

ANALISIS PENERIMAAN ASISTEN VIRTUAL BERBASIS AI VERONIKA PADA MYTELKOMSEL MENGGUNAKAN MODEL TAM

Lingga Dwi Al Farizi^{1*}, M Ahnaf Zaki², M Ikhlasul Amal Akbar³

UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia¹

Email*: 23082010146@student.upnjatim.ac.id

UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia²

Email*: 23082010147@student.upnjatim.ac.id

UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia³

Email*: 23082010153@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Saat ini, teknologi kecerdasan buatan (AI) berkembang dengan sangat cepat dan telah digunakan dalam banyak bidang, seperti industri telekomunikasi. Salah satunya adalah layanan asisten virtual berbasis web *chatbot*, mirip dengan fitur Veronika di aplikasi MyTelkomsel, yang dirancang untuk meningkatkan produktivitas dan pengalaman digital pelanggan. Dengan menggunakan Model Penerimaan Teknologi (TAM), pada penelitian ini akan menyelidiki variabel yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap asisten virtual Veronika. Tiga variabel utama digunakan dalam model ini adalah *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Perceived Usefulness (PU)*, dan *Attitude toward Using (ATU)*. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner dibagikan kepada pengguna MyTelkomsel yang pernah menggunakan fitur Veronika. Teknik sampling acak sederhana digunakan untuk memilih subjek. Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS untuk validitas, reliabilitas, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan memengaruhi Persepsi Penggunaan secara positif dan signifikan. Kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 11,4 persen variasi sikap pengguna terhadap asisten virtual Veronika, menurut nilai *R-square* sebesar 0,114. Kedua komponen ini sangat penting untuk membentuk opini pengguna, meskipun kontribusi pengaruhnya tergolong kecil. Di masa mendatang, penelitian ini akan menjadi referensi untuk pengembangan layanan AI untuk layanan pelanggan.

Kata kunci: AI, MyTelkomsel, TAM, Veronika, Asisten Virtual

ABSTRACT

The telecommunications sector is one of the many industries that have adopted artificial intelligence (AI) technology, which is currently developing at an accelerated rate. One of its uses is chatbot-based virtual assistant services, such the MyTelkomsel app's Veronika function, which attempts to improve productivity and customer satisfaction through digital means. The purpose of this study is to apply the Technology adoption Model (TAM) to examine the variables affecting users' adoption of the Veronika virtual assistant. Three primary variables are used in this model: Attitude Toward Using (ATU), Perceived Utility (PU), and Perceived Ease of Use (PEOU). MyTelkomsel users who have previously used the Veronika feature are given questionnaires as part of a quantitative research approach. These users were chosen using a straightforward random selection procedure. Using phases of validity testing, reliability testing, and

hypothesis testing, SmartPLS software was used to analyze the data. The findings of the study demonstrate that Attitude Toward Using is positively and significantly impacted by the variables Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness. These two factors can account for 11.4% of the variation in user opinions regarding the use of the Veronika virtual assistant, according to the R-square value of 0.114. Both elements contribute significantly to the development of consumers' favorable attitudes, despite their comparatively little roles. It is anticipated that this research will be used as a guide for future advancements in AI customer support.

