



Persepsi Kegunaan, Kemudahan Pengguna, dan Penerimaan Pengguna Bot Telegram untuk Mengakses Informasi Penerbangan

Febriana Sinta Bela Purnoto

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan pengguna dan penerimaan pengguna terhadap minat penggunaan Bot Telegram untuk mengakses informasi penerbangan. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 26 Februari 2024 sampai 17 Maret 2024, di Sekolah Tinggi Teknologi Ke dirgantaraan (STTKD) Yogyakarta. Penelitian dilakukan pada taruna dan taruni dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan kepada taruna dan taruni STTKD Yogyakarta dengan sampel 100 responden. Teknik analisa yang digunakan yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolenieritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, (2) persepsi kemudahan pengguna tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan, (3) penerimaan pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, dan (4) persepsi kegunaan, persepsi kemudahan pengguna dan penerimaan pengguna secara simulta berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

Keywords: Perspsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Pengguna, Penerimaan Pengguna dan Minat Penggunaan Bot Telegram.

DOI:

<https://doi.org/10.47134/pjase.v1i3.2864>

*Correspondence: Febriana Sinta Bela Purnoto

Email: Febrianashinta23@gmail.com

Received: 12-06-2024

Accepted: 14-06-2024

Published: 21-06-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance on interest in using Bot Telegram to access flight information. This research was conducted from February 26, 2024 to March 17, 2024, at the Yogyakarta College of Aerospace Technology (STTKD). The research was conducted on cadets and cadets using a questionnaire distribution. In this study, questionnaires were distributed to cadets and cadets of STTKD Yogyakarta with a sample of 100 respondents. The analysis techniques used are normality test, autocorrelation test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The results showed that: (1) perceived usefulness has a significant effect on interest in use, (2) perceived user-friendliness has no effect on interest in use, (3) user acceptance has a significant effect on interest in use, and (4) perceived usefulness, perceived user-friendliness and user acceptance simultaneously have a significant effect on interest in use.

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived User-friendliness, User Acceptance and Interest in Using Telegram Bot.

Pendahuluan

Di era globalisasi ini, perkembangan informasi dan teknologi sangatlah maju pesat dan tidak terbatas penyebarannya. Dengan banyak hal yang perlu dilakukan manusia dalam mengelola informasi bermanfaat bagi khalayak umum. Era globalisasi yaitu ungkapan yang selalu disebut-sebut dalam studi mengenai transformasi atau perubahan

sosial yang terjadi saat ini. Meskipun tidak dapat menggambarkan seluruh fenomena baru yang ada, globalisasi saat ini sering dilakukan sebagai penyusutan terhadap ruang dan waktu yang belum pernah terjadi sebelumnya, yang mencerminkan peningkatan interkoneksi serta independensi sosial, politik ekonomi, dan kultural masyarakat dunia.

Seiring dengan pertumbuhan globalisasi Penggunaan teknologi informasi memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam akses dan penyebaran informasi. Salah satu inovasi teknologi yang semakin populer adalah penggunaan bot Telegram sebagai alat komunikasi dan akses informasi. Saat ini, hampir semua bidang profesi membutuhkan teknologi sebagai alat untuk mempermudah dalam penyampaian informasi dan mempercepat kinerja organisasi itu sendiri.

