

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEMANFAATAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA LPSE**
(THE ANALYSIS OF EASE, USEFULNESS PERCEPTION AND TRUST ON LPSE USER)

Johannes¹ dan Widdy Frima²

¹⁾ Lecturer at Postgraduate Program, University of Jambi

²⁾ Employee of LPSE City of Jambi

ABSTRACT

This research purpose is to identify and analyze the perception of ease, usefulness and trust on LPSE's user satisfaction. Sample size consists of 62 firms which have been registered and verified from the year of 2013 until June 2015 in LPSE Jambi city. To analysis data, descriptive analysis and multiple linear regression are used complemently. Based on research results it is found that partially and simultaneously, ease and usefulness perception and trust have significant effect on user satisfaction. Further research that related to this topic is the effect of LPSE performance on good governance at the local government.

Keywords : LPSE, perceived ease, perceived usefulness, trust, satisfaction.

Correspondece e-mail : Widi.frima@gmail.com

PENDAHULUAN

Latar belakang

Pengadaan barang dan jasa instansi pemerintah Indonesia menjadi bagian penting menopang tata kelola yang baik. Untuk itu, tata kelola yang baik telah diundangkan melalui PP No 50 Tahun 2011 agar semua instansi pemerintah menyelenggarakan pengadaan barang dan jasa secara online. Pengendalian barang dan jasa secara online bersamaan dengan praktik tata kelola pemerintah yang baik dimana teknologi menjadi inti daripada pelayanan publik di daerah. Produk barang dan jasa secara elektronik (LPSE) adalah istilah yang sama dengan e-procurement. Secara teknis basis daripada e-government ad teknologi yang menggunakan Web dan Internet sehingga segala sesuatu dapat dilaksanakan tanpa harus bertemu muka.

Guna kepentingan teknis e-government dalam pengadaan barang dan jasa di tingkat pemerintah daerah dibentuk LPSE yang ditugasi untuk memelihara sistem dan menyelenggarakan pengadaan barang dan jasa secara baik. Keberadaan LPSE, sebagai penyedia jasa, semakin penting bila dikaitkan dengan salah satu tujuan yaitu mengurangi praktik korupsi, karena antara penyedia (LPSE) dan pengguna tidak bertemu secara fisik, mulai dari pengajuan dokumen hingga kepada penentuan pemenangnya. Sebagai satu sistem didalamnya didapat unsur peralatan, prosedur, manusia, kebijakan, dan dukungan politik.

Guna penyelenggara LPSE yang baik dituntut kompetensi teknis pengguna. Neupane, A. dkk., (2012) menjelaskan bahwa pelaksanaan LPSE akan meningkatkan kegiatan anti korupsi karena sistemnya yang otomatis dan audit yang mudah dilaksanakan, transparansi dan akutabilitas praktiknya. Oleh karena itu, lebih banyak perusahaan yang terlibat dalam LPSE semakin tinggi manfaatnya.

Dari sisi penggunaan LPSE terdiri dari para pengusaha dari berbagai jenis usaha yang siap mengajukan penawaran atas seluruh mata anggaran yang tersedia, tidak dibatasi oleh satu tempat. Kemudahan teknologi memungkinkan mereka mengajukan penawaran ke LPSE di luar domisili mereka. Dengan demikian, setiap perusahaan terlibat dalam satu mata rantai industri dimana masing-masingnya menciptakan nilai bukan untuk mereka sendiri tapi juga untuk industri secara keseluruhan. Cakupan yang luas dan kemudahan yang ditawarkan melalui sistem menciptakan efisiensi bukan saja kepada perusahaan, tapi bagi pemerintah karena dapat menghemat berbagai komponen biaya.

Untuk perusahaan swasta, pelaksanaan ini telah dimulai lebih awal, sedangkan untuk pemerintah dimulai dengan adanya peraturan pemerintah. Walau harus dicatat bahwa masing-masing pemerintahan (provinsi, kabupaten dan kota) memulainya tidak pada waktu yang sama tergantung kepada kesiapan infrastruktur, khususnya ketersediaan koneksi internet.

