

**PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, EASE OF USE, ENJOYMENT  
DAN RISK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TIKTOK  
SEBAGAI MEDIA FREELANCE DENGAN METODE TAM**

**SKRIPSI**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**Disusun Oleh:**

**ELFA CORNELIA DEVI**

**H76218028**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama: Elfa Cornelia Devi

Program Studi: Sistem Infomasi

Angkatan: 2018

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul "PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, EASE OF USE, ENJOYMENT DAN RISK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA FREELANCE DENGAN METODE TAM". Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiasi maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan keaslian saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 09 Desember 2024



The image shows a yellow rectangular official stamp with a red border. Inside the stamp, there is a red Garuda Pancasila emblem at the top center. Below the emblem, the word "TEMPER" is printed in red capital letters. At the bottom of the stamp, the alphanumeric code "AMX083433102" is printed. A black handwritten signature is written across the stamp, starting from the left and extending towards the right.

(Elfa Cornelia Devi)

NIM : H76218028

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh

NAMA : ELFA CORNELIA DEVI

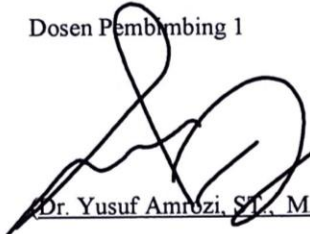
NIM : H76218028

JUDUL : PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, EASE OF USE, ENJOYMENT  
DAN RISK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TIKTOK SEBAGAI  
MEDIA FREELANCE DENGAN METODE TAM

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 09 Desember 2024

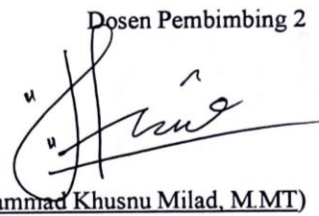
Dosen Pembimbing 1



(Dr. Yusuf Amrozi, ST., M.MT)

NP: 197607032008011014

Dosen Pembimbing 2



(Mohammad Khusnu Milad, M.MT)

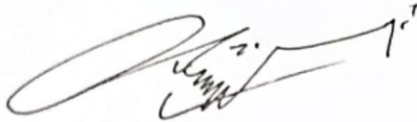
NP: 197901292014031002

## PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skrripsi Elfa Cornelia Devi ini telah dipertahankan  
di depan Tim Penguji di Surabaya, 23 Desember 2024

Mengesahkan,

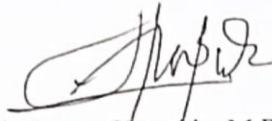
Dosen Penguji 1



(Andhy Permadi, M.Kom)

NIP : 198110142014031002

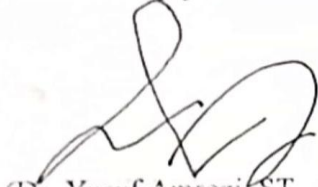
Dosen Penguji 2



(Wiwin Luqna Hunalda, M.PD.I)

NIP : 197402072005012006

Dosen Penguji 3



(Dr. Yusuf Amrozi, ST., M.MT)

NIP : 197607032008011014

Dosen Penguji 4



(Mohammad Khusnu Milad, M.MT)

NIP : 197901292014031002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sunan Ampel Surabaya



Popul Hamdani, M.Pd  
NIP: 196507312000031002



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ELFA CORNELIA DEVI  
NIM : H76218028  
Fakultas/Jurusan : SAINS DAN TEKNOLOGI/SISTEM INFORMASI  
E-mail address : elfacorneliad@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, EASE OF USE, ENJOYMENT DAN RISK

TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TIKTOK SEBAGAI

MEDIA FREELANCE DENGAN METODE TAM

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 08 Desember 2024

Penulis

( ELFA CORNELIA DEVI )

## ABSTRAK

### **PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, EASE OF USE, ENJOYMENT DAN RISK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA FREELANCE DENGAN METODE TAM**

Oleh:

**Elfa Cornelia Devi**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness*, *Ease of Use*, *Enjoyment*, dan *Risk* terhadap keputusan menggunakan TikTok sebagai media promosi khususnya bagi pekerja *freelance*, *content creator*. TikTok, sebagai aplikasi media sosial berbasis video pendek, semakin populer sebagai alat pemasaran digital berkat kemampuannya menjangkau audiens secara luas. Dalam penelitian ini, *perceived usefulness* diukur melalui sejauh mana pengguna merasakan manfaat TikTok dalam meningkatkan efektivitas promosi, sedangkan *ease of use* menggambarkan kemudahan dalam memahami dan menggunakan platform tersebut. *Enjoyment* menggambarkan kesenangan yang dirasakan pengguna saat menggunakan aplikasi, sementara *risk* mengacu pada risiko yang dirasakan, seperti keamanan data dan privasi.