Sistem Informasi atau Teknologi Informasi memiliki peran penting dalam sebuah organisasi, yaitu mendukung proses bisnis dan operasi, mendukung pengambilan keputusan oleh karyawan dan manajer, dan mendukung strategi untuk keunggulan kompetitif (O'Brien & Marakas, 2007). Hal ini didukung dengan pernyataan Suzanto & Sidharta yang menyatakan bahwa pemanfaatan sistem informasi dan teknologi informasi dalam menyajikan kebutuhan informasi yang cepat, handal dan akurat sangat diperlukan (Suzanto & Sidharta, 2015).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat kini telah memberikan dampak yang begitu luas, termasuk dalam dunia transportasi sekalipun, dalam hal ini transportasi udara atau penerbangan. Seorang yang menggunakan jasa penerbangan pastilah membutuhkan informasi mengenai jadwal keberangkatan maupun jadwal kedatangan pesawat yang biasanya disediakan melalui FIDS (Flight Information Display System) di Bandar Udara. FIDS (Flight Information Display System) adalah sebuah sistem yang dapat membuat, mengedit dan menampilkan jadwal informasi penerbangan secara aktual pada bandar udara yang berguna untuk menampilkan semua informasi penerbangan yang dibutuhkan untuk kenyamanan para penumpang yang menggunakan jasa bandar udara. Jadwal penerbangan mulai dari Airline, kota tujuan, kota asal, waktu, sampai kepada status penerbangan/remark dapat ditampilkan oleh sistem FIDS melalui display client FIDS yang tersedia di titik-titik penting yang dilewati oleh penumpang bandar udara.

Selain itu, Sebagian besar maskapai penerbangan menyediakan layanan pemesanan tiket secara online melalui situs web mereka sendiri atau melalui aplikasi ponsel contohnya Traveloka. Aplikasi ini diharapkan membantu manusia dalam melakukan aktivitas pemesanan tiket pesawat, di mana dalam aplikasi ini manusia tidak perlu datang langsung ke bandar udara atau travel untuk memesan tiket pesawat, masyarakat tinggal mengakses

layanan ini. Setelah itu, pengguna cukup membuka website (alamat internet) dari aplikasi ini berada. Aplikasi ini akan memberikan beberapa menu yang dapat diakses oleh pengguna, yang juga memberikan kemudahan pengguna dalam melakukan pemesanan tiket pesawat.

Pertumbuhan internet yang berkembang dengan sangat pesat memberikan peluang bagi perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasaran melalui media sosial. Salah satu media sosial yang digunakan merupakan media sosial twitter. Media sosial twitter tidak hanya digunakan oleh individu, tetapi digunakan juga oleh perusahaan untuk kepentingan bisnis. Media sosial twitter digunakan sebagai media promosi, penyebaran informasi dan pengambilan keputusan. Salah satu jenis perusahaan yang menggunakan media sosial twitter sebagai sarana dalam melakukan promosi dan penyebaran informasi adalah maskapai penerbangan Garuda Indonesia, Lion Air, Citilink. Garuda Indonesia, Lion Air dan Citilink merupakan contoh maskapai penerbangan yang menggunakan twitter untuk menjangkau masyarakat. Menentukan peringkat brand dengan menggunakan percakapan di media sosial menjadi lebih cepat dan murah.

Media sosial yang lain, contohnya Telegram. Penggunaan telegram (khususnya bot) pernah dimanfaatkan untuk sistem Akademik. Universitas juga banyak menerapkan sistem informasi akademik dengan menggunakan teknologi berbasis bo (web). Dengan menggunakan teknologi web, menurut Kurniawan (2018) bertujuan untuk memudahkan dalam proses penyampaian informasi serta berinteraksi dengan pihak luar secara lebih efektif dan efisien. Demikian pula dengan perguruan tinggi, dalam rangka memberikan pelayanan kepada mahasiswa, peranan sistem informasi akademik juga menjadi sangat penting dalam peningkatan mutu akademik dan sistem layanan akademiknya (Suzanto & Sidharta, 2015). Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan (STTKD) merupakan salah satu perguruan tinggi yang memanfaatkan teknologi informasi. STTKD merupakan perguruan tinggi yang berada di daerah Yogyakarta.

