

Evaluasi Kesuksesan Aplikasi GrabMerchant Berdasarkan Perspektif Pengguna Menggunakan *Delone & McLean IS Success Model* Modifikasi

Gizka Refyana Putri, Arista Pratama, Siti Mukaromah

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Email : 20082010002@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi perdagangan online baik pemasaran dan penjualan barang maupun jasa, khususnya melalui *m-commerce*. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan memanfaatkan perkembangan teknologi dengan membuat aplikasi berbasis web maupun mobile. Salah satu perusahaan yang kini telah masuk ke dunia *m-commerce* adalah Grab. Grab meluncurkan aplikasi GrabMerchant yang ditujukan untuk mendukung UMKM di Indonesia beralih menjadi bisnis online. Walaupun aplikasi ini menawarkan banyak kemudahan, tak sedikit pengguna mengeluhkan terkait aplikasi ini. Oleh karena itu, penelitian dengan judul Evaluasi Kesuksesan Aplikasi GrabMerchant Berdasarkan Perspektif Pengguna Menggunakan *Delone & McLean IS Success Model* Modifikasi dilakukan. Pemilihan model *Delone & McLean* modifikasi mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prabu (2022). Penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS dengan SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *information quality* berpengaruh terhadap *use*, *user satisfaction*, *trust* dan *net benefits*. *System quality* dan *service quality* berpengaruh terhadap *use*, *user satisfaction* dan *trust* namun tidak berpengaruh terhadap *net benefits*. Kemudian *use* dan *trust* berpengaruh terhadap *user satisfaction* dan *net benefits*. Sedangkan *user satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *net benefits*. Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi bagi Grab dalam mengembangkan dan meningkatkan kesuksesan aplikasi GrabMerchant agar dapat terus berkembang dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna secara lebih efektif.

Kata Kunci : *m-commerce*, *Delone & McLean*, UMKM, SEM-PLS, *trust*

ABSTRACT

Technological developments have influenced online trading, both marketing and selling goods and services, especially through m-commerce. This allows many companies to take advantage of technological developments by creating web-based and mobile applications. One company that has now entered the world of m-commerce is Grab. Grab launched the GrabMerchant application which is intended to support MSMEs in Indonesia to switch to online businesses. Although this application offers many conveniences, many users complain about this application. Therefore, a study entitled Evaluation of the Success of the GrabMerchant Application Based on User Perspective Using the Modified Delone & McLean IS Success Model was conducted. The selection of the modified Delone & McLean model refers to previous research conducted by Prabu (2022). This study uses the SEM-PLS method with SmartPLS 3. The results of the study show that the information quality variable affects usage, user satisfaction, trust and net

benefits. System quality and service quality affect usage, user satisfaction and trust but do not affect net benefits. Then usage and trust affect user satisfaction and net benefits. While user satisfaction affects net benefits. The results of this study can be information for Grab in developing and improving the success of the GrabMerchant application so that it can continue to grow and be able to meet user needs more effectively.

Keywords: *m-commerce, Delone & McLean, MSMEs, SEM-PLS, trust*

1. PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan teknologi berdampak besar bagi kehidupan manusia (Hidayat, 2016). Kemajuan teknologi telah mengubah cara individu maupun organisasi dalam menjalankan tugas dan memberi dukungan dalam menyelesaikan pekerjaan. Kemajuan teknologi juga berpengaruh pada perkembangan perdagangan online baik pemasaran dan penjualan barang maupun jasa, khususnya melalui *m-commerce*. Perkembangan ini tentu akan menciptakan peluang dalam dunia *e-commerce* di Indonesia. *M-commerce* memudahkan pengguna untuk terhubung dengan internet dan melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Kemudahan berbelanja online melalui *mobile* sangat berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat menjadi konsumtif. Kemudahan ini telah menciptakan peluang baru untuk berbagai sektor, terutama sektor UMKM.

Salah satu perusahaan yang telah masuk ke dunia *e-commerce* saat ini adalah Grab. Pada 11 Juni 2020, Grab meluncurkan aplikasi GrabMerchant yang ditujukan untuk mendukung UMKM di Indonesia beralih ke bisnis online agar dapat berkembang dan beradaptasi dengan tatanan baru di era ekonomi digital (Grab, 2020). Aplikasi GrabMerchant menawarkan kemudahan dalam manajemen usaha, termasuk mengelola produk, penetapan harga, analisa keuangan, pemasaran dan jam operasional.

