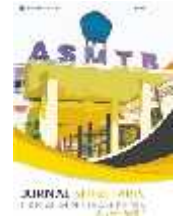




JURNAL SEKRETARIS & ADMINISTRASI BISNIS

Jurnal homepage: <http://jurnal.asmtb.ac.id/index.php/jsab>



PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN TEKNOLOGI PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI INDONESIA (Studi pada *Followers Akun Kementerian Pariwisata @indtravel*)

¹Arry Widodo, ²Ayunabillah Syahvitrie Azdy Putri

^{1,2}Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹arrywie@telkomuniversity.ac.id, ²nabillahibali@gmail.com

ARTICLE REPORT

Article annals:

Received 20th July 2017

Received in revised form 2nd October 2017

Accepted 24th October 2017

Keywords:

Social Media

Technology Acceptance Model (TAM)

ABSTRACT

Global technological advances makes the internet as a necessity for the modern society. The development of mobile technology offers users the ease to access the desired content in social media.

Social media has content that contains information, created by people who use publishing technology which very accessible in order to facilitate communication, influence and interact with others and with the general public. It is utilized by the Ministry of Tourism of the Republic of Indonesia to create an Instagram account named @indtravel as a provider of Indonesian tourism information.

In this study, the attitude of the use of technology will be measured through the perception of usability and perception of ease of use. Data analysis techniques used are quantitative descriptive analysis techniques and multiple linear regression analysis. The population in this study is 327,000 with a sample of 100 people.

The results showed that perceived usefulness is on the good category, perceived ease of use is on the good category, and attitude toward using is on the good category as well. Partially, perceived usefulness (X_1) and perceived ease of use (X_2) has a significant influence on the attitude toward using (Y). Simultaneously, perceived usefulness (X_1) and perceived ease of use (X_2) has a significant influence on the attitude toward using (Y).

@ 2017 ASMTB PRESS

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sebagai salah satu media informasi, kehadiran internet memberikan banyak manfaat bagi sebagian besar orang, khususnya di Indonesia. Internet telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat di Indonesia dan tidak terpisahkan dalam pemenuhan kebutuhan informasi dan media komunikasi. Pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 berjumlah 132,7 juta jiwa dari total penduduk Indonesia sebanyak 256,2 juta (APJII, 2016). Pesatnya perkembangan internet membuat masyarakat ingin berbagi momen dan pengalaman secara cepat dan *real-time* melalui media sosial yang akhir-akhir ini menawarkan banyak terobosan baru untuk bersosialisasi di dunia maya. Sampai dengan bulan November tahun 2016, diketahui total pengguna media sosial di Indonesia adalah 97,4% atau

sebanyak 129,2 juta orang. Hal tersebut menjadikan media sosial sebagai konten yang paling banyak diakses di Indonesia pada tahun 2016 (APJII, 2016). Di antara berbagai media sosial yang tengah digandrungi masyarakat Indonesia, Instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat menarik untuk diteliti. Sejak awal peluncurannya pada 6 Oktober 2010, Instagram telah mampu mengumpulkan 1 juta pengunduh pada Desember 2010. Kini, Instagram memiliki 22 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia. Indonesia menjadi negara ketiga dengan pengguna Instagram terbesar di dunia setelah Jepang dan Brazil (Pratama, 2016).

Dalam rangka memajukan pariwisata Indonesia, Kementerian Pariwisata memiliki akun resmi (*verified*) di Instagram yang bernama @indtravel. Akun tersebut dikelola langsung oleh Kementerian Pariwisata dan telah memiliki pengikut sebanyak 327.000 orang (Indonesia.Travel @indtravel Instagram photos and videos, 2017)

Perkembangan pariwisata Indonesia juga ditandai dengan bertambahnya jumlah wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara dari waktu ke waktu. Akun Instagram @indtravel menjadi salah satu referensi para *traveler* untuk mencari destinasi wisata yang bagus dan marak dikunjungi.

Pada penelitian ini, sebagai bahan kajian apakah langkah Kementerian Pariwisata Republik Indonesia sudah tepat atau belum dalam menasar calon wisatawan melalui akun Instagram @indtravel, maka perlu diketahui bagaimana penerimaan teknologi pada *followers* akun @indtravel yang ditunjukkan melalui aspek persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dalam menyajikan informasi kepariwisataan. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan teknologi *followers* akun @indtravel, peneliti memilih teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang merupakan teori untuk mengetahui tingkat penerimaan individu terhadap suatu teknologi. TAM sendiri dikembangkan oleh Davis pada tahun 1986.

