



Strategi Marketing dalam Optimalisasi Minat Pengunjung Website caribakatmu.com dengan Pendekatan Technology Acceptance Model

Tonny Yuwanda^{1*}, Abdi Fadhlan², Mayang Bundo³, Omia Crefioza⁴

^{1*,4}Universitas Putra Indonesia “YPTK”, Padang

²Universitas Islam Negeri Imam Bonjol, Padang

³Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Ar-Risalah, Padang

*Corresponding Author. Email: tonnyyuwanda@upiypk.ac.id

Abstract: This service aims to contribute as a marketing strategy and increase visitors to the caribakatmu.com website, which was managed by PT Ahad Edutama Inovasi with the technology acceptance model (TAM) approach. This service method was Participatory Action Research (PAR), where the service team assisted partners in research to solve problems. Data was collected by distributing questionnaires to 100 website user respondents in which the questions were based on the approach used. Path analysis was used in this activity with the SEM-PLS program to comprehensively determine the direct and indirect effects of exogenous variables on endogenous ones. This service analysis showed that Caribakatmu.com was following the technology acceptance model. The variables perceived ease of use and perceived usefulness significantly affect attitude towards using and behavioral intention. However, with the addition of age and gender control variables, there are several suggestions for Caribakatmu.com, including 1) the Development of services for the student level up to the company level; 2) Expanding personality testing by providing visual tests, memory games and creativity so that talent mapping is comprehensive; 3) Adding the share feature so that users can promote this website.

Abstrak: Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan kontribusi berupa strategi marketing dan peningkatan pengunjung website Caribakatmu.com yang dikelola oleh PT Ahad Edutama Inovasi dengan pendekatan *technology acceptance model* (TAM). Metode pengabdian ini yaitu *Participatory Action Research* (PAR) dimana tim pengabdian mendampingi mitra melakukan riset dalam menyelesaikan masalah. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden pengguna website yang mana pertanyaan didasari dengan pendekatan yang digunakan. Analisis jalur digunakan pada kegiatan ini dengan program SEM-PLS untuk mengetahui secara komprehensi pengaruh langsung dan tidak langsung variabel eksogen terhadap endogen. Hasil analisis pengabdian ini menunjukkan bahwa Caribakatmu.com telah sesuai dengan *technology acceptance model* yang mana variabel *perceived of ease use*, *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *attitude towards using* dan *behavioral intention*. Namun, dengan penambahan variabel kontrol umur dan jenis kelamin terdapat beberapa saran kepada Caribakatmu.com diantaranya 1) Pengembangan layanan untuk tingkat mahasiswa hingga ke tingkat perusahaan; 2)Memperluas pengujian kepribadian dengan memberikan test visual, games ingatan dan kreativitas agar pemetaan bakat lebih menyeluruh; 3) Menambahkan fitur share, agar para pengguna turut mempromosikan website ini.

Article History:

Received: 09-01-2023

Reviewed: 23-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Published: 11-02-2023

Key Words:

Marketing Strategy;

caribakatmu.com;

Technology

Acceptance Model.

Sejarah Artikel:

Diterima: 09-01-2023

Direview: 23-01-2023

Disetujui: 01-02-2023

Diterbitkan: 11-02-2023

Kata Kunci:

Strategi Marketing;

Caribakatmu.com;

Technology Acceptance

Model.

How to Cite: Yuwanda, T., Fadhlan, A., Bundo, M., & Crefioza, O. (2023). Strategi Marketing dalam Optimalisasi Minat Pengunjung Website caribakatmu.com dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(1), 184-193. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v4i1.7014>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v4i1.7014>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).





