap aplikasi e-commerce dalam bisnis usaha kecil masyarakat dengan melihat beberapa pengujian yang dilakukan dengan mengambil data responden beberapa pelaku usaha mikro masyarakat dengan bantuan aplikasi statistik SPSS.

Kata Kunci: TAM; E-Commerce; SPSS

Abstract—The application of technology in all aspects is very important, especially during the Covid-19 pandemic, the changing times are urgent for the ability of the public to recognize technology in order to help survival both in seeking knowledge, the latest information and earning a living to survive. The covid-19 pandemic has forced many people to get used to using technology as a means of communication, transactions carried out in people's business lives. This impact responds to the behavior of the community to be able to survive and generate profits by getting to know technology in which there is a development of business models and transactions that become more flexible, in this case the application of TAM (Technology Acceptance Model) for community acceptance of e-commerce applications. in the community small business business by looking at several tests carried out by taking the respondent data of several community micro business actors with the help of the SPSS statistics application.

keyword: TAM; E-Commerce; SPSS

1. PENDAHULUAN

Teknologi salah satu kepentingan dan kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari untuk membantu mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas, teknologi juga merupakan kebutuhan mobilisasi dalam setiap kemudahan akses yang manusia miliki, kemudahan yang diberikan dengan adanya teknologi sangat membantu banyak kalangan terutama pada masa pandemi Covid-19 yang membuat banyak kegiatan harus berhenti secara terpaksa karena virus Covid-19 teridentifikasi sebagai penyakit yang sangat mudah menular dengan berbagai cara terutama interaksi antara manusia dengan manusia lainnya sehingga pihak pemerintah membuat peraturan untuk menjaga jarak dan tetap melakukan protokol kesehatan sehingga banyak aktivitas yang melibatkan kegiatan banyak orang atau kegiatan yang penuh interaksi seperti sekolah, perguruan tinggi, supermarket, pasar tradisional harus ditutup dan dilakukan pengontrolan secara ketat untuk mengurangi terjadinya dampak wabah penyakit ini semakin meluas (Astriani et al., n.d.).

Pengaruh yang diakibatkan oleh penyakit yang menular ini sangat mengerikan tidak hanya berpengaruh kepada kondisi kesehatan masyarakat dunia tetapi juga mampu meruntuhkan perekonomian setiap negara yang terkena dampak pandemi Covid-19 yang menghancurkan menutup kegiatan yang menimbulkan banyak orang, salah satu pusat perputaran ekonomi di setiap wilayah adalah pasar tradisional (Kirana et al., 2020).

Pemerintah melarang para pelaku transaksi di pasar tradisional untuk melakukan aktivitas tanpa memenuhi protokol kesehatan sehingga membuat banyak para pelaku transaksi di pasar tradisional mengalami penurunan pembeli yang tentu saja berpengaruh kepada menurunnya laba sehingga membuat keadaan tidak bersahabat kepada pelanggan dan pelaku usaha, hal ini mendorong masyarakat harus siap melaju dengan memanfaatkan keramahan dunia teknologi untuk membantu para pelaku bisnis usaha dapat tetap beroperasi tanpa perlu membuka toko seperti pada umumnya seperti pemanfaatan e-commerce (Juanita, 2017).

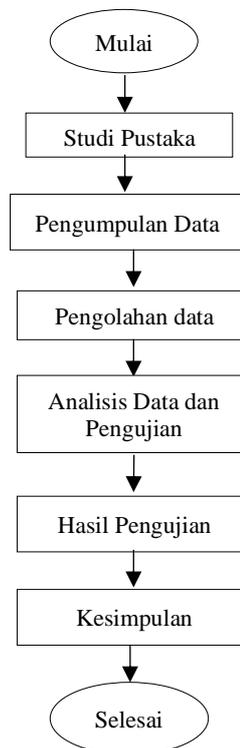
E-Commerce merupakan segala kegiatan maupun aktivitas jual beli yang dilakukan dengan bantuan teknologi, media penyiaran dapat berupa televisi, radio, dan saat ini pemanfaatan e-commerce lebih sering digunakan melalui internet dan via smartphone, perdagangan e-commerce sudah sangat marak digunakan oleh banyak kalangan dikarenakan memiliki sisi positif dalam proses transaksi, pembeli tidak perlu bertemu langsung dengan penjual, tidak perlu melakukan pertukaran uang dan barang secara langsung, dapat menggunakan via transferan atau sistem COD yaitu singkatan dari Cash On Delivery, dengan menggunakan e-commerce juga mempermudah para pekerja yang terkena pemutusan kontrak kerja untuk beralih memiliki penghasilan lain dengan cara berdagang dapat menggunakan e-commerce, penggunaan e-commerce juga meminimalisirkan biaya tempat memasarkan dagangannya (Setiawan & Mulyanti, 2020).