Tinjauan Pustaka

1. Internet

Internet merupakan singkatan dari *Interconnection Networking*. Internet berasal dari bahasa latin “inter” yang berarti antara. Internet dapat diartikan kumpulan dari beberapa komputer, bahkan jutaan komputer di seluruh dunia yang saling berhubungan atau terkoneksi satu sama lainnya. Media yang digunakan bisa menggunakan kabel/serat optik, satelit, atau melalui sambungan telepon (Aditya, 2015).

2. Media Sosial

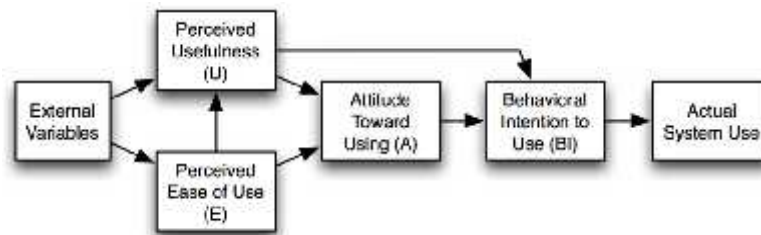
Media sosial adalah sebuah kelompok jaringan yang berbasis aplikasi dalam internet yang dibangun berdasar teknologi dan konsep Web 2.0 sehingga dapat membuat pengguna menciptakan dan mengganti konten yang disebar. Web 2.0 adalah istilah yang pertama kali digunakan pada tahun 2004 oleh pengembang perangkat lunak (*software*) pengguna mulai menggunakan *World Wide Web* (WWW) sebagai tempat di mana konten dan aplikasi tidak lagi dibuat dan disebar oleh seseorang, tetapi sebaliknya terus menerus diubah oleh semua pengguna dalam secara partisipatif dan kolaboratif (Kaplan & Haenlein, 2010).

3. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model merupakan model yang digunakan untuk mengetahui penerimaan sistem informasi dan teknologi secara individual (Surendran, 2012). *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah metode yang paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi informasi karena metode ini lebih sederhana dan mudah diterapkan (Surendran, 2012).

TAM menganggap bahwa dua keyakinan variabel perilaku utama dalam mengadopsi sistem informasi, yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi kegunaan diartikan sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya, dan persepsi kemudahan penggunaan diartikan sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan

sistem tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). *Perceived ease of use* juga berpengaruh pada persepsi kegunaan yang dapat diartikan bahwa jika seseorang merasa sistem tersebut mudah digunakan maka sistem tersebut berguna bagi mereka (Purwitasari & Pratomo, 2015).



Gambar 1. *Technology Acceptance Model*

4. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa kegunaan persepsian merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya (Santoso, 2014).

5. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Dalam Davis (1989) disebutkan bahwa “*ease*” artinya “*freedom from difficulty or great effort*”. Selanjutnya “*ease to use perceived*” didefinisikan “*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort*”. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan keinginan penggunanya. Hasil penelitian Davis (1989) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan sistem dan dapat menjelaskan kalau sistem yang baru dapat diterima oleh pengguna (Fatmawati, 2015).

6. Sikap Penggunaan Teknologi (*Attitude Toward Using*)

Sikap penggunaan teknologi dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Peneliti lain menyatakan bahwa faktor sikap sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap penggunaan teknologi didefinisikan oleh Davis sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan (Muntianah, Astuti & Azizah, 2012). Mathieson mendefinisikan sikap penggunaan teknologi sebagai evaluasi pemakai tentang ketertarikannya menggunakan sistem (Ardhiani, 2015).

7. Hubungan Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pengguna terhadap kegunaan (*perceived usefulness*) (Andrian, Kertahadi & Susilo, 2014; Santoso, 2014).

8. Hubungan Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Penggunaan Teknologi

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan (*attitude toward using*) (Destiana, 2012). Pengaruh yang signifikan ini berarti pengguna menilai suatu sistem itu berguna dan mempunyai manfaat, maka dari itu pengguna akan menunjukkan sikap dalam penerimaan teknologi tersebut.

9. Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Penggunaan Teknologi

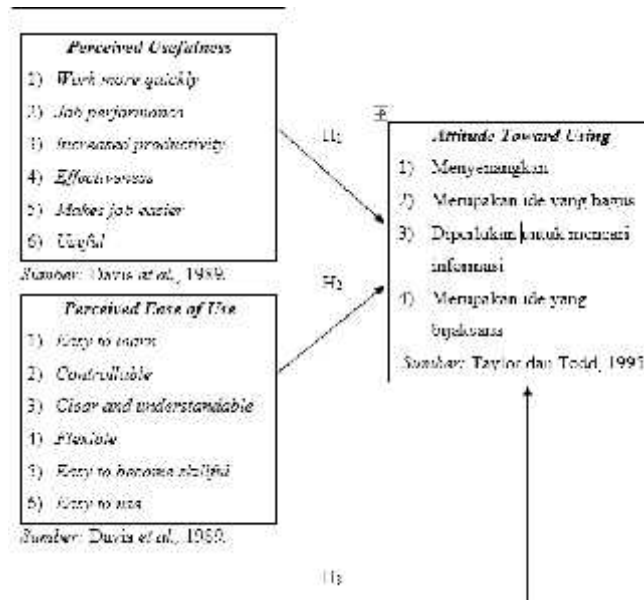
Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan teknologi (Hanafi, Kertahadi & Susilo, 2013; Pilli, Fanaeian & Al-Momani, 2014). Pengaruh signifikan ini

memberikan makna bahwa semakin baik persepsi pengguna tentang kemudahan (*perceived ease of use*) maka pengguna akan menunjukkan sikap dalam penerimaan teknologi tersebut.

10. Hubungan *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Attitude Toward Using*

Sikap penggunaan teknologi dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Peneliti lain menyatakan bahwa faktor sikap sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap penggunaan teknologi didefinisikan oleh Davis sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan.^[11] (Muntianah, Astuti & Azizah, 2012). Menurut TAM, sikap penggunaan teknologi ditentukan oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan teknologi (Iriani, Mariana, Lestari & Murnawan, 2013; Utaminingsih, 2012).

11. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Metodologi Penelitian

Populasi penelitian adalah pengguna Instagram di Indonesia yang menjadi followers akun @indtravel dan berdomisili di Bandung. Peneliti menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan (*e*) sebesar 5% dan jumlah populasi sebesar 327.000. Selain hal tersebut dalam penelitian ini menggunakan *screening question*, diharapkan peneliti dapat dengan jelas membedakan partisipan mana yang memiliki tingkat yang tinggi dalam menentukan sampel yang akan digunakan. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui bahwa sampel dalam penelitian ini berjumlah 100. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *nonprobability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisa data menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \quad (1)$$

Keterangan:

Y = *attitude toward using* pengguna Instagram di Indonesia
= konstanta

β = koefisien regresi

X1 = variabel bebas *perceived usefulness*

X2 = variabel bebas *perceived ease of use*

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Analisis Deskriptif

Tanggapan responden secara keseluruhan terhadap variabel persepsi kegunaan (X_1) menghasilkan persentase 81,76%. Maka variabel persepsi kegunaan berada pada kategori baik. Tanggapan responden secara keseluruhan terhadap variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_2) menghasilkan persentase 84,56%. Maka variabel persepsi kemudahan penggunaan berada pada kategori baik. Tanggapan responden secara keseluruhan terhadap variabel sikap penggunaan teknologi (Y) menghasilkan persentase 82,35%. Maka variabel sikap penggunaan teknologi berada pada kategori baik.

2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas yaitu persepsi kegunaan (X_1) dan persepsi kemudahan penggunaan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu sikap penggunaan teknologi (Y) yang dilakukan pada 100 responden *followers* akun @indtravel yang berdomisili di Jabodetabek, Bandung, Yogyakarta, Malang, Semarang, dan Surabaya.

Tabel 1. Hasil Persamaan Regresi

| | <i>Model</i> | <i>Unstandardized Coefficients</i> | | <i>Standardized Coefficients</i> | <i>t</i> | <i>Sig.</i> |
|---|------------------------------|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|----------|-------------|
| | | <i>B</i> | <i>Std. Error</i> | <i>Beta</i> | | |
| 1 | <i>(Constant)</i> | 1.711 | 1.202 | | 1.423 | .158 |
| | <i>Perceived Usefulness</i> | .323 | .060 | .450 | 5.377 | .000 |
| | <i>Perceived Ease of Use</i> | .291 | .066 | .371 | 4.429 | .000 |

a. *Dependent variable: attitude toward using*

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 1 dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,711 + 0,323X_1 + 0,291X_2 \quad (2)$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (α) = 1,711. Ini menunjukkan nilai konstan, yaitu jika variabel *perceived usefulness* (X_1) dan *perceived ease of use* (X_2) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka *attitude toward using* akan bertambah sebesar 1,711.
2. Koefisien X_1 (B_1) = 0,323. Ini menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*, atau dengan kata lain, jika variabel *perceived usefulness* ditingkatkan sebesar satu satuan, maka *attitude toward using* akan bertambah sebesar 0,323.

