

Evaluasi Usability dan Penerimaan Pengguna Landing Page CateringSync

^{1*}Alvis Aditya, ²Risalatul Haqiqi Fauziyah, ³Absa Zeta Zetira, ⁴Imelda
Fitriana Dewi, ⁵Yudha Anggara, ⁶Moh Fadhil Zaniel F.

¹²³⁴⁵⁶Sistem Informasi, Universitas Nusantara PGRI Kediri

E-mail: *¹alvisdty@gmail.com, ²risalatulhf18@gmail.com, ³absazetaz@gmail.com,
⁴imeldafitriana11@gmail.com, ⁵yudhaanggaraa27@gmail.com, ⁶Fadhilpahlevi02@gmail.com

Penulis Korespondens : Alvis Aditya

Abstrak— Transformasi digital mendorong UMKM memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penyampaian informasi kepada pelanggan. Salah satu media yang banyak digunakan adalah landing page yang berfungsi sebagai antarmuka awal untuk memperkenalkan layanan atau sistem kepada pengguna. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi usability dan penerimaan pengguna terhadap Landing Page CateringSync menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model dan User Experience. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan melibatkan 60 responden melalui kuesioner skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner valid dan instrumen memiliki reliabilitas yang baik. Selain itu, seluruh variabel memperoleh nilai rata-rata di atas 4,00 yang menunjukkan bahwa Landing Page CateringSync dinilai bermanfaat, mudah digunakan, dan memberikan pengalaman penggunaan yang positif. Berdasarkan hasil tersebut, Landing Page CateringSync dapat diterima sebagai media informasi sistem manajemen stok catering dan layak digunakan sebagai sarana pengenalan sistem.

Kata Kunci— Landing Page, Technology Acceptance Model, User Experience, Usability

Abstract— Digital transformation encourages SMEs to utilize digital media for promotion and information delivery. One commonly used medium is a landing page that serves as an initial interface for introducing services or systems to users. This study evaluates the usability and user acceptance of the CateringSync Landing Page using the Technology Acceptance Model and User Experience approach. A descriptive quantitative method was employed involving 60 respondents through a Likert-scale questionnaire. Data were analyzed using validity testing, reliability testing, and descriptive statistics. The results show that all questionnaire items are valid and the instrument is reliable. Furthermore, all variables achieved mean scores above 4.00, indicating positive user perceptions regarding usefulness, ease of use, user experience, and behavioral intention. These findings indicate that the CateringSync Landing Page is well accepted as an information platform for introducing a catering inventory management system.

Keywords— Landing Page, Technology Acceptance Model, User Experience, Usability

This is an open access article under the CC BY-SA License.



I. PENDAHULUAN

Perkembangan transformasi digital mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam mendukung kegiatan

operasional bisnis. Salah satu teknologi yang banyak diterapkan adalah sistem manajemen inventori untuk membantu pengelolaan stok barang secara lebih terstruktur dan efisien. Pada sektor jasa katering, pengelolaan stok bahan baku menjadi aspek penting karena berhubungan langsung dengan kelancaran operasional dan kualitas layanan. Untuk memperkenalkan sistem manajemen stok yang telah dikembangkan, dibuat Landing Page CateringSync sebagai media informasi yang dapat memberikan gambaran mengenai fungsi, fitur, dan manfaat sistem kepada calon pengguna. Keberadaan landing page yang informatif menjadi penting karena sering kali menjadi titik interaksi awal pengguna sebelum menggunakan suatu sistem secara langsung [1], [2].

Meskipun sebuah landing page dapat menyajikan informasi mengenai sistem yang ditawarkan, keberhasilannya tidak hanya ditentukan oleh tampilan visual atau kelengkapan konten. Pengguna juga mempertimbangkan kemudahan dalam memperoleh informasi, kenyamanan saat berinteraksi dengan halaman web, serta manfaat yang dirasakan setelah memahami sistem yang diperkenalkan. Apabila pengguna mengalami kesulitan dalam memahami isi atau navigasi halaman, maka tujuan penyampaian informasi mengenai sistem manajemen stok tersebut tidak dapat tercapai secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi untuk mengetahui bagaimana persepsi pengguna terhadap Landing Page CateringSync yang telah dikembangkan [1], [2].