Berkaitan dengan LPSE, Johannes, dkk. (2012) dalam hal partisipasi pemasok, melaporkan 5 hal yang oleh permasalahan yaitu: 1) pelatihan yang intensif, 2) transparansi dan kompetensi LPSE, 3) peningkatan kualitas jaringan, 4) Respon otomatis LPSE (saat dokumen diupload dan berhasil, pengusul mengetahui bahwa dokumen telah sampai, 4) pelatihan yang lebih intensif kepada pemasok yang kurang kompeten, dan 5) lebih banyak lagi anggaran pemerintah yang diselenggarakan melalui LPSE. Untuk poin (5) ini khususnya pengusaha mencurigai bahwa ada upaya membatasi mata anggaran yang ditawarkan melalui LPSE.

Kotler, P dan Lee, N (2007) membedakan konsep pemasaran untuk swasta atau yang lebih dikenal sebagai korporasi dengan lembaga publik. Salah satu pembedanya adalah bahwa untuk lembaga publik, karena biaya disiapkan oleh pemerintah maka tujuannya tidak mencari keuntungan melainkan mendorong masyarakat atau pemangku kepentingan ke arah perilaku tertentu. Dalam konteks ini adalah menggunakan LPSE sebagai bagian daripada penyedia barang dan jasa. Sesuai dengan itu, tantangan yang dihadapi oleh LPSE adalah bagaimana mendorong pengusaha dapat semaksimal mungkin mengikuti proses penawaran barang dan jasa kepada setiap anggaran yang dilaksanakan melalui LPSE.

Dari sisi produk, LPSE bermuatan teknologi sehingga perlu mempertimbangkan kesiapan pengguna. Berkaitan dengan produk maupun jasa, Davis, F.D (1989) menjelaskan peran kemudahan dan kebermanfaatannya terhadap perilaku orang dalam menggunakan informasi yang berbasis teknologi. Hanafi, H, *et. al.*, (2011). Dalam persepektif bisnis, peran teknologi berakibat terhadap hilangnya perantara (*intermediaries*) di satu sisi tetapi disisi lain muncul permasalahan baru yang dikenal sebagai *reintermediaries*. Eakin D (2003) mengidentifikasi manfaat e-procurement yaitu hard benefit, soft benefit, dan intangible, walaupun juga diingatkannya sulit untuk mengukur manfaat itu.

Sebagai lembaga publik Kotler, P dan Lee, N (2007) menjelaskan bahwa penerapan kepuasan pelanggan sebagaimana pada perusahaan atau korporasi sangat penting dilaksanakan. Hal ini telah diadopsi dalam pengelolaan pemerintahan yang mengharuskan kepuasan pelanggan terus dimonitor (PAN, 2014).

Studi ini dimaksudkan menjelaskan bagaimanakah kinerja kepuasan pengguna LPSE dan determinannya yaitu persepsi tentang kemudahan, kebermanfaatannya, dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna atas penyelenggaraan LPSE. Adapun variabel ini utamanya menggunakan konsep yang dikemukakan oleh Davis, F.D. (1989) dengan menambahkan unsur kepercayaan kepada pengguna. Variabel tambahan ini menjadi penting dipertimbangkan mengingat bahwa tujuan daripada penyelenggaraan LPSE adalah juga

untuk penyelenggara pemerintah yang baik sehingga kepercayaan kepada penyelenggara penting.

Sesuai dengan penjelasan di atas, adapun pertanyaan pada penelitian ini adalah: Bagaimanakah pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna LPSE?

