

Adopsi *Google Classroom* Menggunakan *Extended Technology Acceptance Model (EX-TAM)*

Mohammad Mansyur Abidin¹

¹Universitas Islam Darul ‘Ulum, mansyur@unisda.ac.id

Abstract. This study examines factors influencing the adoption of Google Classroom among students at private universities in East Java using the Extended Technology Acceptance Model (EX-TAM). The model integrates core TAM constructs and external variables including Social Influence, Motivation, Perceived Enjoyment, and Self-Efficacy. Data from 146 respondents were analyzed using LSR-SEM. Findings indicate that Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness significantly influence Behavioral Intention, while Social Influence does not. Motivation and Self-Efficacy significantly affect Perceived Ease of Use, whereas Perceived Enjoyment does not. Perceived Ease of Use also significantly impacts Perceived Usefulness. These results highlight the importance of perceived ease of use, perceived usefulness, and self efficacy in encouraging the adoption of digital learning platforms.

Keywords: *Google Classroom, Blended Learning, Technology Acceptance Model , EX-TAM, Adoption Technology, LSR-SEM.*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi Google Classroom pada mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jawa Timur dengan pendekatan *Extended Technology Acceptance Model (EX-TAM)*. Model mencakup konstruk TAM dan variabel eksternal seperti *Social Influence, Motivation, Perceived Enjoyment*, dan *Self-Efficacy*. Data dikumpulkan dari 146 responden dan dianalisis menggunakan LSR-SEM. Hasil menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*, sedangkan *Social Influence* tidak signifikan. *Motivation* dan *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap *Perceived Ease of Use*, sedangkan *Perceived Enjoyment* tidak. Selain itu, *Perceived Ease of Use* juga berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*. Temuan ini menekankan pentingnya persepsi kemudahan, manfaat, dan kepercayaan diri pengguna dalam mendorong adopsi teknologi pembelajaran daring.

Keyword: *Google Classroom, Blended Learning, Technology Acceptance Model , EX-TAM, Adopsi Teknologi, LSR-SEM.*

1. Pendahuluan

Revolusi besar-besaran dalam IT dan komunikasi di era digital sangat memicu perkembangan yang sangat signifikan di berbagai lini kehidupan, termasuk di bidang pendidikan [1]. Transformasi fundamental dalam paradigma pendidikan global ditandai dengan munculnya beragam metode, media, dan sumber belajar inovatif yang difasilitasi oleh kemajuan teknologi [2]. Lembaga pendidikan di

berbagai belahan dunia didorong untuk melakukan adaptasi dan mengintegrasikan teknologi ke dalam proses pembelajaran, dengan tujuan untuk mengoptimalkan kualitas dan efektivitas pendidikan. [3].

Sebagai *stakeholder* dalam pembangunan manusia dan penentuan arah peradaban, perguruan tinggi memiliki tanggung jawab untuk mengadopsi dan mengoptimalkan penggunaan teknologi. Perguruan tinggi swasta di Jawa Timur, sebagai bagian dari sistem pendidikan nasional, turut merasakan dampak dari kemajuan teknologi ini. Dalam kaitannya meningkatkan kualitas pendidikan dan menciptakan lulusan yang berdampak pada masyarakat, banyak perguruan tinggi swasta di Jawa Timur telah mengimplementasikan berbagai *platform* dan aplikasi pembelajaran daring, termasuk *Google Classroom*. *Google Classroom* menyediakan fitur-fitur penting seperti pengumpulan dan evaluasi tugas secara daring, forum diskusi, pengumuman kelas, serta integrasi dengan aplikasi produktivitas Google lainnya, sehingga menjadi solusi yang komprehensif dalam mendukung pembelajaran daring. [4].

Implementasi *Google Classroom* sebagai sebuah platform e-learning dianggap sebagai suatu langkah adaptif dalam menyediakan berbagai solusi dalam kegiatan belajar mengajar [5]. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki faktor-faktor yang mungkin dapat *mempengaruhi* penerimaan *Google Classroom* di kalangan pelajar di perguruan tinggi swasta di Jawa Timur. *Technology Acceptance Model* (TAM) banyak diterapkan dalam berbagai studi untuk menyelidiki penerimaan dan pemanfaatan teknologi di berbagai konteks, termasuk salah satunya dalam sektor pendidikan. Model *Technology Acceptance Model* (TAM) mengkaji dua faktor utama yang berperan dalam membentuk niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi, yaitu sejauh mana individu meyakini bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat nyata (*Perceived Usefulness*), serta sejauh mana teknologi tersebut dianggap mudah untuk dipelajari dan digunakan (*Perceived Ease of Use*). Akan tetapi dalam konteks adopsi *Google Classroom* di perguruan tinggi swasta, faktor-faktor lain seperti *Social Influence*, *Motivation*, *Perceived Enjoyment*, dan *Self-Efficacy* juga berpotensi memainkan peran yang signifikan.