Berdasarkan data yang didapat dari Play Store, aplikasi GrabMerchant telah diunduh lebih dari 10 juta kali. Aplikasi ini mendapatkan penilaian sebesar 4,3 dan lebih dari 195.000 pengguna memberikan ulasan. Namun tak sedikit pengguna mengeluhkan tentang aplikasi ini. Beberapa diantaranya adalah terkait kemudahan penggunaan fitur dan seringnya terjadi gangguan aplikasi error maupun loading lama. Selain itu ada juga yang mengeluhkan terkait notifikasi orderan sering tidak berbunyi dan keterlambatan pencairan dana penjualan dari saldo GrabMerchant. Berdasarkan permasalahan tersebut maka diperlukan evaluasi terkait kesuksesan aplikasi GrabMerchant berdasarkan perspektif penggunanya untuk melihat kesesuaian terhadap tujuan awal organisasi.

Penelitian ini mengadopsi model penelitian yang dibuat oleh peneliti terdahulu, di mana Prabu (2022) melakukan modifikasi terhadap model Delone & Mclean dengan menambahkan aspek *trust* atau kepercayaan ke dalam model penelitian. Model DeLone & McLean adalah model sederhana tetapi dianggap cukup valid untuk digunakan dalam mengukur kesuksesan suatu sistem informasi (Septianita et al., 2014). Delone & Mclean IS Success Model dipilih dalam penelitian ini karena mencakup 3 aspek dasar dalam menilai kualitas suatu sistem informasi serta mencakup seluruh tingkatan kesuksesan sistem informasi (Yulinda et al., 2022). Sedangkan aspek *trust* dianggap penting untuk mencapai kepuasan pengguna saat menggunakan e-commerce yang akan berdampak pada manfaat yang diperoleh UMKM dari e-commerce. Sebuah aplikasi dapat menimbulkan kepercayaan melalui kemampuannya untuk selalu berfungsi dengan baik (keandalan), tampilan yang ramah dan mudah dimengerti (keakraban), serta pengalaman yang relevan (kredensial profesional) (Hamid & Iqbal, 2017). Selain itu, indikator yang digunakan dalam mengukur variabel trust pada model penelitian tersebut yaitu *High Integrity, Confidence, Secure, Reliable, Trustworthy* dan *Competent* juga dianggap menjadi tolak ukur dalam variabel trust.

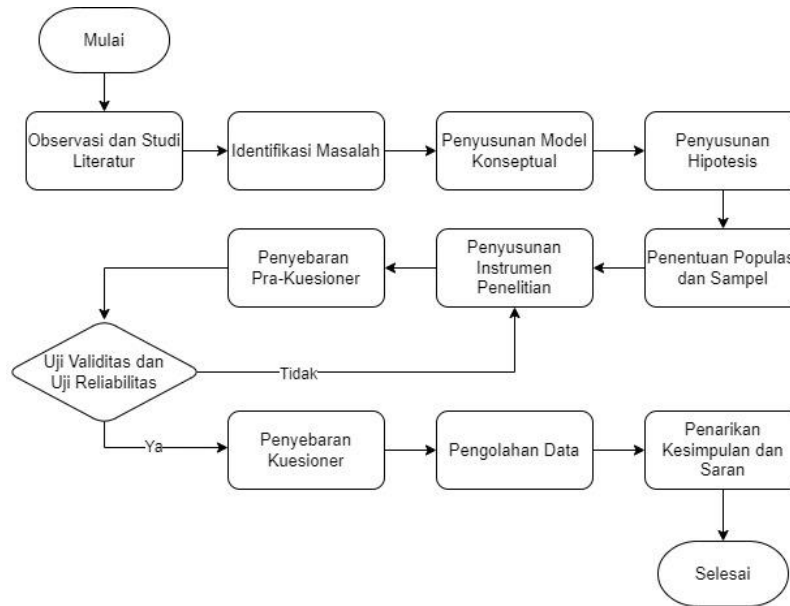
Berdasarkan penjelasan di atas, maka diusulkan penelitian yang berjudul Evaluasi Kesuksesan Aplikasi GrabMerchant Berdasarkan Perspektif Pengguna Menggunakan Delone & Mclean IS Success Model Modifikasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki, mengembangkan dan meningkatkan aplikasinya di masa depan sehingga menjadi platform terintegrasi untuk UMKM Indonesia.

