PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN MUZAKKI TERHADAP KUALITAS LAYANAN PEMBAYARAN ZAKAT DIGITAL (STUDI KASUS PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL KOTA JAMBI)

[1]Siti Almukiani, [2]Putri Apria Ningsih, [3]Solichah
[1,2,3]UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
[1]almukianisiti@gmail.com, [2]putriaprianingsih@uinjambi.ac.id,
[3]solichah@uinjambi.ac.id

ABSTRACT

The development of digital technology has brought significant changes to various aspects of people's activities, including zakat payments. Zakat payments that were previously conducted directly have increasingly developed through digital services that provide convenience, efficiency, and accessibility for muzakki. However, digital zakat payment services at the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) of Jambi City have not yet operated optimally because the digital payment connection still faces limitations, causing some muzakki to continue making payments directly at the BAZNAS office. This study aims to examine the effect of muzakki satisfaction and trust on the quality of digital zakat payment services at BAZNAS Jambi City, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative approach with an associative research design. The population consisted of muzakki who made digital zakat payments at BAZNAS Jambi City in 2025, totaling 6,310 people. The sample consisted of 100 respondents determined using the Slovin formula with a 10% margin of error. Data were collected through observation, interviews, documentation, and questionnaires and analyzed using SPSS version 27 through validity, reliability, classical assumption, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination analyses. The results indicate that satisfaction does not have a positive and significant effect on the quality of digital zakat payment services, with a t-value of 1.405 and a significance value of 0.163. Meanwhile, trust has a positive and significant effect, with a t-value of 6.362 and a significance value of <0.001. Simultaneously, satisfaction and trust affect the quality of digital zakat payment services, as indicated by an F-value of 42.660 and a significance value of <0.001. The Adjusted R Square value of 0.457 indicates that satisfaction and trust jointly explain 45.7% of the variation in service quality, while the remaining 54.3% is explained by other factors outside the research model.

***Keywords**: Satisfaction, Trust, Muzakki, Service Quality, Digital Zakat.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam berbagai aktivitas masyarakat, termasuk dalam pembayaran zakat. Pembayaran zakat yang sebelumnya dilakukan secara langsung mulai berkembang melalui berbagai layanan digital yang memberikan kemudahan, efisiensi, dan aksesibilitas bagi

muzakki. Namun, layanan pembayaran zakat digital pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Jambi belum berjalan secara optimal karena koneksi pembayaran digital masih mengalami kendala sehingga sebagian muzakki masih memilih datang langsung ke kantor BAZNAS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan kepercayaan muzakki terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital di BAZNAS Kota Jambi, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah muzakki yang melakukan pembayaran zakat digital di BAZNAS Kota Jambi pada tahun 2025 sebanyak 6.310 orang. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan SPSS 27 melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital dengan nilai t hitung 1,405 dan signifikansi 0,163. Sementara itu, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung 6,362 dan signifikansi <0,001. Secara simultan, kepuasan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital dengan nilai F hitung 42,660 dan signifikansi <0,001. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,457 menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan secara bersama-sama menjelaskan 45,7% variasi kualitas layanan, sedangkan 54,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Kepuasan, Kepercayaan, Muzakki, Kualitas Layanan, Zakat Digital.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk bidang ekonomi, bisnis, sosial, dan keagamaan. Layanan digital tidak lagi hanya menjadi pelengkap, tetapi telah berkembang menjadi bagian penting dalam aktivitas transaksi masyarakat. Salah satu aktivitas yang mengalami transformasi digital adalah pembayaran zakat. Melalui layanan digital, masyarakat dapat menunaikan zakat dengan lebih mudah tanpa harus datang secara langsung ke kantor lembaga amil zakat.

Zakat merupakan salah satu rukun Islam dan kewajiban bagi umat Islam yang memenuhi syarat. Selain sebagai bentuk ibadah, zakat memiliki dimensi sosial dan ekonomi karena berkaitan dengan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan teknologi memberikan peluang bagi lembaga zakat untuk

meningkatkan kemudahan dalam penghimpunan zakat melalui berbagai kanal digital. Pembayaran zakat secara digital juga telah memperoleh perhatian dalam perkembangan regulasi dan kajian ekonomi Islam.