2. Metode Penelitian

2.1. Penyusunan Model dan Hipotesis Penelitian

Penyusunan model penelitian ini dilakukan dengan mengadaptasi kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Tiga konstruk utama dalam TAM, yaitu *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Behavioral Intention*, tetap dijadikan fokus utama dalam analisis karena dianggap berperan penting dalam menjelaskan adopsi teknologi oleh pengguna. Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti *Social Influence* (pengaruh sosial), *Motivation* (motivasi), *Perceived Enjoyment* (kenyamanan), dan *Self-Efficacy* (kemampuan pribadi) diintegrasikan ke dalam model untuk memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap penerimaan *Google Classroom*.

2.1.1. *Social Influence*

Social Influence mengacu pada seberapa jauh individu dapat merasakan orang-orang yang dianggapnya penting dalam *circle* kehidupannya, termasuk kolega, teman, atau atasan, dapat memberi pengaruh atau dorongan padanya untuk

mengadopsi sistem dan teknologi baru[6]. Pada Penelitian sebelumnya *Social Influence* ditemukan memiliki dampak signifikan terhadap *Perceived Usefulness* [7]. Meskipun penelitian lain menemukan *Social Influence* tidak cukup kuat mempengaruhi secara signifikan *Perceived Usefulness* [8].

Social Influence terbukti mempunyai dampak signifikan terhadap *Behavioral Intention* [9]. Meskipun, studi lain menunjukkan hasil yang kotradiktif, khususnya dalam situasi dimana penggunaan teknologi tidak didasarkan pada pilihan sukarela atau ketika individu tidak menganggap lingkungan sosial mereka relevan[10]. Penelitian ini akan meneliti pengaruh *Social Influence* pada *Perceived Usefulness* dan *Behavioral Intention* mengingat adanya inkonsistensi temuan dari penelitian terdahulu yang mengindikasikan investigasi lebih lanjut perlu dilakukan pada *Social Influence*.

H1 :Terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Social Influence* dan *Perceived Usefulness*, yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial dapat meningkatkan persepsi kegunaan suatu sistem.

H2 : *Social Influence* diperkirakan memiliki kontribusi langsung yang signifikan terhadap *Behavioral Intention* dalam menggunakan teknologi.

2.1.2. *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness dapat dimaknai sebagai tingkat seorang pengguna meyakini penggunaan sistem akan mampu membuat kinerjanya meningkat atau produktivitas mereka naik [11]. *Perceived Usefulness* ditemukan dapat mempengaruhi *Behavioral Intention* pengguna pada banyak penelitian [12], [13]. Karena pengaruhnya yang sangat kuat dalam mendorong adopsi teknologi, *Perceived Usefulness* menjadi salah satu variabel kunci dalam model Adopsi Teknologi. Pada penelitian ini *Perceived Usefulness* tetap dipertahankan dalam model penelitian sebagai variabel terkuat dari TAM.

H3 : *Perceived Usefulness* mempengaruhi secara signifikan *Behavioral Intention*.

2.1.3. *Perceived Ease of Use*

Perceived Ease of Use menggambarkan persepsi individu bahwa suatu teknologi dapat dioperasikan dengan mudah tanpa memerlukan upaya berlebihan dalam penggunaannya [14]. Berbagai studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan *Perceived Usefulness* [15]. Meskipun demikian, beberapa studi mengungkap hubungan antara keduanya tidak selalu bersifat linier, terutama dalam kasus dimana pengguna telah terbiasa menggunakan teknologi serupa atau memiliki dorongan yang kuat untuk belajar [16]. Selain itu, sejumlah penelitian juga menemukan bahwa *Perceived Ease of Use* secara signifikan *Behavioral Intention* dalam proses adopsi teknologi [17].

H4 : *Perceived Ease of Use* mempengaruhi secara signifikan *Perceived Usefulness*.

H5 : *Perceived Ease of Use* mempengaruhi secara signifikan *Behavioral Intention*.