Informasi penerbangan juga sudah memanfaatkan telegram sebagai media platform penyedia informasi penerbangan contohnya AirTrack Bot. AirTrack adalah bot Telegram yang membantu pengguna menemukan harga tiket pesawat murah. Pengguna hanya perlu memasukkan bandar udara keberangkatan dan kedatangan, serta tanggal pilihan pengguna. AirTrack juga menyediakan informasi pelacakan penerbangan waktu nyata. Pengguna dapat menerima notifikasi saat harga penerbangan berubah. Contoh lainnya yaitu Otter Flights. Bot Otter Flights di Telegram adalah sebuah bot yang membantu pengguna mencari dan memesan tiket pesawat. Bot ini menggunakan layanan API (Application Program Interface) untuk mencari dan menyediakan informasi tentang

penerbangan, harga tiket, jadwal penerbangan, dan opsi lainnya kepada pengguna. Dengan menggunakan bot ini, pengguna dapat dengan mudah mencari dan memesan tiket pesawat langsung dari aplikasi Telegram tanpa perlu keluar dari platform tersebut

Belum ada bot Telegram, yang menyediakan informasi penerbangan terutama berkaitan dengan jadwal penerbangan, termasuk gate keberangkatan dan kedatangan. Perlu adanya Penelitian dan uji coba bot telegram untuk sistem informasi penerbangan ini agar dapat menjadi salah satu alternatif bagi penumpang pesawat udara. Namun sebelum itu, perlu dilakukan penelitian mengenai persepsi kegunaan, kemudahan pengguna, dan penerimaan pengguna bot telegram agar dapat diketahui sejauh mana bot Telegram jika nanti ada, dapat dimanfaatkan oleh penumpang. Selain itu, penelitian ini juga di harapkan mendapat timbal balik mengenai informasi penerbangan apa saja yang penting ada di dalam bot Telegram yang ada diujicobakan.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 26 Februari 2024 sampai 17 Maret 2024, di Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan (STTKD) Yogyakarta. Penelitian dilakukan pada taruna dan taruni dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan kepada taruna dan taruni STTKD Yogyakarta dengan sampel 100 responden. Teknik analisa yang digunakan yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolenieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji T

Tabel 1. Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,426	2,013		-,211	,833
X1	,462	,119	,474	3,866	,000
X2	-,122	,138	-,116	-,886	,378
X3	,562	,132	,555	4,248	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data yang diolah peneliti (2024)

$$T \text{ tabel} = (a/2 ; n-k-1)$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel

a = 0,1 dengan tingkat kepercayaan 90%

jadi didapatkan bahwa:

T tabel = $(0,1/2 ; 100-3-1)$

T tabel = $(0,05 ; 96)$ kemudian di distribusikan ke dalam T tabel

T tabel = 1,660

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan pada tabel diatas, maka selanjutnya dapat dilakukan pembuktian sebagai berikut:

- 1) H1 : Pengaruh persepsi kegunaan (X1) terhadap minat penggunaan Bot Telegram untuk mengakses informasi penerbangan (Y)

Hasil uji T atau uji parsial antara variabel persepsi kegunaan (X1) terhadap minat penggunaan (Y) menunjukkan nilai T hitung sebesar 3,886 dimana nilainya lebih besar dari T tabel 1,660, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 di terima yang berarti bahwa Variabel Independen (X1) berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y).

- 2) H2 : Pengaruh persepsi kemudahan pengguna terhadap minat penggunaan Bot Telegram untuk mengakses informasi penerbangan

Hasil uji T atau uji parsial antara variabel persepsi kemudahan pengguna (X2) terhadap minat penggunaan (Y) menunjukkan nilai T hitung sebesar -0,886 dimana nilainya lebih kecil dari T tabel 1,660, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 di terima yang berarti bahwa Variabel Independen (X2) tidak berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y).

- 3) H3 : Pengaruh penerimaan pengguna terhadap minat penggunaan Bot Telegram untuk mengakses informasi penerbangan

Hasil uji T atau uji parsial antara variabel penerimaan pengguna (X3) terhadap minat penggunaan (Y) menunjukkan nilai T hitung sebesar 4,248 dimana nilainya lebih besar dari T tabel 1,660, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 di terima yang berarti bahwa Variabel Independen (X3) berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y).