Keywords: Virtual Assistant, Veronika, MyTelkomsel, TAM, and AI

1. PENDAHULUAN

Kehidupan masyarakat sekarang sangat bergantung pada teknologi informasi. karena mampu menyediakan informasi secara cepat dan akurat guna mendukung penyelesaian berbagai permasalahan dalam aktivitas sehari-hari [1]. Salah satu bentuk pemanfaatannya adalah AI atau kecerdasan buatan yang telah berkembang dengan cepat dan diterapkan pada berbagai industri, termasuk telekomunikasi [2]. Salah satu implementasi AI yang signifikan dalam industri ini adalah asisten virtual berbasis *chatbot* yang berfungsi sebagai layanan pelanggan otomatis. Aplikasi MyTelkomsel, sebagai platform layanan digital dari Telkomsel, telah mengadopsi teknologi AI untuk meningkatkan efisiensi dan pengalaman pengguna melalui fitur *chatbot* Veronika [3]. Teknologi ini dirancang untuk memberikan layanan cepat dan responsif bagi pengguna, mengurangi ketergantungan pada layanan pelanggan konvensional yang sering kali memerlukan waktu lebih lama untuk merespons keluhan pelanggan [3]. Namun, Dalam pengadopsian teknologi informasi, tidak ada kepastian bahwa kemajuan teknologi akan selalu diikuti oleh keberhasilan atau kesiapan pengguna dalam menerimanya [4]. Meskipun AI menawarkan manfaat yang signifikan, tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi ini masih bervariasi. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap fitur AI dalam aplikasi MyTelkomsel.

Aplikasi MyTelkomsel terus meningkatkan kinerjanya dengan memanfaatkan *Artificial Intelligence* pada layanan asisten virtual pada aplikasi MyTelkomsel [5]. Dalam penelitian ini, *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah model yang sering dimanfaatkan untuk mempelajari proses adopsi teknologi informasi. [6]. Menurut teori dari Fred Davis, TAM adalah sebuah model guna meramalkan serta memaparkan cara penikmat teknologi mengadopsi teknologi yang terkait dengan kebutuhan mereka [7]. Memberikan pemahaman yang mendalam tentang proses yang mendasari penerimaan teknologi adalah tujuan utama dari Model Penerimaan Teknologi. Model ini bertujuan mengamati perilaku pengguna, menjelaskan secara teoritis keberhasilan implementasi teknologi, serta menjadi langkah mendasar untuk menelusuri pengaruh faktor eksternal terhadap keyakinan internal, sikap, dan niat pengguna [8].

2. METODE

Jenis Penelitian

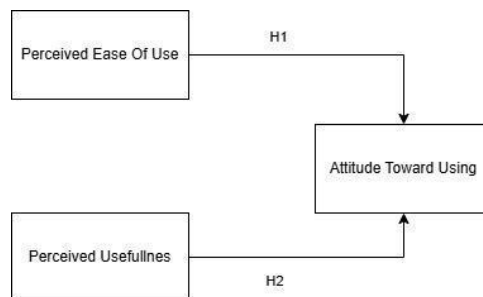
Dalam penelitian ini diterapkan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang menggunakan data berupa angka dalam proses pengumpulan serta pengolahan data guna memperoleh hasil yang berbentuk numerik [9]. Instrumen utama yang dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yang berfungsi untuk memperoleh data terkait persepsi pengguna mengenai *Perceived Ease of Use*, *Perceived*

Usefulness, dan *Attitude Toward Using* teknologi kecerdasan buatan dalam layanan digital pelanggan [10]. Pendekatan ini diterapkan untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna terhadap Veronika, asisten virtual berbasis AI pada aplikasi MyTelkomsel, dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah disesuaikan dengan konteks penelitian ini.

Model Konseptual Penelitian

Model konseptual dalam penelitian ini mengacu pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), dengan penyesuaian terhadap variabel yang digunakan. Model ini menilai penerimaan teknologi berdasarkan dua faktor utama, yaitu *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEOU) mengacu pada sejauh mana pengguna merasa bahwa Veronika mudah untuk digunakan dalam mengakses layanan Telkomsel. *Perceived Usefulness* (PU) mengukur seberapa besar manfaat yang dirasakan pengguna dari penggunaan Veronika dalam membantu memenuhi kebutuhan layanan mereka secara efektif. Kedua faktor ini memengaruhi *Attitude Toward Using* (ATU), yang pada akhirnya memengaruhi niat dan perilaku penggunaan aktual [16], sehingga merepresentasikan sikap positif atau negatif pengguna terhadap penggunaan Veronika, yang tercermin dari kenyamanan, kepuasan, dan preferensi mereka dalam memanfaatkan layanan tersebut.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU) memiliki hubungan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) serta minat untuk menggunakan teknologi. Sebagai contoh, studi pada referensi [11], mengungkapkan bahwa persepsi terhadap kegunaan berperan penting dalam mendorong penerimaan teknologi AI generatif di lingkungan pendidikan. Sementara itu, penelitian lain[12] menemukan bahwa faktor kepercayaan dan *Perceived Usefulness* (PU) menjadi elemen utama yang memengaruhi sikap konsumen terhadap penggunaan AI dalam aktivitas belanja daring.



