

Theory Acceptance Model (TAM) untuk Mengukur Minat Wanita dalam Mengikuti Pelatihan Prakerja

Solehatin Ika Putri*, Lina Affifatusholihah, Farah Putri Wenang Lusianingrum

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

*Correspondence email: putri.solehatin@untirta.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini antara lain mengukur pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan factor budaya terhadap minat wanita mengikuti pelatihan prakerja daring. Metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan aplikasi SEM Warp PLS 6.0 dengan jumlah sampel 300 orang dengan metode purposive sampling. Penelitian ini akan mengadopsi model Technology Acceptance Model (TAM) yang dilahirkan oleh Fred Davis mencakup variable *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dengan kombinasi factor budaya. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan factor budaya secara partial dan simultan berpengaruh terhadap minat mengikuti pelatihan daring pada wanita di Kota Serang.

Kata Kunci: *technology acceptance model, perceived usefulness, perceived ease of use, budaya, minat*

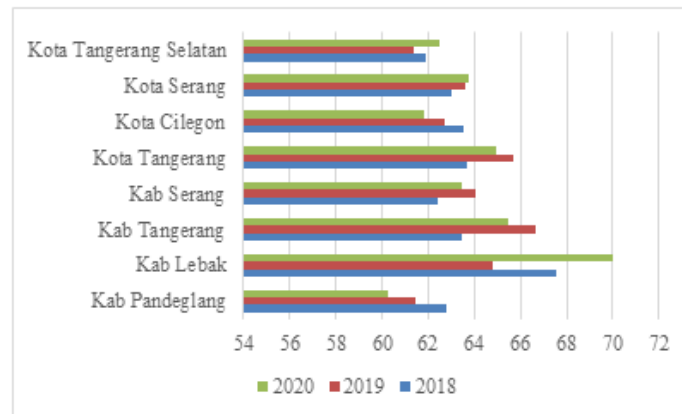
ABSTRACT

This study intends to obtain the impact of perceived usefulness, perceived ease of use and culture factor to women interest to take a part in pre – employment online training. This study used a quantitative approach and analysis used in this study is SEM Warp PLS 6.0 by collecting data to 300 sample by purposive sampling method. This study adopted Technology Acceptance Model by Fred Davis used perceived usefulness and perceived ease of use variable and collaborate culture factor as novelty. The findings in this study indicate that perceived usefulness, perceived ease of use, and culture factor in a partial and simultaneous impacted to women interest to take a part in pre – employment online training in Serang City.

Keywords: *technology acceptance model, perceived usefulness, perceived ease of use, culture, interest*

PENDAHULUAN

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) secara nasional selama kurun waktu 3 tahun terakhir masih berfluktuatif. Februari 2018 mencapai 5,1% kemudian meningkat di Agustus 2018 menjadi 5,3%. Sempat menurun pada Februari 2019 yakni sebesar 4,98% namun kemudian meningkat menjadi 5,23% di Agustus 2019. Sebagai puncaknya pada Agustus 2020 nilainya mencapai 7,07%. (BPS, 2020). Selanjutnya, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Banten menunjukkan bahwa setahun terakhir pengangguran di Banten bertambah dan hal tersebut berdampak pada TPT yang juga meningkat menjadi 8,01%. Sebagai Ibukota Provinsi Banten, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Kota Serang tergolong tinggi yakni berada di urutan keempat dari depan kabupaten/kota se-Provinsi Banten. Selain itu jumlah presentase TPAK Kota Serang meningkat selama 3 tahun terakhir ini. Selain data tersebut, data lain mengenai partisipasi wanita di Banten secara ekonomi masih rendah dan jauh tertinggal dari pria. Hal ini terbukti dari angka Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) pada Februari 2020 pria sebesar 83.30 persen hampir dua kali lipat dari TPAK wanita yang hanya 44.95 persen (BPS Banten, 2020).



Sumber: BPS Banten, 2020

Gambar 1
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) di Provinsi Banten