Populasi penelitian ini yaitu orang yang pernah maupun masih bekerja *freelance* sebagai *content creator* tiktok di Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 359 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Selanjutnya data diolah menggunakan SPSS 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *ease of use*, *enjoyment*, dan *risk* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan tiktok sebagai media freelance khususnya pada pekerja *content creator*.

Kata Kunci: *Perceived Usefulness*, *Ease of Use*, *Enjoyment*, *Risk*, *Keputusan Penggunaan*.



## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF PERCEIVED USEFULNES, EASE OF USE, ENJOYMENT AND RISK ON THE DECISION TO USE TIKTOK AS A FREELANCE MEDIA WITH THE TAM METHOD***

***By:***

***Elfa Cornelia Devi***

This study aims to determine the influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Enjoyment, and Risk on the decision to use TikTok as a promotional medium, particularly for freelance workers and content creators. TikTok, as a short-form video-based social media application, has become increasingly popular as a digital marketing tool due to its ability to reach a broad audience. In this study, perceived usefulness is measured by the extent to which users perceive TikTok as beneficial in enhancing promotional effectiveness, while ease of use reflects the simplicity of understanding and using the platform. Enjoyment describes the pleasure users experience when using the application, whereas risk refers to perceived risks such as data security and privacy concerns.

The population of this research includes individuals who have worked or are currently working as freelance TikTok content creators in Indonesia. The sampling technique used is purposive sampling, resulting in a sample of 359 respondents. This study employs a quantitative research approach, with data collected through online questionnaires. The data were analyzed using multiple linear regression analysis, and the processing was conducted with SPSS 25. The results of this study indicate that perceived usefulness, ease of use, enjoyment, and risk do not significantly influence the decision to use TikTok as a freelance medium, particularly for content creators.

**Keywords:** Perceived Usefulness, Ease of Use, Enjoyment, Risk, Decision to Use.

## Daftar Isi

|                                                               |      |
|---------------------------------------------------------------|------|
| PERNYATAAN KEASLIAN.....                                      | ii   |
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....                           | iii  |
| ABSTRAK .....                                                 | vi   |
| ABSTRACT.....                                                 | vii  |
| Daftar Isi.....                                               | viii |
| Daftar Gambar.....                                            | xi   |
| Daftar Tabel .....                                            | xii  |
| BAB I .....                                                   | 1    |
| PENDAHULUAN .....                                             | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                      | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                     | 4    |
| 1.3 Batasan Masalah.....                                      | 4    |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....                                    | 4    |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....                                   | 5    |
| 1.6 Sistematika Penulisan Skripsi .....                       | 5    |
| BAB II.....                                                   | 7    |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                                        | 7    |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                 | 7    |
| 2.2 Dasar Teori .....                                         | 8    |
| 2.2.1 Tiktok.....                                             | 8    |
| 2.2.2 Media.....                                              | 9    |
| 2.2.3 <i>Freelance Content Creator</i> .....                  | 9    |
| 2.2.4 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....          | 10   |
| 2.2.5 <i>perceived usefulness (Persepsi Manfaat)</i> .....    | 10   |
| 2.2.6 <i>perceived ease-of-use (Persepsi Kemudahan)</i> ..... | 11   |
| 2.2.7 <i>Perceived Enjoyment (Persepsi Kesenangan)</i> .....  | 11   |
| 2.2.8 <i>Perceived Risk (Persepsi Risiko)</i> .....           | 12   |
| 2.2.9 Keputusan Penggunaan .....                              | 12   |
| 2.3 Integrasi Keislaman .....                                 | 13   |
| BAB III .....                                                 | 16   |
| METODE PENELITIAN.....                                        | 16   |



