

**Analisis Penggunaan E-commerce sebagai Alat Pembelajaran di Kampus Sumatera Barat: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)**

***Analysis of E-commerce Use as a Learning Tool at West Sumatra University: A Technology Acceptance Model (TAM) Approach***

**Meci Nilm Sari\* Latifah Maryenissa, Rani Rahma Yulianti, Azira Aura Insani, Yola Zaldi, Ilan Apnidar Azhar Tanjung, Ritiscas Rusfardiansyah**

Prodi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA ) Adabiah Padang, Indonesia

\*Email Korespondensi: [mecinilam1502@gmail.com](mailto:mecinilam1502@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan mahasiswa terhadap penggunaan e-commerce sebagai alat pembelajaran di Kampus Sumatera Barat, dengan menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Model ini menjelaskan bagaimana faktor perceived usefulness (kemanfaatan yang dirasakan) dan perceived ease of use (kemudahan penggunaan) mempengaruhi sikap dan niat mahasiswa dalam menggunakan e-commerce untuk kegiatan akademik. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, dengan penyebaran kuesioner kepada 50 mahasiswa dari berbagai program studi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa dalam menggunakan e-commerce, yang dianggap efektif untuk mendukung aktivitas belajar, seperti pembelian buku digital, pendaftaran pelatihan online, dan interaksi dengan dosen melalui platform daring. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor-faktor dalam TAM, seperti kemanfaatan dan kemudahan penggunaan, berpengaruh positif terhadap sikap dan niat mahasiswa untuk menggunakan e-commerce dalam konteks pendidikan. Kesimpulannya, untuk meningkatkan adopsi e-commerce sebagai alat pembelajaran, kampus perlu meningkatkan kemudahan akses, relevansi manfaat pembelajaran, dan menyediakan pelatihan bagi pengguna.

**Kata Kunci:** E-commerce, Technology Acceptance Model (TAM), pembelajaran digital, mahasiswa, kampus Sumatera Barat.

**Abstract**

*This study aims to analyze students' acceptance of using e-commerce as a learning tool at universities in West Sumatra, using the Technology Acceptance Model (TAM) approach. This model explains how factors such as perceived usefulness and perceived ease of use influence students' attitudes and intentions in utilizing e-commerce for academic activities. The research method employed is quantitative, with a survey distributed to 50 students from various study programs. The results show that both factors significantly influence students' attitudes towards using e-commerce, which is considered effective in supporting learning activities, such as purchasing digital books, registering for online training, and interacting with lecturers through online platforms. The study also indicates that factors in TAM, such as perceived usefulness and ease of use, positively affect students' attitudes and intentions to use e-commerce in the context of education. In conclusion, to increase the adoption of e-commerce as a learning tool, universities need to improve access ease, the relevance of learning benefits, and provide training for users.*

**Keywords:** E-commerce, Technology Acceptance Model (TAM), digital learning, students, West Sumatra universities.

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam dunia pendidikan. Salah satu perubahan yang cukup mendalam adalah pemanfaatan teknologi informasi dalam proses pembelajaran. Teknologi tidak hanya mempengaruhi cara kita berkomunikasi dan mencari informasi, tetapi juga membuka peluang baru dalam cara kita belajar dan mengajar. E-commerce, yang dulunya hanya dikenal sebagai platform untuk jual beli barang, kini berkembang menjadi salah satu alat penting dalam pendidikan. Berbagai platform e-commerce, seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, kini tidak hanya digunakan untuk transaksi jual beli konsumtif, tetapi juga untuk membeli buku digital, mengikuti kursus daring, serta memperoleh materi pembelajaran secara online. Dengan berkembangnya e-commerce, dunia pendidikan, terutama di tingkat perguruan tinggi, dihadapkan pada tantangan untuk memanfaatkan teknologi ini secara optimal.

Di Kampus Sumatera Barat, sebagai salah satu institusi pendidikan tinggi, adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital ini sangat penting. Mahasiswa sebagai pengguna utama di kampus perlu memanfaatkan teknologi dengan sebaik-baiknya, termasuk dalam konteks pembelajaran. Namun, meskipun teknologi e-commerce memiliki potensi besar untuk mendukung kegiatan akademik, penerimaan mahasiswa terhadap penggunaan e-commerce dalam pembelajaran masih bervariasi. Beberapa mahasiswa mungkin merasa kesulitan atau tidak terbiasa dengan penggunaan teknologi ini, sementara yang lain merasa terbantu dengan keberadaan e-commerce dalam mempermudah akses ke sumber belajar. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan mahasiswa terhadap e-commerce sebagai alat pembelajaran.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis penerimaan teknologi adalah dengan menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). Model ini dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1989 untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima atau menolak teknologi baru. Dalam konteks pendidikan, TAM dapat digunakan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi e-commerce di kalangan mahasiswa, seperti persepsi terhadap kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua faktor ini, menurut TAM, sangat memengaruhi sikap dan niat pengguna dalam menggunakan suatu teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi sikap mahasiswa di Kampus Sumatera Barat dalam menggunakan e-commerce untuk kegiatan pembelajaran.