2. METODE

Metode kuantitatif digunakan pada penelitian ini untuk pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2013) metode kuantitatif adalah pendekatan yang didasarkan pada data konkret. Data tersebut berupa angka-angka yang kemudian akan dianalisis secara statistik untuk mengetahui hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti. Sugiyono (2013) juga mengatakan bahwa ada berbagai alat pengumpulan data untuk penelitian kuantitatif, seperti tes, angket, atau kuesioner.

Alur Penelitian

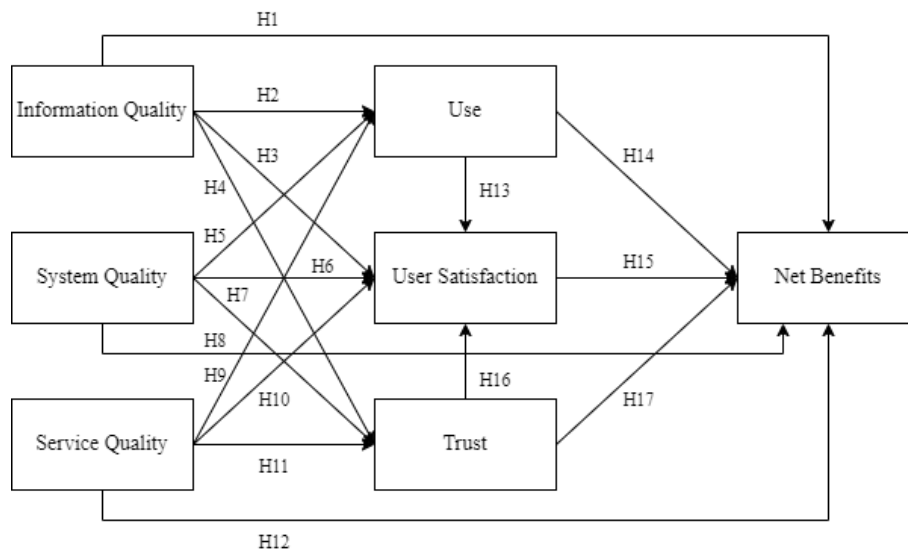
Alur pelaksanaan penelitian ini mengacu pada tahapan penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2013). Gambar 1 menunjukkan diagram alur penelitian.



Gambar 1: Alur Penelitian

Model Konseptual

Penelitian oleh Prabu (2022) digunakan sebagai model konseptual.



Gambar 2: Model Konseptual

Hipotesis

Tabel 1 merupakan hipotesis pada penelitian ini

Tabel 1. Hipotesis

Hipotesis	
H1	<i>Information Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Net Benefits</i>
H2	<i>Information Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Use</i>
H3	<i>Information Quality</i> berpengaruh terhadap <i>User Satisfaction</i>
H4	<i>Information Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Trust</i>
H5	<i>System Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Use</i>
H6	<i>System Quality</i> berpengaruh terhadap <i>User Satisfaction</i>
H7	<i>System Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Trust</i>
H8	<i>System Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Net Benefits</i>
H9	<i>Service Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Use</i>
H10	<i>Service Quality</i> berpengaruh terhadap <i>User Satisfaction</i>
H11	<i>Service Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Trust</i>
H12	<i>Service Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Net Benefits</i>
H13	<i>Use</i> berpengaruh terhadap <i>User Satisfaction</i>
H14	<i>Use</i> berpengaruh terhadap <i>Net Benefits</i>
H15	<i>User Satisfaction</i> berpengaruh terhadap <i>Net Benefits</i>
H16	<i>Trust</i> berpengaruh terhadap <i>User Satisfaction</i>
H17	<i>Trust</i> berpengaruh terhadap <i>Net Benefits</i>

Populasi dan Sampel

Populasi UMKM yang berlokasi di Kota Surabaya yang bermitra dengan Grab-Food. Metode *Simple Random Sampling* digunakan untuk pemilihan sampel. Rumus slovin digunakan untuk perhitungan jumlah minimum sampel dengan tingkat kepercayaan 95% dan *error tolerance* 5%. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah sampel minimum yang diperlukan sebanyak 397,35 atau 397.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan mencakup data demografi responden dan analisis statistik inferensial serta uji hipotesis.