Sangat banyak situs jasa yang menyediakan tempat transaksi maupun jual beli secara online untuk menggunakan layanannya seperti Shopee, lazada, blibli.com, bukalapak.com, market place yang disediakan oleh salah satu layanan fitur facebook dan banyak lainnya, peningkatan dalam penggunaan layanan ini meningkat setiap harinya, sehingga membantu menahan runtuhnya perekonomian secara besar. Dengan semakin marak dan meningkatnya penggunaan layanan jual beli online e-commerce penelitian ini melakukan penelusuran terhadap penggunaan e-commerce dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan diharapkan dapat melakukan pemberitahuan terhadap penggunaan e-commerce yang bermanfaat.

Banyak penelitian terdahulu yang melakukan penelitian menggunakan model TAM seperti “TAM model evidence for online social commerce purchase intention”, “The technology acceptance model (TAM): A meta-analytic structural equation modeling approach to explaining teachers’ adoption of digital technology in education”, “Application of Technology Acceptance Model (TAM) in M-Banking Adoption in Kenya”(Rauniar et al., 2014), (Ying et al., 2021).

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penerapan metode penelitian kuantitatif yaitu data dapat bernilai dan memiliki unsur kuantitatif, segala jenis data kuantitatif maupun data lain dapat diakumulasi dan dikuantitatifkan dengan menggunakan teknik data dalam pengolahan data statistik dalam penelitian ini dilakukan tahapan penelitian sebagai berikut ini:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.1 Pengumpulan Data

Beberapa metode dalam tahapan pengumpulan data pada penelitian ini adalah(Prasada, 2019):

1. Observasi
Yaitu melakukan pengamatan langsung dengan melihat fenomena banyaknya pengguna e-commerce khususnya pada masa pandemic Covid-19 berlangsung
2. Kuesioner
Kuesioner merupakan cara mendapatkan atau memperoleh data dengan cara membagikan beberapa lembar kertas maupun beberapa form pada aplikasi yang berisikan pertanyaan-pertanyaan terkait objek yang ingin dilakukan pengujian. Pada pengisian data digunakan skala atau skor pada masing-masing pertanyaan.
3. Wawancara
Wawancara dengan beberapa pedagang bagian fashion seperti pakaian, tas, sepatu dan lain-lain mengenai pengetahuan dan keterlibatan didalam menggunakan e-commerce.
4. Studi Pustaka/Studi Literatur
Menggunakan bantuan buku, jurnal, dan beberapa penelitian terkait untuk mempermudah dalam melihat informasi-informasi sebelumnya.

Berikut merupakan instrument dari penggunaan kuesioner terhadap beberapa kriteria model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang digunakan (Scherer et al., 2018):

1. *Perceived Usefulness* merupakan tingkat keyakinan seseorang terhadap kepercayaan penggunaan sistem dapat membantu kinerja hingga prestasi kerja setiap individu penggunaannya.
2. *Perceived Ease of Use* pengguna adalah kemudahan dalam menggunakan sistem informasi yang tersedia.
3. *Attitude Toward Using* merupakan sikap yang membentuk konsep terhadap rasa penolakan maupun menerima suatu keadaan dengan seseorang menggunakan teknologi dalam membantu pekerjaannya.
4. *Actual system Usage* adalah bentuk respon yang ditangkap seseorang pelaku maupun pengguna sistem informasi atau teknologi seperti durasi maupun waktu ketika penggunaan teknologi tersebut.