Gambar 1. Model konseptual penelitian

Berdasarkan model diatas dapat diambil hipotesis bahwa:

1. H1: *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*
2. H2: *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using*.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi sendiri adalah sekelompok individu, benda dan ukuran dalam jumlah yang besar dan luas yang memiliki potensi menjadi subjek penelitian [13]. Sedangkan sampel merupakan subset populasi dengan karakteristik yang mirip dengan objek sumber data [13]. Populasi dalam penelitian ini merupakan pengguna aplikasi MyTelkomsel yang telah menggunakan fitur asisten virtual Veronika. Berdasarkan data dari laman resmi MyTelkomsel, jumlah pengguna aplikasi ini mencapai 46 juta [14].

Dari populasi tersebut, perhitungan sampel akan dilakukan menggunakan rumus Slovin, karena jumlah populasi yang besar dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%. Rumus Slovin banyak digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimum dalam survei sosial maupun pendidikan karena kesederhanaannya dan efektivitas dalam populasi besar [15], [16]. Berdasarkan hasil perhitungan, sampel minimum yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Dimana setiap individu dalam populasi sama sama memiliki kesempatan terpilih sebagai responden dalam survei.

Instrumen Penelitian

1. Variabel dan Indikator Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga variabel utama berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah dimodifikasi, yaitu:

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Kode	Indikator	Sumber
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU1	Mempelajari AI Veronika dengan mudah.	[17]
	PEOU2	Menggunakan AI Veronika mudah	[17]
	PEOU3	Interaksi jelas dan mudah dipahami	[17]
	PEOU4	Dapat beradaptasi dengan mudah	[17]
	PEOU5	Mudah digunakan secara keseluruhan	[17]
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	Meningkatkan hasil kinerja	[17]
	PU2	Meningkatkan efektivitas kinerja	[17]
	PU3	Penyederhanaan dalam proses kinerja	[17]
<i>Attitude Toward Using</i>	ATU1	Kenyamanan dalam berinteraksi	[17]
	ATU2	Senang dalam penggunaan	[17]
	ATU3	Menikmati penggunaan	[17]
	ATU4	Tidak membosankan	[17]

2. Item Pertanyaan

Tabel 2. Item Pertanyaan

Variabel	Kode	Pertanyaan
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU1	Saya merasa mudah untuk mempelajari cara menggunakan Al Veronika.
	PEOU2	Saya merasa Al Veronika mudah untuk dioperasikan.
	PEOU3	Interaksi saya dengan Al Veronika jelas dan mudah untuk dipahami.
	PEOU4	Saya mudah beradaptasi untuk menggunakan Al Veronika dalam berbagai kebutuhan layanan.
	PEOU5	Secara keseluruhan, saya berpendapat bahwa Al Veronika mudah untuk digunakan.
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	Penggunaan Al Veronika membantu saya meningkatkan kualitas hasil dalam mencari informasi atau layanan.
	PU2	Al Veronika meningkatkan efektivitas saya dalam menyelesaikan urusan terkait layanan Telkomsel.
	PU3	Al Veronika menyederhanakan proses yang biasanya saya lakukan untuk mengakses layanan Telkomsel.
<i>Attitude Toward Using</i>	ATU1	Saya merasa nyaman berinteraksi dengan Al Veronika.
	ATU2	Saya merasa senang saat

Variabel	Kode	Pertanyaan
		menggunakan AI Veronika.
	ATU3	Saya menikmati menggunakan fitur AI Veronika.
	ATU4	Menurut saya, menggunakan AI Veronika tidak membosankan.