2.1.4. *Motivation*

Pada penelitian ini, *Motivation* dimaknai sebagai *Hedonic Motivation*, yakni perasaan senang atau kesenangan yang dialami individu saat menggunakan suatu

sistem. Beberapa studi terdahulu menunjukkan bahwa *Motivation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Perceived Ease of Use* [9]. Namun, hingga saat ini belum banyak ditemukan bukti empiris yang dapat membuktikan pengaruh signifikan dan positif antara *Motivation* dan *Perceived Ease of Use*. Keterbatasan jumlah penelitian terkait pengaruh *Motivation* terhadap *Perceived Ease of Use*, menjadi dasar untuk melakukan kajian lanjutan terhadapnya.

H6 : *Motivation* mempengaruhi secara signifikan *Perceived Ease of Use*.

2.1.5. *Perceived Enjoyment*

Perceived Enjoyment juga dapat dipahami sebagai perasaan senang atau kepuasan yang dirasakan pengguna ketika berinteraksi dengan sebuah teknologi [15]. Penelitian sebelumnya menemukan kontribusi yang positif *Perceived enjoyment* terhadap persepsi memudahkan (*Perceived Ease of Use*) [15]. Temuan ini diperkuat oleh kondisi bahwa mayoritas pengguna sistem telah memiliki tingkat keterampilan penggunaan internet yang relatif tinggi. Selain itu, beberapa hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Perceived Enjoyment* tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Perceived Ease of Use*. [16].

H7 : *Perceived Enjoyment* mempengaruhi secara signifikan *Perceived Ease of Use*.

2.1.6. *Self-Efficacy*

Self-Efficacy, dimaknai dengan sebuah keyakinan seseorang tentang kemampuan pribadinya dalam mengerjakan suatu penugasan atau mencapai tujuan tertentu, dan hal ini dianggap sebagai faktor penting dalam proses adopsi teknologi [18]. Penelitian-penelitian terdahulu mengindikasikan adanya *pengaruh positif yang signifikan antara Self-Efficacy dan Perceived Ease of Use*, yang mengisyaratkan bahwa semakin tinggi keyakinan pengguna terhadap kemampuan mereka sendiri, maka semakin besar pula persepsi mereka bahwa sistem tersebut mudah digunakan [16]. Namun, beberapa riset juga menungkap bahwa *Self-Efficacy* tidak selalu menjadi prediktor kuat bagi *Perceived Ease of Use* [15].

H8 : *Self-Efficacy* mempengaruhi secara signifikan *Perceived Ease of Use*

2.2. Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan *cross-sectional* yang bertujuan untuk mengumpulkan data deskriptif dan analitik dalam rentang waktu lima bulan yang dimulai dari Januari hingga Mei 2025. Metode yang digunakan bersifat kuantitatif, dengan fokus pada pengujian hubungan antar variabel berdasar pada hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya [19]. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi hubungan kausal antar faktor melalui analisis statistik inferensial [20]. Dalam tahap pengumpulan data, dilakukan metode survei dengan kuesioner sebagai instrumen utama.

2.3. Populasi dan Sampel

Populasi/semesta yang digunakan adalah keseluruhan pelajar perguruan tinggi swasta di wilayah Jawa Timur yang pernah menggunakan *Google Classroom* dalam proses pembelajaran. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti namun bisa dipastikan melebihi 100.000 orang maka untuk mendapatkan hasil penelitian

dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat presisi +10% maka jumlah sampel minimum yang harus disediakan adalah 100 orang responden [21]. teknik judgemental sampling digunakan dalam menentukan responden penelitian, dengan kriteria responden adalah *pelajar* aktif dari perguruan tinggi swasta di wilayah Provinsi Jawa Timur Indonesia yang berpengalaman menggunakan *Google Classroom* selama minimal satu semester. Pengambilan data primer dilakukan melalui kuesioner daring yang disebarakan kepada responden melalui Pesan *Whatsapp* dan *Google Classroom*.