Pendahuluan

Perkembangan era global saat ini terjadi begitu pesat dalam segala bidang salah satunya adalah perkembangan dalam bidang teknologi informasi (TI) seperti internet (Fakhrunnisa' dkk). Semua yang kita gunakan selalu berhubungan dengan teknologi yang sangat mudah untuk digunakan kapanpun dan dimanapun (Saputri et al., 2018). Pemanfaatan fitur teknologi akan memberikan kemudahan baik bagi pelaku bisnis maupun konsumen. Salah satu yang dapat dimanfaatkan adalah situs *website* yang dapat menyajikan berbagai layanan atau informasi yang ditawarkan (Darmanto et al., 2020). *Website* masih menjadi pilihan utama di era digital ini. *Website* tersebut dapat menyajikan berbagai macam informasi yang mudah diakses hanya dengan menggunakan layanan internet. Salah satu *website* yang ada yaitu Caribakatmu.com.

Caribakatmu.com adalah sebuah *website* yang dikelola PT. Ahad Edutama Inovasi menyajikan informasi tentang tes untuk mengetahui bakat dan karakter yang mana hal tersebut bisa menjadi salah satu pedoman dalam menentukan karir di masa depan. Namun, pengelola *website* saat ini menjadikan promosi tatap muka menjadi strategi utama dengan menjalin kerja sama dengan beberapa sekolah. Strategi ini dinilai kurang efektif karena menjadikan *website* ini hanya bermanfaat sektoral saja. Pengembangan strategi promosi yang tepat akan menjadikan *website* potensial ini dikenal oleh banyak orang karena dianggap mampu membantu siswa berkompetisi kedepannya. Hal yang perlu diketahui dahulu adalah faktor-faktor apakah yang mendorong, memengaruhi atau menentukan orang mengunjungi *website* tersebut. Jika faktor-faktor tersebut diketahui maka upaya-upaya peningkatan minat masyarakat dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Indrayana menambahkan bahwa “cara mengetahui minat penggunaan suatu teknologi informasi yaitu dengan mengetahui teknologi tersebut apakah sudah memiliki kemudahan jika digunakan, dan apakah teknologi tersebut mempunyai kegunaan yang dapat meningkatkan kinerja pekerjaan” (Indrayana et al., 2016). Salah satu cara untuk mengetahui apakah suatu teknologi diterima atau tidak adalah dengan menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*). Alasan mengapa peneliti menggunakan TAM adalah bahwa TAM dapat memberikan yang kuat dan sederhana alasan diterimanya suatu informasi teknologi (Angelina & Japariato, 2014).

TAM pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis yang merupakan penyesuaian dari theory of reason action (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen, dimulai dari teori sikap dan tindakan yang relevan, memilah antara keyakinan dan sikap, dan memilih impulsif eksternal (Heryanta, 2019; Rokhmawati & Nugraha, 2021). TAM adalah salah satu teori yang menggunakan teori perilaku yang sering digunakan ketika meneliti tahapan penyesuaian teknologi informasi. TAM diyakini dan telah dipertimbangkan oleh para peneliti bahwa TAM paling berguna dalam memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. Akibatnya, terbukti dapat diterapkan dalam memprediksi dan menjelaskan niat perilaku pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi informasi (Hickernell, 1985; Rokhmawati & Nugraha, 2021). Pendekatan TAM memiliki 5 persepsi yaitu;

1) *Perceived Ease to Use (PEOU)*

Perceived ease to use dihubungkan dengan interaksi, waktu dan energi yang digunakan pengguna untuk mempelajari teknologi tersebut (Zahro & Nugraha, 2021). Rokhmawati dan Nugraha menambahkan bahwa pengguna percaya bahwa jika pengguna menggunakan teknologi akan meringankan pekerjaannya. Kata “*Ease*” berarti tanpa kesulitan atau tanpa perlu untuk kerja keras (Hendrawan et al., 2021). Adapun karakteristik PEOU yaitu lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah digunakan (Lestari & Nugraha, 2021).



2) *Perceived Usefulness (PU)*

Perceived usefulness ialah persepsi pengguna bahwa teknologi dan system yang digunakan dapat membantu menyelesaikan pekerjaan secara efektif serta meningkatkan pekerjaannya (Lestari & Nugraha, 2021).