Data Demografi Responden

Tabel 2. Data Demografi Responden

Berdasarkan	Segmentasi	Jumlah	Persentase
Skala Usaha	Usaha Mikro (asset : 0 – 50 juta & omzet : 0 – 300 juta/tahun)	202	51%
	Usaha Kecil (asset : 50 – 500 juta & omzet : 300 juta – 2.5M/tahun)	167	42%
	Usaha Menengah (asset : 500 juta – 10M & omzet : 2.5 – 50M/tahun)	28	7%
Jumlah Tenaga Kerja	1 – 5 Tenaga Kerja	202	51%
	6 – 19 Tenaga Kerja	167	42%
	20 – 99 Tenaga Kerja	28	7%
Lama menjadi Mitra GrabFood	Kurang dari 1 tahun	66	17%
	Antara 1 – 3 tahun	234	59%
	Lebih dari 3 tahun	97	24%
Media Lain yang Digunakan	GoFood	279	70%
	ShopeeFood	268	68%
	WhatsApp	109	28%
	Instagram	98	25%
	Facebook	51	13%

Analisis Statistik Inferensial

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Tabel 3. *Outer Model*

Variabel	Indikator	Loading Factor	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
<i>Information Quality (IQ)</i>	IQ1	0.800	0.868	0.899	0.562
	IQ2	0.617			
	IQ3	0.783			
	IQ4	0.776			
	IQ5	0.726			
	IQ6	0.741			
	IQ7	0.787			
<i>System Quality (SYQ)</i>	SYQ1	0.764	0.747	0.832	0.500
	SYQ2	0.625			
	SYQ3	0.758			
	SYQ4	0.732			
	SYQ5	0.644			
<i>Service Quality (SEQ)</i>	SEQ1	0.753	0.722	0.827	0.546
	SEQ2	0.673			
	SEQ3	0.743			
	SEQ4	0.781			
<i>Use (U)</i>	U1	0.739	0.783	0.852	0.536
	U2	0.735			
	U3	0.669			
	U4	0.761			
	U5	0.754			

<i>User Satisfaction</i> (US)	US1	0.758	0.737	0.835	0.560
	US2	0.683			
	US3	0.763			
	US4	0.785			
<i>Trust</i> (T)	T1	0.726	0.799	0.857	0.501
	T2	0.638			
	T3	0.766			
	T4	0.717			
	T5	0.642			
	T6	0.747			
<i>Net Benefits</i> (NB)	NB1	0.778	0.840	0.880	0.515
	NB2	0.761			
	NB3	0.613			
	NB4	0.753			
	NB5	0.756			
	NB6	0.577			
	NB7	0.758			

Sebagai syarat validitas, *loading factor* harus memiliki nilai > 0.7 dan AVE harus > 0.5 . Sedangkan *composite reliability* dan *cronbach's alpha* harus memiliki nilai > 0.7 (Hair et al., 2011). Hasil pada tabel 3 membuktikan bahwa beberapa nilai *loading factor* setiap indikator belum memenuhi syarat validitas, sehingga indikator-indikator tersebut harus dihapus. Menurut Sarstedt et al. (2017), penghapusan indikator dapat dipertimbangkan apabila dengan dihapusnya indikator tersebut terjadi peningkatan nilai *composite reliability* atau nilai AVE. Setelah indikator dengan *loading factor* < 0.7 dihapus, didapatkan *outer model* baru pada tabel 4.

Tabel 4. *Outer Model* Baru

Variabel	Indikator	Loading Factor	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
<i>Information Quality</i> (IQ)	IQ1	0.839	0.870	0.902	0.607
	IQ3	0.806			
	IQ4	0.784			
	IQ5	0.716			
	IQ6	0.731			
	IQ7	0.790			
	<i>System Quality</i> (SYQ)	SYQ1			
SYQ3		0.810			
SYQ4		0.781			
SEQ1		0.802			
<i>Service Quality</i> (SEQ)	SEQ3	0.780	0.702	0.834	0.626
	SEQ4	0.792			
	U1	0.739			
<i>Use</i> (U)	U2	0.776	0.770	0.853	0.592
	U4	0.789			
	U5	0.773			
	US1	0.837			
<i>User Satisfaction</i> (US)	US3	0.802	0.716	0.841	0.639
	US4	0.758			

<i>Trust</i> (T)	T1	0.788			
	T3	0.807			
	T4	0.756	0.779	0.858	0.601
	T6	0.751			
<i>Net Benefits</i> (NB)	NB1	0.788			
	NB2	0.777			
	NB4	0.805	0.847	0.891	0.620
	NB5	0.793			
	NB7	0.773			

Tabel 4 menunjukkan bahwa syarat *convergent validity* telah terpenuhi karena *loading factor*, *composite reliability*, *cronbach's alpha* dan AVE telah memenuhi kriteria.

Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model dapat diuji dari VIF, *R-square*, *effect size* dan uji hipotesis.

VIF digunakan untuk mengukur tingkat keparahan multikolinearitas di antara indikator dalam model (Hair et al., 2017). Menurut Becker et al. (2014) dan Mason & Perreault (1991), indikasi adanya multikolinearitas dapat terjadi ketika nilai VIF > 5. Menurut Hair et al. (2011), idealnya nilai VIF < 5.

Tabel 5. Nilai VIF

Variabel	IQ	SEQ	SYQ	T	U	US	NB
IQ				2.639	2.639	3.114	3.213
SYQ				2.629	2.629	2.866	2.931
SEQ				2.368	2.368	2.849	2.922
T						3.104	3.482
U						2.966	3.008
US							3.175
NB							

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel dalam model, karena masing-masing variabel memiliki nilai VIF < 5.

Menurut Hair et al. (2011), *R-Square* dengan nilai antara 0.25 – 0.50 menunjukkan model lemah, *R-Square* dengan nilai antara 0.50 – 0.75 menunjukkan model sedang dan *R-Square* dengan nilai > 0.75 menunjukkan model kuat.

Tabel 6. Nilai *R-Square*

Variabel	R-Square
U	0.634
US	0.685
T	0.650
NB	0.654

Pada tabel 6 menunjukkan bahwa pengaruh *information quality*, *system quality* dan *service quality* terhadap *use* mempunyai *R-Square* dengan nilai 0.634 yang mengindikasikan model sedang. Hasil tersebut juga mengindikasikan bahwa keempat variabel mempengaruhi *use* sebesar 63.4% sementara pengaruh dari variabel lain sebesar 36.6%. Pengaruh *information quality*, *system quality*, *service quality*, *use* dan *trust* terhadap *user satisfaction* mempunyai *R-Square* dengan nilai 0.685 yang mengindikasikan model sedang. Hasil tersebut juga mengindikasikan bahwa kelima variabel mempengaruhi *user satisfaction* sebesar 68.5% sementara pengaruh dari variabel lain sebesar 31.5%. Pengaruh *information quality*, *system quality* dan *service quality* terhadap *trust* mempunyai *R-Square* dengan nilai 0.650 yang mengindikasikan model sedang. Hasil tersebut juga mengindikasikan bahwa ketiga variabel mempengaruhi *trust* sebesar 65% sementara pengaruh dari variabel lain sebesar 35%. Pengaruh *information quality*, *system quality*, *service quality*, *use*, *user satisfaction* dan *trust* terhadap *net benefits* mempunyai *R-Square* dengan nilai 0.654 yang mengindikasikan model sedang. Hasil tersebut juga mengindikasikan bahwa keenam variabel mempengaruhi *user satisfaction* sebesar 65.4% sementara pengaruh dari variabel lain sebesar 34.6%.

Nilai *f-Square* antara 0.02 – 0.15 mengindikasikan pengaruh kecil, nilai *f-Square* antara 0.15 – 0.35 mengindikasikan pengaruh sedang dan nilai *f-Square* > 0.35 mengindikasikan pengaruh besar (Chin, 1998; Henseler & Ringle, 2012). Sedangkan menurut Sarstedt et al. (2017), *f-Square* dengan nilai < 0.02 dapat diabaikan.