3. Koefisien X_2 (B_2) = 0,291. Ini menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*, atau dengan kata lain, jika variabel *perceived ease of use* ditingkatkan sebesar satu satuan, maka *attitude toward using* akan bertambah sebesar 0,291.

3. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian hipotesis secara parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji T yang dilakukan adalah uji dua pihak, maka t_{tabel} yang digunakan adalah $t_{0,05(97)} = 1,985$.

Tabel 2. Hasil Uji-T

| | <i>Model</i> | t | Sig. |
|---|------------------------------|-------|------|
| 1 | (Constant) | 1.423 | .158 |
| | <i>Perceived Usefulness</i> | 5.377 | .000 |
| | <i>Perceived Ease of Use</i> | 4.429 | .000 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Pada tabel 2 dapat disimpulkan variabel persepsi kegunaan (X_1) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} . Dari nilai t_{hitung} (5,377) > t_{tabel} (1,985) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari persepsi kegunaan (X_1) terhadap sikap penggunaan teknologi (Y). Sedangkan, variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_2) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} . Dari nilai t_{hitung} (4,429) < t_{tabel} (1,985) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari persepsi kemudahan penggunaan (X_2) terhadap sikap penggunaan teknologi (Y).

4. Uji Signifikansi Simultan

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3. Hasil Uji-F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 482.593 | 2 | 241.297 | 52.653 | .000 ^b |
| Residual | 444.532 | 97 | 4.583 | | |
| Total | 927.125 | 99 | | | |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Pada tabel 3 dapat dilihat $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($52,653 > 3,09$) dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel bebas yang terdiri dari persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu sikap penggunaan teknologi.

5. Uji Koefisien Determinan

Uji koefisien determinan dilakukan untuk mengetahui besar kontribusi variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap variabel sikap penggunaan teknologi. Untuk itu digunakan nilai R^2 seperti pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinan

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0,721 | 0,521 | 0,511 | 2,14075 |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Pada tabel 4. diperoleh hasil R^2 (*R Square*) sebesar 0,521. Hal tersebut menjelaskan bahwa 52,1% variabel sikap penggunaan teknologi dipengaruhi oleh variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Sedangkan sisanya, 47,9%, variabel sikap penggunaan teknologi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain itu, besarnya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat dilihat dari nilai R (koefisien korelasi) di penelitian ini, yaitu sebesar 0,721. Nilai tersebut mendekati 1, yang berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. R^2 (*R Square*) yang cukup tinggi mempengaruhi dari hasil penelitian dapat disebabkan oleh data penelitian yang sedikit sehingga belum secara jelas menggambarkan penilaian atas hasil yang maksimal. Selain itu penggunaan responden berdasarkan sosio demografi memberikan pengaruh yang berdampak pada penelitian ini. Selain itu faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam model menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- J Berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif persepsi kegunaan Instagram @indtravel, tanggapan responden secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Hal tersebut dapat dilihat dari pernyataan responden terhadap masing-masing item pernyataan variabel persepsi kegunaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Instagram @indtravel memiliki kegunaan atau manfaat yang baik bagi responden untuk mencari informasi kepariwisataan Indonesia.
- J Berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif persepsi kemudahan penggunaan, tanggapan responden secara keseluruhan berada dalam kategori sangat baik. Hal tersebut dapat dilihat dari pernyataan responden terhadap masing-masing item pernyataan variabel persepsi kemudahan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram mudah digunakan untuk mengakses akun @indtravel karena para responden tidak memerlukan usaha yang berlebih untuk menemukan sebuah informasi.
- J Berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif sikap penggunaan teknologi, tanggapan responden secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Hal tersebut dapat dilihat dari pernyataan responden terhadap masing-masing item pernyataan variabel sikap penggunaan teknologi. Posisi variabel sikap penggunaan teknologi yang berada pada kategori baik membuktikan bahwa menurut responden, Instagram merupakan sebuah sistem yang sangat menyenangkan untuk digunakan dikarenakan akun @indtravel memiliki informasi yang baik yang dapat menimbulkan kesenangan bagi para penggunanya. Dengan kemudahan penggunaan dan manfaat yang ada, pengguna menyukai ide untuk menggunakan Instagram @indtravel untuk mencari informasi pariwisata Indonesia. Sehingga, pengguna merasa bahwa menggunakan Instagram merupakan ide yang bagus dan bijaksana untuk mencari informasi pariwisata di @indtravel karena tersedianya informasi yang sesuai dengan yang diinginkan atau dibutuhkan.
- J Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dapat diketahui bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan teknologi pada *followers* akun @indtravel di Instagram. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada nilai t_{tabel} .
- J Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan pada *followers* akun @indtravel di Instagram. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada nilai t_{tabel} .