Hasil Uji F

Tabel 2. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1509,323	3	503,108	133,011	,000 ^b
	Residual	363,117	96	3,782		
	Total	1872,440	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Data yang diolah peneliti (2024)

H4 : Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan pengguna dan penerimaan pengguna secara simultan terhadap terhadap minat penggunaan Bot Telegram untuk mengakses informasi penerbangan

Hasil uji hasil F atau uji simultan antara variabel persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan pengguna (X2) dan penerimaan pengguna (X3) terhadap minat penggunaan (Y) menunjukkan nilai F hitung sebesar 113,011. Sedangkan nilai signifikansi yangdi hasilkan yaitu 0,000 yang diamana lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak yang berarti bahwa semua Variabel Independen (X1, X2, dan X3) berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y).

Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,898 ^a	,806	,800	1,945

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data yang diolah 2024

Untuk dapat mengetahui besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai R square sebesar 0,806 (80,6%) dapat diinterpretasikan bahwa kemampuan model persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan pengguna (X2),

penerimaan pengguna (X3) menerangkan variasi variabel minat penggunaan (Y) sebesar 80,6% dan sisanya dipengaruhi Variabel Independen lainnya sebesar 19,4%.

Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan bot telegram untuk mengakses informasi penerbangan Bot Telegram untuk mengakses informasi penerbangan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan (X1) terhadap minat penggunaan (Y) menunjukkan nilai T hitung sebesar 3,886 dimana nilainya lebih besar dari T tabel 1,660, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti bahwa Variabel Independen (X1) berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y).

Manfaat yang diberikan dengan menggunakan bot telegram untuk mengakses informasi penerbangan tentunya akan memudahkan pengguna itu sendiri, sebagai contoh bot telegram memberikan informasi yang berguna, memiliki berbagai fitur yang bermanfaat, mudah diarahkan, memberikan respon dengan cepat dan dapat diandalkan. Sehingga pengguna mendapatkan banyaknya manfaat yang diberikan. Sesuai dengan hasil yang dijelaskan, dapat kita lihat bagaimana teori acceptance model tentang manfaat yang diberikan, dapat memberikan jawaban atas penolakan atau diterimanya suatu sistem teknologi berdasarkan manfaat yang didapatkan jika, seseorang menggunakan sistem tersebut. Penelitian menyatakan bahwa pengguna setuju sistem tersebut memberikan manfaat, manfaat yang diberikan berpengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan sistem tersebut.

Hal ini dibuktikan oleh penelitian (Venkatesh, et al.. 2003) mengatakan bahwa pada model TAM, persepsi manfaat mempengaruhi langsung minat penggunaan sebuah teknologi baru dalam industri dan usia menambah pengaruh tersebut.

2. Pengaruh persepsi kemudahan pengguna terhadap minat penggunaan Bot Telegram untuk mengakses informasi penerbangan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan pengguna (X2) terhadap minat penggunaan (Y) menunjukkan nilai T hitung sebesar -0,886 dimana nilainya lebih kecil dari T tabel 1,660, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 di terima yang berarti bahwa Variabel Independen (X2) tidak berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y).

Kemudahan yang diberikan dengan menggunakan bot telegram untuk mengakses informasi penerbangan, jika kemudahan dalam penggunaan sistem tersebut membuat pengguna berkeinginan untuk menggunakannya, jika sistem yang dipakai sulit untuk digunakan atau dijalankan tentu masyarakat akan malas atau tidak berminat menggunakannya. Sesuai dengan penjelasan terkait hasil yang didapatkan,

dapat dilihat bagaimana konstruk Teori Acceptance model tentang kemudahan penggunaan, dimana konstruk ini dapat memberikan jawaban atas permasalahan diterima atau ditolaknya sebuah sistem teknologi tersebut berdasarkan jawaban dari responden.