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi pengguna LPSE menyangkut sikap dan intensi pengguna atas berbagai atribut dalam penggunaan LPSE. Pengguna LPSE adalah para pengusaha yang berkompetisi memenangkan tender proyek di kota Jambi pada satu tahun berjalan. Persepsi berkaitan dengan rangsangan yang berasal dari luar sehingga membuat pengguna mengorganisir rangsangan yang mengarahkan ke arah tindakan tertentu. Persepsi menghasilkan kecenderungan dan keterlibatan atas tindakan tertentu dalam proses pemasaran secara luas. LPSE bagi pengusaha adalah keharusan bagi mereka yang menginginkan pekerjaan di atas nilai 200 juta. LPSE membuat situasi memperoleh pekerjaan berbeda, karena harus bersaing dengan perusahaan lain yang juga menawarkan pekerjaannya. Akademisi yang dijadikan rujukan dalam penggunaan teknologi adalah Davis (1989) dengan model TAM (*Technology Accepted Model*) yang mengisyaratkan bahwa intensi orang menggunakan teknologi dalam berinteraksi adalah persepsi tentang kemudahan dan kebermanfaatannya. Liao, Z dan Shi X., (2009) menambahkan ke dalam model TAM resiko yang akan dialami dan peran kelompok referensi menggunakan teknologi pada pemasaran eceran. Dalam kaitan pentingnya peran pemasok, Johannes, et al. (2011) mengemukakan pentingnya partisipasi pemasok guna menciptakan tujuan pendirian pelelangan secara online.

Kotler, P dan Keller, K. (2014) menjelaskan bahwa kepuasan menjadi kinerja pemasaran yang harus diperhatikan oleh pemasar karena dengan kepuasan pelanggan perusahaan akan mendapat tempat di masa yang akan datang. Kepuasan menjadi diskusi intensif di antara pemasar karena dinilai sangat penting dan dianggap menjadi tanggungjawab pemasar. Selanjutnya dijelaskannya pengukuran kepuasan adalah selisih antara apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan atas konsumsi barang dan jasa yang dihasilkan pemasar. Dalam kaitan ini, Oliver, T Richard, (2015) menjelaskan perspektif kepuasan dari berbagai sisi atau pemangku kepentingan dalam pemasaran. Kedua akademisi ini menerapkan pengukuran yang berbeda, Kepuasan dapat juga dilihat dari kinerja tunggal daripada praktik konsumsi barang dan jasa yang ditawarkan, dimana pelanggan dapat menyatakan pengalamannya atas atribut barang dan jasa yang dikonsumsi (Johannes, 2009).

Pengguna LPSE dalam hal ini bukan hanya puas kepada sistem yang digunakannya, akan tetapi juga terhadap hasil yang diperoleh, apakah mereka menjadi pemegang atau tidak. Kepuasan akan mengisyaratkan apakah seorang pelanggan akan berpartisipasi lagi atau tidak pada pelelangan yang akan dilaksanakan pada tahun yang akan datang. Dengan demikian, sebagaimana diisyaratkan oleh Kotler, P dan Lee, N (2007) kepuasan adalah syarat yang harus diterapkan pelayanan publik, yang diadopsi dari korporasi karena ini menjadi persyaratan dimana penyedia fokus kepada kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan atribut pelayanan LPSE yang dijadikan pengamatan meliputi atribut pelayanan manusia, hardware, software, data dan prosedur. O'Brien (2005) sebagai satu sistem, kemudahan menjadi sangat penting dalam pelayanan publik. Persepsi Kemudahan dimana Persepsi ini diukur melalui indikator-indikator seperti kemudahan untuk dipelajari (*easy to learn*), kemudahan mencapai tujuan (*controllable*), jelas dan mudah dipahami

(*clear & understable*), fleksibel (*flexible*), dan kemudahan akses (*easy to access*). (David, 1989).

H₁ : Persepsi kemudahan pengguna berpengaruh terhadap kepuasan atribut pelayanan LPSE.

