

# Kepuasan Pengguna Web Lelang Online XYZ Menggunakan Metode Technology Acceptance Model

<sup>1</sup>Budi Sudrajat, <sup>2</sup>Fahlepi Roma Doni, <sup>3</sup>Afit Muhammad Lukman  
Universitas Bina Sarana Informatika  
Kota Jakarta, Indonesia

<sup>1</sup>budi.bst@bsi.ac.id, <sup>2</sup>fahlepi.fro@bsi.ac.id, <sup>3</sup>afit.fml@bsi.ac.id

\*Penulis Korespondensi

Diajukan : 15/02/2024  
Diterima : 12/03/2024  
Dipublikasi : 06/04/2024

## ABSTRAK

Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan website lelang *online* XYZ, serta memberikan wawasan bagi praktisi untuk meningkatkan pengalaman pengguna melalui peningkatan aspek-aspek yang relevan. Dengan memahami hubungan antara variabel-variabel TAM yang digunakan meliputi *Perceived of Usefulness* (POU), *Perceived Ease of Use* (PEU), *Perceived Enjoyment* (PE), *Attitude Toward Using* (ATU), dan *Behavior Intention to Use* (BITU). Melalui analisis hipotesis, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEU) secara signifikan mempengaruhi *Perceived Enjoyment* (PE), dan *Perceived Enjoyment* (PE) berdampak positif pada *Attitude Toward Using* (ATU). Selain itu, *Attitude Toward Using* (ATU) juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavior Intention to Use* (BITU). Namun, temuan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara POU dengan PE, pengembang dan perancang website dapat mengambil langkah-langkah yang lebih terarah untuk meningkatkan penerimaan dan kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi literatur mengenai penerimaan teknologi dan kepuasan pengguna, terutama dalam konteks penggunaan website.

**Kata Kunci:** *Technology Acceptance Model*, kepuasan pengguna, website, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment*, *Attitude Toward Using*, *Behavior Intention to Use*

## I. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi, dalam dunia bisnis telah mengembangkan bisnis mereka untuk menjadi yang terbaik. Bila dilihat dari proses bisnis berbasis internet, sudah mengubah seluruh industri dan pasar dan ini akan berdampak besar pada pelanggan dan proses bisnis. Sebagai contohnya, yaitu bentuk pasar yang diminati oleh masyarakat urban, banyak kalangan, dan masyarakat adalah pasar via internet atau biasa disebut *e-business* atau juga *e-commerce*. Lelang online semakin populer di Indonesia karena kepraktisannya. Namun, masih terdapat beberapa masalah seperti risiko keamanan, persaingan yang tidak sehat, dan kecurangan. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan keamanan dan transparansi dalam lelang online agar dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Salah satu solusinya adalah dengan menerapkan teknologi *blockchain*, yang dapat meningkatkan keamanan dan transparansi dalam transaksi lelang online (Wibisono, 2021). Setiap aktivitas akan dapat berjalan dengan baik apabila setiap orang memiliki alternatif untuk penyelesaian permasalahan dalam segala aktivitas tersebut. Setiap alternatif atau jalan pintas dibuat untuk mempermudah dan meningkatkan efektivitas kerja.

Terlebih lagi pada era industri 4.0 seperti sekarang ini, perubahan sosial dan kebudayaan dalam penggunaan dan pemanfaatan di bidang teknologi informasi dan komunikasi untuk mempermudah setiap kegiatan terbelah sangat cepat. Teknologi informasi digunakan untuk mencapai efisiensi kerja di dalam aktivitas sehari-hari, perkantoran, bisnis, pembelajaran atau perkuliahan (Novianti et al., 2022). Teknologi informasi akan terus berkembang, tidak dapat dihindari dan harus diterima

Keberadaannya (Simarmata, J, et al., 2020).