3) *Attitude Towards Using (ATU)*

Attitude Towards Using adalah sikap pengguna setelah pengguna menggunakan teknologi dalam menyelesaikan pekerjaan dimana sikap ini muncul berdasarkan pengalaman serta akan memberikan respon penerimaan atau penolakan teknologi yang didasari perasaan (Zahro & Nugraha, 2021).

4) *Behavioral Intention of Use (BIOU)*

Behavioral intention of use didefinisikan sebagai keinginan, ketertarikan serta kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan teknologi dalam menyelesaikan pekerjaan (Rokhmawati & Nugraha, 2021; Zahro & Nugraha, 2021).

Jogiyanto (2008) menjelaskan “TAM dianggap berpengaruh dan dapat menjelaskan penerimaan seseorang dalam pendayagunaan suatu sistem informasi”. Terdapat dua konstruk utama, yaitu: kegunaan (*perceived usefulness* / PU) dan kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use* / PEU) (Sánchez-Prieto, Olmos-Migueláñez, & García-Peñalvo, 2017). Davis menyatakan bahwa “konstruk kegunaan merupakan suatu keadaan dimana seseorang memercayai jika menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja mereka. Sedangkan konstruk kemudahan penggunaan adalah keadaan ketika individu percaya bahwa tidak diperlukan usaha keras dalam menggunakan system” (Davis, 1985). TAM dianggap paling tepat menurut banyak peneliti dalam menentukan kesiapan kelompok untuk menjalankan teknologi computer basic pada aktivitasnya (Alomary & Woollard 2015 ; Baziad, 2015).

TAM adalah teori yang paling umum digunakan dalam mengukur sikap penerimaan seseorang terhadap sistem atau teknologi tertentu (Lestari dan Nugraha, 2021). Pendekatan TAM memiliki 5 persepsi yaitu *attitude towards using, behavioral intention to use, perceived ease of use, perceived usefulness and actual system usage*. Dengan pendekatan ini akan melihat sejauh mana persepsi masyarakat dapat menerima teknologi yang digunakan. Semakin mudah teknologi digunakan maka semakin bermanfaat teknologi tersebut (Zahro & Nugraha, 2021). Selain itu, pendekatan TAM dapat menjelaskan alasan penerimaan dari suatu teknologi informasi (Rokhmawati & Nugraha, 2021). Pendekatan TAM diharapkan dapat memberikan informasi dasar yang dibutuhkan tentang faktor-faktor yang mendorong sikap individu (Hendrawan et al., 2021).

Penelitian (Zahro & Nugraha, 2021) yang meneliti penggunaan Mendeley pada mahasiswa dengan pendekatan TAM dimana ditemukan bahwa mahasiswa telah bersikap dan berpersepsi bahwa Mendeley memudahkan pekerjaan mahasiswa dalam menyelesaikan tugas. Penelitian (Rokhmawati & Nugraha, 2021) yang menggunakan pendekatan ini pada aplikasi typing master. (Hendrawan et al., 2021) yang meneliti tentang penggunaan aplikasi elearning dengan pendekatan TAM dimana peneliti menemukan bahwa terdapat beberapa faktor untuk menunjang persepsi tersebut yaitu diantaranya kesiapan manusia, kesiapan untuk berkembang, kesiapan dengan teknologi dan kesiapan dari inovasi. Pada penelitian (Lestari & Nugraha, 2021) juga menemukan bahwa pendekatan TAM juga dapat digunakan pada aplikasi game berbasis edukasi yang dapat diterima oleh para siswa. Selain itu penelitian (Mardhiyah et al., 2020) yang menggunakan pendekatan TAM menyatakan bahwa *behavioural intention of use, usefulness, ease of use* dan *behavioural intention of use* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *actual system use* melalui *behavioural*



intention of use. Tentu saja hal ini dapat disimpulkan bahwa gojek telah diterima dengan baik di kalangan mahasiswa kota Palembang.

Berdasarkan uraian diatas, adapun pengabdian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi berupa strategi marketing dan peningkatan pengunjung website Caribakatmu.com yang dikelola oleh PT. Ahad Edutama Inovasi dengan pendekatan technology acceptance model (TAM).