Salah satu model yang banyak digunakan untuk mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap teknologi adalah Technology Acceptance Model (TAM). Model ini menjelaskan bahwa penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan (Perceived Usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use). Penerapan TAM telah digunakan pada berbagai objek penelitian, termasuk website pemerintahan [3], website organisasi [4], maupun sistem informasi berbasis web [5]. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan menjadi indikator penting dalam menilai penerimaan suatu sistem [6], [7].

Selain aspek penerimaan teknologi, pengalaman pengguna (User Experience/UX) juga menjadi faktor yang berperan dalam keberhasilan sebuah website. Pengalaman pengguna mencerminkan persepsi, kenyamanan, dan kesan yang terbentuk ketika pengguna berinteraksi dengan antarmuka sistem. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa evaluasi pengalaman pengguna dapat digunakan untuk mengidentifikasi kualitas antarmuka dan tingkat kenyamanan pengguna dalam menggunakan sistem digital [8]. Penelitian Canca dan Perdahçı [9] menunjukkan bahwa evaluasi UX yang dipadukan dengan konstruk TAM mampu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kualitas sebuah website dari sudut pandang pengguna. Temuan serupa juga dijelaskan oleh Park dkk. [10] yang menempatkan pengalaman pengguna sebagai salah satu aspek penting dalam penerimaan teknologi digital.

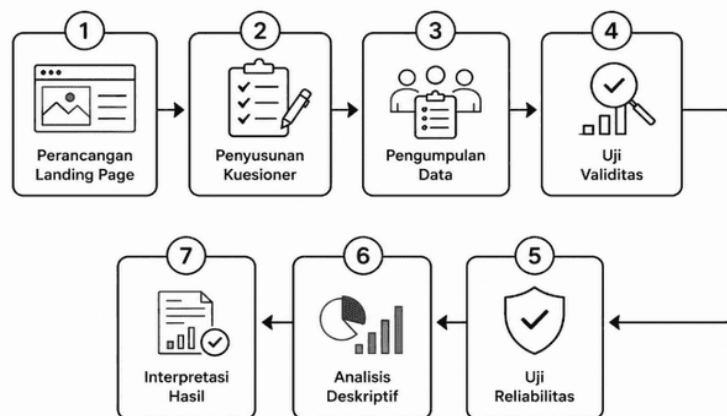
Berbagai penelitian terdahulu telah memanfaatkan TAM untuk mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap website maupun aplikasi digital [3], [4], [5], [7]. Sebagian penelitian tersebut berfokus pada pengujian hubungan antarvariabel menggunakan pendekatan SEM, PLS, maupun regresi. Di sisi lain, terdapat pula penelitian yang menggunakan TAM sebagai instrumen evaluasi untuk menggambarkan tingkat penerimaan pengguna terhadap sistem yang dikembangkan [5], [6]. Namun, penelitian yang secara khusus mengevaluasi

landing page sebagai media pengenalan sistem manajemen stok pada sektor catering masih relatif terbatas. Selain itu, kajian yang mengombinasikan konstruk TAM dan User Experience untuk memperoleh gambaran awal mengenai penerimaan pengguna terhadap landing page UMKM juga masih jarang ditemukan [9], [11]. Kondisi tersebut menunjukkan adanya peluang penelitian untuk mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap landing page pada tahap awal pengenalan sistem sebelum sistem digunakan secara penuh.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan mengevaluasi usability dan penerimaan pengguna terhadap Landing Page CateringSync sebagai media informasi sistem manajemen stok catering. Evaluasi dilakukan berdasarkan dimensi Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), User Experience (UX), dan Behavioral Intention (BI) untuk memperoleh gambaran mengenai persepsi pengguna terhadap landing page yang telah dikembangkan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar dalam proses pengembangan dan penyempurnaan Landing Page CateringSync maupun sistem manajemen stok yang diperkenalkan melalui landing page tersebut.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif untuk menggambarkan tingkat usability dan penerimaan pengguna terhadap Landing Page CateringSync berdasarkan persepsi responden. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan menguji hubungan kausal antarvariabel, melainkan memperoleh gambaran mengenai penilaian pengguna terhadap landing page yang dikembangkan. Tahapan penelitian meliputi perancangan landing page sebagai media informasi sistem manajemen stok CateringSync, penyusunan instrumen penelitian, pengumpulan data melalui kuesioner, pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, analisis statistik deskriptif, serta interpretasi hasil penelitian. Alur penelitian ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