Hingga saat ini platform penyedia jasa lelang komersial di Indonesia dapat dihitung jari, sebut saja iBid, Legoas dan JBA yang berfokus pada barang-barang otomotif, atau youb.id yang melelang barang-barang hobi. Platform-platform ini belum banyak digunakan dibandingkan dengan *platform marketplace* yang berbasis transaksi jual beli *online* biasa seperti shopee atau tokopedia. Padahal berbicara tentang lelang secara *online* ternyata sudah sangat lumrah di luar negeri (Sulaeman & Mayasari, 2023).

Fenomena ini ini melibatkan penggunaan teknologi informasi yang semakin meluas, termasuk penggunaan platform lelang online. Dalam konteks ini, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan kepuasan pengguna terhadap lelang online menjadi krusial untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna.

Lelang dengan penawaran secara tertulis tanpa kehadiran peserta lelang melalui internet adalah penjualan barang yang terbuka untuk umum dengan penawaran harga secara tertulis tanpa kehadiran peserta lelang untuk mencapai harga tertinggi yang dilakukan melalui aplikasi lelang berbasis internet (Noviandra et al., 2020). Penelitian ini berfokus menganalisis tingkat kepuasan pengguna web lelang online XYZ. Dengan adanya kepuasan pengguna membawa dampak pada loyalitas dan kesetiaan pelanggan, dan memberikan dampak positif pada kelangsungan suatu organisasi sehingga bisa memberikan rekomendasi kepada calon pelanggan yang baru.

Dalam melakukan kegiatan analisis sistem informasi terdapat beberapa metode atau model analisis yang dapat digunakan, salah satunya adalah menggunakan metode *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah sebuah model pendekatan yang digunakan untuk mengukur serta menganalisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya sebuah sistem informasi. Model TAM menyatakan sikap kepada pengguna teknologi baru sebagai konstruksi yang dijelaskan oleh dua variabel: *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya Pada beberapa kesempatan, *perceived usefulness* juga telah dilihat sebagai keuntungan relatif yang dirasakan. Sedangkan *perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu (Ashsifa, 2020).

## II. STUDI LITERATUR

Dengan adanya teknologi dan internet, terjadi perubahan mendasar dalam kegiatan bisnis, bahkan bisa merubah dinamika industri dan interaksi dengan pelanggan. Dampak teknologi yang signifikan membawa perubahan dalam perusahaan, bisnis dan organisasi. Perkembangan teknologi dalam kehidupan dimulai dari proses sederhana. dalam kehidupan sehari-hari sampai pada tingkat pemenuhan kepuasan sebagai individu dan makhluk sosial. Perkembangan ini membawa berbagai dampak dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, setiap individu tertarik untuk menggunakan dan memanfaatkan setiap perkembangan (Danuri, 2019). Perkembangan teknologi informasi saat ini sudah mulai merambah ke berbagai bidang kehidupan dan tidak bisa dipungkiri bahwa teknologi informasi dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja organisasi. Berkembangnya pemanfaatan teknologi informasi juga diimbangi dengan kebutuhan sumber daya manusia (SDM) yang mampu dan cakap dalam bidang digital (Marwati et

al., 2021).

Hampir dari seluruh perusahaan baik skala besar maupun kecil menggunakan teknologi informasi sebagai salah satu aktivitas yang sangat dibutuhkan untuk memberikan peningkatan terhadap layanan bisnis yang dikelola. Suatu wadah yang sangat tepat dan membantu dalam pengaplikasian kolaborasi teknologi dengan bisnis (Purba et al., 2021).

### ***E-Business***

*E-bussiness* (Inggris: *Electronic Business*, atau "*E-business*") dapat diterjemahkan sebagai kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dan semiotomatis dengan menggunakan sistem informasi komputer, dalam penggunaan sehari-hari, 'e-bisnis' tidak hanya menyangkut e-dagang (perdagangan elektronik atau *e-commerce*) saja. Dalam hal ini, e-dagang lebih merupakan sub bagian dari e-bisnis, sementara e-bisnis meliputi segala macam fungsi dan kegiatan bisnis menggunakan data elektronik, termasuk pemasaran *Internet* (e-pemasaran). Sebagai bagian dari e-bisnis, e-dagang lebih berfokus pada kegiatan transaksi bisnis lewat *www* atau *Internet*. Dengan menggunakan sistem manajemen pengetahuan, e-dagang mempunyai goal untuk menambah revenue dari perusahaan. Fenomena *e-business* telah menjadi trend yang mewarnai aktivitas bisnis bagi di negara maju maupun negara berkembang termasuk Indonesia. konsep *e-business* berkembang disebabkan kemajuan teknologi informasi dan *e-business* dianggap sebagai paradigma baru sebagai kunci sukses perusahaan di era informasi dan masa yang akan datang. Dengan pemanfaatan dan penggunaan teknologi internet diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut (Irawan et al., 2023).