Metode Pengabdian

Metode pengabdian ini menggunakan *Participatory Action Research* (PAR) dimana tim pengabdian mendampingi serta bekerja sama dengan mitra dalam penelitian untuk mengeksplorasi potensi website dengan pendekatan TAM. Mitra pengabdian ini yaitu pengelola website Caribakatmu.com yaitu PT. Ahad Edutama Inovasi, Padang. Analisis yang digunakan yaitu *Structure Equation Model – Partial Least Square* (SEM-PLS) yang dikembangkan Hair et al (2014). Tim pengabdian melakukan beberapa tahapan dalam menyelesaikan permasalahan tersebut diantaranya:

1) Persiapan

Kegiatan persiapan ini mencakup beberapa hal, yaitu:

- a) Pembagian kerja
- b) Perizinan
- c) Membuat proposal dan proses persetujuan

2) Screening

Beberapa tahapan yang dilakukan, yaitu:

- a) Menyiapkan pertanyaan kuesioner
- b) Menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan

3) Implementasi Kegiatan

Kegiatan yang berlangsung telah terjadwal sebelumnya, dengan rangkaian kegiatan sbb:

- a) Menyebarkan kuesioner kepada 100 pengguna website
- b) Melakukan analisis jalur dari data yang diperoleh
- c) Menggunakan Software SEM-PLS agar analisis lebih komprehensif.

4) Evaluasi dan Pembuatan Laporan

Kegiatan ini adalah bagian terpenting dalam kegiatan ini serta pembuatan laporan dan artikel dari pelaksanaan pengabdian untuk dipublikasi.

Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Kegiatan awal pengabdian yaitu menggali informasi dengan Mitra serta mencari metoda yang tepat bagi Mitra. Tim pengabdian berkoordinasi dengan mitra dalam pembuatan kuesioner dan meminta Mitra turut menyebarkan kuesioner kepada pengunjung website. Pernyataan kuesioner berisi delapan pertanyaan serta pertanyaan identitas responden yang dibutuhkan untuk mengetahui karakteristik responden. Setelah memperoleh jawaban 100 responden maka tim pengabdian melakukan analisis dari hasil pentabulasian tersebut. Adapun hasil analisis dijelaskan sebagai berikut:

A. Measurement Model

Sebelum dilakukan analisis jalur maka dilakukan pengujian pada indikator terlebih dahulu untuk mengetahui validitas yang menggunakan nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE) serta reliabilitas menggunakan cronbach alpha dan composite reliability. Berikut hasil pengujian yang dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:



Tabel 1. Hasil Measurement Model

No	Variable	Outer Loading	Cronbach Alpha	Composite Reliability	AVE
1	PEOU1	0.871	0.701	0.870	0.770
2	PEOU2	0.884			
3	PU1	0.918	0.805	0.911	0.837
4	PU2	0.912			
5	ATU1	0.944	0.868	0.938	0.883
6	ATU2	0.935			
7	BIOU1	0.947	0.882	0.944	0.895
8	BIOU2	0.945			

Berdasarkan tabel 1 diatas terlihat bahwa nilai *outer loading* > 0,7 dan nilai AVE > 0,5 dan nilai *cronbach alpha* > 0,7 dan *composite reliability* 0,7 untuk setiap indikatornya dan variabelnya. Hal ini menjelaskan bahwa setiap indikator dan variabel dinyatakan valid dan reliabel serta dapat dilakukan analisis selanjutnya (Hair et al., 2014). Pengujian selanjutnya adalah mengetahui kontribusi variabel (R Square) yang dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil R Square

No	Variabel	R Square
1	Attitude Toward Using	0.634
2	Behavioral Intention	0.785

Berdasarkan tabel 2 di atas terlihat bahwa nilai R Square pada ATU yaitu 0,634 atau 63,4% yang artinya variabel PEOU dan PU berkontribusi sebesar 63,4% terhadap ATU. Sedangkan BIOU yaitu 0,785 atau 78,5% yang menjelaskan bahwa kontribusi variabel PEOU, PU dan ATU berkontribusi 78,5%. Semakin tinggi nilai kontribusi maka semakin tinggi variabel eksogen dapat menjelaskan variabel endogennya (Ghozali and Latan, 2012).