Kemajuan teknologi digital yang pesat dalam beberapa dekade terakhir telah membawa dampak besar pada berbagai sektor, tidak terkecuali dalam dunia pendidikan. E-commerce yang awalnya hanya digunakan untuk transaksi jual beli barang fisik kini memiliki potensi untuk digunakan dalam konteks pembelajaran. E-commerce dapat menyediakan berbagai layanan, seperti pembelian buku digital, modul pembelajaran, serta akses ke berbagai kursus daring yang dapat membantu mahasiswa dalam menyelesaikan studinya. Dalam hal ini, kampus perlu mempertimbangkan untuk lebih mengintegrasikan e-commerce dalam kegiatan akademik, mengingat peran pentingnya dalam mendukung pembelajaran yang lebih efektif dan efisien.

Namun, meskipun potensi e-commerce sangat besar dalam dunia pendidikan, penerimaan mahasiswa terhadap penggunaannya tidak selalu seragam. Faktor-faktor seperti tingkat kenyamanan dengan teknologi, persepsi terhadap kemanfaatan, dan kemudahan penggunaan dapat memengaruhi sejauh mana mahasiswa mau menggunakan e-commerce dalam aktivitas akademiknya. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang faktor-faktor apa saja yang memengaruhi

penerimaan mahasiswa terhadap e-commerce sebagai alat pembelajaran. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai hal ini, kampus dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk mendorong mahasiswa dalam mengadopsi e-commerce sebagai alat pembelajaran yang lebih baik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model TAM untuk menganalisis pengaruh kemanfaatan dan kemudahan penggunaan e-commerce terhadap sikap dan niat mahasiswa. Model TAM memfokuskan pada dua variabel utama, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, yang diharapkan dapat memberikan wawasan lebih lanjut mengenai bagaimana kedua faktor ini memengaruhi penerimaan mahasiswa terhadap penggunaan e-commerce di kampus. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran tentang bagaimana mahasiswa Kampus Sumatera Barat menerima e-commerce, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan adopsi teknologi dalam konteks pembelajaran.

TAM sendiri menjelaskan bahwa penerimaan teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknis, tetapi juga oleh faktor psikologis pengguna, yaitu bagaimana mereka memandang manfaat teknologi dan sejauh mana mereka merasa nyaman menggunakannya. Dalam penelitian ini, kami ingin menggali lebih dalam mengenai bagaimana persepsi mahasiswa terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan e-commerce memengaruhi sikap mereka dalam menggunakannya sebagai alat pembelajaran. Selain itu, penelitian ini juga berusaha untuk menganalisis niat mahasiswa dalam menggunakan e-commerce sebagai bagian dari kegiatan akademiknya, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi penggunaan aktual teknologi tersebut.

Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemanfaatan e-commerce terhadap sikap mahasiswa. Apakah mahasiswa merasa bahwa penggunaan e-commerce dapat meningkatkan efektivitas pembelajaran mereka? Apakah mereka merasa bahwa e-commerce dapat memberikan kemudahan dalam memperoleh bahan ajar atau mengikuti kursus daring? Hal-hal ini perlu dikaji lebih lanjut untuk memahami bagaimana mahasiswa memandang manfaat yang ditawarkan oleh e-commerce dalam konteks pendidikan tinggi.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan e-commerce terhadap niat mahasiswa dalam menggunakannya. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk mengadopsinya. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengevaluasi apakah mahasiswa merasa bahwa platform e-commerce yang digunakan di kampus mudah diakses dan digunakan. Jika kemudahan penggunaan ini dirasakan, maka niat mahasiswa untuk terus menggunakan e-commerce dalam kegiatan pembelajaran akan semakin besar.

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang penerimaan mahasiswa terhadap penggunaan e-commerce sebagai alat pembelajaran di Kampus Sumatera Barat. Dengan hasil yang diperoleh, diharapkan pihak kampus dapat merancang kebijakan yang lebih baik dalam mengintegrasikan e-commerce ke dalam sistem pembelajaran mereka, sekaligus meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan akademik.

### METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan tujuan untuk menganalisis penerimaan mahasiswa terhadap penggunaan e-commerce sebagai alat pembelajaran di Kampus Sumatera Barat. Populasi penelitian adalah mahasiswa dari

berbagai program studi di kampus tersebut, dan sampel yang digunakan berjumlah 50 mahasiswa yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner daring yang terdiri dari 15 pertanyaan yang disusun berdasarkan indikator dari Technology Acceptance Model (TAM), yaitu perceived usefulness (PU) dan perceived ease of use (PEOU). Analisis data dilakukan dengan metode regresi sederhana untuk menguji pengaruh kedua faktor tersebut terhadap sikap mahasiswa dalam menggunakan e-commerce sebagai sarana pembelajaran.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode studi literatur untuk menganalisis berbagai penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penggunaan e-commerce dalam pendidikan tinggi. Langkah-langkah dalam studi literatur ini meliputi pengumpulan artikel akademik, jurnal, prosiding, dan laporan penelitian yang berhubungan dengan e-commerce, TAM, dan penerapan teknologi dalam pendidikan tinggi. Artikel yang dipilih harus memenuhi kriteria tertentu, seperti menggunakan model TAM atau modifikasinya, serta membahas e-commerce dalam konteks pendidikan atau bisnis dan diterbitkan dalam 10 tahun terakhir. Temuan dari studi literatur ini dianalisis dan disintesis untuk membentuk kerangka analisis yang menghubungkan teori TAM dengan penggunaan e-commerce dalam kegiatan akademik di kampus.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner yang dibagikan kepada 50 mahasiswa Kampus Sumatera Barat menunjukkan temuan yang signifikan terkait penerimaan e-commerce sebagai alat pembelajaran. Sebanyak 80% mahasiswa menyatakan bahwa e-commerce membantu mereka dalam memperoleh sumber belajar, seperti buku digital dan kursus daring. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa semakin memanfaatkan platform e-commerce untuk memperluas akses mereka terhadap materi pembelajaran yang relevan. Selain itu, 75% mahasiswa merasa bahwa penggunaan e-commerce mudah dipahami. Kemudahan penggunaan ini dapat meningkatkan tingkat adopsi platform e-commerce dalam kegiatan akademik, memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk mengakses berbagai bahan ajar dan mengikuti kursus daring tanpa hambatan teknis yang berarti.

Analisis lebih lanjut mengenai hubungan antara perceived usefulness (kemanfaatan yang dirasakan) dan sikap mahasiswa dalam menggunakan e-commerce menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,71, yang termasuk dalam kategori kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin mahasiswa merasakan kemanfaatan dari e-commerce sebagai alat pembelajaran, semakin positif sikap mereka terhadap penggunaannya. Kemanfaatan yang dirasakan, seperti akses mudah ke buku digital dan kursus online, secara langsung mendorong mahasiswa untuk memanfaatkan e-commerce lebih sering. Di sisi lain, korelasi antara perceived ease of use (kemudahan penggunaan) dan niat penggunaan menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,68, yang juga termasuk dalam kategori kuat. Ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan e-commerce memiliki pengaruh signifikan terhadap niat mahasiswa untuk terus menggunakan platform tersebut dalam kegiatan akademik.

Temuan ini menguatkan argumen bahwa kedua faktor utama dalam Technology Acceptance Model (TAM), yaitu perceived usefulness dan perceived ease of use, memiliki hubungan positif terhadap penerimaan e-commerce sebagai alat pembelajaran. Perceived usefulness (PU) memotivasi mahasiswa untuk mengadopsi e-commerce jika mereka merasa platform tersebut meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam proses pembelajaran. Sementara itu, perceived ease of use (PEOU) berfungsi sebagai faktor pendorong niat penggunaan e-commerce, yang menunjukkan bahwa jika platform

dirancang dengan antarmuka yang mudah digunakan, mahasiswa akan lebih cenderung menggunakan e-commerce secara berkelanjutan.