Perkembangan penghimpunan zakat secara nasional menunjukkan peningkatan. Dalam skripsi ini, data BAZNAS menunjukkan bahwa penghimpunan zakat nasional meningkat dari Rp12,5 triliun pada 2020 menjadi Rp44,6 triliun pada 2025. Meskipun demikian, penghimpunan tersebut masih berada di bawah potensi zakat yang diperkirakan mencapai Rp327,6 triliun per tahun. Kondisi tersebut menunjukkan masih terdapat ruang untuk meningkatkan penghimpunan zakat melalui berbagai inovasi, termasuk digitalisasi.

Pada BAZNAS Kota Jambi, jumlah muzakki yang membayar zakat mengalami peningkatan. Pada 2020 tercatat 5.147 muzakki dan meningkat menjadi 6.310 muzakki pada 2025. Namun, jumlah penghimpunan zakat digital tidak selalu meningkat. Pada 2024 pencapaian tercatat sekitar 59% dari target dan pada 2025 menurun menjadi sekitar 38%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan jumlah muzakki belum secara otomatis diikuti oleh peningkatan pencapaian target penghimpunan zakat digital.

Permasalahan lainnya berkaitan dengan kualitas layanan pembayaran zakat digital. Berdasarkan wawancara awal dengan pengurus BAZNAS Kota Jambi, layanan pembayaran digital dapat diakses melalui website, tetapi koneksi untuk pembayaran belum berjalan secara maksimal. Akibatnya, sebagian masyarakat masih memilih datang langsung ke kantor BAZNAS untuk membayar zakat.

Kualitas layanan menjadi salah satu aspek penting dalam memberikan pengalaman kepada pengguna. Menurut Parasuraman, kualitas layanan berkaitan dengan perbedaan antara harapan pelanggan dan layanan yang diterima. Kualitas layanan dapat dilihat melalui dimensi reliability, tangibles, responsiveness, assurance, dan empathy. Dalam konteks layanan zakat digital, kualitas layanan dapat tercermin dari kemampuan sistem dalam memberikan layanan yang dapat diandalkan, cepat, aman, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan muzakki.

Selain kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan merupakan faktor yang penting dalam penggunaan layanan digital. Kepuasan terbentuk melalui perbandingan antara harapan dan pengalaman yang dirasakan pengguna setelah menerima layanan. Sementara itu, kepercayaan berkaitan dengan keyakinan pengguna terhadap kemampuan dan kredibilitas lembaga dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.

Observasi awal penelitian menunjukkan bahwa 19 dari 22 responden menyatakan puas menggunakan layanan pembayaran zakat digital, 18 responden menyatakan percaya bahwa layanan tersebut aman dan dapat dipercaya, serta 17 responden menyatakan bahwa BAZNAS memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pengguna. Secara keseluruhan, 82% responden memberikan jawaban setuju dan 18% tidak setuju.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya perbedaan hasil mengenai pengaruh kepuasan dan kepercayaan dalam penggunaan layanan zakat digital. Beberapa penelitian menemukan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap preferensi pembayaran zakat digital, sedangkan penelitian lain menemukan hasil yang berbeda. Hal serupa terjadi pada variabel kepercayaan, di mana terdapat penelitian yang menemukan pengaruh positif dan penelitian lain yang menemukan hasil negatif. Perbedaan hasil tersebut menjadi salah satu dasar penelitian ini dilakukan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan dan kepercayaan muzakki terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital pada BAZNAS Kota Jambi, baik secara parsial maupun simultan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kepuasan (X1) dan kepercayaan (X2), sedangkan variabel dependen adalah kualitas layanan pembayaran zakat digital (Y). Pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 27.

Penelitian dilaksanakan di BAZNAS Kota Jambi yang beralamat di Jalan Raden Mataher RT 1 No. 5, Kelurahan Rajawali, Kecamatan Jambi Timur, Kota Jambi. Penelitian dilaksanakan kurang lebih selama tiga

bulan, mulai 22 Juni sampai September 2026.

Populasi penelitian adalah muzakki yang melakukan pembayaran zakat digital di BAZNAS Kota Jambi. Berdasarkan data tahun 2025, jumlah muzakki mencapai 6.310 orang. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 98,4 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Kuesioner menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Instrumen penelitian terdiri atas 6 item pernyataan untuk variabel kepuasan, 8 item untuk variabel kepercayaan, dan 10 item untuk variabel kualitas layanan.

Teknik analisis data meliputi:

Uji validitas.

Uji reliabilitas.

Uji normalitas.

Uji multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas.

Analisis regresi linear berganda.

Uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial.

Uji F untuk mengetahui pengaruh secara simultan.

Koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Model regresi yang digunakan adalah:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Keterangan:

Y = kualitas layanan pembayaran zakat digital

a = konstanta

X_1 = kepuasan

X_2 = kepercayaan

e = error

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Penelitian melibatkan 100 responden. Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden merupakan Pegawai Negeri Sipil sebanyak 72 orang atau 72%, sedangkan wiraswasta sebanyak 28 orang atau 28%.

Berdasarkan instrumen penelitian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Nilai r-hitung seluruh item lebih besar dibandingkan r-tabel 0,1986. Variabel kepuasan terdiri dari enam item, kepercayaan delapan item, dan kualitas layanan sepuluh item.

Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Variabel kepuasan memperoleh nilai 0,781, kepercayaan 0,819, dan kualitas layanan 0,894. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik berada di sekitar garis diagonal sehingga data penelitian dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas pada model penelitian.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan:

$$Y = 9{,}113 + 0{,}224X_1 + 0{,}772X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa konstanta sebesar 9,113. Koefisien regresi kepuasan sebesar 0,224 menunjukkan hubungan positif antara kepuasan dan kualitas layanan. Sementara itu, koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,772 menunjukkan hubungan positif antara kepercayaan dan kualitas layanan.

Variabel	Koefisien B	t hitung	Sig.
Konstanta	9,113	3,229	0,020
Kepuasan	0,224	1,405	0,163
Kepercayaan	0,772	6,362	<0,001

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 27 dalam skripsi.

4. Pengaruh Kepuasan terhadap Kualitas Layanan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kepuasan memiliki nilai t hitung sebesar 1,405, sedangkan t tabel sebesar 1,985. Nilai signifikansi sebesar 0,163 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dalam penelitian ini kepuasan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang dirasakan muzakki belum menjadi faktor yang secara statistik menjelaskan variasi kualitas layanan pembayaran zakat digital. Dalam pembahasan skripsi, kondisi ini dikaitkan dengan perbedaan antara kepuasan sebagai hasil pengalaman pengguna dan kualitas layanan sebagai proses serta standar pelayanan yang diterapkan oleh lembaga. Oleh karena itu, kualitas layanan tidak hanya bergantung pada apakah pengguna merasa puas, tetapi juga pada konsistensi sistem dan standar pelayanan yang diberikan.

5. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kualitas Layanan

Variabel kepercayaan memiliki nilai t hitung sebesar 6,362, lebih besar dibandingkan t tabel sebesar

1,985, dengan nilai signifikansi <0,001. Hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital. Koefisien regresi sebesar 0,772 menunjukkan arah hubungan positif.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan penilaian muzakki terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital. Kepercayaan dapat terbentuk melalui adanya kepastian, keamanan, informasi yang jelas, serta proses transaksi yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam konteks layanan zakat digital, muzakki membutuhkan keyakinan bahwa pembayaran yang dilakukan melalui sistem digital dapat berjalan dengan aman dan sesuai dengan tujuan pembayaran zakat.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Berliana Revita Sari, Ersi Sisdianto, dan Nurhayati yang dalam skripsi dijadikan penelitian terdahulu dan menemukan adanya pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat membayar zakat secara online.

6. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan secara Simultan

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 42,660, sedangkan F tabel sebesar 3,09, dengan nilai signifikansi <0,001. Dengan demikian, kepuasan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital di BAZNAS Kota Jambi.

Model	F hitung	F tabel	Sig.
Kepuasan dan Kepercayaan → Kualitas Layanan	42,660	3,09	<0,001

Hasil tersebut menunjukkan bahwa walaupun kepuasan secara parsial tidak menunjukkan pengaruh signifikan, ketika kepuasan dan kepercayaan dianalisis secara bersama-sama, keduanya memberikan kontribusi terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital.

7. Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R sebesar 0,684, R Square sebesar 0,468, dan Adjusted R Square sebesar 0,457. Dengan demikian, kepuasan dan kepercayaan secara bersama-sama mampu menjelaskan 45,7% variasi kualitas layanan pembayaran zakat digital. Sementara itu, sebesar 54,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan pembayaran zakat digital tidak hanya berkaitan dengan kepuasan dan kepercayaan. Masih terdapat faktor lain yang dapat diteliti lebih lanjut untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kualitas layanan pembayaran zakat digital.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kepuasan dan kepercayaan muzakki terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital pada BAZNAS Kota Jambi, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kepuasan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 1,405 dengan signifikansi 0,163 > 0,05.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 6,362 dengan signifikansi <0,001. Koefisien regresi sebesar 0,772 menunjukkan arah hubungan positif.
3. Kepuasan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kualitas layanan pembayaran zakat digital. Hasil uji F menunjukkan F hitung sebesar 42,660 dengan signifikansi <0,001.
4. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,457 menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan secara bersama-sama menjelaskan 45,7% variasi kualitas layanan pembayaran zakat digital, sedangkan 54,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah perlunya BAZNAS Kota Jambi memperhatikan aspek kepercayaan muzakki melalui peningkatan kejelasan informasi, transparansi, keamanan, serta konsistensi sistem pembayaran digital. Pengembangan kualitas layanan juga perlu mempertimbangkan faktor lain di luar kepuasan dan kepercayaan karena masih terdapat 54,3% variasi kualitas layanan yang belum dijelaskan oleh model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Adhari, Iendy Zelviean. 2019. Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.