B. Path Analysis

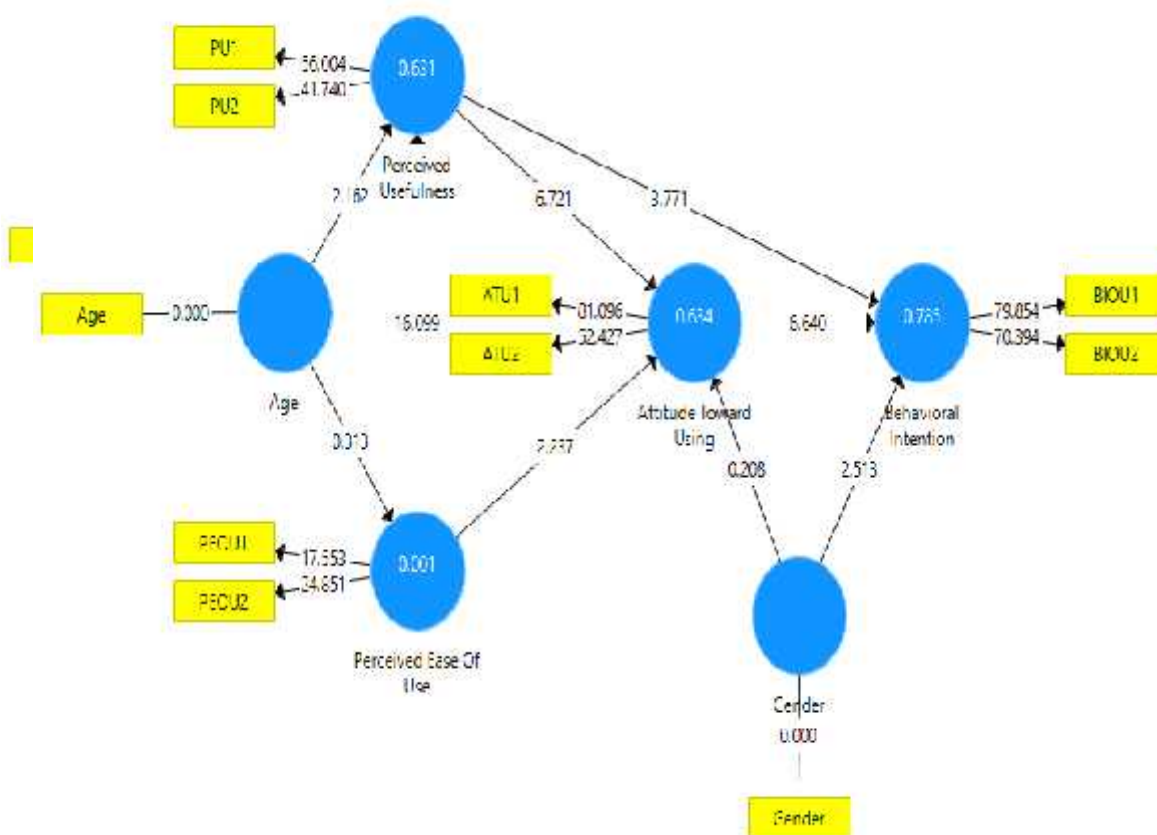
Setelah mengetahui validitas dan reliabilitas setiap indikator dan variabel maka pengujian selanjutnya adalah analisis jalur. Hasil analisis jalur dapat dilihat pada gambar 1 dan tabel 3.