Latar belakang pendidikan pekerja wanita di Banten juga tergolong rendah dengan mayoritas lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP) ke bawah. (BPS Banten, 2020). Fakta menarik lainnya yaitu jumlah TPT di Banten justru mayoritas lulusan (Sekolah Menengah Atas) SMA dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Angkatan kerja ini diindikasikan mengalami kesulitan bersaing dengan tenaga kerja lain karena minimnya keterampilan. Berdasarkan fenomena tersebut maka penelitian ini akan difokuskan pada perspektif wanita. Program kartu prakerja yang dilakukan oleh pemerintah bertujuan untuk menekan bertambahnya jumlah TPT terlebih sejak pandemic Covid-19 ini. Para pelaku usaha telah banyak melakukan pengurangan tenaga kerja secara besar-besaran ditengah sulitnya ekonomi pada saat pandemic. Maka program kartu prakerja ini menjadi angin segar terutama untuk pelaku usaha kecil, mikro dan menengah terlebih bagi masyarakat yang harus di PHK. Jadi, adanya Program Kartu Prakerja ini diharapkan akan dapat mengurangi angka TPT dan meningkatkan kompetensi kerja angkatan kerja dan pekerja. Pekerja dan angkatan kerja yang menerima Kartu Prakerja berhak untuk menerima bantuan biaya untuk mengikuti pelatihan pengembangan kompetensi kerja. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian selaku pengelola telah melakukan kolaborasi dengan pihak swasta dan pemerintah sebagai mitra untuk penyelenggaraan pelatihan secara daring. Saat ini ada delapan mitra platform digital untuk penyelenggaraan pelatihan secara daring. Mitra tersebut meliputi Sisnaker, Pijar Mahir, Sekolahmu, Ruang Guru, Pintaria, Mau Belajar Apa, Bukalapak, dan Tokopedia. Mitra platform digital dari Program Kartu Prakerja tersebut menyediakan 1.338 jenis pelatihan mulai bisnis sampai pengembangan diri (Avisena, 2020).

Selanjutnya masih ada lima platform digital yang mengajukan proposal untuk dapat bergabung sebagai mitra Program Kartu Prakerja dan ada 362 jenis pelatihan baru yang diusulkan oleh mitra. Banyaknya jenis pelatihan yang ditawarkan ini menguntungkan bagi pemilik Kartu Prakerja untuk dapat memilih jenis pelatihan sesuai dengan keinginannya. Namun, bagi mitra ini menjadi tantangan agar dapat membuat pelatihan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari calon peserta. Dengan demikian mitra penyelenggara pelatihan yang dilakukan secara daring perlu mengungkap faktor-faktor penentu keputusan mengikuti pelatihan daring khususnya bagi wanita. Hal ini akan membantu mitra untuk dapat menyelenggarakan pelatihan yang sesuai dengan preferensi wanita pemilik Kartu Prakerja. (Lusianingrum dkk, 2020). Penelitian ini akan mengadopsi model Technology Acceptance Model (TAM) yang dilahirkan oleh Fred Davis mencakup variable *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* untuk menentukan minat mengikuti pelatihan daring bagi wanita pemilik Kartu Prakerja di Kota Serang. Telah banyak penelitian yang membahas mengenai pengaruh kedua variable tersebut terhadap minat salahsatunya yang dilakukan oleh Sulistiyarini, Suci (2012) bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan memiliki pengaruh terhadap minat namun persepsi kemudahan penggunaan yang lebih dominan dibandingkan dengan persepsi kegunaan. Selain kedua variable tersebut, penelitian ini juga mengajukan kolaborasi tambahan faktor budaya sebagai kebaruan. Karena berdasarkan Cahyani, F.I. & Widiyanto (2019) factor budaya terutama keluarga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat. Tujuan dari penelitian ini antara lain mengukur pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dan factor budaya terhadap minat mengikuti pelatihan

prakerja. Sehingga harapannya para penentu kebijakan dapat melakukan pelatihan prakerja sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya bagi para wanita di Kota Serang.

Kajian Pustaka

Technology Acceptance Model (Tam)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang dilahirkan oleh Fred Davis dengan tujuan untuk membantu menganalisis factor yang mempengaruhi penggunaan teknologi. Dua variable utamanya yaitu kemanfaatan (usefulness) dan kemudahan penggunaan (ease of use). Berdasar atas penelitian yang dilakukan oleh Ulfadilah (2013) bahwa kemanfaatan dan kemudahan penggunaan dapat menjelaskan aspek keperilakuan pengguna. Dengan demikian model TAM dapat menjelaskan dan menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan TI dipengaruhi oleh kemanfaatan (usefulness) dan kemudahan penggunaan (ease of use).

Perceived usefulness (PU)

Persepsi terhadap kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan ukuran yang digunakan dalam penggunaan suatu teknologi yang dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Dimensi tentang kemanfaatan teknologi informasi meliputi: kegunaan (menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat dan menambah produktivitas) dan efektivitas (mempertinggi efektivitas dan mengembangkan kinerja pekerjaan). (Ulfadilah, 2013). *Perceived usefulness* menurut Amalia, Siti N.A. (2018) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya persepsi masyarakat berpengaruh terhadap minat masyarakat. Hasil penelitian lain dilakukan oleh Sulistiyarini, Suci (2012) bahwa minat individu untuk menggunakan mobile banking diantaranya ditentukan oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), dan variable lain.