Kualitas pelayanan suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap *excellence* (keterandalan) dan sales counter yang dilakukan oleh pelanggan (Made et al., 2023). Kualitas pelayanan yang terdiri dari variable Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati secara bersama-sama dan parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Haris, 2023).

*E-business* meliputi semua hal yang harus dilakukan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) untuk melakukan kegiatan bisnis antar organisasi maupun dari organisasi ke konsumen (Empathanussa & Hardingrum, 2023).

### **Lelang**

Lelang pada umumnya adalah suatu sarana untuk mempertemukan penjual dan pembeli dengan tujuan menentukan harga yang wajar bagi suatu barang. Lelang merupakan istilah sebuah transaksi jual beli dengan sistematika khusus. Lelang didefinisikan sebagai penjualan barang yang terbuka untuk umum dengan penawaran harga secara tertulis dan/atau lisan yang semakin meningkat atau menurun untuk mencapai harga tertinggi, yang didahului dengan pengumuman lelang. Lelang itu sendiri berasal dari bahasa Latin yaitu *auctio* yang berarti peningkatan harga secara bertahap. Di Indonesia sendiri lelang mulai diundangkan pada tahun 1908 ketika Belanda masih menguasai Indonesia. Pada tahun tersebut, dasar hukum lelang dikenal dengan *Vendu Reglement* (Stbl. 1908 No. 189) dan *Vendu Instructie* (Stbl. 1908 No. 190). Hingga saat ini, peraturan dasar lelang tersebut masih berlaku di Indonesia sebagai pedoman penyelenggaraan lelang (Tanaya, 2022).

Klausul Risalah Lelang ditetapkan sepihak oleh Kantor Lelang, yang mempunyai bargaining position yang lebih kuat dan pembeli lelang tidak mempunyai kemungkinan untuk mengubah klausul Risalah Lelang, sehingga Risalah Lelang merupakan perjanjian baku atau standar kontrak. Seluruh klausul Risalah Lelang berasal dari Kantor Lelang. Berita acara lelang merupakan landasan otentifikasi penjualan lelang, berita acara lelang mencatat segala peristiwa yang terjadi pada penjualan lelang (Mboeik, 2019).

### Kepuasan Pelanggan

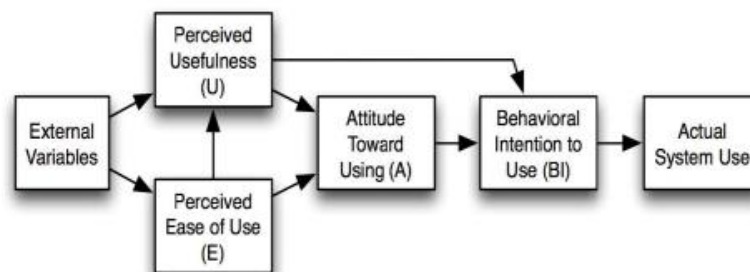
Kepuasan pelanggan sebagai suatu perasaan positif atau negatif yang lahir setelah membandingkan hasil kinerja produk dengan apa yang diharapkan. Jika layanan tidak memenuhi ekspektasi atau terlalu buruk, pelanggan akan kecewa. Seorang konsumen, bagaimanapun akan senang dan sangat puas jika layanan melebihi ekspektasinya dan akan puas jika layanan memenuhi ekspektasinya (Lesnussa & Warbal, 2023). Kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas layanan dapat dievaluasi dengan cara membandingkan kualitas yang dialami atau diterima pelanggan perusahaan dengan layanan yang diharapkan. Dengan teknologi informasi saat ini banyak perusahaan bersaing ataupun berkompetisi demi memberikan kepuasan kepada pelanggan demi memperoleh konsumen dalam jangka panjang.