A. Perancangan Landing Page dan Pengumpulan Data

Landing Page CateringSync merupakan media informasi yang digunakan untuk memperkenalkan sistem manajemen stok katering kepada calon pengguna. Landing page ini menyajikan informasi mengenai fitur, manfaat, dan fungsi utama sistem yang dikembangkan. Tampilan Landing Page CateringSync ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Tampilan Landing Page CateringSync (diakses melalui <https://alvisdiy.github.io/CateringSync-landing/>)

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner daring melalui Google Form. Responden penelitian berjumlah 60 orang yang diminta mengakses dan mencoba Landing Page CateringSync sebelum mengisi kuesioner penelitian. Untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diberikan, instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat yaitu skor 1 (Tidak Setuju), skor 2 (Kurang Setuju), skor 3 (Netral), skor 4 (Setuju), dan skor 5 (Sangat Setuju) [3], [7].

Variabel penelitian mengacu pada konstruk Technology Acceptance Model (TAM) yang dipadukan dengan aspek User Experience (UX) berdasarkan penelitian terdahulu [9], [10]. Variabel yang diukur terdiri dari Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), User Experience (UX), dan Behavioral Intention (BI). Setiap variabel diukur menggunakan tiga butir pertanyaan sehingga total terdapat 12 item kuesioner. Instrumen penelitian disusun dengan mengadaptasi konstruk TAM dan UX untuk memperoleh gambaran persepsi pengguna terhadap Landing Page CateringSync.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Kode	Indikator
Perceived Usefulness (PU)	P1	Informasi mengenai fitur dan fungsi sistem manajemen stok katering pada Landing Page CateringSync mudah dipahami

Variabel	Kode	Indikator
Perceived Ease of Use (PEOU)	P2	Landing Page CateringSync membantu saya memahami manfaat dan cara kerja sistem manajemen stok katering yang ditawarkan
	P3	Landing page CateringSync memudahkan saya dalam mencari informasi catering
	P4	Tampilan dan menu pada landing page CateringSync terlihat jelas dan teratur
	P5	Navigasi pada landing page CateringSync mudah digunakan
	P6	Penggunaan landing page CateringSync secara keseluruhan terasa mudah
User Experience (UX)	P7	Saya mendapatkan pengalaman yang baik saat menggunakan landing page CateringSync
	P8	Desain landing page CateringSync terlihat menarik
	P9	Saya merasa nyaman saat menggunakan landing page CateringSync
Behavioral Intention (BI)	P10	Saya memiliki keinginan untuk menggunakan kembali landing page CateringSync
	P11	Saya tertarik menggunakan layanan CateringSync di masa mendatang
	P12	Saya bersedia merekomendasikan CateringSync kepada orang lain

Indikator pertanyaan pada penelitian ini disusun dengan mengadaptasi konstruk TAM dan UX yang telah digunakan pada penelitian terdahulu serta disesuaikan dengan konteks Landing Page CateringSync sebagai media informasi sistem manajemen stok katering [3], [10].

B. Uji Kualitas Instrumen

Analisis data dilakukan dalam tiga tahap. Tahap pertama adalah uji validitas menggunakan Pearson Product Moment untuk mengetahui kelayakan setiap item pertanyaan. Item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel. Persamaan Pearson Product Moment ditunjukkan pada Persamaan (1).

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (1)$$

Tahap kedua adalah uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Persamaan Cronbach's Alpha ditunjukkan pada Persamaan (2).

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right) \quad (2)$$

C. Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif berdasarkan nilai rata-rata (mean) untuk mengetahui tingkat persepsi responden pada setiap variabel penelitian. Nilai rata-rata dihitung menggunakan Persamaan (3).

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} \quad (3)$$

Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk menggambarkan tingkat usability dan penerimaan pengguna terhadap Landing Page CateringSync berdasarkan dimensi Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), User Experience (UX), dan Behavioral Intention (BI).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan metode Pearson Product Moment untuk mengetahui kelayakan setiap item pertanyaan pada instrumen penelitian. Berdasarkan jumlah responden sebanyak 60 orang, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,254 pada tingkat signifikansi 5%. Item dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} .