H1. Faktor *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat wanita mengikuti pelatihan prakerja secara daring.

Perceived ease of use (PEOU)

Persepsi tentang kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yakni suatu ukuran seseorang yang percaya bahwa teknologi atau computer dapat dengan mudah difahami dan digunakan. Beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi, meliputi: komputer sangat mudah dipelajari, komputer mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, komputer sangat mudah untuk meningkatkan keterampilan pengguna, komputer sangat mudah untuk dioperasikan. (Ulfadilah, 2013). Adapun menurut Indrayana, B, Kudang B.S & Bagus S. (2016) kemudahaan penggunaan dan kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap yang akan memengaruhi minat menggunakan Instagram untuk pembelian secara online.

H2. Faktor *perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat wanita mengikuti pelatihan prakerja secara daring.

Faktor Budaya (FB)

Budaya menurut Andespa, Roni (2017) merupakan penjelasan mengenai *beliefs, values, dan customs* yang berkaitan dengan konsep perilaku konsumen yang ditujukan pada perilaku konsumen dari anggota masyarakat tertentu. Lebih luas lagi, baik values maupun beliefs merupakan konstruk mental yang mempengaruhi sikap yang kemudian berpengaruh terhadap kecenderungan seseorang untuk bertindak terhadap perilaku konsumsi tertentu. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa budaya yang dianut oleh masyarakat Sumatera Barat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Dengan maksud lain budaya berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap minat menabung nasabah bank syariah. Dimana faktor budaya mampu memberikan pengaruh yang paling luas dan terdalam terhadap perilaku nasabah. (Andespa, Roni, 2017). Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa factor Budaya Korean Wave berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen dalam menghadapi produk impor. (Sumiati, 2020).

H3. Faktor budaya berpengaruh terhadap minat wanita mengikuti pelatihan prakerja secara daring.

Minat

Minat merupakan perilaku seseorang yang juga dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku. Untuk itu, dapat dikatakan bahwa minat perilaku seseorang dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, serta sikap terhadap perilaku. (Sulistiyarini, Suci, 2012). Menurut Kotler dalam Sumiati (2020) minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

METODE

Metode penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan dan rumusan penelitian adalah metode kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Structural Equation Modelling Warp Partial Least Square* (SEM Warp PLS) 6.0. pada data primer yang dihasilkan melalui pengumpulan data secara online dan offline. Analisis data dengan SEM Warp PLS 6.0 dilakukan melalui 2 tahapan yakni pertama menguji validitas dan reliabilitas instrument yang digunakan atau model pengukuran. Selanjutnya langkah kedua yaitu pengujian hipotesis penelitian atau uji model struktural. Instrumen pada penelitian ini dijelaskan pada Tabel 1. Hasil pengembangan instrumen penelitian tersebut akan disebarakan kepada wanita di Kota Serang yang memenuhi kriteria tertentu. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh wanita di Kota Serang. Sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* melalui kriteria tertentu yang ditetapkan. Pengambilan sampel ditentukan dengan kriteria bahwa responden seorang wanita berdomisili di Kota Serang yang berusia 18 – 64 tahun. Adapun penentuan jumlah sampel merujuk pendapat Haryono (2017) yaitu minimal 5 kali dari jumlah variabel indikator penelitian, adapun sample dalam penelitian ini berjumlah 300 orang.

Tabel 1
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan
PU (<i>Perceived Usefulness</i>)	1. meningkatkan efektivitas 2. memenuhi kebutuhan pengguna 3. mengurangi tingkat kesalahan (Ulfadilah, 2013)	5
PEOU (<i>Perceived Ease of Use</i>)	1. mudah untuk dipelajari 2. mudah untuk digunakan 3. mudah untuk diingat 4. mudah diakses (Ulfadilah, 2013)	5
FB (Faktor Budaya)	1. Budaya 2. Sub Budaya 3. Kelas Sosial	5
MM (Minat Mengikuti)	1. Ketertarikan 2. Pencarian Informasi 3. Mempelajari syarat	5

Sumber: data olahan

HASIL

Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini antara lain usia, pendidikan, penghasilan dan aktivitas yang dijalani saat ini. Tabel 2 dapat diperhatikan bahwa sebagian besar responden berusia 26-35 tahun yakni sebanyak 188 orang dengan mayoritas pendidikan lulusan SMA/SMK sebanyak 207 orang. Penghasilan rata-rata terbanyak yaitu dalam rentang dua juta sampai empat juta rupiah. Adapun aktivitas yang dilakukan secara berturut-turut dari yang terbanyak yaitu pekerja, pencari kerja dan wirausaha pada skala mikro dan kecil.