Tabel 3. Hasil Direct Effects dan Indirect Effects

No	Effects	Original Sampel	T Statistics	P-Values
1	Age > Perceived Ease Of Use	0.029	0.313	0.754
2	Age > Perceived Usefulness	-0.131	2.162	0.031
3	Gender > Attitude Toward Using	-0.012	0.208	0.836
4	Gender > Behavioral Intention	-0.133	2.513	0.012
5	Perceived Ease Of Use > Attitude Toward Using	0.226	2.237	0.026
6	Perceived Ease Of Use > Perceived Usefulness	0.787	16.099	0.000
7	Perceived Usefulness > Attitude Toward Using	0.605	6.721	0.000
8	Perceived Usefulness > Behavioral Intention	0.344	3.771	0.000
9	Attitude Toward Using > Behavioral Intention	0.563	6.64	0.000
10	Perceived Ease Of Use > Perceived Usefulness > Attitude Toward Using	0.476	6.449	0.000
11	Perceived Ease Of Use > Perceived Usefulness > Behavioral Intention	0.271	3.618	0.000



No	Effects	Original Sampe	T Statistics	P- Values
12	Perceived Ease Of Use > Attitude Toward Using > Behavioral Intention	0.127	2.015	0.044
13	Perceived Usefulness > Attitude Toward Using > Behavioral Intention	0.341	4.733	0.000



Gambar 1. Hasil Bootstrapping

Berdasarkan tabel 3 dapat dijelaskan bahwa :

- 1) Umur sebagai variabel kontrol berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap PEOU yang ditunjukkan P-Values 0,754 > 0,05. Namun, umur berpengaruh negatif dan signifikan terhadap PU yang ditunjukkan P- Values 0,031 < 0,05.
- 2) Jenis kelamin sebagai variabel kontrol berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap ATU yang ditunjukkan P-Values 0,836 > 0,05. Namun, jenis kelamin berpengaruh negatif dan signifikan terhadap BIOU yang ditunjukkan P- Values 0,012 < 0,05.
- 3) Variabel PEOU berpengaruh positif signifikan terhadap ATU yang ditunjukkan dengan P-Values 0,026 < 0,05 dan juga berpengaruh positif signifikan terhadap PU dimana P-Values 0,000 < 0,000.



- 4) Variabel PU berpengaruh positif signifikan terhadap ATU yang ditunjukkan dengan P-Values $0,000 < 0,05$ dan juga berpengaruh positif signifikan terhadap BIOU dimana P-Values $0,000 < 0,000$.
- 5) Variabel ATU berpengaruh positif signifikan terhadap BIOU yang ditunjukkan dengan P-Values $0,000 < 0,05$.
- 6) Variabel PU dapat memediasi PEOU terhadap ATU yang dibuktikan dengan P-Values $0,000 < 0,05$ dan juga terhadap BIOU yang dibuktikan dengan P-Values $0,000 < 0,05$.
- 7) Variabel ATU dapat memediasi PEOU terhadap BIOU yang ditunjukkan dengan P-Values $0,044 < 0,05$ dan juga memediasi PU terhadap BIOU yang ditunjukkan dengan P-Values $0,000 < 0,05$.

Pembahasan

Variabel kontrol umur berpengaruh negatif dan signifikan terhadap PU yang dibuktikan dengan P-Values $0,031 < 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa semakin rendah umur pengguna website maka semakin banyak merasakan manfaat pada website tersebut. Artinya website Caribakatmu.com berfokus kepada pemuda yang mana ini digambarkan oleh owner pada website yang friendly serta memiliki interface yang modern (gambar 2).



Gambar 2. Halaman Awal Caribakatmu.com

Disisi lain, hal ini akan membatasi segmentasi bisnis website Caribakatmu.com. Adapun pengembangan strategi kedepannya yaitu dapat dengan memberikan layanan untuk tingkat mahasiswa hingga ke tingkat perusahaan. Dengan demikian, Caribakatmu.com akan lebih diminati oleh semua kalangan. Variabel kontrol jenis kelamin berpengaruh negatif signifikan terhadap BIOU yang dibuktikan dengan P-Values $0,012 < 0,05$. Dalam pengkodean, jenis kelamin perempuan bernilai 0 (nol) dan laki-laki bernilai 1 (satu). Artinya, website Caribakatmu.com lebih dominan diminati oleh perempuan dimana hal ini juga diperkuat dengan desain maskot yang lucu dan warna yang ditonjolkan adalah warna orange (gambar 3).