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P1	0,776	0,254	Valid
P2	0,787	0,254	Valid
P3	0,792	0,254	Valid
P4	0,781	0,254	Valid
P5	0,847	0,254	Valid
P6	0,788	0,254	Valid
P7	0,840	0,254	Valid
P8	0,709	0,254	Valid
P9	0,826	0,254	Valid
P10	0,835	0,254	Valid
P11	0,640	0,254	Valid
P12	0,560	0,254	Valid

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item kuesioner memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar daripada nilai r_{tabel} sebesar 0,254. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item memenuhi kriteria validitas dan dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Nilai validitas tertinggi diperoleh pada item P5 dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,847, sedangkan nilai terendah terdapat pada item P12 sebesar 0,560. Meskipun memiliki nilai korelasi paling rendah dibandingkan item lainnya, item P12 tetap memenuhi kriteria validitas karena nilainya masih berada di atas batas minimum yang ditetapkan. Dengan demikian, seluruh item kuesioner dinilai mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dan layak digunakan pada tahap analisis berikutnya.

B. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Keterangan
PU	3	0,827	Reliabel
PEOU	3	0,879	Reliabel
UX	3	0,797	Reliabel
BI	3	0,801	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel memperoleh nilai Cronbach Alpha di atas 0,70 sehingga dapat dinyatakan reliabel. Nilai reliabilitas tertinggi diperoleh pada variabel Perceived Ease of Use (PEOU) sebesar 0,879, sedangkan nilai terendah terdapat pada variabel User Experience (UX) sebesar 0,797. Meskipun demikian, seluruh nilai reliabilitas telah memenuhi kriteria yang ditetapkan sehingga instrumen penelitian dinilai memiliki tingkat konsistensi yang baik. Hasil ini menunjukkan bahwa item-item pertanyaan pada setiap variabel mampu digunakan secara konsisten untuk mengukur persepsi pengguna terhadap Landing Page CateringSync.

C. Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui tingkat persepsi responden terhadap Landing Page CateringSync berdasarkan dimensi Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), User Experience (UX), dan Behavioral Intention (BI).

Tabel 4. Nilai Rata-rata Variabel Penelitian

Variabel	Mean
PU	4,127

PEOU	4,194
UX	4,205
BI	4,133

Berdasarkan Tabel 4, seluruh variabel memperoleh nilai rata-rata di atas 4,00 yang menunjukkan persepsi positif responden terhadap Landing Page CateringSync. Variabel User Experience (UX) memperoleh nilai tertinggi sebesar 4,205, sedangkan Perceived Usefulness (PU) memperoleh nilai terendah sebesar 4,127. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa Landing Page CateringSync diterima dengan baik dari aspek kemanfaatan, kemudahan penggunaan, pengalaman pengguna, dan niat penggunaan.

D. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Landing Page CateringSync memperoleh tingkat penerimaan awal yang baik. Nilai rata-rata seluruh dimensi yang berada di atas 4,00 menunjukkan bahwa antarmuka yang dikembangkan mampu memenuhi kebutuhan pengguna dari aspek kemanfaatan, kemudahan penggunaan, pengalaman pengguna, dan niat penggunaan.

Dimensi User Experience (UX) memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,205. Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna memberikan penilaian positif terhadap pengalaman penggunaan (P7), desain visual (P8), dan kenyamanan penggunaan (P9). Tingginya nilai UX mengindikasikan bahwa aspek yang dapat diamati secara langsung, seperti tampilan antarmuka, tata letak informasi, dan kenyamanan interaksi, menjadi keunggulan utama Landing Page CateringSync dalam membangun kesan awal pengguna. Temuan ini sejalan dengan penelitian Park dkk. [10] yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna merupakan faktor penting dalam meningkatkan penerimaan teknologi digital. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Canca dan Perdahçı [9] yang menunjukkan bahwa kualitas pengalaman pengguna berperan dalam membentuk persepsi positif terhadap website, khususnya pada aspek kenyamanan penggunaan dan kemudahan memahami informasi yang disajikan.