Tabel 2
Karakteristik Responden

	Kriteria	Jumlah	%
Usia	18-25 tahun	73	24%
	26-35 tahun	188	63%
	36-45 tahun	35	12%
	45-55 tahun	4	1%
Pendidikan	SD dan SMP	13	4,33%
	SMA/SMK	207	69%
	D3	49	16,33%
	S1	31	10,33%
Penghasilan	< 2 juta	69	23%
	2 juta -4 juta	212	70,67%
	4.1 juta – 6 juta	19	6,33%
	>6 Juta	-	0%
Aktivitas	Pencari Kerja	89	29,67%
	Wirausaha	43	14,33%
	Pekerja	168	56%

Sumber: data olahan

Tabel 2 menjelaskan pengujian instrument penelitian dilakukan untuk mengukur tingkat validitas dan reliabilitas dari duapuluh item pertanyaan dengan menggunakan SEM Warp PLS 6.0. Tabel 3 berikut ini merupakan hasil dari pengujian instrumen penelitian.

Tabel 3
Validitas Konvergen

Item Pernyataan	Factor Loading	Keputusan
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>		
PU1	(0.799)	Valid
PU2	(0.840)	Valid
PU3	(0.762)	Valid
PU4	(0.844)	Valid
PU5	(0.796)	Valid
<i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i>		
PEOU1	(0.820)	Valid
PEOU2	(0.804)	Valid
PEOU3	(0.852)	Valid
PEOU4	(0.784)	Valid
PEOU5	(-0.191)	Tidak Valid
Faktor Budaya (FB)		
FB1	(0.842)	Valid
FB2	(0.709)	Valid
FB3	(0.850)	Valid
FB4	(0.783)	Valid
FB5	(-0.183)	Tidak Valid
Minat Mengikuti (MM)		
MM1	(0.780)	Valid
MM2	(0.824)	Valid
MM3	(0.772)	Valid
MM4	(0.831)	Valid
MM5	(0.784)	Valid

Sumber: data olahan

Tabel 4
Validitas Diskriminan

Variabel	PU	PEOU	FB	MM
PU	(0.830)			
PEOU	0.609	(0.818)		
FB	0.839	0.676	(0.788)	
MM	0.751	0.695	0.810	(0.798)

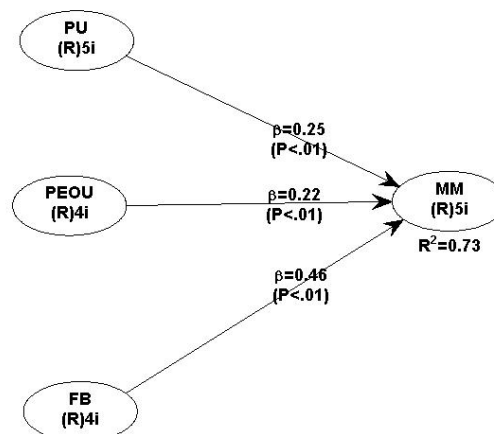
Sumber: data olahan

Tabel 5
Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Composite Reliability	Keterangan
PU	0.867	0.904	Reliabel
PEOU	0.835	0.890	Reliabel
FB	0.795	0.867	Reliabel
MM	0.858	0.898	Reliabel

Sumber: data olahan

Duapuluh item pertanyaan seperti yang tersaji pada Tabel 3 selanjutnya diuji validitasnya dengan hasil uji validitas konvergen terdapat dua item pernyataan yang nilai *factor loading* kurang dari 0.7. Berdasarkan hasil tersebut, kedua pertanyaan dikeluarkan dari analisis. Dengan demikian analisis data hanya menggunakan delapan belas pernyataan yang tersisa. Meskipun dua pernyataan yang tidak valid tidak dimasukkan namun masih dapat terwakili oleh item pernyataan dari satu variabel yang sama. Lebih lanjut Tabel 4 menggambarkan hasil dari uji validitas diskriminan dimana nilai akar AVE lebih tinggi dari korelasi antar variabel sehingga memenuhi variabel diskriminan. Terakhir, Tabel 5 mengungkapkan bahwa kelima variabel yang dipakai nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* lebih besar dari 0.7 maka dapat dikatakan reliabel. Langkah kedua dari pengujian dengan SEM Warp PLS 6.0 yaitu model struktural. Model struktural dalam penelitian ini menguji tiga hipotesis yang telah diajukan.