Gambar 3. Menu Profile Caribakatmu.com



Untuk menjangkau minat laki-laki dalam penggunaan website dapat menggunakan beberapa strategi sebagai berikut:

- 1) Memberikan fleksibilitas warna background profile yang di atur pengguna sesuai dengan minat.
- 2) Memberikan test kepribadian menggunakan visual / gambar yang mana memberikan pertanyaan seputar hobi, buku yang sering dibaca, tontonan, olahraga yang diminati hingga hewan peliharaan yang disukai.
- 3) Memberikan pengujian seperti games mengingat dan kreativitas.

Untuk menunjang strategi tersebut, *owner* Caribakatmu.com bisa melakukan pengembangan dengan menambah pengujian kepribadian dengan pendekatan berbeda agar dapat memetakan bakat secara komprehensif.

Variabel PEOU berpengaruh positif signifikan terhadap ATU yang ditunjukkan dengan P-Values $0,026 < 0,05$ dan juga berpengaruh positif signifikan terhadap PU dimana P-Values $0,000 < 0,000$. Artinya, pengguna website Caribakatmu.com telah mengetahui cara menggunakan fitur-fitur tersedia serta para pengguna telah merasakan website tersebut bermanfaat bagi mereka. Sehingga dapat disimpulkan bahwa website Caribakatmu.com telah *user-friendly* di mata para pengguna website.

Variabel PU berpengaruh positif signifikan terhadap ATU yang ditunjukkan dengan P-Values $0,000 < 0,05$ dan juga berpengaruh positif signifikan terhadap BIOU dimana P-Values $0,000 < 0,000$. Artinya, para pengguna mengunjungi website Caribakatmu.com telah didasari sikap yang diperoleh dan manfaat yang dirasakan. Hal ini menjadi keunggulan website ini, dimana minat pengunjung dimotori berdasarkan azas manfaat website serta perubahan sikap ketika mengetahui manfaat tersebut.

Variabel ATU berpengaruh positif signifikan terhadap BIOU yang ditunjukkan dengan P-Values $0,000 < 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa para pengguna telah memperoleh sikap dalam penggunaan website tersebut. Minat pengguna muncul disebabkan pemberian solusi dari website ini karna telah membantu para pengguna serta dapat membantu memecahkan permasalahan yang dialami.

Pada pengaruh mediasi terlihat seluruhnya signifikan. Ini menjelaskan bahwa website Caribakatmu.com telah sesuai dengan *technology acceptance model*. Dengan konsep website sekarang, para pengguna telah mengetahui manfaat, kemudahan penggunaan dan pengguna bersikap bahwa website tersebut telah memberikan solusi yang diinginkan hingga berdampak pada peningkatan minat pengunjung. Disisi lain, website Caribakatmu.com hanya memberikan fitur penambahan media sosial pengguna (gambar 4) dan belum ada fitur *share* ke jejaring media sosial.

Gambar 4. Fitur Media Sosial



Pada gambar 4 terlihat, pengguna hanya diminta mengisi media sosial yang dimiliki namun belum ada fitur membagikan. Hal ini didasari karena generasi muda hari ini senang membagikan sesuatu ke media sosial yang mana ini akan menjadi strategi yang untuk menjangkau pengunjung serta peningkatan proses pemasaran. Adapun bentuk tindak lanjut kegiatan pengabdian ini yaitu mendampingi Mitra dalam pengembangan model untuk tingkat mahasiswa hingga perusahaan dengan melihat kebutuhan dan permintaan pada tingkat tersebut. Dengan pengembangan tersebut diharapkan Mitra dapat memperluas pangsa pasar serta meningkatkan keuntungan perusahaan.