Tingginya nilai UX juga diikuti oleh tingginya nilai Perceived Ease of Use (PEOU) sebesar 4,194. Hasil ini mengindikasikan bahwa pengguna merasa navigasi dan struktur informasi pada Landing Page CateringSync mudah dipahami. Kemudahan penggunaan merupakan aspek penting karena membantu pengguna memperoleh informasi tanpa mengalami kesulitan dalam proses interaksi. Temuan ini mendukung hasil penelitian Nurlaila dkk. [3] dan Setiawan dkk. [4] yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berkontribusi terhadap penerimaan pengguna terhadap website.

Selain mudah digunakan, landing page juga dinilai memberikan manfaat yang baik dengan nilai Perceived Usefulness (PU) sebesar 4,127. Meskipun berada pada kategori tinggi, nilai ini merupakan yang terendah dibandingkan variabel lainnya. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa sebagian responden masih memerlukan informasi yang lebih rinci mengenai manfaat operasional sistem, mengingat evaluasi dilakukan pada landing page sebagai media pengenalan awal dan bukan pada penggunaan sistem secara langsung. Namun demikian,

pengguna tetap menilai bahwa informasi yang disajikan mampu membantu mereka memahami fungsi dan manfaat sistem manajemen inventori katering yang diperkenalkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Chasanah dkk. [6] dan Maula dkk. [7] yang menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap penerimaan pengguna pada website dan sistem berbasis web.

Penilaian positif terhadap pengalaman penggunaan, kemudahan penggunaan, dan kemanfaatan sistem tercermin pada nilai Behavioral Intention (BI) sebesar 4,133. Nilai tersebut menunjukkan adanya kecenderungan pengguna untuk menggunakan atau merekomendasikan sistem yang diperkenalkan melalui Landing Page CateringSync. Meskipun demikian, item P12 yang mengukur kesediaan merekomendasikan CateringSync kepada orang lain memiliki nilai validitas terendah ($r_{hitung} = 0,560$) dibandingkan item lainnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian responden masih memerlukan keyakinan lebih lanjut sebelum memberikan rekomendasi kepada pihak lain. Hal tersebut kemungkinan disebabkan karena responden hanya mengevaluasi landing page dan belum menggunakan sistem manajemen stok katering secara langsung dalam aktivitas operasional. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap landing page belum sepenuhnya diikuti oleh tingkat kepercayaan yang sama untuk merekomendasikan sistem kepada orang lain. Hasil ini tetap sejalan dengan penelitian Ramos dkk. [12] yang menjelaskan bahwa persepsi positif terhadap kualitas website dapat meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan layanan yang ditawarkan.

Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi konstruk TAM dan UX dapat digunakan sebagai pendekatan evaluatif untuk mengukur penerimaan pengguna terhadap landing page pada tahap awal pengembangan sistem digital. Dari sisi teoritis, temuan ini memperlihatkan bahwa konstruk TAM tetap relevan digunakan untuk mengevaluasi media berbasis web yang berfungsi sebagai sarana pengenalan sistem, sementara aspek UX melengkapi evaluasi dengan memberikan gambaran mengenai pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan antarmuka. Hasil evaluasi ini dapat menjadi dasar dalam penyempurnaan antarmuka dan pengembangan fitur sistem pada tahap berikutnya. Urutan nilai variabel yang menempatkan UX dan PEOU lebih tinggi dibanding PU menunjukkan bahwa pengguna lebih mudah mengevaluasi aspek visual dan kemudahan interaksi yang dapat diamati secara langsung pada landing page dibanding manfaat sistem yang belum mereka gunakan secara langsung.

Penelitian ini memiliki keterbatasan berupa jumlah responden yang masih terbatas pada 60 orang serta penggunaan analisis statistik deskriptif yang belum mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara kausal. Selain itu, penelitian hanya mengevaluasi landing page sebagai media informasi sistem sehingga belum mencakup penggunaan sistem manajemen inventori katering secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan menerapkan metode SEM atau PLS untuk menganalisis hubungan antar konstruk TAM dan UX secara lebih mendalam.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan User Experience (UX), Landing Page CateringSync menunjukkan tingkat usability dan penerimaan pengguna yang baik. Pengguna menilai bahwa landing page mampu