LPSE sebagai satu sistem tergolong baru, untuk tingkat pemerintah lokal di Jambi dimulai tahun 2012. Proses pengajuan dokumen dilakukan secara kompetitif sehingga diharapkan setiap pengusul dapat mengajukan biaya sesuai dengan standar yang dibutuhkan. Oleh karena itu, web harus menyediakan sejumlah informasi utama dan tambahan yang dibutuhkan guna dapat mengajukan dokumen yang sesuai dengan kebutuhan. Informasi ini dapat dibedakan menjadi informasi yang berkaitan dengan mekanisme pengajuan dan informasi lain yang dibutuhkan seperti pencarian barang, harga referensi dan segala sesuatu yang dibutuhkan sehingga menimbulkan harapan bahwa usulannya akan dapat memenangkan persaingan. Dengan demikian diharapkan bahwa informasi tambahan ini dapat memberikan manfaat kepada pengguna. Semakin tinggi manfaat yang diterima atas seluruh informasi yang tersedia maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang diterima.

H₂: Persepsi kebermanfaatan pengguna berpengaruh terhadap kepuasan atas atribut pelayanan LPSE

H₃: Kepercayaan (trust) berpengaruh terhadap kepuasan atas atribut pelayanan LPSE

Secara teoritis, kajian ini mengacu dari konsep perilaku konsumen yaitu studi yang terpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi (Schiffman dan Kanuk, 2008). Secara empirik, pada penelitian-penelitian sebelumnya tentang perilaku adopsi layanan *online*, menghasilkan berbagai ragam perumusan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh penyedia barang/ jasa yang mendaftar dan terverifikasi di LPSE Kota Jambi dari Tahun 2013 hingga Juni 2015 berjumlah 62 penyedia. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Total sampling, artinya sampel yang digunakan adalah total populasi. Metode ini diperbolehkan karena jumlah populasi yang terbatas atau sedikit, yaitu 62 responden, sehingga dari jumlah tersebut dijadikan sampel dalam penelitian (Notoatmodjo, 2002).

Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil dari perhitungan ini kemudian digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara bersama-sama ataupun secara individual terhadap variabel dependen sehingga dapat diperoleh kesimpulan pembuktian hipotesis dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik penting responden dari hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Deskripsi berbagai variabel responden

No	Karakteristik Responden	(persentase)
1	Berdasar Lokasi Perusahaan:	
	1.Kota Jambi	(93,5)
	2.Luar Kota Jambi	(6,5)
2	Berdasarkan Kategori bidang usaha meliputi Pengadaan Barang, Pekerjaan Konstruksi, Jasa Konsultasi Perorangan dan Jasa Konsultasi Badan Usaha.	
	a. 1 bidang usaha	(45,2)
	b. 2 bidang usaha	(48,4)
	c. 3 bidang usaha	(4,8)
	d. 4 bidang usaha	(1,6)
3	RespondenMengikuti Proses Lelang di LPSE Kota Jambi	
	a. Pernah	(58,1)
	b. Belum Pernah	(41,9)
4	RespondenMengikuti Proses Lelang di LPSE Provinsi Jambi dan Kabupaten Dalam Wilayah Provinsi Jambi	
	a. Pernah	(61,3)
	b. Belum Pernah	(38,7)
5	RespondenMengikuti Proses Lelang LPSE di Luar Wilayah Provinsi Jambi	
	a. Pernah	(27,4)
	b. Belum Pernah	(72,6)
6	RespondenBerdasarkanJenis Kelamin	
	a. Laki laki	(82,3)
	b. Wanita	(17,7)
7	RespondenBerdasarkan rentangUmur	
	a. 25-30	(22,6)
	b. 31-36	(21,0)
	c. 37-42	(17,7)
	d. 43-48	(22,6)
	e. 49-54	(11,3)
	f. 55-60	(3,2)
g. 61-64	(1,6)	
8	RespondenBerdasarkanPendidikan Terakhir	
	a. SD	(1,6)
	b. SMP	-
	c. SMA	(32,3)
	d. Diploma	(19,4)
	e. Sarjana	(46,8)
9	Cara Memperoleh Informasi Mengenai LPSE Kota Jambi	
	a. Keluarga	(6,5)
	b. Orang lain / Teman	(56,5)
	c. Iklan	(19,4)
	d. Lainnya	(17,7)