|                      |                                                              |    |
|----------------------|--------------------------------------------------------------|----|
| 3.1                  | Metode Penelitian.....                                       | 16 |
| 3.2                  | Alur Penelitian.....                                         | 16 |
| 3.2.1                | Identifikasi Masalah.....                                    | 17 |
| 3.2.2                | Studi Literatur .....                                        | 17 |
| 3.2.3                | Penentuan Model.....                                         | 17 |
| 3.2.4                | Perumusan Hipotesis.....                                     | 18 |
| 3.2.5                | Populasi dan Sampel .....                                    | 19 |
| 3.2.6                | Pembuatan Kuesioner.....                                     | 20 |
| 3.2.7                | Pengumpulan Data .....                                       | 22 |
| 3.2.8                | Metode Analisis Data.....                                    | 22 |
| BAB IV               | .....                                                        | 29 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | .....                                                        | 29 |
| 4.1                  | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                         | 29 |
| 4.2                  | Sebaran Kuesioner.....                                       | 29 |
| 4.3                  | Gambaran Umum Responden.....                                 | 30 |
| 4.3.1                | Responden Berdasarkan <i>Gender</i> .....                    | 30 |
| 4.3.2                | Responden Berdasarkan Usia .....                             | 30 |
| 4.3.3                | Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....               | 30 |
| 4.3.4                | Responden Berdasarkan Pendapatan .....                       | 31 |
| 4.4                  | Deskripsi Distribusi Data .....                              | 31 |
| 4.4.1                | Persepsi Manfaat ( <i>perceived usefulness/PU</i> ).....     | 32 |
| 4.4.2                | Persepsi kemudahan ( <i>perceived ease-of-use/PE</i> ).....  | 34 |
| 4.4.3                | Persepsi Kesenangan ( <i>perceived enjoyment/PEN</i> ) ..... | 35 |
| 4.4.4                | Persepsi Risiko ( <i>perceived risk/PR</i> ).....            | 37 |
| 4.4.5                | Keputusan Penggunaan (KP) .....                              | 39 |
| 4.5                  | Pengujian Kuesioner.....                                     | 41 |
| 4.5.1                | Uji Validitas .....                                          | 41 |
| 4.5.2                | Uji Reliabilitas .....                                       | 43 |
| 4.6                  | Uji Asumsi Klasik .....                                      | 44 |
| 4.6.1                | Uji Normalitas.....                                          | 44 |
| 4.6.2                | Uji Multikolinieritas.....                                   | 45 |
| 4.6.3                | Uji Heteroskedastisitas.....                                 | 46 |
| 4.7                  | Analisis Regresi Linier Berganda.....                        | 47 |
| 4.8                  | Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                        | 48 |

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 4.9 Uji Hipotesis.....             | 49 |
| 4.9.1 Uji F .....                  | 49 |
| 4.9.2 Uji T .....                  | 49 |
| 4.10 Analisis dan Pembahasan ..... | 51 |
| BAB V.....                         | 54 |
| PENUTUP.....                       | 54 |
| 5.1 Kesimpulan.....                | 54 |
| 5.2 Saran Pengembangan .....       | 55 |
| DAFTAR PUSTAKA .....               | 56 |



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## Daftar Gambar

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.1 Alur Penelitian.....                                    | 16 |
| Gambar 3.2 Model Penelitian.....                                   | 17 |
| Gambar 4.1 Formulir Google Form.....                               | 29 |
| Gambar 4.2 Identitas Responden Berdasarkan <i>Gender</i> .....     | 30 |
| Gambar 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....               | 30 |
| Gambar 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 31 |
| Gambar 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan.....         | 31 |