Pengumpulan Data

Penelitian tentang penerimaan teknologi AI Veronika pada aplikasi MyTelkomsel akan mengumpulkan data melalui kuesioner dengan skala likert 5 poin, nilai 1 memuat arti "sangat tidak setuju" dan nilai 5 memuat arti "sangat setuju". Data dikumpulkan melalui survei yang dibagikan kepada pengguna MyTelkomsel yang menggunakan fitur Veronika

Metode Analisis Data

Teknik *Structural Equation Modeling (SEM)* digunakan pada penelitian ini sebagai metode analisis data dengan menggunakan perangkat lunak Smart PLS untuk mengolah data. Teknik SEM digunakan karena dapat menjawab berbagai pertanyaan penelitian melalui serangkaian analisis yang terstruktur dan komprehensif [24]. Data pada penelitian ini diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner secara daring dengan memanfaatkan platform *google form*. Tahapan analisis data yang dilakukan meliputi analisis data demografi responden, analisis inferensial yang terdiri dari *outer model*, *inner model*, dan pengujian hipotesis.

1. Demografi Responden

Analisis data demografi membantu mendeskripsikan karakteristik responden penelitian (seperti usia, jenis kelamin, dan pengalaman) serta mengidentifikasi variabel yang dapat memengaruhi hasil penelitian.

2. Outer Model

Analisis outer model melibatkan pengujian reliabilitas dan validitas. Validitas diuji dengan melihat nilai validitas *convergent* dan *discriminant*. Reliabilitas diuji untuk mengetahui apakah pernyataan dalam kuesioner konsisten, dengan melihat nilai reliabilitas *composite* dan Cronbach's alpha.

3. Inner Model

Hubungan antara variabel laten diprediksi melalui analisis *inner model*. Nilai *R-square* dan *F-square* dapat digunakan untuk mengetahui hubungan ini.

4. Pengujian Hipotesis

Metode *bootstrapping* digunakan untuk menguji hipotesis. Metode ini digunakan untuk mengestimasi parameter model seperti *path coefficients*, *factor loadings*, *average variance* yang dijelaskan, *T-statistics*, dan *P-values*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Aplikasi SmartPLS digunakan untuk menguji validitas penelitian ini. Ini dilakukan untuk mengetahui seberapa baik instrumen dapat mengidentifikasi variabel tertentu. Validitas diuji dengan menghitung hubungan antara skor total variabel dengan skor masing-masing item pernyataan. Sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian sebelumnya [18], instrumen dianggap valid jika nilai korelasi melebihi nilai 0,5.

Pengujian validitas pada Gambar 2 menunjukkan keseluruhan item memiliki nilai korelasi di atas 0,5 sehingga instrumen dapat dinyatakan valid. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian [18], [19] yang menggunakan model TAM dan memperoleh validitas instrumen yang baik.

	ATU	PEOU	PU	
ATU1	0.887			
ATU2	0.884			
ATU3	0.851			
ATU4	0.884			
PEOU1		0.712		
PEOU2		0.881		
PEOU3		0.797		
PEOU4		0.722		
PEOU5		0.748		
PU1			0.881	
PU2			0.936	
PU3			0.896	

Gambar 2. Tabel Hasil uji validitas

Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menilai seberapa konsisten atau andal instrumen yang digunakan dalam mengukur setiap variabel penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS. Selain itu, analisis hipotesis dilakukan dengan metode regresi berganda. Hasil uji reliabilitas ditampilkan dalam bentuk gambar. Berdasarkan hasil tersebut, instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam model TAM dinyatakan andal. Hal ini dibuktikan melalui nilai *Composite Reliability*, *Average Variance Extracted* (AVE), Cronbach's Alpha, dan rho_A yang telah memenuhi standar kelayakan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini layak dan konsisten untuk digunakan.