Hal ini dibuktikan oleh penelitian (Peter dan Olson, 2013) mengatakan bahwa persepsi kemudahan pengguna, dapat diketahui jika persepsi kemudahan pengguna merupakan sebuah keyakinan. Meskipun pada dasarnya sebuah keyakinan berpengaruh terhadap niat, namun ada saat dimana konteks situasional juga berpengaruh. Suatu kemudahan tidak lagi mempengaruhi seseorang untuk memiliki keinginan tapi lebih ke perilaku sesungguhnya. Hal ini dibuktikan dengan pengaruh tidak langsung dari persepsi kemudahan pengguna terhadap minat penggunaan melalui persepsi manfaat.

3. Pengaruh penerimaan pengguna terhadap minat penggunaan Bot Telegram untuk mengakses informasi penerbangan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel penerimaan pengguna (X3) terhadap minat penggunaan (Y) menunjukkan nilai T hitung sebesar 4,248 dimana nilainya lebih besar dari T tabel 1,660, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 di terima yang berarti bahwa Variabel Independen (X3) berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y).

Penerimaan yang diberikan dengan menggunakan bot telegram untuk mengakses informasi penerbangan. Jika seseorang merasakan penerimaan atas menggunakan suatu teknologi pengguna akan berkeinginan untuk terus menggunakan, sebagai contoh bot telegram memberikan informasi yang bermanfaat, informasi yang diberikan dapat dipercayai, pengguna puas akan kinerja bot tersebut, memberikan kenyamanan dalam mencari informasi dan juga menghemat waktu. Sesuai dengan hasil yang di jelaskan, dapat kita lihat bagaimana teori acceptance model tentang manfaat yang diberikan, dapat memberikan jawaban atas penolakan atau diterimanya suatu sistem teknologi berdasarkan manfaat yang didapatkan jika, seseorang menggunakan sistem tersebut.

Hal ini dibuktikan oleh penelitian (Teo, 2011) mengatakan bahwa penerimaan pengguna merupakan keinginan atau kesediaan pengguna dalam menggunakan teknologi untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaannya. Hal ini dibuktikan dengan pengaruh langsung dari penerimaan pengguna terhadap minat penggunaan melalui penerimaan pengguna. Jadi dapat dikatakan melalui pengaruhnya terhadap minat pengguna menjadi alasan untuk pengguna bot telegram untuk terus menggunakan bot telegram untuk mengakses informasi penerbangan.

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, maka diperoleh kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan memiliki nilai t hitung 3,886 $\geq t$ tabel 1,660 dan nilai signifikansi $0,000 \leq 0,1$ yang artinya hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan bot telegram untuk mengakses informasi penerbangan.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan pengguna memiliki nilai t hitung $0,886 < t$ tabel 1,660 dan nilai signifikansi $0,378 \leq 0,1$ yang artinya hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa persepsi kemudahan pengguna berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan bot telegram untuk mengakses informasi penerbangan.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa penerimaan pengguna memiliki nilai t hitung 4,248 $\geq t$ tabel 1,660 dan nilai signifikansi $0,000 \leq 0,1$ yang artinya hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa penerimaan pengguna berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan bot telegram untuk mengakses informasi penerbangan.
4. Hasil pengujian didapatkan nilai F hitung 133,011 dengan F sig. 0,000 dimana F sig. 0,000 lebih kecil daripada 0,1 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat diartikan bahwa secara simultan persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan pengguna (X2), penerimaan pengguna (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan (Y) bot telegram untuk mengakses informasi penerbangan.