2.4. Instrumen Penelitian

Instrumen kuesioner dalam penelitian ini dikembangkan berdasarkan indikator-indikator yang merepresentasikan masing-masing variabel dalam model penelitian. Variabel *Social Influence* dan *Motivation* masing-masing diukur menggunakan lima indikator, sementara *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment*, *Self-Efficacy*, dan *Behavioral Intention* masing-masing terdiri atas empat indikator. Instrumen kuesioner dibagi menjadi dua bagian, yakni bagian pertama berfungsi untuk mengumpulkan informasi demografis atau profil responden, sedangkan bagian kedua digunakan untuk mengukur setiap variabel yang diteliti. Untuk menilai persepsi responden terhadap adopsi *Google Classroom*, digunakan skala Likert lima poin. Penggunaan Skala likert lima poin umum digunakan untuk penelitian dibidang adopsi teknologi karena dinilai dapat mengurangi ambiguitas serta meningkatkan keterselesaian pengisian kuesioner [22].

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Data Preprocessing

Hasil penyebaran kuesioner secara daring diperoleh 163 data responden. Setelah dilakukan pengujian *missing value*, duplikasi data, dan *outlier*, ditemukan 17 data belum memenuhi syarat agar bisa dilakukan analisis lanjutan. Dengan demikian, jumlah sampel yang memenuhi syarat untuk dilanjutkan pada proses analisis adalah 146 responden.

3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas yang dijalankan menggunakan *factor analysis* agar dapat memastikan setiap item pertanyaan mengukur faktor yang seharusnya diukur, dengan kriteria penerimaan nilai *loading factor* $> 0,5$ [23]. *Factor analysis* digunakan untuk tujuan mengevaluasi validitas konstruk. Metode ekstraksi yang dipilih adalah *Principal Component Analysis* (PCA) [24]. Nilai *eigen value* dengan *cut-off point* 1,0 digunakan untuk menentukan jumlah faktor yang akan diekstraksi dari data serta *loading factor* yang diterima harus memiliki nilai paling rendah adalah 0,4 [25]. *Rotation* yang dipilih adalah *equamax rotation*. Hasil pengujian dipatkan hasil seluruh item indikator telah *discriminant* dan *convergence* yang berarti bahwa setiap instrumen-instrumen penelitian validitasnya baik.

Reliabilitas model diuji melalui perhitungan *Cronbach's Alpha*, dengan ambang batas penerimaan sebesar 0,7 untuk menjamin keandalan data [26]. Pengujian reliabilitas ini penting agar kuesioner menghasilkan konsistensi data jika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama [27]. Hasil pengujian reliabilitas

menunjukkan setiap konstruk yang digunakan memiliki *Cronbach's Alpha* bernilai lebih dari 0,7 dan mengkonfirmasi konsistensi instrumen penelitian yang bagus.

3.3. Uji Normalitas Distribusi Data

Uji distribusi normal pada data penting dalam memastikan asumsi model statistik terpenuhi, terutama saat menggunakan uji statistik parametrik yang memerlukan data terdistribusi secara normal [28]. Dalam penelitian ini, normalitas distribusi data diuji dengan *skewness* dan *kurtosis*. Kedua metode ini dipilih karena kecepatan dan tingkat akurasi yang tinggi [29]. Suatu data dikatakan berdistribusi normal jika nilai *kurtosis* dibawah ± 7 dan nilai *skewness* dibawah ± 3 [30]. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *skewness* dan *kurtosis* menunjukkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal pada semua indikator.

3.4. Goodness of Fit Test

Evaluasi *goodness of fit* dilakukan terhadap keseluruhan model untuk menilai sejauh mana model tersebut layak digunakan dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Hasil pengujian awal menunjukkan bahwa GFI, AGFI dan NFI masih berada pada kategori *poor fit*. Oleh karena itu, dilakukan modifikasi model secara iteratif berdasarkan pada saran yang dihasilkan oleh perangkat lunak analisis data. Pada proses modifikasi model, indikator BI2, SI5, PU3, MOT2, PE3, SE2, SE4 dihapus karena memiliki stadardized residual yang tinggi.

Setelah dilajukan modifikasi model, seluruh indeks dari parameter menunjukkan *good fit* kecuali GFI yang tetap bernilai *poor fit*. Walaupun nilai GFI menunjukkan *poor fit*, model dapat diterima karena nilai dari parameter yang lain menunjukkan *good fit* [31]. Berikut nilai *goodness of fit* hasil modifikasi model yang disajikan pada tabel 1.