	Cronbach's alpha	Composite reliability (r...	Composite reliability (r...	Average variance extrac...
ATU	0.900	0.916	0.930	0.768
PEOU	0.833	0.846	0.882	0.600
PU	0.890	0.907	0.931	0.819

Gambar 3. Tabel Hasil uji reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai konsistensi instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian menggunakan SmartPLS menghasilkan nilai Cronbach's Alpha, *Composite Reliability* (CR), dan *Average Variance Extracted* (AVE) yang memenuhi syarat minimal [20]. Pada Gambar 3 terlihat nilai Cronbach's Alpha terhadap masing masing variabel yaitu *Attitude Toward Using*, *Perceived Ease of Use*, dan

Perceived Usefulness memiliki nilai 0,900; 0,833; dan 0,890, yang berarti memiliki reliabilitas tinggi.

Composite Reliability untuk ketiga variabel juga berada di atas 0,7, yaitu 0,930 untuk ATU, 0,882 untuk PEOU, dan 0,931 untuk PU, sedangkan AVE ketiga variabel diatas 0,5, yakni 0,768, 0,600, dan 0,819. Hasil ini konsisten dengan temuan sebelumnya [20] yang menunjukkan reliabilitas tinggi pada instrumen TAM.

Nilai R-square hanya 0.114, artinya model hanya menjelaskan 11.4% variansi sikap pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi PEOU dan PU dalam menjelaskan sikap pengguna tergolong rendah dan belum cukup signifikan. Nilai f-square menunjukkan kontribusi kecil dari kedua variabel tersebut, yakni 0.070 untuk PEOU dan 0.043 untuk PU. Meskipun demikian, kedua variabel ini tetap memberikan pengaruh yang signifikan terhadap sikap pengguna terhadap sistem. Nilai R-square yang rendah menunjukkan bahwa faktor lain, seperti faktor sosial, budaya, atau teknologi lain yang tidak tercakup dalam model ini, mungkin turut memengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan sistem. Oleh karena itu, meskipun PEOU dan PU memiliki kontribusi, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan pemahaman mengenai sikap pengguna.

Analisis Pengaruh

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (ST...	T statistics (O/STDEV)	P values
PEOU -> ATU	0.252	0.277	0.092	2.739	0.006
PU -> ATU	0.197	0.197	0.093	2.118	0.034

Gambar 5. Tabel Analisis Pengaruh

1. Analisis pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Attitude Toward Using Perceived Ease of Use* (PEOU) bernilai signifikan terhadap *Attitude toward Using* (ATU), seperti yang ditunjukkan pada Gambar 5 yang tercermin dari nilai *original sample* (O) sebesar 0.252, diikuti oleh *T-statistics* sebesar 2.739, yang melebihi nilai ambang batas *T-table* pada tingkat signifikansi 5% (1.96). Selain itu, hubungan antara PEOU dan ATU ditunjukkan signifikan secara statistik dengan nilai *P-value* 0.006, yang lebih kecil dari 0.05. Hasilnya sejalan dengan pernyataan penelitian [18] yaitu persepsi kemudahan penggunaan suatu sistem berpengaruh positif ATU saat menggunakannya, serta penelitian [21] yang menyatakan bahwa PEOU adalah prediktor yang kuat dalam membentuk sikap pengguna terhadap teknologi baru, terutama dalam konteks adopsi aplikasi digital. Oleh karena itu, hipotesis H1 bahwa PEOU berdampak positif ATU dapat diterima.
2. Analisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using* Selain itu, terbukti bahwa *Perceived Usefulness* (PU) meningkatkan *Attitude Toward Using* (ATU). Nilai *original sample* (O) untuk PU adalah 0.197, dengan *T-statistics* sebesar 2.118 dan *P-value* sebesar 0.034, yang juga lebih kecil dari 0.05, mengindikasikan bahwa PU berpengaruh positif terhadap ATU. Yang konsisten dengan pernyataan [18] yaitu persepsi kemanfaatan sistem berdampak langsung pada sikap pengguna, serta penelitian [22] yang menyatakan bahwa PU adalah faktor yang mempengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi, baik dalam konteks aplikasi mobile maupun sistem berbasis internet. Dengan demikian, hipotesis H2, yang menyatakan PU berdampak positif pada ATU, juga diterima.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Mengacu pada hasil penelitian tentang penerimaan pengguna terhadap asisten virtual berbasis AI Veronika pada aplikasi MyTelkomsel menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM), maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. *Perceived Ease of Use* (PEOU) memiliki dampak positif dan signifikan pada *Attitude Toward Using* (ATU). Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan asisten virtual Veronika, maka semakin positif pula sikap mereka terhadap penggunaan layanan tersebut.
2. *Perceived Usefulness* (PU) juga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (ATU). Artinya, bertambah besar pengguna merasakan manfaat dalam menggunakan asisten virtual Veronika, semakin baik pula sikap mereka dalam memanfaatkan layanan ini.
3. Nilai *R-square* sebesar 0,114 memiliki arti variabel PEOU dan PU keduanya mampu menjelaskan 11,4% variasi yang terjadi pada *Attitude Toward Using*, sedangkan sisanya adalah variabel lain yang memengaruhi diluar penelitian ini. Meskipun dampak kedua variabel tersebut tergolong kecil, namun tetap memiliki signifikansi dalam membentuk sikap pengguna terhadap penggunaan asisten virtual Veronika.