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil pengabdian ini adalah Caribakatmu.com merupakan salah satu website pengujian kepribadian dalam menemukan bakat pengguna serta dapat memberikan solusi pengembangan potensi diri kedepannya. Adapun Caribakatmu.com telah sesuai dengan *technology acceptance model* yang mana variabel *perceived of ease use*, *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *attitude towards using* dan *behavioral intention*.

Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan kepada Mitra guna peningkatan pengunjung yaitu :

- 1) Pengembangan layanan untuk tingkat mahasiswa hingga ke tingkat perusahaan.
- 2) Memperluas pengujian kepribadian dengan memberikan test visual, games ingatan dan kreativitas agar pemetaan bakat lebih komprehensif
- 3) Menambahkan fitur *share*, agar para pengguna turut mempromosikan website ini.

Daftar Pustaka

- Alomary, A., & Woollard, J. (2015, 21st November 2015). How is Technology Accepted by Users? A Review of Technology Acceptance Models and Theories. The IRES - 17th International Conference, London, United Kingdom.
- Angelina, P. J. J., & Japariato, E. (2014). Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–7.
- Baziad, M. (2015). Digital economy Indonesia aims to beat Malaysia in internet. Retrieved from <https://www.digitalnewsasia.com/digital-economy/indonesia-aims-to-beatmalaysiaininternet>.
- Darmanto, A., Pradiani, T., & Ruspitasari, W. D. (2020). *Pengaruh Kualitas Website Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Di Bukalapak.Com*. 20–33.
- Davis, F. D. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: theory and results. (Ph.D in Management Disertation), Massachusetts Institute of Technology, Sloan School of Management.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. doi: <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Semarang; Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *PLS-*



- SEM : Indeed a Silver Bullet PLS-SEM : Indeed a Silver Bullet. January 2015, 37–41.*
<https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hendrawan, E., Irianto, S. Y., & Fitria. (2021). Measurement Of Electronic Learning Performance Using The Technology Acceptance Model (TAM) Method At The Vocational School Of Patria Gadingrejo. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 12(1), 48–58.
- Heryanta, J. (2019). Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Actual Use Pengguna GOJEK Indonesia dengan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Innovation Diffusion Theory. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2).
- Hickernell, F. S. (1985). Zinc Oxide Films for Acousto electric Device Applications. *IEEE Transactions on Sonics and Ultrasonics*, 32(5), 621–629. <https://doi.org/10.1109/T-SU.1985.31645>.
- Indrayana, B., Seminar, K. B., & Sartono, B. (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), 138–147. <https://doi.org/10.17358/JABM.2.2.138>
- Jogiyanto, H. M. (2008). Metodologi penelitian sistem informasi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lestari, P., & Nugraha, J. (2021). Analysis Of Using Quizizz To The Students Of Grade Xii Smk N 1 Surabaya Using The Technology Acceptance Model. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 12(2), 123–134.
- Mardhiyah, N. S., Rusydi, M., & Azwari, P. C. (2020). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Aplikasi Gojek Pada Mahasiswa Kota Palembang. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 173–180.
- Rokhmawati, I. A., & Nugraha, J. (2021). Analysis Of The Use Of The Typing Master Application In Students Of Office Administration Education At The State University Of Surabaya Using TAM. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 12(2), 90–102.
- Sánchez-Prieto, J. C., Olmos-Migueláñez, S., & García-Peñalvo, F. J. (2017). MLearning and pre-service teachers: an assessment of the behavioral intention using an expanded TAM model. *Computers in Human Behavior*, 72, 644-654. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.061>.
- Saputri, M., Prastyo, T. D., & Mukodi. (2018). Implementasi Theme Dengan Seo Dalam Website Agoeshendriyanto.Com. *Repository Stkip Pacitan*, 1–12.
- Zahro, D. A., & Nugraha, J. (2021). Analysis Of The Use Of Mendeley Using The Technology Acceptance Model (Tam) Approach : Study In Students Of Office Administration Education In Surabaya State. 12(1), 33–40.