## III. METODE

### Teknik Model Analisis

Penelitian ini menggunakan Konsep TAM yang menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sistem informasi. Model ini memiliki tujuan untuk menjelaskan faktor-faktor kunci dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan pengadopsian teknologi informasi tersebut. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TAM adalah model yang banyak digunakan untuk mengkaji penelitian mengenai penerimaan suatu teknologi. Meluasnya sumber dan akses informasi pada era serba teknologi digital sekarang ini (Azkiya et al., 2023).

Berikut gambar dari *Technology Acceptance Model* :



Gambar III.1. Model *Technology Acceptance Model* (TAM)

Instrumen penelitian menggunakan indikator *Technology Acceptance Model* (TAM), yang diterapkan pada kuisioner sebanyak 25 indikator dengan *Variabel Perceived of Usefulness* (kegunaan) merupakan konstruk kegunaan suatu keadaan dimana seseorang mempercayai jika menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja, *Perceived Ease of Use* (kemudahan) merupakan keadaan ketika individu percaya bahwa tidak diperlukan usaha keras dalam menggunakan sistem, *Perceived Enjoyment* (kenyamanan) merupakan Sikap terhadap pengguna adalah sikap menyukai atau tidak menyukai terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang dalam menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya, *Attitude Toward Using* (sikap pengguna) merupakan salah satu jenis kebutuhan yang berdasarkan arah dari motivasi yang bersifat subjektif dan experiential, yang berarti bahwa konsumen akan mengandalkan suatu produk atau melakukan kegiatan tertentu untuk menemukan kebutuhan mereka sebagai pemberi kegembiraan, kepercayaan diri, khayalan atau tanggapan emosional dan lainnya, *Behavioral Intention to Use* (niat pengguna) merupakan tingkat penggunaan teknologi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatian pengguna terhadap

teknologi tersebut, misalnya keinginan menambahkan peripheral yang mendukung, motivasi untuk tetap menggunakan dan keinginan untuk memotivasi pengguna lainnya.

**IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Instrumen penelitian ini menggunakan indikator TAM sebanyak 25 buah yang terdiri atas variabel *Perceived of Usefulness* (kegunaan), *Perceived Ease of Use* (kemudahan), *Perceived Enjoyment* (kenyamanan), *Attitude Toward Using* (sikap pengguna), *Behavioral Intention to Use* (niat pengguna).

Instrumen penelitian memuat indikator TAM yang telah disesuaikan dengan obyek penelitian yaitu kepuasan pelanggan web lelang online XYZ. Instrumen yang telah ditentukan akan digunakan dalam kuesioner penelitian.

Tabel 4.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Kode	Indikator
Perceived of Usefulness (Kegunaan)	POU1	Beranggapan bahwa pekerjaan menjadi lebih mudah dengan menggunakan web lelang online XYZ.
	POU2	Bisa meningkatkan produktivitas kerja dengan web lelang online XYZ
	POU3	Beranggapan bahwa website PT. Tunas Ridean Tbk. sangat berguna bagi pengguna
	POU4	Mudah mendapatkan informasi melalui website.
	POU5	Beranggapan website lelang online XYZ mudah melakukan pembelian atau pemesanan secara online
	POU6	Web yang ada merupakan website yang sangat bagus dan mudah dimengerti
Perceived Ease of Use (Kemudahan)	PEU1	Mudah mempelajari cara menggunakan website
	PEU2	Terampil dalam menggunakan website yang dibuat
	PEU3	Beranggapan dengan website lelang online XYZ mempermudah pekerjaan baik mencari informasi dan hal lain sebagainya.
	PEU4	Bisa berinteraksi dalam menerima informasi lelang dengan jelas pada website tersebut.
	PEU5	Tidak mengalami kesulitan ketika mengoperasikan website
Perceived Enjoyment (Kenyamanan)	PE1	Menggunakan website lelang online XYZ memberi kenyamanan bagi saya dalam mencari produk dan layanan
	PE2	Website lelang online XYZ memberikan promo yang menarik bagi pengguna
	PE3	Dengan banyak macam produk yang disediakan membuat pengguna menikmati proses pemilihan dan pembelian menggunakan website lelang online XYZ.
	PE4	Website lelang online XYZ memberikan kenyamanan dalam pembelian secara online
	PE5	Dengan layanan booking pada website lelang online XYZ memudahkan saya dalam melakukan servis tanpa perlu antri
Attitude Toward Using (Sikap pengguna)	ATU1	Sering menggunakan website lelang online XYZ
	ATU2	Website lelang online XYZ sangat bagus dalam penyampaian informasi produk dan layanan yang ada.