Saran

1. Telkomsel disarankan untuk terus mengembangkan fitur-fitur pada asisten virtual Veronika, khususnya dalam aspek kemudahan penggunaan, agar pengguna semakin nyaman berinteraksi dan mudah beradaptasi dengan layanan AI ini.
2. Diperlukan peningkatan fitur yang lebih sesuai kebutuhan pengguna agar manfaat yang diterima pengguna semakin maksimal, sehingga dapat mendorong sikap positif yang berkelanjutan terhadap penggunaan Veronika.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambah variabel lain di luar model TAM seperti *Trust* (Kepercayaan) atau *Perceived Enjoyment* (Kenikmatan) guna memberikan gambaran lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi AI di layanan digital.
4. Penelitian ke depan dapat memperluas sampel dengan *margin of error* yang lebih kecil dan responden yang lebih banyak supaya memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik terhadap seluruh pengguna MyTelkomsel.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. C. Wardhana dan G. F. Fitriana, "Perancangan aplikasi pengukuran tingkat kesiapan inovasi menggunakan user experience lifecycle," *Teknologi*, vol. 11, no. 1, hlm. 34–45, 2021, doi: 10.26594/teknologi.v11i1.2067.
- [2] W. Sardjono, W. Priatna, dan M. Tohir, "Artificial Intelligence as the Catalyst of Digital Payments in the Revolution Industry 4.0," 2021, 09. doi: 10.24507/icicelb.12.09.857.
- [3] D. T. Lareh, Sholikhah, dan N. Krissanya, "Analysis Of User Satisfaction With The Veronika Digital Chatbot Service On The My Telkomsel Application," *J. Ekon. Manaj. Dan Akunt.*, vol. 3, no. 5, hlm. 393–401, 2025.
- [4] I. N. Y. A. Wijaya dan I. P. K. Negara, "Analisis Pengaruh Penerimaan Pengguna E-Learning (Schoology) Pada Mahasiswa Menggunakan Metode TAM (Studi Kasus STMIK Primakara)," *J. Teknol. Inf. Dan Komput.*, vol. 7, no. 1, 2021, doi: 10.36002/jutik.v7i1.1298.