2.2 E-Commerce

E-Commerce merupakan kemudahan yang dapat diakses setiap pelaku jual beli yang dilakukan secara online, e-commerce merupakan tempat seseorang perusahaan *startup*, perusahaan berkembang, perusahaan maju dapat memasarkan produk maupun jasa yang mereka perjual belikan dengan ketentuan kode etik IT, dengan adanya e-commerce dapat membantu pedagang-pedagang usaha mikro maupun makro dapat berkembang secara pesat dan memiliki jangkauan pasar yang hampir mencapai seluruh wilayah negara maupun luar negeri, e-commerce merupakan tahapan perkembangan yang meningkatkan perekonomian bangsa menjadi lebih baik lagi (Fauzi et al., 2018).

e-commerce juga dapat mengakibatkan nilai negatif yang terkandung didalamnya dikarenakan penyalahgunaan seseorang maupun kelompok individu yang tidak bertanggung jawab, hal ini juga menyebabkan banyaknya orang-orang memiliki spesifikasi terhadap pendapat adanya teknologi dan kemudahannya seperti e-commerce dalam dunia bisnis.

2.3 TAM (*Technology Acceptance Model*)

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan salah satu teknik yang dibuat untuk mampu melihat maupun menganalisis setiap faktor-faktor yang merupakan faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi komputer, terdapat banyak model yang dapat menganalisis hal yang sama seperti literatur yang meneliti tentang sikap terhadap teknologi seperti TRA, TPB, TAM. Metode TAM (*Technology Acceptance Model*) penting untuk diketahui karena penilaian terhadap teknologi akan membentuk penilaian seperti apa sikap seseorang, seperti apa pengaruh yang akan timbul karena penilaian seseorang terhadap teknologi dan lain-lain yang berhubungan dengan sikap terhadap teknologi komputer (Scherer et al., 2018).

2.4 Teknik Analisis Data

Pada pengujian ini menggunakan SPSS versi 22 Dalam penelitian ini statistik deskriptif digunakan untuk memperlihatkan hasil penelitian terhadap uji menggunakan SPSS menggunakan gambaran berupa table hasil yang sebelumnya data kuesioner telah dilakukan pengujian dan berikut merupakan pengujian yang akan dilakukan pada tahapan penelitian ini (Gede Rudangga & Merta Sudiarta, 2016) (Okagbue et al., 2021):

1. Instrumen Uji

Uji instrument terdiri dari uji Validasi dan Uji Reliabilitas yaitu (Mudjijah et al., 2019):

a. Uji Validitas

Pengujian ini menggunakan rumus Korelasi Pearson. Dengan ketentuan :

- a. hitung r -hitung $>$ r -tabel, maka setiap item yang berisikan pertanyaan kuisisioner dapat dikatakan valid.
- b. dan Jika nilai r -hitung $<$ r -tabel, maka setiap item yang berisikan pertanyaan kuisisioner dapat dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas ini menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika *Cronbach Alpha* nilai $>$ r -tabel, berarti data kuesioner dikatakan konsisten dan dapat dipercaya.
- b. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<$ r -tabel, berarti data kuesioner dikatakan tidak konsisten dan tidak dapat dipercaya.

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan pengujian yang menggunakan beberapa pengujian yang memperlihatkan hubungan antara masing-masing variabel dalam melihat pengaruh yang signifikansi terhadap data ataupun objek penelitian, berikut ini merupakan tahapan dalam pengujian Hipotesis:

a. Regresi Linear Berganda

Untuk mengerahui hasil dari pengujian regresi linear berganda perlu dilakukan pengujian seperti Uji Multikolinearitas dan uji lainnya seperti halnya dibawah ini:

- a. Uji normalitas dapat diketahui apabila suatu nilai signifikansi (Sig.) Lebih dari $\alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal, dan sebaliknya.
- b. Uji multikolinearitas dapat diketahui apabila suatu nilai toleransi $>$ 0,10 atau nilai VIF $<$ 10,00 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas, dan sebaliknya.

- c. Uji heteroskedastisitas dapat diketahui apabila suatu plot tidak memiliki pola sebaran bergelombang, tidak ada gejala heteroskedastisitas, dan sebaliknya.
- d. Berdasarkan 4 variabel independen yang digunakan, diperoleh persamaan umum untuk regresi linier berganda:

$$Y = a + X_1 + X_2 + X_3 + X_4$$
- b. Simultaneous Signifikansi Test (F -Test)
 Uji F biasanya dilakukan dengan cara melakukan perbandingan F-hitung dengan F-tabel, jika F-hitung > dari F-tabel, (Ho ditolak Ha diterima) maka model tersebut signifikan atau dapat dilihat pada kolom signifikansi di Dan sebaliknya.
- c. Uji Signifikansi Parsial (Uji- T)
 Pengujian ini dapat dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel atau dengan melihat kolom signifikansi hasil SPSS untuk masing-masing t hitung, proses uji- t diidentikkan dengan uji- F.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah data dikumpulkan dalam bentuk kuesioner yaitu pernyataan dari beberapa pertanyaan dan bagian dari pertanyaan tersebut disebut dengan variable baik itu variable bebas maupun variable terkait, setelah didiapatkan data tersebut pernyataan dibentuk berdasarkan range dan range pada penelitian ini berkisaran 1-5 yang menyatakan nilai dari point setiap pertanyaan yang diajukan dan kuesioner diisi dalam keadaan kesadaran penuh dan tanpa paksaan agar hasil tetap nyata berdasarkan pendapat dari beberapa pedagang maupun pengguna awal baik pengguna aktif e-commerce, berikut merupakan data yang diolah dan dilakukan pengujian dengan bantuan Tools yaitu aplikasi dari IBM berupa aplikasi statistic SPSS versi 22.

3.1 Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perceived Usefulness	25	9	19	15.16	2.794
Precivied Ease of Use	25	4	20	15.52	4.053
Attitude Toward Using	25	4	20	13.88	5.199
Actual system Usage	25	6	20	15.20	4.203
Valid N (listwise)	25				

Statistik deskriptif sendiri untuk menunjukkan fenomena terhadap data ataupun sebuah variabel yang diteliti pada data diatas diperlihatkan bahwa n merupakan jumlah data sampel yang terdata secara keseluruhan sebanyak 25 dan terdapat nilai terendah, tertinggi, nilai tengah dan standar deviation setiap variabel terkait.

3.2 Uji Instrument

Seperti keterangan sebelumnya dilakukan pengujian terhadap validitas data atau valid dari sebuah data kuesioner dan realibilitas data atau konsisten dari data kuesioner tersebut sebagai berikut:

3.2.1 Uji Validitas

Pengujian ini akan memperlihatkan validasi terhadap data kuesioner berdasarkan variabel yang terdata dan tanggapan dari respondensi.

Tabel 2. Korelasi

variable	r- Hitung	r-Table	Hasil
Perceived Unsefulness			
X1.1	0,841	0,3961	Valid
X1.2	0,763	0,3961	Valid
X1.3	0,688	0,3961	Valid
X1.4	0,799	0,3961	Valid
Precivied Ease of Use			
X2.1	0,805	0,3961	Valid
X2.2	0,728	0,3961	Valid
X2.3	0,717	0,3961	Valid
X2.4	0,699	0,3961	Valid
Attitude Toward Using			
X3.1	0,814	0,3961	Valid
X3.2	0,889	0,3961	Valid
X3.3	0,866	0,3961	Valid
X3.4	0,782	0,3961	Valid

variable	r- Hitung	r-Table	Hasil
Actual system Usage			
Y1	0,892	0,3961	Valid
Y2	0,685	0,3961	Valid
Y3	0,828	0,3961	Valid
Y4	0,932	0,3961	Valid

Untuk mengetahui r-tabel dapat dilihat pada situs pencarian data seperti “google chrome” dan berdasarkan nilai diatas seluruh variabel dinyatakan lebih besar dari pada r-tabel yang berarti data secara keseluruhan valid

3.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas melakukan pengujian untuk lebih meyakinkan terhadap data yang sudah diketahui valid atau tidak sebuah data kuesioner terhadap variable bahwa data tersebut konsisten, handal dan dapat dipercaya berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 22.

Tabel 3. Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	r-Table	Result
Perceived Usefulness	0,416	0,3961	Konsisten
Perceived Ease of Use	0,401	0,3961	Konsisten
Attitude Toward Using	0,542	0,3961	Konsisten
Actual system Usage	0,436	0,3961	Konsisten

Nilai dikatakan konsisten jika nilai reliabilitas > dari r-tabel, r table pada data konsentrat 0,05 pada pengambilan data dari r tabel dilakukan dengan cara mengurangi 2 data dari keseluruhan data respondensif sehingga menghasilkan angka 23 dan pada tabel 0,05 baris 23 hasil data pengukuran 0,3961.