	ATU3 ATU4 ATU5	Senang dengan adanya program promo yang diberikan. Website lelang online XYZ sangat membantu dalam transaksi produk dan layanan lelang secara online Secara keseluruhan pengguna menikmati operasional website lelang online XYZ untuk mengetahui produk dan layanan yang tersedia.
Behavior Intention to Use (Niat pengguna)	BITU1 BITU2 BITU3 BITU4	Pengguna berminat untuk terus menggunakan website dalam mencari produk yang dilelang Menggunakan website lelang online XYZ untuk mencari dan membeli produk lelang secara online. Pengguna akan merekomendasikan website lelang online XYZ pada teman, kerabat, atau pelanggan untuk mencari dan membeli produk lelang secara online Pengguna akan merekomendasikan pada teman, kerabat, atau pelanggan untuk menggunakan layanan booking pada website lelang online XYZ

Sumber tabel : Hasil Penelitian 2023

Hasil dari kuisioner yang diberikan, mendapatkan data sebanyak 100 responden pelanggan website lelang online XYZ. Informasi yang didapat berupa demografis meliputi jenis kelamin, umur dan profesi.

Tabel 4.2 Deskripsi Penelitian TAM

Variable	Min	Maks	Mean
POU	1	5	4,93
PEU	1	5	4,92
PE	1	5	4,92
ATU	1	5	4,89
BITU	1	5	4,89

Sumber tabel : Hasil Penelitian 2023

Berdasarkan tabel diatas variabel diatas menggunakan 5 indikator dengan nilai minimum 1 dan nilai maksimal 5. Pada tabel tersebut merupakan nilai rata-rata yang berarti responden setuju terhadap pertanyaan yang diberikan.

**Uji Validitas**

Bagian ini merupakan bagian uji untuk mengukur dari tiap variabel menyatakan valid atau tidak. Dalam SmartPLS menggunakan pengujian *discriminant validity*. Untuk menguji *discriminant validity* dengan melihat nilai nilai *cross loadings* untuk setiap variabel harus >0,70 maka dinyatakan valid.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas (*cross loadings*)

Outer loadings		Keterangan
POU1	0,969	Valid
POU2	0,910	Valid
POU3	0,948	Valid
POU4	0,928	Valid

POU5	0,899	Valid
POU6	0,901	Valid
PEU1	0,967	Valid
PEU2	0,908	Valid
PEU3	0,956	Valid
PEU4	0,908	Valid
PEU5	0,949	Valid
PE1	0,954	Valid
PE2	0,971	Valid
PE3	0,953	Valid
PE4	0,927	Valid
PE5	0,929	Valid
ATU1	0,796	Valid
ATU2	0,866	Valid
ATU3	0,957	Valid
ATU4	0,926	Valid
ATU5	0,827	Valid
BITU1	0,885	Valid
BITU2	0,951	Valid
BITU3	0,919	Valid
BITU4	0,977	Valid

Sumber tabel : Hasil Penelitian 2023

Tabel 4.3 diatas menunjukkan nilai >0,70 dan bisa dinyatakan valid. Ini berdasarkan instrumen penelitian yang berjumlah 25 butir.

**Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitassmenentukan kehandalan instrument penelitian. Dengan menggunakan *SmartPLS* pada pengujian *composite reliability*. Untuk menentukan tingkat reliability adalah nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability* harus >0,7 untuk dinyatakan *reliable*.

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
POU	0,967	0,973	Reliable
PEU	0,966	0,973	reliable
PE	0,971	0,977	reliable
ATU	0,923	0,943	reliable
BITU	0,950	0,964	reliable

Sumber tabel : Hasil Penelitian 2023

**Inner Model**

Pada *Inner Model* bisa dilihat melalui indikator yang meliputi: Analisis inner model yang dikenal dengan metode analisis struktural. Analisis inner model dapat memprediksi hubungan antar variabel laten. Pada *SmartPLS* indikator yang diukur adalah nilai R-square atau biasa

dikenal dengan koefisien determinasi. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Untuk berfokus pada pada nilai  $R^2$  sebesar 0,75 dikatakan kuat, 0,500 dikatakan moderat, dan 0,25 dikatakan lemah

Tabel 4.5 Analisa koefisiendeterminasi ( $R^2$ )

Model	R Square	R Square Adjusted	Keterangan
PE	0,952	0,952	Kuat
ATU	0,935	0,935	Kuat
BITU	0,858	0,857	Kuat

Sumber tabel : Hasil Penelitian 2023

### Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan berbagai evaluasi, termasuk outer model dan inner model, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Tujuan dari pengujian hipotesis adalah untuk mengevaluasi sejauh mana pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis bergantung pada hasil analisis nilai P-value. Jika nilai P-value kurang dari 0,050, maka hipotesis dapat diterima, sedangkan jika nilai P-value lebih besar dari atau sama dengan 0,050, maka hipotesis harus ditolak.

Tabel 4.6 Uji Hipotesis

Model	P Value	Keterangan
PEU => PE	0,014	Diterima
PE => ATU	0,000	Diterima
ATU => BITU	0,000	Diterima
POU => PE	0,291	Ditolak

Sumber tabel : Hasil Penelitian 2023

Berikut adalah hasil ringkas dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini:

1. Pengaruh *Perceived of Usefulness* (POU) terhadap *Perceived Enjoyment* (PE) menunjukkan bahwa nilai P-value untuk hubungan konstruk adalah 0,291, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa POU tidak memiliki pengaruh terhadap PE.
2. Pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEU) terhadap *Perceived Enjoyment* (PE) menunjukkan bahwa nilai P-value untuk hubungan konstruk adalah 0,014, yang lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa PEU memiliki pengaruh terhadap PE.
3. Pengaruh *Perceived Enjoyment* (PE) terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) menunjukkan bahwa nilai P-value untuk hubungan konstruk adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa PE berpengaruh terhadap ATU.
4. Pengaruh *Attitude Toward Using* (ATU) terhadap *Behavior Intention to Use* (BITU)

menunjukkan bahwa nilai P-value untuk hubungan konstruk adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ATU berpengaruh terhadap BITU.

## V. KESIMPULAN

Hasil dari hipotesis yang telah diuraikan diatas adalah sebagai berikut : Pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEU) terhadap *Perceived Enjoyment* (PE) terbukti signifikan karena nilai P-value untuk hubungan konstruk adalah 0,014, yang lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa PEU memiliki pengaruh terhadap PE. *Perceived Enjoyment* (PE) mempengaruhi *Attitude Toward Using* (ATU) karena nilai P-value untuk hubungan konstruk adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa PE berpengaruh terhadap ATU. *Attitude Toward Using* (ATU) berpengaruh terhadap *Behavior Intention to Use* (BITU) karena nilai P-value untuk hubungan konstruk adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Namun, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Perceived of Usefulness* (POU) dengan *Perceived Enjoyment* (PE) karena menunjukkan bahwa nilai P-value untuk hubungan konstruk adalah 0,291, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa POU tidak memiliki pengaruh terhadap PE..