menyajikan informasi yang bermanfaat, mudah dipahami, serta memberikan pengalaman penggunaan yang positif. Temuan ini menunjukkan bahwa Landing Page CateringSync telah memenuhi fungsinya sebagai media informasi untuk memperkenalkan sistem manajemen inventori catering kepada calon pengguna. Selain itu, kombinasi TAM dan UX dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas antarmuka pada tahap awal pengembangan sistem digital dan menjadi dasar dalam penyempurnaan sistem pada tahap selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Ali Firmansyah, Sucipto, and A. Nugroho, "Evaluation of Hospital Website Quality on User Satisfaction," 2025. Accessed: Jun. 02, 2026. [Online]. Available: <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/icms/article/view/5164>
- [2] D. A. Saputra, Sucipto, and T. Andriyanto, "Analisis Kualitas Website Sistem Informasi Akademik Universitas Nusantara PGRI Kediri Quality Analysis of Website Academic Information System Universitas Nusantara PGRI Kediri," *Research: Journal of Computer*, vol. 5, no. 1, pp. 17–22, 2022, Accessed: Jun. 02, 2026. [Online]. Available: <https://doi.org/10.25273/research.v5i1.9350>
- [3] Nurlaila, H. J. Setyadi, and P. P. Widagdo, "Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Mengukur Penerimaan Website Pejabat Pengelola Informasi Dan Dokumentasi (PPID) Di Diskominfo Kota Samarinda," *Adopsi Teknologi dan Sistem Informasi (ATASI)*, vol. 1, no. 2, pp. 91–99, Nov. 2022, doi: 10.30872/atasi.v1i2.347.
- [4] H. Setiawan, B. Purnama, and F. Ilmu Komputer, "Analisis Tingkat Kepuasan Penerimaan Pengguna terhadap Website pupr.jambiprov.go.id dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM)," *Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi (JMS)*, vol. 3, no. 2, 2023, doi: 10.33998/jms.v3i1.
- [5] R. Rosda, M. Wali, and I. Imilda, "Evaluation of the Successful Implementation of the SIMARDI Using the Technology Acceptance Model (TAM)," *Journal of Technology and Information Systems*, 2023, doi: 10.58905/SAGA.vol1i2.67.
- [6] N. Chasanah *et al.*, "Measuring the Customer Acceptance of Website Technology using TAM Framework," 2023. Accessed: Jun. 03, 2026. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1063/5.0113161>
- [7] A. Salim Maula, R. Hidayat, N. Riesmiyantiningtias, and U. Bina Sarana Informatika Jakarta, "Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer Analisis Kepuasan Pengguna pada Website PT.Tunas Ridean Tbk Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM)," 2024, doi: 10.33395/remik.v8i2.13515.
- [8] A. Cory Zarkasi, A. Sari Wardani, and Sucipto, "METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi ANALISA USER EXPERIENCE TERHADAP FITUR DI APLIKASI ZENIUS MENGGUNAKAN HEART FRAMEWORK," vol. 6, no. 2, 2022, doi: 10.46880/jmika.Vol6No2.pp174-179.
- [9] D. Canca and Z. Perdahçı, "User Experience Analysis of an Original Website Designed with Simplicity from the Perspective of Technology Acceptance Model," *Acta Infologica*, vol. 0, no. 0, pp. 0–0, May 2023, doi: 10.26650/acin.1235455.

- [10] Y. E. Park *et al.*, “User Experience and Extended Technology Acceptance Model in Commercial Health Care App Usage Among Patients With Cancer: Mixed Methods Study,” *J. Med. Internet Res.*, vol. 26, 2024, doi: 10.2196/55176.
- [11] F. Sönmez, U. Aydin, and Z. N. Perdahci, “Investigation of university websites from technology acceptance model and information architecture perspective: A case study,” *J. Inf. Sci.*, vol. 50, no. 2, pp. 466–480, Apr. 2024, doi: 10.1177/01655515221094436.
- [12] K. Ramos, O. Cuamea, and J. Lozano-Ramirez, “Extending the technology acceptance model: website quality and social media explaining visitors’ continuance usage intention in aesthetic tourist,” *International Journal of Tourism Cities*, pp. 1–23, Jan. 2025, doi: 10.1080/20565607.2025.2599898.