## Daftar Tabel

|                                                                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....                                                                                              | 7  |
| Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....                                                                                                          | 20 |
| Tabel 3.2 Tabel Instrumen Penelitian.....                                                                                                  | 20 |
| Tabel 4.1 Jawaban Responden “Aplikasi Tiktok dapat membantu saya membuat konten dengan lebih cepat.” .....                                 | 32 |
| Tabel 4.2 Jawaban Responden “Aplikasi Tiktok dapat membantu saya dalam berbisnis.”.....                                                    | 32 |
| Tabel 4.3 Jawaban Responden “Aplikasi Tiktok dapat membantu saya membuat konten secara efektif.”.....                                      | 33 |
| Tabel 4.4 Jawaban Responden “Aplikasi Tiktok mudah untuk diakses dimana dan kapan saja.”.....                                              | 33 |
| Tabel 4.5 Jawaban Responden “Aplikasi Tiktok dapat meningkatkan produktivitas penggunaanya.”.....                                          | 34 |
| Tabel 4.6 Jawaban Responden “Saya beranggapan bahwa penggunaan fitur pada Aplikasi Tiktok jelas dan mudah untuk dimengerti.”.....          | 34 |
| Tabel 4.7 Jawaban Responden “Saya dapat menggunakan Aplikasi Tiktok dengan mudah.”.....                                                    | 35 |
| Tabel 4.8 Jawaban Responden “Saya beranggapan dengan menggunakan Aplikasi Tiktok dapat membuat pekerjaan lebih efisien.”.....              | 35 |
| Tabel 4.9 Jawaban Responden “Saya merasa senang ketika membuat konten dengan Aplikasi Tiktok.”.....                                        | 36 |
| Tabel 4.10 Jawaban Responden “Saya merasa nyaman ketika mengedit konten dengan Aplikasi Tiktok.”.....                                      | 36 |
| Tabel 4.11 Jawaban Responden “Saya suka dengan <i>user interface</i> /tampilan Aplikasi Tiktok.”.....                                      | 37 |
| Tabel 4.12 Jawaban Responden “Saya merasa khawatir layanan yang didapatkan dari Aplikasi Tiktok tidak sesuai dengan yang diharapkan.”..... | 37 |
| Tabel 4.13 Jawaban Responden “Saya beranggapan bahwa berbisnis menggunakan Aplikasi Tiktok memberikan finansial yang rendah.”.....         | 38 |
| Tabel 4.14 Jawaban Responden “Saya merasa khawatir dengan pandangan orang lain karena berbisnis menggunakan Aplikasi Tiktok.”.....         | 38 |
| Tabel 4.15 Jawaban Responden “Saya beranggapan bahwa menggunakan Aplikasi Tiktok cukup menghabiskan banyak waktu.”.....                    | 39 |

|                                                                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.16 Jawaban Responden “Sebelum menggunakan Tiktok terlebih dahulu saya mencari informasi mengenai aplikasi tersebut.”..... | 39 |
| Tabel 4.17 Jawaban Responden “Saya merasa puas menggunakan Aplikasi Tiktok untuk membantu pekerjaan.”.....                        | 40 |
| Tabel 4.18 Jawaban Responden “Saya sering menggunakan Aplikasi Tiktok dalam kehidupan sehari-hari.”.....                          | 40 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Usefulness</i> (X1).....                                                              | 41 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Ease of Use</i> (X2).....                                                             | 41 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Enjoyment</i> (X3).....                                                               | 42 |
| Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Risk</i> (X4).....                                                                    | 42 |
| Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y).....                                                                      | 43 |
| Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Usefulness</i> (X1).....                                                           | 43 |
| Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Ease of Use</i> (X2).....                                                          | 43 |
| Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Enjoyment</i> (X3).....                                                            | 44 |
| Tabel 4.27 Hasil Uji Reliabilitas Validitas <i>Perceived Risk</i> (X4).....                                                       | 44 |
| Tabel 4.28 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Penggunaan (Y).....                                                                   | 44 |
| Tabel 4.29 Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i> .....                                                                         | 45 |
| Tabel 4.30 Hasil Uji Multikolinieritas.....                                                                                       | 46 |
| Tabel 4.31 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....                                                                                     | 47 |
| Tabel 4.32 Analisis Regresi Linier Berganda.....                                                                                  | 47 |
| Tabel 4.33 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                                                                                   | 48 |
| Tabel 4.34 Hasil Uji F.....                                                                                                       | 49 |
| Tabel 4.35 Hasil Uji T.....                                                                                                       | 50 |