Dengan demikian, kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa hipotesis yang diajukan memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel TAM terhadap tingkat kepuasan pengguna website. Hasil tersebut diterima dan terbukti kebenarannya, dengan *Behavior Intention to Use* (BITU) menjadi indikator utama dalam menilai tingkat kepuasan dan akan menjadikan *trust* bagi perusahaan

## VI. REFERENSI

- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 3(1), 25. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i1.644>
- Azkiya, S. R., & Labibah, L. (2023). Analisis Penerimaan Aplikasi Ikalsel Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM). *UNILIB : Jurnal Perpustakaan*, 14(1), 21–31. <https://doi.org/10.20885/unilib.vol14.iss1.art3>
- Danuri, M. (2019). Development and transformation of digital technology. *Infokam*, XV(II), 116–123.
- Empathanussa, D., & Hardingrum, ling sri. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen UNISKA). *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 69–94. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1057>
- Haris, A. (2023). Economics and Digital Business Review Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Volume 4 Issue 2 (2023) Pages 334 - 348 Economics and Digital Business Review ISSN : 2774-2563 (Online)*, 4(2), 334–348.
- Irawan, B., Sani, I., Desty Febrian, W., & Setiawan, J. (2023). *KONSEP DASAR E-BUSINESS*. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. [http://repo.handayani.ac.id/208/1/BUKU\\_KONSEP\\_DASAR\\_E-BUSINESS.pdf](http://repo.handayani.ac.id/208/1/BUKU_KONSEP_DASAR_E-BUSINESS.pdf)
- Lesnussa, J. U., & Warbal, M. (2023). *Pengaruh Sikap dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 4(1).
- Made, I. G., Astana, O. K. A., Ayu, K., & Andriyani, S. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kinerja Penjualan di CV Umah Luwung*. 11.
- Marwati, A., Wahyudin, A., Utomo, A. S., Iza, N., & Halwa, E. N. (2021). Mendukung

- Transformasi Digital melalui Penyusunan Program Studi Software Engineering. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 5(3), 373.  
<https://doi.org/10.23887/jppp.v5i3.39242>
- Mboeik, M. C. (2019). Hak Sempurna Yang Melekat Pada Pemenang Benda Tidak Bergerak. *Jurnal Kenotariatan Narotama*, 1, 16. <http://files/132/Mboeik - 2019 - HAK SEMPURNA YANG MELEKAT PADA PEMENANG BENDA TIDA.pdf>
- Noviandra, N., Marjo, & Utama, K. (2020). Pelaksanaan Lelang Online (E-Auction) Di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang (Kpkn) Kota Semarang. *Diponegoro Law Journal*, 9(2), 403–414.
- Novianti, K. D. P., Putri, N. K. W. L., & Purnamayanti, I. A. G. W. (2022). Analisis Penerimaan Sistem Informasi Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus : Sijalak Desa Pohsanten). *INSERT: Information System and Emerging Technology Journal*, 2(2), 113.  
<https://doi.org/10.23887/insert.v2i2.43135>
- Purba, N., Yahya, M., & Nurbaiti. (2021). Revolusi Industri 4.0: Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis Dan Implementasinya. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 9(2), 91–98.
- Simarmata, J., Chaerul, M., Mukti, R. C., Purba, D. W., Tamrin, A. F., Jamaludin, ... Meganingratna. (2020). *Teknologi Informasi: Aplikasi dan Penerapannya*. Kita Menulis.
- Sulaeman, A. S., & Mayasari, L. P. C. D. (2023). Penerimaan Bea Lelang: Empirical Factor Analysis Pada Proses Lelang Aset Negara Di Indonesia. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 7(1), 21–41. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2023.v7.i1.5085>
- Tanaya, D. A. (2022). *Manfaat Lelang untuk Kita dan Negara Kita*.  
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>  
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/14785/Manfaat-Lelang-untuk-Kita-dan-Negara-Kita.html>
- Wibisono, E. (2021). Penerapan Teknologi Blockchain dalam Sistem Lelang Online. *Jurnal Sistem Informasi*, 16 No.1, 1–12.