Daftar Pustaka

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking (Studi pada program layanan internet banking BRI). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Albanna, F. (2020). Pemanfaatan bot Telegram sebagai penunjang promosi online menggunakan JavaScript di STTKD Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 13(2), 113-118.
- Arifin, M. (2002). Pemanfaatan media website sebagai sistem informasi akademik dan sarana pembelajaran mandiri dalam pengaruhnya dengan prestasi belajar mahasiswa. *Jurnal STIKOM*, 6(2), Sept 2002.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan pada aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27-37.
- Fahlevi, P., Octaviani, A., & Dewi, P. (2017). Analisis aplikasi Ijateng dengan menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8.
- Fakhrudin, A. (2020). Kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan kuliah penerbangan di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 110-121.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi perpustakaan. *Jurnal Iqra*, 9(01).
- Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, A. A., Razak, F. Z. A., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. W. (2016). The effects of perceived usefulness and perceived ease of use on continuance intention to use e-government. *Procedia Economics and Finance*, 35, 644-649.
- Idhom, M., Endah Wahanani, H., & Akhmad, F. (2018). Implementation system Telegram Bot for monitoring Linux server. In *International Conference on Science and Technology (ICST 2018)* (pp. 1089-1093). Atlantis Press.
- Jogiyanto, H. M. (2000). Teori portofolio dan analisis investasi (Edisi kedua). BPFE. Yogyakarta.
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keprilakuan (Edisi revisi). Yogyakarta: Andi Offset.
- Lenardo, G. C., & Irawan, Y. (2020). Pemanfaatan bot Telegram sebagai media informasi akademik di STMIK Hang Tuah Pekanbaru. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 1(4), 351-357.
- Monisa, M. (2013). Persepsi kemudahan dan kegunaan OPAC perpustakaan UNAIR. *Jurnal UNAIR*, 2(1).

- Mubarok, A., Purnomo, E., & Noor, C. M. (2019). Pengembangan aplikasi pembayaran sumbangan pengembangan pendidikan berbasis web. *Jurnal Responsif: Riset Sains dan Informatika*, 1(1), 6-15.
- Mulyanto, A. D. (2020). Pemanfaatan bot Telegram untuk media informasi penelitian. *MATICS: Jurnal Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Journal of Computer Science and Information Technology*, 12(1), 49-54.
- Nasir, M. (2013). Evaluasi penerimaan teknologi informasi mahasiswa di Palembang menggunakan model UTAUT. In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.
- Negara, I. S. M., & Savitri, F. M. (2019). Analisis penerimaan pengguna sistem informasi akademik studi kasus STIKES Harapan Bangsa. *Solusi*, 17(3).
- Notoatmodjo, S. (2005). *Promosi kesehatan: Teori dan aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Oktavianti, B. (2007). Evaluasi pengaruh penerimaan sistem teknologi informasi dengan menggunakan variabel perceived usefulness, perceived ease of use dan enjoyment: Studi kasus di PT Sanggar Sarana Baja pada Departemen Accounting dan Marketing (Skripsi). Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Peter, & Olson. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran (Edisi kesembilan, D. T. Dwiandani, Trans.)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Prastowo, B. N., Putro, N. A. S., & Dhewa, O. A. (2019). PLO user interface based on Telegram Bot. *IJCCS (Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems)*, 13(1), 21-30.
- Robbins, S. P. (2006). *Perilaku organisasi (Edisi kesepuluh)*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Sastrawangsa, G. (2017). Pemanfaatan Telegram Bot untuk otomatisasi layanan dan informasi mahasiswa dalam konsep Smart Campus. *E-Proceedings KNS&I STIKOM Bali*, 772-776.
- Soeroso, H., et al. (2017). Penggunaan bot Telegram sebagai announcement system pada institusi pendidikan. *Seminar Master PPNS*, 2(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Surachman, S. A. (2008). *Dasar-dasar manajemen merek*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Teo, T. (2011). *Technology acceptance in education: Research and issues*. Netherlands: Sense Publishers.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*.
- Yanti, D. (2020). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan sikap karyawan terhadap minat menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis ecommerce (Studi kasus: PT. Ritel Bersama Nasional JD.ID). Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.