3.3 Pengujian Hipotesis

Pada pengujian ini dilakukan untuk melihat uji Asumsi klasis untuk mengetahui pengujian terhadap hipoptesis sebagai berikut ini

1. Uji normalisasi

Pada tahapan pengujian ini dikatakan tingkat signifikasi harus lebih besar dari 0,05 (>0,05), pada normalisasi dapat dilihat dari pegujian dengan membaca plot, histogram maupun Kolmogorov, pada penelitian ini uji normalisasi digunakan pembacaan Kolmogorov sebagai berikut ini:

Tabel 4. Uji Normalisasi

		Unstandardized Residual
N		25
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.00298207
Most Extreme Differences	Absolute	.134
	Positive	.092
	Negative	-.134
Test Statistic		.134
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Pada tabel diatas dapat diliat nila sebesar 0,200 > 0,05 sehingga data dapat dikatakan normal pada signifikasinya.

2. Uji Multicollinearity Test

Dapat dikatakan lolos jika nilai Variannce inflation factor (VIF) bernilai < 10 sementara nilai toleransinya harus >0,1 maka dapat dikatakan data tidak terjadi Multicollinearity sebagai berikut ini:

Tabel 5. Uji Multicollinearity Test

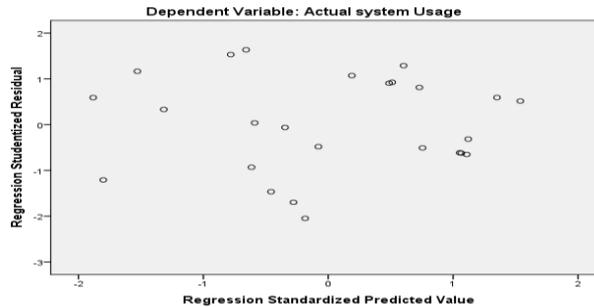
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.192	4.361		2.796	.011		
Perceived Usefulness	.295	.199	.347	1.486	.152	.750	1.334
Precivied Ease of Use	-.181	.287	-.153	-.633	.534	.697	1.436
Attitude Toward Using	.197	.159	.262	1.237	.230	.910	1.099

a. Dependent Variable: Actual system Usage

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai tidak terjadi gejala multikolinearitas karena nilai VIF dan Nilai Tolerance sudah sesuai dengan standart yang ditentukan pada awalnya pengujian dilakukan.

3. Uji Heteroscedasticity

Data yang tidak terjadi Heteroscedasticity adalah data yang penyebaran titiknya tidak menumpuk secara keseluruhan, jikadata membentuk sebuah pola yang acak maka data tidak terindikasi sebagai berikut:



Gambar 1. Uji Heteroscedasticity

4. Simul Taneous Signifikansi Test (F-Test)

Tabel 6. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35.570	3	11.857	1.150	.352 ^b
	Residual	216.430	21	10.306		
	Total	252.000	24			

Pada data diatas tampak pengujian dilakukan menghasilkan nilai F sebanyak 1,150 dan pada tabel untuk mengetahui penggunaan nilai umum dari Uji F dapat diketahui dengan cara $F_{table} = f(k;n-k) = F(3;22) = 3,05$ dilakukan dengan menghitung berdasarkan jumlah variabel k dengan jumlah data kuesioner responden sehingga ditemukan nilai 3,05 pada f-tabel.

5. Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)

Tabel 7. Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.192	4.361			2.796	.011
	Perceived Usefulness	.295	.199	.347		1.486	.152
	Precivied Ease of Use	-.181	.287	-.153		-.633	.534
	Attitude Toward Using	.197	.159	.262		1.237	.230

Data tabel 7 memperlihatkan hasil uji t dengan signifikasi tertentu, pada pengujian ini digunakan data pada t-tabel dapat diperoleh dengan cara $t_{table} = t(a/2;n-k-1)$ yaitu a merupakan data pada t-tabel bagian 0,05 dibagi dengan 2 yang merupakan ketentuan dan 25 merupakan jumlah responden, k merupakan jumlah variabel dan dikurang dengan 1 berarti $t(0,05/2;25-3-1)$ hingga menghasilkan nilai $t(0,025;21)$ yang menunjukkan pada t tabel bagian 0,025 diambil pada baris ke 21 sehingga menunjukkan data 2,080.