Berdasarkan studi literatur yang dianalisis, ditemukan bahwa penerapan TAM dalam konteks e-commerce di pendidikan tinggi menunjukkan bahwa kedua faktor—kemanfaatan dan kemudahan penggunaan—secara signifikan memengaruhi sikap dan niat penggunaan. Misalnya, penelitian di Bekasi mengenai aplikasi e-commerce menunjukkan bahwa keduanya berpengaruh kuat terhadap sikap dan niat pengguna. Selain itu, kajian mengenai e-commerce dalam konteks pendidikan tinggi menekankan pentingnya infrastruktur teknologi yang memadai, self-efficacy (keyakinan diri), dan kemudahan akses sebagai faktor penting dalam kesiapan mahasiswa untuk mengadopsi teknologi pembelajaran. Oleh karena itu, kampus di Sumatera Barat perlu memastikan bahwa infrastruktur teknologi, seperti jaringan internet yang cepat dan platform pembelajaran yang ramah pengguna, tersedia untuk mendukung penggunaan e-commerce sebagai alat pembelajaran.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disarankan agar kampus memperhatikan beberapa faktor kunci dalam implementasi e-commerce sebagai alat pembelajaran. Kampus harus memastikan bahwa platform e-commerce yang digunakan memberikan kemudahan akses dan antarmuka yang user-friendly. Selain itu, penting untuk menyediakan pelatihan bagi mahasiswa dan dosen untuk mengoptimalkan penggunaan platform ini. Sebagai contoh konkret, kampus dapat mengembangkan “marketplace pembelajaran” internal, di mana mahasiswa dapat membeli e-book, video tutorial, atau modul pembelajaran lain melalui sistem e-commerce internal kampus. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai alat distribusi dan manajemen konten, tetapi juga dapat mengukur penggunaan dan efektivitas pembelajaran secara digital, yang pada gilirannya dapat mendorong penggunaan e-commerce dalam jangka panjang sebagai sarana pendukung pembelajaran yang efektif dan efisien.

Mahasiswa Kampus Sumatera Barat menunjukkan tingkat penerimaan yang tinggi terhadap penggunaan e-commerce sebagai alat pembelajaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa merasa bahwa e-commerce memberikan keuntungan yang jelas dalam hal efisiensi waktu dan kemudahan akses terhadap berbagai materi belajar. Kemanfaatan ini membuat mahasiswa merasa lebih mudah untuk mendapatkan bahan ajar seperti buku digital, modul, dan kursus daring yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Dengan demikian, e-commerce menjadi alternatif yang sangat membantu dalam mendukung kegiatan akademik mereka, yang sebelumnya mungkin terbatas oleh waktu dan lokasi.

Faktor kemanfaatan, atau *perceived usefulness* (PU), terbukti menjadi penentu utama dalam sikap mahasiswa terhadap penggunaan e-commerce. Kemanfaatan ini mencakup berbagai keuntungan yang dirasakan mahasiswa, seperti kemudahan dalam mendapatkan informasi yang relevan dengan cepat, menghemat waktu, dan memperluas akses ke berbagai materi pembelajaran yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Mahasiswa yang merasa bahwa penggunaan e-commerce memberikan manfaat langsung terhadap studi mereka cenderung memiliki sikap yang lebih positif dan lebih sering menggunakan platform tersebut untuk kegiatan belajar. Hal ini menunjukkan bahwa platform e-commerce dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam mendukung pembelajaran di era digital.

Selain kemanfaatan, kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*/PEOU) juga memainkan peran penting dalam meningkatkan niat mahasiswa untuk menggunakan e-commerce secara rutin. Mahasiswa merasa bahwa jika suatu platform mudah digunakan