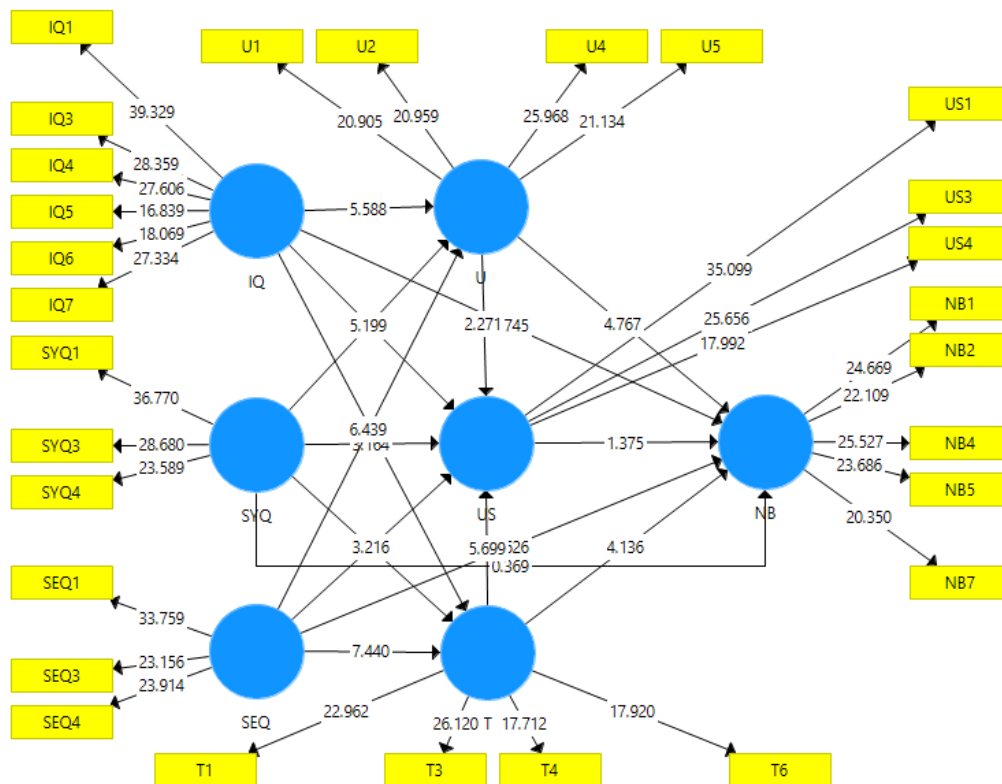
Tabel 7. Nilai *f-Square*

Variabel	IQ	SEQ	SYQ	U	US	T	NB
IQ				0.095	0.032	0.134	0.040
SYQ				0.073	0.023	0.041	0.000
SEQ				0.115	0.026	0.145	0.001
U					0.014		0.065
US							0.005
T					0.122		0.074
NB							

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa variabel *information quality*, *system quality* dan *service quality* memiliki pengaruh kecil terhadap *use*. Kemudian variabel *information quality*, *system quality*, *service quality* dan *trust* memiliki pengaruh kecil terhadap *user satisfaction*. Sedangkan variabel *use* terhadap *user satisfaction* memiliki nilai < 0.02 sehingga pengaruhnya dapat diabaikan.

Variabel *information quality*, *system quality* dan *service quality* memiliki pengaruh kecil terhadap *trust*. Kemudian variabel *information quality*, *use* dan *trust* memiliki pengaruh kecil terhadap *net benefits*. Sedangkan variabel *system quality*, *service quality* dan *user satisfaction* terhadap *net benefits* memiliki nilai < 0.02 sehingga pengaruhnya dapat diabaikan.

Pengujian Hipotesis



Gambar 3: Hasil Bootstrapping

Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	O	T-Statistics	P-Values	Keterangan
<i>Information Quality</i> → <i>Net Benefits</i>	0.212	2.745	0.006	Signifikan
<i>Information Quality</i> → <i>Use</i>	0.303	5.588	0.000	Signifikan
<i>Information Quality</i> → <i>User Satisfaction</i>	0.176	3.613	0.000	Signifikan
<i>Information Quality</i> → <i>Trust</i>	0.352	7.260	0.000	Signifikan
<i>System Quality</i> → <i>Use</i>	0.264	5.199	0.000	Signifikan
<i>System Quality</i> → <i>User Satisfaction</i>	0.143	3.164	0.002	Signifikan
<i>System Quality</i> → <i>Trust</i>	0.193	3.771	0.000	Signifikan
<i>System Quality</i> → <i>Net Benefits</i>	0.020	0.369	0.712	Tidak Signifikan
<i>Service Quality</i> → <i>Use</i>	0.315	6.439	0.000	Signifikan
<i>Service Quality</i> → <i>User Satisfaction</i>	0.151	3.216	0.001	Signifikan
<i>Service Quality</i> → <i>Trust</i>	0.347	7.440	0.000	Signifikan
<i>Service Quality</i> → <i>Net Benefits</i>	0.035	0.626	0.531	Tidak Signifikan
<i>Use</i> → <i>User Satisfaction</i>	0.114	2.271	0.024	Signifikan
<i>Use</i> → <i>Net Benefits</i>	0.260	4.767	0.000	Signifikan
<i>User Satisfaction</i> → <i>Net Benefits</i>	0.076	1.375	0.170	Tidak Signifikan
<i>Trust</i> → <i>User Satisfaction</i>	0.345	5.699	0.000	Signifikan
<i>Trust</i> → <i>Net Benefits</i>	0.299	4.136	0.000	Signifikan