Sumber: Data Diolah 2015

Sebagaimana dapat terlihat pada Tabel 1, didapat 5 persen dari responden yang berlokasi tidak di Kota Jambi. Sementara bidang jasa responden meliputi produk, konstruksi, konsultasi dan jasa konsultasi usaha. Pada kenyataannya 1 perusahaan dapat memiliki lebih dari 1 jenis usaha, sebagaimana pada Tabel 1, moduss jenis usaha responden meliputi dua usaha. Sementara itu, responden yang mengikuti lelang yang pernah diselenggarakan oleh LPSE Kota Jambi mencapai 58 perusahaan, selebihnya 42 belum pernah. Bila dlacak berikutnya, responden yang pernah mengikuti lelang di provinsi Jambi mencapai 61,3 persen, sisianya belum pernah (38,7 persen). Hal ini menunjukkan kecenderungan bahwa responden telah terbiasa mengikuti lelang di 11 kabupaten kota lainnya di Jambi, artinya pemasok telah kompeten mengirimkan berkas penawaran ke kota dan kabupaten lainHal ini didukung oleh pendidikan responden dimana modusnya adalah

sarjana (46,8 persen). Sesuai dengan prosedur statistik, sebelum dilakukan pengujian maka dilakukan uji yang berkaitan dengan kelayakan data untuk diuji dengan menggunakan uji statistik parametrik sebagaimana berikut.

Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas

Dari hasil pengujian validitas, dilakukan dengan koefisien Guilford, dengan menggunakan SPSS versi 22, diperoleh hasil bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid karena semua item mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) semua item pernyataan menghasilkan nilai korelasi di atas 0,05 dan semua item menunjukkan arah yang positif. Uji reliabilitas yang dilakukan dengan analisis *cronbach alphas* menggunakan program SPSS versi 22 diperoleh hasil bahwa semua item pernyataan dinyatakan reliabel, karena dari perhitungan koefisien alpha lebih besar dari 0,6. Uji Normalitas dilakukan dengan uji kolmogorov - smirnov yang membandingkan distribusi frekuensi kumulatif hasil pengamatan dengan yang diharapkan. Berdasarkan output pada SPSS 22 diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,20 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal. Dengan demikian maka dapat dilanjutkan dengan uji statistik.

Uji Statistik

Rangkuman mengenai uji signifikansi diantaranya uji -F, uji - t dan Koefisien Determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Ringkasan Hasil Uji Statistik

No	Uji Signifikansi	Keterangan
1	Uji - F (Simultan)	0,000***
2	Uji - t (Parsial)	
	a. Persepsi Kemudahan	0,048*
	b. Persepsi Kemanfaatan	0,010*
	c. Kepercayaan	0,006*
3	R^2	0,576

Sumber: Data Diolah 2015

*Signifikan pada 0.05, ** 0.01, *** 0.001

Pembahasan

Sebagaimana dilihat pada Tabel 2, persepsi pengguna tentang kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan bersama-sama menentukan kepuasan pengguna. Selanjutnya, secara parsial, ketiganya juga berpengaruh pada 0.05. Sebagaimana terlihat pada Tabel 1, tiga variabel secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Artinya ketiga variabel ini adalah faktor yang dipersepsi pelanggan akan keberadaan LPSE. Padahal manfaat daripada LPSE sendiri sangatlah banyak dan dinamis. Rotchanakitumnuai, S. (2013) menyatakan bahwa praktek LPSE dapat diperbaiki untuk memberikan manfaat yang lebih besar diantaranya: transparansi *e-procurement* itu sendiri, manajer publik dan politisi yang berkomitmen, vendor yang jujur, dan aturan dan kebijakan yang spesifik. Semua ini berdampak kepada praktik tata kelola yang baik, peningkatan biaya yang efektif dan akuntabel, dan mengurangi kolusi diantara penyedia.

