UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus I : Jl. Harsono RM No. 67 Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan
Kampus II : Jl.Raya Perjuangan, Bekasi Utara Telp : 021. 88955882
Website: www.ubharajaya.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: SKET/096/I/2023/FEB-UBJ

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M.
NIP : 1802324
Jabatan : Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menerangkan bahwa nama :

Nama : Prof. Dr. Hapzi Ali, M.M., CMA., MPM
NIDN : 0012016601
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Doktor Ilmu Manajemen

Adalah benar sebagai Penulis pertama pada JIM (Jurnal Ilmu Multidisiplin) dengan judul ***"Faktor Eksternal Percieved Ease of Use dan Perceived Usefulness pada Aplikasi Belanja Online: Adopsi Technology Accepted Model"*** telah terbit pada Volume 1, Nomor 3, e-ISSN: 2829-4580, p-ISSN: 2829-4599, 23 November 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 26 Januari 2023

A.n. DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
WADEK II

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M.
NIP: 1802324

Tembusan:
- Arsip.

e-ISSN: 2829-4580, p-ISSN: 2829-4599
DOI: https://doi.org/10.38035/jim.v1i3
Received: 10 Oktober, Revised: 30 Oktober 2022, Publish: 23 November 2022
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

GREENATION GLOBAL RESEARCH NATIONAL
JIM
JURNAL ILMU MULTIDISIPLIN
E-ISSN:2829-4580, P-ISSN=2829-4599
https://greenpub.org/JIM
editor@greenpub.org
0811 7401 455

Faktor Eksternal *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* pada Aplikasi Belanja *Online*: Adopsi *Technology Accepted Model*

Hapzi Ali[1], Hamdan Hamdan[2*], M. Rizky Mahaputra[3]
[1)] Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, Indonesia, email: hapzi.ali@gmail.com
[2)] Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Jakarta Indonesia, Indonesia, email: hamdan@mercubuana.ac.id
[3)] Alumni Magister Management, Universitas Mercu Buana Jakarta, Indonesia, Indonesia, email: rizkymahaputra55@gmail.com

**Corresponding Author:* Hamdan Hamdan[2]

Abstrak: Konsep *Technology Accepted Model* yang diadaptasi maupun diadopsi oleh para peneliti semakin berkembang sejalannya meningkatnya teknologi informasi. *Technology Accepted Model* dalam perkembangan ilmu teknologi digitalisasi memberikan kontribusi yang sangat penting bagi pelaku usaha dalam industri *e-commerce. Technology Accepted Model* menganalisis tentang persepsi kemudahaan dan persepsi kegunaan sebagai bentuk penerimaan dan niat berperilaku untuk menggunakan sistem informasi, website, atau aplikasi ponsel. Oleh karena itu, literatur ini sangat penting untuk dilakukan dalam menentukan faktor eksternal yang mempengaruhi kemudahan penggunaan sebuah sebuah aplikasi belanja *online*. Telah diakui bahwa faktor eksternal yang meliputi: *perceived enjoyment, self-efficacy,* dan *social influence* atau *sucjective norm* didefinisikan sebagai preferensi dari persepsi individu berdasarkan kesesuaian antara kegunaan dan kemudahan yang dirasakan yang tercermin dari perilaku untuk menggunakan aplikasi belaja *online*. Selain itu, diharapkan model penelitian ini memberikan wawasan dan berkontribusi terhadap pengembangan model penelitian masa depan dalam konteks teknologi informasi.

Kata Kunci: Aplikasi Belanja *Online, Perceived Enjoyment, Self-Efficacy, Social Influence, Sucjective Norm*

PENDAHULUAN

Technologi Accepted Model (TAM) adalah model yang pertama kali dikembangkan oleh (Davis, 1985) dan dikembangkan lagi pada tahun 1989. TAM adalah sebuah model sangat penting sebagai prediksi dalam penerimaan sebuah sistem informasi yang baru diterapkan. Model TAM awalnya diadaptasi dari Model *Theory of Reasoned Action* (TRA) dari (Fishbein & Ajzen, 1975). TRA adalah persepsi individu terhadap suatu hal yang