dan memiliki antarmuka yang ramah pengguna, mereka akan lebih cenderung menggunakannya dalam jangka panjang. Hal ini terlihat dari 75% mahasiswa yang merasa bahwa penggunaan e-commerce sangat mudah dipahami dan tidak memerlukan banyak usaha. Kemudahan penggunaan ini mendorong mahasiswa untuk lebih sering mengakses platform dan memanfaatkan berbagai fitur yang ditawarkan untuk kegiatan akademik mereka, seperti membeli materi pembelajaran atau mengikuti kursus daring.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Davis (1989), yang mengembangkan Technology Acceptance Model (TAM). Dalam model TAM, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* merupakan dua faktor utama yang memengaruhi sikap dan niat pengguna terhadap adopsi teknologi baru. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Rahmawati (2020), yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi e-learning. Kedua penelitian tersebut menegaskan pentingnya kedua faktor tersebut dalam menentukan sejauh mana teknologi, termasuk e-commerce, dapat diterima dan diadopsi dalam konteks pendidikan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan dan kemudahan penggunaan adalah faktor kunci yang mendorong tingkat penerimaan mahasiswa terhadap penggunaan e-commerce sebagai alat pembelajaran di Kampus Sumatera Barat. Untuk itu, pihak kampus perlu memastikan bahwa platform e-commerce yang digunakan dirancang dengan antarmuka yang mudah diakses dan memberikan manfaat yang nyata bagi mahasiswa. Selain itu, pemanfaatan e-commerce sebagai sarana pembelajaran dapat diperluas dengan meningkatkan fitur dan layanan yang tersedia di platform, agar mahasiswa merasa lebih terbantu dalam menunjang kegiatan akademik mereka secara lebih efektif dan efisien.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce sebagai alat pembelajaran di Kampus Sumatera Barat diterima dengan baik oleh mahasiswa. Faktor kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terbukti berpengaruh signifikan terhadap sikap dan niat mahasiswa dalam menggunakan e-commerce untuk kegiatan akademik. Dengan demikian, institusi pendidikan perlu mendorong integrasi e-commerce dalam proses pembelajaran untuk meningkatkan kualitas pendidikan digital. Faktor-faktor dalam model TAM, khususnya *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, harus diperhatikan dengan seksama untuk meningkatkan penerimaan mahasiswa terhadap platform e-commerce sebagai alat pembelajaran. Sikap positif mahasiswa yang muncul dari pengalaman penggunaan e-commerce yang mudah dan bermanfaat akan mendorong niat mereka untuk terus menggunakan teknologi ini dalam jangka panjang, yang pada akhirnya dapat memperbaiki kualitas pendidikan di era digital.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat diberikan untuk meningkatkan implementasi e-commerce dalam pembelajaran di Kampus Sumatera Barat. Pertama, kampus perlu menyediakan pelatihan penggunaan e-commerce bagi mahasiswa dan dosen agar mereka lebih siap dan nyaman menggunakan platform tersebut. Pengembang platform e-commerce juga disarankan untuk menambah fitur pendidikan, seperti e-book corner atau learning package, untuk meningkatkan kualitas pengalaman belajar. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas sampel ke

beberapa kampus lain di Sumatera Barat guna mendapatkan perbandingan yang lebih komprehensif. Bagi pihak kampus, penting untuk mendesain dan mengembangkan platform e-commerce yang mudah diakses, responsif, dan memiliki konten yang jelas manfaatnya bagi mahasiswa, serta memberikan pelatihan yang memadai agar pengguna dapat memanfaatkan sistem secara optimal.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmed, Y. A., Mohamed M. M., Ali A. F., & Nazir A. "Evaluating Students Perspectives on ICT Readiness in Somali Higher Education towards Teaching-Learning Acceptance." ArXiv, 2021.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fayad, R. "The Technology Acceptance Model e-Commerce Extension." ScienceDirect, 2015.
- Hadian, N., Hayati, N., & Hakim, M. "Technology Acceptance Models of E-Commerce Adoption in Small and Medium-Sized Enterprises: A Systematic Review." *G-Tech*, 2024.
- Jurnal Teknologi Pendidikan Indonesia, 5(2), 67–75.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kumajas, C., Pusung, D., & Undap, M. "Evaluation of Acceptance Model in E-Commerce Using TAM." *International Journal of Information Technology and Education*, 2022.
- Kusumadewi, A. N., Lubis, N. A., Prastiyo, R., & Tamara, D. "Technology Acceptance Model (TAM) in the Use of Online Learning Applications During the Covid-19 Pandemic for Parents of Elementary School Students." *Edunesia*, 2021.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2019). *E-commerce: Business, Technology, Society*. Pearson.
- Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital, 2023.
- Panicker, P. "Embedding Culture and Grit in the Technology Acceptance Model (TAM) for Higher Education." ArXiv, 2020.
- Pratama, R. (2021). Pengaruh Pemanfaatan E-commerce terhadap Akses Pembelajaran Digital.
- Rahmawati, D. (2020). Analisis Faktor Penerimaan Mahasiswa terhadap Aplikasi E-learning menggunakan Model TAM. *Jurnal Ilmu Komputer dan Pendidikan*, 8(1), 45–52.
- Rohman, A. N., Mukhsin, M., & Ganika, G. "Penggunaan Technology Acceptance Model Dalam Analisis Actual Use Penggunaan E-Commerce Tokopedia Indonesia." *Jurnal Ekonomi*
- Sari, N. N. "The Use of Technology Acceptance Model to Explain Brand Attitude and Loyalty Intention in E-Commerce: The Gamification Case." Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2022.
- Syafika, Y. Z., & Antonio, G. R. "Impacts of the Technology Acceptance Model (TAM) on the Use of the TikTok E-Commerce Application among Indonesian Students." *UTSAHA: Journal of Entrepreneurship*, 2024.

Wikipedia. "Technology Acceptance Model." (German version) 2023.

Wikipedia. "Technology Acceptance Model." 2025.