Sebagai bagian daripada pelayanan publik, komitmen manajer publik termasuk politisi adalah mendorong penyedia (vendor) khususnya terlibat, karena lebih banyak yang terlibat dan lebih tinggi keterlibatan vendor manfaat yang akan diterima oleh pemangku kepentingan akan semakin besar pula. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang dapat

melibatkan penyedia lebih banyak sehingga dapat mendorong terjadinya perbaikan. Strategi ini bagaimanapun berada di wilayah PDE (Pusat Data Elektronik) yang pada penelitian ini diberi tugas dan tanggung jawab untuk menyelenggarakan lelang secara online sampai kepada penentuan pemenang saja. Selebihnya menjadi tahun mereka yang mempunyai anggaran di tingkat pemerintah daerah.

Nurmandi A., (2014) menemukan adanya kecenderungan untuk mempertahankan status quo, karena adanya keinginan pemerintah daerah sedapat mungkin tidak menggunkana LPSE dengan menemukan tantangannya meliputi pengaturan, kepemimpinan, kelembagaan LPSE, peraturan, kebijakan LPSE. Dan menggarisbawahi bahwa praktik LPSES harus ditopang oleh adanya kebijakan. Hal ini juga diperkuat oleh argumentasi wibowo, A. (2006).

KESIMPULAN DAN SARAN

• Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis teruji bahwa persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan kepercayaan secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan penyediaan barang / jasa LPSE Kota Jambi.
2. Kepercayaan berperan penting dan karyawan pengelola LPSE sangat berperan di dalamnya, terutama dalam hal terjadi ketidakpuasan. Ketidakpuasan ini bisa terjadi karena didapatnya peserta yang mengharapkan menang dalam pelelangan akan tetapi mengalami kekalahan. Artinya, dalam hal terjadi kekecewaan maka peran kepercayaan kepada sistem berjalan dengan baik dan benar berpetan penting.

• Saran

Pengembangan sarana fisik LPSE penting dilakukan guna menciptakan kepercayaan yang lebih tinggi. Selanjutnya, pengembangan sumberdaya pengelola perlu dikembangkan bersamaan dengan pengembangan standar pelayanan yang dapat menciptakan kepercayaan kepada sistem yang berjalan. Bersamaan dengan itu, kepada peserta pelelangan perlu disampaikan aturan yang diterapkan.

Daftar Pustaka

- Davis, F.D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, and User Acceptance of Information Technology*, *MIS Quarterly*, 13(5): 319-339. <http://www.jstor.org>.
- O'Brien, J. A. (2005). *Pengantar Sistem Informasi, Perspektif Bisnis dan Manajerial*, Edisi 12, Terjemahan: *Introduction to Information Systems, 12th Ed*, Palupi W, (editor), Dewi F. dan Deny A. K. (penerjemah). Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Hanafi, H, et. al. (2011). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Website UB Terhadap Sikap Pengguna Dengan Pendekatan TAM*. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang. <http://administrasibisnis.Studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/278/471>.
- Johannes. (2009). Kepuasan Pelanggan: Riviun dan Pengembangannya Dalam melakukan penelitian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1(1). <http://online-journal.unja.ac.id>.
- Johannes, et al., (2012). *Partisipasi Pemasok Dalam Penyelenggaraan e-Procurement Di Kota Jambi*. 1(1): 40-51. <http://online-journal.unja.ac.id>.

- Kotler, P. and Keller K. L. (2006). *Marketing Management, 12^{ed}*, Perason Education International, Singapore.
- Rofiq, A., (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-commerce*, Tesis Program Studi Manajemen, Universitas Brawijaya, Malang.
- Wibowo, A. (2006). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendektan Technology Acceptance Model (TAM)*. Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Infomasi Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan. <http://www.academia.edu/640836>.
- Yousafzai, S,Y., *et al.* (2003). *A Proposed Model of Trust for ElectronicBanking, Technovation*.<http://business.cardiff.ac.uk/sites/default/files/Aproposed model of e-trust for electronic banking.pdf>.
- Warta e-Procurement.(2011). *Publikasi Layanan e-Procurement Kementerian Keuangan*. Edisi IV, Juli. http://www.pusatlpse.kemenkeu.go.id/adoku/20131209104551_2013120910452269592445100.pdf.