Tabel 1 Hasil Pengujian *Goodness of Fit*

Kriteria	CMIN/	SRMR	GFI	AGFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA
Threshold	≤ 5	$\leq 0,05$	$\geq 0,90$	$\geq 0,80$	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$	$\leq 0,08$
Nilai	1,471	0,032	0,852	0,812	0,928	0,976	0,975	0,057
Status	Good	Good	Poor	Good	Good	Good	Good	Good

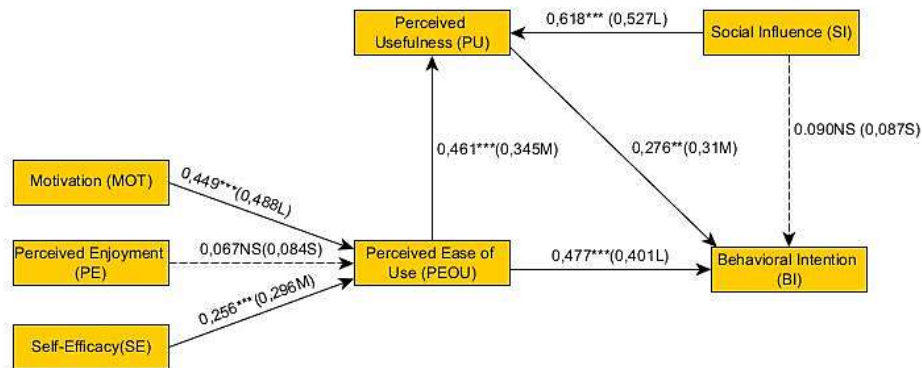
3.5. Demografi Responden

Responden dari penelitian ini memiliki usia dari rentang 17 hingga 30 tahun. jumlah responden berjenis Bergender Pria sebanyak 58 (39,7%) orang dan wanita sejumlah 88 (60,3%). Responden tersebar dari prodi sistem informasi sebanyak 72 orang, PGMI 24 orang, Informatika 20 orang, Ekonomi Syariah 10 orang, Pendidikan Matematika 3 orang, PAI dan Agroteknologi masing-masing 2 orang, dan masing-masing 1 orang untuk Manajemen, Ekonomi Syariah, Ilmu Hukum, Teknik Sipil, lainnya sebanyak 9 orang.

3.6. Analisis Data

Karena penelitian ini melibatkan sejumlah variabel serta analisis hubungan antar variabel yang kompleks, maka digunakan model analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Latent Structured Regression* (LSR). Menurut pendapat Kline dikutip dari [32], alasan penggunaan LSR adalah karena sifat

penelitian yang *confirmatory research* dan setiap Faktor diukur oleh lebih dari sebuah indikator. Proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak pengolah data statistik SPSS dan AMOS Versi 22. Hasil analisis model yang dilakukan sebagaimana gambar 2.



Gambar 1 Hasil Analisis SEM

3.7. Uji Signifikansi (*t-test*)

Hasil *significance test* menunjukkan enam hipotesis dari total delapan hipotesis yang diajukan dapat diterima. Lima hipotesis diantaranya H1 (SI → PU), H4 (PEOU → PU), H5 (PEOU → BI), H6 (MOT → PEOU), H8 (SE → PEOU) memiliki nilai *p-value* “***” dan satu hipotesis memiliki *p-value* “***” yaitu H3 (PU → BI) yang artinya dinyatakan hasilnya positif dan signifikan. Dua hipotesis dinyatakan ditolak sebab *p-value* yang didapatkan melebihi 0,05 yaitu H2 (SI → BI) dengan *p-value* 0,360 dan H7 (PE → PEOU) dengan *p-value* 0,357.

3.8. Effect Size

Uji signifikansi tidak cukup untuk menguji hubungan antar variabel, karena dibalik kepraktisannya terdapat banyak masalah dibaliknya [33]. Pada tahun 2002 *American Psychological Association* mengatakan bahwa penelitian dengan nilai signifikansi saja tanpa *effect size* dianggap cacat [34]. Hasil pengujian *effect size* menunjukkan dua hipotesis yang tidak signifikan memiliki *effect size* small. Tiga hipotesis yaitu H3 (PU → BI), H4 (PEOU → PU), dan H8 (SE → PEOU) memiliki nilai *effect size* medium. Tiga hipotesis terbukti memiliki *effect size* Large yaitu H1 (SI → PU), H5 (PEOU → BI), dan H6 (MOT → PEOU).