Berdasarkan *rule of thumb*, *T-Statistic* harus ≥ 1.96 dan *p-value* harus < 0.05 (Ghozali & Latan, 2015). Hasil uji hipotesis dalam tabel 8 menunjukkan bahwa variabel *information quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *use*, *user satisfaction*, *trust* dan *net benefits*. *System quality* dan *service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *use*, *user satisfaction* dan *trust* namun tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *net benefits*. Kemudian *use* dan *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dan *net benefits*. Sedangkan *user satisfaction* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *net benefits*.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan terhadap evaluasi kesuksesan aplikasi Grab-Merchant, maka dapat disimpulkan bahwa dari total tujuh belas hipotesis yang diajukan, terdapat empat belas hipotesis diterima dan tiga ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *information quality* berpengaruh signifikan terhadap *use*, *user satisfaction*, *trust* dan *net benefits*. *System quality* dan *service quality* berpengaruh signifikan

terhadap *use*, *user satisfaction* dan *trust*. Kemudian *use* dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dan *net benefits*. Sehingga pihak Grab dapat mengembangkan aplikasi GrabMerchant dengan meningkatkan variabel-variabel yang memiliki pengaruh signifikan dalam penelitian ini seperti *information quality*, *system quality*, *service quality*, *use* dan *trust*. Evaluasi ini dilakukan agar aplikasi GrabMerchant dapat terus berkembang dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna secara lebih efektif. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk memperluas jumlah responden dan melakukan pembagian kelompok-kelompok tertentu. Penelitian selanjutnya juga dapat mempelajari variabel tambahan yang dapat mempengaruhi kesuksesan aplikasi GrabMerchant.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Becker, J. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Völckner, F. (2014). How collinearity affects mixture regression results. *Marketing Letters*, 26(4), 643–659. <https://doi.org/10.1007/s11002-014-9299-9>
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. Lawrence Erlbaum Associates. <https://www.researchgate.net/publication/311766005>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications using SmartPLS 3* (2nd ed.). Diponegoro University Press.
- Grab. (2020). *Grab Perkenalkan GrabMerchant, Dorong Transformasi Digital & Geliat UMKM di Era New Normal | Grab ID*. <https://www.grab.com/id/press/tech-product/grab-perkenalkan-grabmerchant/>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hamid, R. S., & Ikbal, M. (2017). Analisis Dampak Kepercayaan pada Penggunaan Media Pemasaran Online (E-Commerce) yang Diadopsi oleh UMKM: Perspektif Model DeLone & McLean. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(3), 310–337. <https://doi.org/10.12695/jmt.2017.16.3.6>
- Henseler, J., & Ringle, C. M. (2012). Using Partial Least Squares Path Modeling in International Advertising Research: Basic Concepts and Recent Issues. In *Handbook of Research on International Advertising* (pp. 252–276). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781848448582.00023>
- Hidayat, Z. (2016). Dampak Teknologi Digital Terhadap Perubahan Konsumsi Media Masyarakat. *Jurnal Komunikologi*, 13(2), 59.

- Mason, C. H., & Perreault, W. D. (1991). Collinearity, Power, and Interpretation of Multiple Regression Analysis. *Source: Journal of Marketing Research*, 28(3), 268–280.
- Prabu, B. (2022). Mediation Effect of Trust on the Success Gofood Partners in Utilizing Gobiz Application. *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*, 11(1). <http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id/index.php/stmsi/article/view/1489>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Septianita, W., Winarno, W. A., & Arif, A. (2014). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Empiris Pada PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 9 JEMBER). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 53–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.19184/ejeba.v1i1.570>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yulinda, A. W. T., Ubaidillah, A., & Anang, Y. (2022). Analisis Kesuksesan Sistem Informasi dengan Pendekatan Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone & McLean Studi Kasus: SIPADU Web Portal Mahasiswa Politeknik Statistika STIS. *Seminar Nasional Official Statistics 2022*.