Amar, Faozan. 2023. Digital Fundraising Zakat: Teknologi Pembayar Zakat dari Konvensional ke Digital. Yogyakarta: IB Pustaka.

Chandra, Teddy, Stefani Chandra, dan Layla Hafni. 2020. Service Quality, Consumer Satisfaction dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis. Malang: CV IRDH.

Denada, Intan Aulia, dkk. 2025. "Inovasi Digital dalam Pengelolaan ZISWAF Menghubungkan Amal dengan Teknologi di Indonesia." Jurnal Investasi Islam, 10(1).

Duli, Nikolaus. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Firmansyah, Deri. 2022. "Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review." Jurnal

Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH), 1(2).

Hermanto. 2019. Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Surabaya: CV Jakad Publishing.

Hidayatulloh, Satria, dan Masruchin. 2025. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Muzakki pada Lembaga Zakat, Infaq, Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Sidoarjo." Jurnal Tabarru Islamic Banking and Finance, 8(1).

Imani, Safrinda. 2023. Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi dalam Ekonomi Islam. Bandung: CV Media Sains Indonesia.

Kementerian Agama RI. 2021. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Bandung: Al-Qosbah.

Khairurrijal, Abdillah, Ajeng Kartika Galuh, dan M. Jaenudin. 2024. "Preferensi Keputusan Muzakki Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat melalui Pembayaran Digital." Islamic Economics and Finance in Focus, 3(3).

Marwiyah, Siti. 2023. Strategi Pelayanan Publik di Era Digitalisasi. Probolinggo: CV Mitra Ilmu.

Mufid, Kotranada Gadwa, dan Yuliati. 2025. "Investigating Determinants of MSMEs Interest in Digital Zakat Payment." Journal of Enterprise and Development (JED), 7(1).

Ningsih, Putri Apria. 2016. "Pemikiran Ekonomi Ibnu Qayyim." Islamic Banking, 2(1).

Rifa'i, Khamdan. 2023. Kepuasan Konsumen. Jawa Timur: UIN KHAS Press.

Rimbano, Dheo. 2023. Metode Analisis Data Jenis Penelitian Kuantitatif Perspektif Dasar. Jawa Barat: Rumah Cemerlang Indonesia.

Romi, Muhammad, dan Yunani. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Kepercayaan Muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional Kota Pekanbaru." Jurnal Riset dan Pengembangan Ekonomi Islam, 5(1).

Samudra, Dio. 2026. "Pengaruh Literasi Zakat, Religiusitas, Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Bayar Zakat Digital pada Masyarakat Kabupaten Pemalang." Tesis.

Sari, Berliana Revita, Ersi Sisdianto, dan Nurhayati. 2026. "Pengaruh Ease of Use, Trust dan Literasi Digital terhadap Minat Masyarakat dalam Membayar Zakat secara Online." Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum, 4(2).

Sugeng, Bambang. 2020. Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif). Yogyakarta: CV Budi Utama.

Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen. Bogor: Ghalia Indonesia.

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. 2012. Strategi Pemasaran. Jakarta: Andi Offset.

Tho'in, Muhammad. 2020. "Pendamping Pengelolaan dan Perhitungan Dana Zakat Sesuai Syariat Islam bagi Para

Takmir Masjid." Jurnal BUDIMAS, 2(1).

Triyono, Agus. 2024. Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif. Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media.

Verdianti. 2023. "Pengaruh Penggunaan Digitalisasi Zakat terhadap Efektivitas dalam Pengumpulan Zakat pada BAZNAS Kalbar." Journal of Accountancy and Management, 1(1).

Wicaksono, Soetam Rizky. 2022. Teori Dasar Technology Acceptance Model. Malang: CV Seribu Bintang.