3.9. Squared Multiple Correlation (R^2)

Analisis terhadap *Squared Multiple Correlation* menunjukkan sejauh mana variasi pada variabel dependen BI, PU, dan PEOU, bisa menjelaskan variabel eksogenus yang dihipotesiskan pada bagian model penelitian [35]. Semakin tinggi nilai *Squared Multiple Correlation*, maka semakin tinggi pula proporsi varians variabel dependen mampu menjelaskan variabel independen, yang sekaligus mencerminkan kekuatan prediktif dari model tersebut [36]. Hasil analisis *Squared Multiple Correlation Perceived Ease of Use* adalah 0,609 (artinya 60,9% variansnya dapat dijelaskan/tingkat determinasi), *Perceived Usefulness* 0,581 (Determinasi = 58,1%), *Behavioral Intention* 0,489 (determinasi = 48,9%).

4. Kesimpulan

Sebagai kesimpulan dari penelitian ini, dikembangkan sebuah model teoritis yang mengintegrasikan kerangka kerja TAM dengan faktor *Social Influence* dari social cognitive theory, dan menambahkan tiga faktor eksternal yaitu *Motivation*, *Perceived Enjoyment*, dan *Self-Efficacy*. Tujuan pengembangan model ini adalah untuk memahami aspek psikologis dan teknologi yang mempengaruhi keputusan adopsi *Google Classroom* di perguruan tinggi swasta di wilayah Jawa Timur.

Berdasarkan hasil analisis data, *Social Influence* terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Perceived Usefulness*, namun tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Baik *Perceived Usefulness* maupun *Perceived Ease of Use* secara statistik terbukti berkontribusi signifikan terhadap *Behavioral Intention*, yang sekaligus menegaskan peran krusial kedua variabel tersebut dalam mendorong adopsi teknologi..

Selanjutnya, *Motivation* dan *Self-Efficacy* juga ditemukan mempengaruhi secara signifikan *Perceived Ease of Use*. Hal ini menyoroti peran penting motivasi internal dan keyakinan diri dalam mempermudah persepsi penggunaan teknologi. Namun, *Perceived Enjoyment* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *Perceived Ease of Use*, yang dapat mengindikasikan bahwa aspek kesenangan yang dirasakan bukanlah faktor utama dalam mempermudah persepsi penggunaan dalam konteks ini. Selain itu, *Perceived Ease of Use* terbukti signifikan dalam mempengaruhi *Perceived Usefulness*, yang menegaskan bahwa kemudahan penggunaan memfasilitasi persepsi tentang kegunaan suatu teknologi.

Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengembang teknologi dan penyedia layanan pendidikan dalam merancang platform pembelajaran daring yang lebih *user-friendly* dan efektif. Universitas atau lembaga pendidikan dapat memanfaatkan temuan ini untuk mendorong tingkat penerimaan dan penggunaan platform pembelajaran online di kalangan *pelajar*.

5. Daftar Pustaka

- [1] W. Nugroho, A. Setiawan, and B. N. Romadhoni, "Optimalisasi Blended Learning Berbantuan Google Classroom untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran di Sekolah Dasar," *Jurnal Inovasi Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 141–151, Dec. 2021, doi: 10.53621/jippmas.v1i2.64.
- [2] L. A. D. Warman, "The Effect of Google Classroom in Blended Learning on University Students' English Ability," *J-SHMIC Journal of English for Academic*, vol. 8, no. 1, pp. 12–23, Feb. 2021, doi: 10.25299/jshmic.2021.vol8(1).6216.
- [3] H. Wulandari *et al.*, "Sosialisasi Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis IT untuk Menanggulangi Dampak Covid-19 dalam Bidang Pendidikan," *Mitra Mahajana Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 2, pp. 145–153, May 2021, doi: 10.37478/mahajana.v2i2.956.
- [4] M. H. Wijaya and Y. Hafid, "PENERAPAN CHATBOT KUIS MESSENGER PADA GOOGLE CLASSROOM DALAM PEMBELAJARAN PEMROGRAMAN BERORIENTASI OBJEK," *Jurnal Pendidikan dan*