) Berdasarkan hasil pengujian secara bersama-sama atau simultan dapat diketahui bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan teknologi pada *followers* akun @indtravel di Instagram. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil F_{hitung} yang lebih besar daripada F_{tabel} .

Daftar Pustaka

- Aditya, R. (2015). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention pada Pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia*. Skripsi Universitas Telkom Bandung.
- Andrian, A., Kertahadi, & Susilo, H. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap Penggunaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Billing System (Studi pada Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara). Dipetik Mei 4, 2017, dari https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiU4bbQ4ZnUAhWLRy8KHe_TCV8QFgg7MAI&url=http%3A%2F%2Fperpajakan.studentjournal.ub.ac.id%2Findex.php%2Fperpajakan%2Farticle%2Fdownload%2F46%2F40&usq=AFQjCNH2ZtOJPpkNN
- APJII. (2016). *Survei Internet APJII 2016*. Dipetik Desember 1, 2016, dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <http://www.apjii.or.id/survei2016>
- Ardhiani, L. N. (2015). Analisis Faktor-faktor Penerimaan Penggunaan Quipperschool.com dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) di SMA Negeri 7 Yogyakarta. Dipetik Mei 4, 2017, dari http://eprints.uny.ac.id/20550/1/lisa%20noor%20ardhiani_10520241012.pdf
- Destiana, B. (2012). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fatmawati, E. (2015). *Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*. Dipetik Mei 2, 2017, dari <http://oaji.net/articles/2015/1937-1430107374.pdf>
- Hanafi, H., Kertahadi, & Susilo, H. (2013). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Website UB terhadap Sikap Pengguna*. Jurnal Universitas Brawijaya Malang.
- Indonesia.Travel @indtravel Instagram photos and videos. (2017). Dipetik Mei 5, 2017, dari Instagram: <https://www.instagram.com/indtravel/>
- Iriani, Y., Mariana, A., Lestari, S., & Murnawan. (2013). Analisis Penerimaan Sistem Informasi Berbasis Web dengan Menggunakan Technology Acceptance Model. *Simposium Nasional RAPI XII*, 60-66.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59-68.
- Muntianah, S. T., Astuti, E. S., & Azizah, D. F. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus Pada Kegiatan Belajar Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). Dipetik Mei 4, 2017, dari <http://ejournalfia.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/141/356>

- Pilli, A. O., Fanaeian, A. Y., & Al-Momani, M. M. (2014). Investigating the Students' Attitude Toward the use of E-Learning in Girne American University. *International Journal of Business and Social Science*, 5(5).
- Pratama, A. H. (2016, Juni 22). *Instagram Kian Meninggalkan Twitter dengan 500 Juta Pengguna Aktif Bulanan*. Diambil kembali dari Tech in Asia: <https://id.techinasia.com/instagram-kini-mempunyai-500-juta-pengguna-aktif-bulanan>
- Purwitasari, M., & Pratomo, D. (2015). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use terhadap Actual System Usage (Efisiensi Pengisian SPT) Menurut Persepsi Wajib Pajak (Survey Terhadap Pengusaha Kena Pajak Pada KPP Pratama Bandung Cibeunying)*. Jurnal Universitas Telkom Bandung.
- Santoso, B. (2014). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Enjoyment Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi (Studi Empiris di Kabupaten Sragen). Dipetik Februari 21, 2017, dari [https://eprints.uns.ac.id/15009/1/Publikasi_Jurnal_\(31\).pdf](https://eprints.uns.ac.id/15009/1/Publikasi_Jurnal_(31).pdf)
- Surendran, P. (2012). Technology Acceptance Model: A Survey of Literature. Dipetik Mei 3, 2017, dari thejournalofbusiness.org/index.php/site/article/view/161
- Utaminingsih, W. (2012). Analisis Penerimaan Teknologi Informasi di PT. MRA dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). Dipetik Januari 20, 2017, dari http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/postgraduate/information-system/Sistem%20Informasi%20Bisnis/Artikel_92206027.pdf
- Wijayanti, R. (2012). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking (Studi Empiris Terhadap Nasabah Bank di Depok). Dipetik April 3, 2017, dari http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/graduate/economy/2009/Artikel_20205981.pdf