3.4 Hasil Hipotesis

Hasil hipotesis dapat menggunakan pendekatan pemodelan TAM melakukan kombinasi terhadap variabel-variabel TAM itu sendiri hasil yang akan ditentukan adalah apakah teknologi tersebut dapat diterima oleh para pedagang untuk melakukan upgrade menggunakan transaksi online atau menolaknya sebagai berikut ini:

- H1= Perceived Usefulness, Precivied Ease of Use, Attitude Toward Using to Actual system Usage tampak pada tabel 6 dilakukan pengujian yaitu uji F 1,150 sementara hasil lebih kecil dari pada nilai yang terdapat pada f tabel yaitu 3,05 yang menunjukkan dari nilai tersebut berarti diterima
- H2= Perceived Usefulness of Actual system Usage pada data diatas nilai sebesar 1,486 > dari nilai t-tabel 2,080 yang berarti nilai diterima dan dapat berpengaruh pada penggunaan e-commerce.
- H3= Precivied Ease of Use to Actual system Usage memperlihatkan data -0,633 > dari nilai t-tabel 2,080 berarti nilai antara pengaruh Attitude Toward Using to Actual system Usage diterima dapat berpengaruh lebih sedikit pada penggunaan e-commerce.
- H4= Attitude Toward Using to Actual system Usage memperlihatkan t 1,237 yang berarti nilai lebih kecil dari t tabel yang ditentukan yaitu 2,080 berarti nilai dapat berpengaruh dan diterima

Pada pernyataan diatas memperlihatkan hasil secara keseluruhan memiliki pengaruh yang positif signifikan dan hanya satu pada hipotesis tiga yang memiliki pengaruh negatif dan signifikan.

4. KESIMPULAN

Pada pengujian dapat diketahui semua data valid dan sangat konsisten sehingga layak dalam melakukan penelitian. Dari pengujian diatas dapat diketahui bahwasannya setiap data sangat berkaitan dengan kriteria pendekatan model TAM (*Technology Acceptance Model*) untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya, dapat diketahui pengaruh adanya e-commerce dalam masa pandemic Covid-19 sangat membantu banyak pengguna teknologi untuk memanfaatkan peluang semaksimal mungkin dan terdapat kriteria menunjukkan penolakan terhadap masyarakat pelaku transaksi online.

REFERENCES

- Astriani, L., Mulyanto, T. Y., Bahfen, M., & Dityaningsih, D. (n.d.). *Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Melalui Produk Kreatif dari Pengolahan Sampah Plastik*.
- Fauzi, R., Wibowo, S., & Putri, D. Y. (2018). Fauzi, R., Wibowo, S., & Putri, D. Y. (2018). Perancangan Aplikasi Marketplace Jasa Percetakan Berbasis Website. *Fountain of Informatics Journal*, 3(1), 5. <https://doi.org/10.21111/fij.v3i1.1824>
- Gede Rudangga, I., & Merta Sudiarta, G. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7).
- Juanita, S. (2017). Analisa Strategi Bisnis Penjualan Online. *Konferensi Nasional ICT-M Politeknik Telkom*, 254–260. <http://journals.telkomuniversity.ac.id/knip/article/view/557>
- Kirana, J., Rajagukguk, K. P., Lailan, E., & Lubis, S. (2020). *ANALISIS DAMPAK COVID-19 PADA MASYARAKAT*. 1, 64–69.
- Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 2252–7141. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Okagbue, H. I., Oguntunde, P. E., Obasi, E. C. M., & Akhmetshin, E. M. (2021). Trends and usage pattern of SPSS and Minitab Software in Scientific research. *Journal of Physics: Conference Series*, 1734, 012017. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1734/1/012017>
- Prasada, D. (2019). KREATIF Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, Volume 7, No 1 Juni 2019. *KREATIF Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 7(1), 55–65. <https://doi.org/2406-8616>
- Rauniar, R., Rawski, G., Yang, J., & Johnson, B. (2014). Technology acceptance model (TAM) and social media usage: An empirical study on Facebook. *Journal of Enterprise Information Management*, 27(1), 6–30. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2012-0011>
- Scherer, R., Siddiq, F., & Tondeur, J. (2018). University of Oslo , Faculty of Educational Sciences , Department of Teacher Education and SC. *Computers & Education*.
- Setiawan, A., & Mulyanti, R. (2020). Market Basket Analysis dengan Algoritma Apriori pada Ecommerce Toko Busana Muslim Trendy. *JUITA: Jurnal Informatika*, 8(1), 11. <https://doi.org/10.30595/juita.v8i1.4550>
- Ying, Z., Jianqiu, Z., Akram, U., & Rasool, H. (2021). TAM model evidence for online social commerce purchase intention. *Information Resources Management Journal*, 34(1), 86–108. <https://doi.org/10.4018/IRMJ.2021010105>