Sumber: data olahan

Gambar 2
Model Struktural

Tabel 6
Hasil Uji Hipotesis

Jalur	Koefisien	p - Value	Effect Size
PU → MM	0.25	$p < 0.001$	0.192
PEOU → MM	0.22	$p < 0.001$	0.155
FB → MM	0.46	$p < 0.001$	0.382
Indikator goodness of fit model			

APC	0.311	$p < 0.001$
ARS	0.730	$p < 0.001$
AVIF	3.098	$p < 0.001$

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai AVIF lebih kecil dari 5 sehingga model penelitian ini bebas dari multikolinieritas. Selain itu, nilai *average path coefficient* (APC) dan *average R-Square* (ARS) juga signifikan pada level 1%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model yang dikembangkan oleh penelitian ini terbukti baik karena telah memenuhi tiga kriteria *goodness of fit* model yaitu AVIF, APC, dan ARS. Selanjutnya, Gambar 2 dan Tabel 6 menggambarkan bahwa hipotesis 1 dinyatakan diterima karena koefisien $\beta = 0.25$; $p\text{-Value} < 0.001$. Jadi ketika faktor *perceived usefulness* mengalami peningkatan satu satuan maka minat mengikuti akan naik 0.4. Maknanya, bahwa faktor *perceived usefulness* terbukti dapat meningkatkan minat mengikuti pelatihan daring bagi wanita di kota Serang. Begitupun yang disajikan melalui tabel 9 dan gambar 1 memperlihatkan hasil uji hipotesis 2 bahwa koefisien β bernilai positif sebesar 0.22 dan signifikan pada tingkat toleransi 1%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor *perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat mengikuti pelatihan pada wanita di Kota Serang. Adapun hipotesis 3, yaitu faktor budaya berpengaruh terhadap minat mengikuti pelatihan daring pada wanita di Kota Serang diterima sebab $\beta = 0.46$; $p\text{-Value} < 0.001$.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan statistik yang dilakukan dihasilkan kesimpulan bahwa variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan budaya secara partial berpengaruh terhadap minat mengikuti pelatihan daring pada wanita di Kota Serang. Selanjutnya, ketiga variabel tersebut secara simultan juga signifikan berpengaruh pada minat mengikuti pelatihan daring pada wanita pemilik Kartu Prakerja sebesar 73% sementara sisanya ditentukan oleh variabel yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini selanjutnya diharapkan dapat dijadikan sebagai literasi khususnya bagi pemerintah kota srang ataupun provinsi banten dalam menetapkan kebijakan pelatihan untuk menekan tingkat pengangguran wanita di provinsi Banten.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Siti N.A. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology (Fintech) Syariah (Paytren) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran. *Iqtishaduna*, 9(1)
- Andespa, Roni. 2017. Pengaruh Budaya dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1)
- Badan Pusat Statistik Banten, 2020a. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Menurut Jenis Kelamin di Provinsi Banten. <https://banten.bps.go.id/indicator/6/403/1/tingkat-partisipasi-angkatan-kerja-tpak-menurut-jenis-kelamin-di-provinsi-banten.html>
- Badan Pusat Statistik Banten, 2020b. Penduduk Berumur 15 tahun ke atas menurut jenis kegiatan. <https://banten.bps.go.id/indicator/6/529/1/penduduk-berumur-15-tahun-ke-atas-menurut-jenis-kegiatan.html>
- Badan Pusat Statistik Banten 2020c. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten. <https://banten.bps.go.id/indicator/6/156/1/tingkat-partisipasi-angkatan-kerja-tpak-menurut-kabupaten-kota.html>
- Cahyani, F.I. & Widiyanto. 2019. Pengaruh Budaya Keluarga dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 1115-1129.
- Haryono, Siswoyo. 2017. *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Luxima: Jakarta.
- Indrayana, B, Kudang B.S & Bagus S. 2016. Faktor Penentu Minat Penggunaan Instagram Untuk Pembelian Online Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 2(2)
- Lusianingrum dkk, 2020. Faktor Penentu Keputusan Mengikuti Pelatihan Daring pada Wanita Pemilik Kartu Prakerja. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8, 175 -181

- Sulistiyarini, Suci. 2012. Pengaruh Minat Individu terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1(2).
- Sumiati. 2020. Dampak Etnosentrisme dan Budaya Populer Terhadap Sikap Konsumen serta Implikasinya terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(2), 27-31
- Ulfadilah, Nisa. 2013. Evaluasi Tingkat Penerimaan Implementasi E – Laboratory dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Matrik*, 14(1), 9-20