- Profesi Keguruan*, vol. 1, no. 2, pp. 92–92, Jan. 2022, doi: 10.59562/progresif.v1i2.29549.
- [5] P. F. Dewi and A. S. Abadi, “The Determinant Analysis of the Utilization of Google Classroom as the E-Learning Facility in Yogyakarta Nahdlatul Ulama University,” *Telematika*, vol. 18, no. 1, pp. 12–12, Mar. 2021, doi: 10.31315/telematika.v18i1.3968.
- [6] M. Ilmi, F. S. Liyundira, A. Rachmawati, D. Juliasari, and P. Habsari, “Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia,” *RELASI JURNAL EKONOMI*, vol. 16, no. 2, pp. 436–458, Jul. 2020, doi: 10.31967/relasi.v16i2.371.
- [7] V. Venkatesh, “Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model,” *Information Systems Research*, vol. 11, pp. 342–365, Dec. 2000, doi: 10.1287/isre.11.4.342.11872.
- [8] M. A. Ayanwale, R. R. Molefi, and S. Liapeng, “Unlocking educational frontiers: Exploring higher educators’ adoption of google workspace technology tools for teaching and assessment in Lesotho dynamic landscape,” *Heliyon*, vol. 10, no. 9, May 2024, doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e30049.
- [9] M. Alotumi, “Factors influencing graduate students’ behavioral intention to use Google Classroom: Case study-mixed methods research,” *Educ Inf Technol*, vol. 27, no. 7, pp. 10035–10063, Aug. 2022, doi: 10.1007/s10639-022-11051-2.
- [10] R. A. P. Dianfah, D. D. Anggoro, and A. F. Shofwah, “ANALISIS BEHAVIORAL INTENTION PADA PENERAPAN TAX MONITORING MENGGUNAKAN MODEL UTAUT2.” Feb. 2024.
- [11] A. S. Rathnayake, T. D. H. N. Nguyen, and Y. Ahn, “Factors Influencing AI Chatbot Adoption in Government Administration: A Case Study of Sri Lanka’s Digital Government,” *Administrative Sciences*, vol. 15, no. 5, pp. 157–157, Apr. 2025, doi: 10.3390/admsci15050157.
- [12] R. Alfaisal *et al.*, “PREDICTING THE INTENTION TO USE GOOGLE GLASS IN THE EDUCATIONAL PROJECTS: A HYBRID SEM-ML APPROACH,” vol. 21, no. 6, 2022.
- [13] M. Al-Hamad, A. AlHamad, and K. Al-Qawasmi, “FACTORS AFFECTING THE ADOPTION OF GOOGLE TRANSLATION IN HIGHER EDUCATION THROUGH AN EXTENDED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM): JORDAN AS A CASE STUDY,” *ICIC Express Letters*, vol. 15, no. 11, pp. 1177–1186, Jan. 2021, doi: 10.24507/icicel.15.11.1177.
- [14] M. R. Fearnley and J. T. Amora, “Learning Management System Adoption in Higher Education Using the Extended Technology Acceptance Model,” *IAFOR Journal of Education*, vol. 8, no. 2, pp. 89–106, Jul. 2020, doi: 10.22492/ije.8.2.05.
- [15] A. Qashou, “Influencing factors in M-learning adoption in higher education,” *Educ Inf Technol*, vol. 26, no. 2, pp. 1755–1785, Mar. 2021, doi: 10.1007/s10639-020-10323-z.
- [16] U. Alturki and A. Aldraiweesh, “Adoption of Google Meet by Postgraduate Students: The Role of Task Technology Fit and the TAM Model,”