- [5] R. Sabila, A. Pratama, dan E. M. Safitri, "Evaluation Virtual Assistant Chatbot Acceptance with an Unified Technology Acceptance and Use of Technology-Based Model," *J. Inf. Syst. Inform.*, vol. 6, no. 2, hlm. 919–936, 2024, doi: 10.51519/journalisi.v6i2.744.
- [6] M. Nofita dan D. Sebastian, "Technology Acceptance Models pada Teknologi Digital: Survey Paper," *Konvergensi Teknol. Dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, 2022, doi: 10.24002/konstelasi.v2i2.5347.
- [7] S. R. Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, 1 ed. CV. Seribu Bintang, 2022.
- [8] J. Syahada, "Penerapan Teori Technology Acceptance Model (TAM) Di Rumah Sakit," *J. Hosp. Adm. Manaj.*, vol. 2, no. 2, 2021.
- [9] R. A.Siroj dan Fatimah, "Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data," *J. Rev. Pendidik. Dan Pengajaran*, vol. 7, no. 3, hlm. 11279–11289, 2024.
- [10] Arif Setia Sandi A., B. Soedijono, dan A. Nasiri, "Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using Dengan Metode TAM Pada Sistem Informasi Magang Kerja," *IT J. Res. Dev.*, vol. 5, no. 2, hlm. 109–118, Agu 2020, doi: 10.25299/itjrd.2021.vol5(2).5287.
- [11] A. Ghimire dan J. Edwards, "Generative AI Adoption in Classroom in Context of Technology Acceptance Model (TAM) and the Innovation Diffusion Theory (IDT)," 2024. doi: 10.48550/arXiv.2406.15360.
- [12] S. Nagy dan N. Hajdu, "Consumer Acceptance of the Use of Artificial Intelligence in Online Shopping: Evidence From Hungary," *Amfiteatru Econ.*, vol. 23, no. 56, hlm. 155, 2021, doi: 10.24818/EA/2021/56/155.
- [13] N. F. Amin, S. Garancang, dan K. Abunawas, "Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian," *J. Kaji. Islam Kontemporer*, vol. 14, no. 1, 2023.
- [14] "MyTelkomsel Hadir Sebagai Super App yang memberikan Kemudahan Transaksi dan Tingkatkan Gaya Hidup Digital Pelanggan," Telkomsel. Diakses: 18 Maret 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.telkomsel.com/jelajah/jelajah-lifestyle/mytelkomsel-hadir-sebagai-super-app-yang-memberikan-kemudahan-transaksi-dan-tingkatkan-gaya-hidup-digital-pelanggan>
- [15] N. I. Majdina, B. Pratikno, dan A. Tripena, "Penentuan Ukuran Sampel Menggunakan Rumus Bernoulli Dan Slovin: Konsep dan Aplikasinya," *J. Ilm. Mat. Dan Pendidik. Mat.*, vol. 16, no. 1, hlm. 73, 2024, doi: 10.20884/1.jmp.2024.16.1.11230.
- [16] B. Antoro, "Analisis Penerapan Formula Slovin Dalam Penelitian Ilmiah: Kelebihan, Kelemahan, Dan Kesalahan Dalam Perspektif Statistik," *J. Multidisiplin Sos. Dan Hum.*, vol. 1, no. 2, hlm. 53–63, 2024, doi: 10.70585/jmsh.v1i2.38.
- [17] S. Al Ayyubi, N. Galuh, B. Utomo, C. Ayu, F. Dwiputra, dan T. L. M. Suryanto, "Analisis Penerimaan Ditlantas Jatim Digital Center Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM)," *J. Inf. Syst. Artif. Intell.*, vol. 3, no. 1, hlm. 23–30, 2022, doi: 10.26486/jisai.v3i1.83.
- [18] V. Venkatesh dan F. D. Davis, "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies".
- [19] F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Q.*, vol. 13, no. 3, hlm. 319, doi: 10.2307/249008.
- [20] M. L. Barreto, A. Szóstek, E. Karapanos, N. J. Nunes, L. Pereira, dan F. Quintal, "Understanding families' motivations for sustainable behaviors".

- [21] Kokila, R. Jain, A. Munde, dan Z. A. Ansari, “Determinants of Adoption of Mobile Health Applications: A Machine Learning Approach,” *Procedia Comput. Sci.*, vol. 235, hlm. 1568–1576, 2024, doi: 10.1016/j.procs.2024.04.148.
- [22] M. E. Oematan, S. Rahayu, dan J. Dyah, “The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use n Behavioral Intention Mediated by User Satisfaction in ECommerce Users,” *J. Ekon.*, vol. 13, no. 01, 2024.