- Sustainability*, vol. 14, no. 23, Art. no. 23, Jan. 2022, doi: 10.3390/su142315765.
- [17] X. Chen and L. Zhou, "Research on the Behavior of College Students' Online Tourism Booking Based on TAM," *Journal of Service Science and Management*, vol. 13, no. 1, pp. 28–44, Jan. 2020, doi: 10.4236/jssm.2020.131003.
- [18] E. Cheung and J. Sachs, "Test of the Technology Acceptance Model for a Web-Based Information System in a Hong Kong Chinese Sample," *Psychological Reports*, vol. 99, no. 3, pp. 691–703, Dec. 2006, doi: 10.2466/pr0.99.3.691-703.
- [19] D. Pibriana, "Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna Terhadap Penggunaan Aplikasi Belanja Online XYZ," *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, vol. 7, no. 3, pp. 580–592, Dec. 2020, doi: 10.35957/jatisi.v7i3.382.
- [20] J. W. Fernanda and N. Hidayah, "ANALISIS PENERIMAAN APLIKASI PEMBELAJARAN ONLINE MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL 3 DAN PARTIAL LEAST SQUARE STRUCTURAL EQUATION MODEL (PLS-SEM)," *Factor M*, vol. 3, no. 2, Jun. 2021, doi: 10.30762/factor-m.v3i2.3097.
- [21] G. D. Israel, "Determining Sample Size," *EDIS*, vol. 25, p. 2017, Nov. 1992, [Online]. Available: https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=K7X8WKEAAAAJ&citation_for_view=K7X8WKEAAAAJ:mvPsJ3kp5DgC
- [22] N. Bouranta, L. Chitiris, and J. Paravantis, "The relationship between internal and external service quality," *Int J Contemp Hospitality Mngt*, vol. 21, no. 3, pp. 275–293, Apr. 2009, doi: 10.1108/09596110910948297.
- [23] N. W. Ardini, "Questionnaire of Students' Responses in Use Google Classroom: Validity and Reliability Tests," *International Journal of Language and Literature*, vol. 5, no. 4, pp. 205–211, Jun. 2023, doi: 10.23887/ijll.v5i4.43708.
- [24] A. P. Wetzel, "Factor Analysis Methods and Validity Evidence," *Academic Medicine*, vol. 87, no. 8. Lippincott Williams & Wilkins, pp. 1060–1069, Jun. 2012. doi: 10.1097/acm.0b013e31825d305d.
- [25] D. Straub and D. Gefen, "Validation Guidelines for IS Positivist Research," *CAIS*, vol. 13, 2004, doi: 10.17705/1CAIS.01324.
- [26] D. George and P. Mallery, *IBM SPSS Statistics 25 Step by Step : A simple guide and reference*, Fifteenth Edition. Taylor & Francis Group, 2019.
- [27] S. R. Arifin and E. G. Merdekawati, "Pengujian Usability Google Classroom Berdasarkan Model Use-Questionnaire," *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 8, no. 6, pp. 1247–1247, Nov. 2021, doi: 10.25126/jtiik.2021863697.
- [28] K. Rahman and T. N. Yulian, "Determinan fraud prevention dengan akuntabilitas sebagai variabel mediating," *INOVASI*, vol. 17, no. 4, pp. 828–834, Dec. 2021, doi: 10.30872/jinv.v17i4.10244.
- [29] R. Berthanilla, Sukendar, I. A. Firdausi, and R. Yulianti, "Kemampuan Pegawai Terhadap Profesionalisme Pelayanan Publik," *Sawala Jurnal Administrasi Negara*, vol. 8, no. 1, pp. 95–116, Jul. 2020, doi: 10.30656/sawala.v8i1.2360.

- [30] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, *Multivariate data analysis*, 8th ed. Annabel Ainscow, 2019. doi: 10.2307/2344428.
- [31] D. Harefa and M. L. Purba, "PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP DI HOTEL REDDOORZ NEAR HERMES PLACE POLONIA MEDAN PADA MASA PANDEMI COVID-19," *JURNAL MUTIARA MANAJEMEN*, vol. 5, no. 1, pp. 15–26, Jun. 2020, doi: 10.51544/jmm.v5i1.3042.
- [32] M. M. Abidin, E. Pramana, and J. P. Sugiono, "ADOPSI MOBILE PAYMENT DENGAN MENGGUNAKAN EXTENDED UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY," *Joutica*, vol. 8, no. 1, Art. no. 1, Mar. 2023, doi: 10.30736/informatika.v8i1.922.
- [33] R. E. Kirk, "Effect magnitude: A different focus," *Journal of Statistical Planning and Inference*, vol. 137, no. 5, pp. 1634–1646, May 2007, doi: 10.1016/j.jspi.2006.09.011.
- [34] American Psychological Association, *Publication Manual of the American Psychological Association*, 5th ed. Washington, DC: American Psychological Association, 2002. [Online]. Available: <https://cloudflare-ipfs.com/ipfs/bafykbzaceawyhyflfruf2mhsqqjthueohrsogt4nugylddl5yqvtm75oncowy?filename=American%20Psychological%20Association%20-%20Publication%20Manual%20of%20the%20American%20Psychological%20Association%2C%20Fifth%20Edition.pdf>
- [35] S. Pujilestari, M. Sayuti, and F. Tentama, "The Influence of Parental Guidance, Group of Peers, School Promotion, and Career Information on Course Preference Decision Class X SMK Muhammadiyah in Bantul," *Journal of Vocational Education Studies*, vol. 4, no. 1, pp. 11–11, May 2021, doi: 10.12928/joves.v4i1.2073.
- [36] S. A. Gumay and A. H. D. Seno, "Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Euro Management Indonesia," *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, vol. 7, no. 2, pp. 68–68, Sep. 2018, doi: 10.14710/jab.v7i2.22691.