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Amalia, I. G. & S. (2014). *Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial* (B. Monica (ed.)). Andi. [https://repository.unmul.ac.id/bitstream/handle/123456789/5911/Alat Analisis Data\\_Irwan Gani.pdf?sequence=1](https://repository.unmul.ac.id/bitstream/handle/123456789/5911/Alat%20Analisis%20Data_Irwan%20Gani.pdf?sequence=1)
- Amrozi, Y. (2022). *Metode Penelitian Dalam Bidang Sistem Informasi dan Komunikasi*. (F. Daraningtyas (ed.)).
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Ardan, F. (2021). *Pengertian, Jenis-Jenis, serta Fungsi Media*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/humaniora/451206/pengertian-jenis-jenis-serta-fungsi-media>
- Astuti, S., Sembilanbelas, U., Kolaka, N., Wonua, A. R., Sembilanbelas, U., Kolaka, N., Titing, A. S., Sembilanbelas, U., & Kolaka, N. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Sri Astuti*. 2(4).
- Career, W. (2012). *creative freelancing*. writing career. <https://www.coursehero.com/file/33408560/2012-creativefreelancingpdf/>
- Christy, F. E. (2020). *Tren Pekerja Lepas Meningkat Saat Pandemi - Data - Tempo.co*. TEMPO.Com. <https://data.tempo.co/data/1030/tren-pekerja-lepas-meningkat-saat-pandemi>
- Dewi, & Diatmika, I. P. G. (2021). Pengujian Technology Accepted Model and Perceived Cost of Use Terhadap Penggunaan Sistem Em-Pise Pada LPD Desa Adat Tunjuk. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas*

*Pendidikan Ganesha*, 12(1), 770–781.

Dr. Eng. Yeri Sutopo, M.Pd., M.T., Prof. Dr. Achmad Slamet, M. S. (2017). *Statistika inferensial* (Giovanny (ed.)). ANDI. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205143/statistika-inferensial>

Dr. Willy Abdillah, M. S. (2018a). *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi*. Andi.

Dr. Willy Abdillah, M. S. (2018b). *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi* (U. R. Indah (ed.)). ANDI. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205801/metode-penelitian-terpadu-sistem-informasi-pemodelan-teoretis-pengukuran-dan-pengujian-statistik>

Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)

Hasudungan Sinaga, R. P., P. Tobing, R., & Larasati, N. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Usage Decision Konsumen Pada Shopee Tanam. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 509–524. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.188>

Hidayat, F. (2023). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment on Customer Intentions to Move From Non-Digital Banks to Digital Banks. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 2(1), 51–64. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2023.0201-04>

Iffat, M. F., & Laksmi, A. C. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Elektronik Di Kota Medan. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 5(2020), 441–449. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>

Indriana, A. (2021). Kebijakan Pemerintah Terhadap Perlindungan Hak Pekerja Freelance (Harian Lepas) Di Indonesia. *Investama: Jurnal Ekonomi Dan*



*Bisnis*, 5(2), 120–134.

Iqbal, M. (2023). *tatistik Pendapatan dan Penggunaan TikTok (2023)*. Business of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>

Ira Setyawati, S.Psi, M. A. (2022). *No Title*. BINUS University. <https://binus.ac.id/binusian-journey/2022/12/30/apa-sih-kerja-content-creator/>

Kasinhphila, P. (2023). Influence of Web Design, Usefulness, Ease of Use, and Enjoyment on Beauty and Cosmetics Online Purchase Intention towards a Popular Brand in Thailand. *Research Review*, 05(12). <https://doi.org/10.52845/rrijcrr/2023/14-1-2>

Kuara, W., & Nasution, M. P. (2020). *Agriprimatech*. 3(2), 7–15.

Kumba Digdowiseiso, S.E., M. A. E. (2017). *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis* (M. S. Dr. Suharyono (ed.)). Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).

Kurniawan, F. A. (2021). *Overwork: Mengenal Dampak Buruk dan Cara Mengatasinya*. Pemimoin.Id. <https://pemimpin.id/overwork-mengenal-dampak-buruk-dan-cara-mengatasinya/#:~:text=Overwork dapat membebani mental seseorang,kita untuk berpikir secara logis.&text=Overwork dapat menyebabkan seseorang mengalami,waktu tidur untuk menyelesaikan pekerjaan.>

Lili Marlinah. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.

Mahanani, E., & Sari, B. (2019). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Word Of Mouth Dan Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Grab Pada Mahasiswa/i FEB UPI-Y.A.I. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 9–17.

Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa

Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.

Mubarak, M. R. (2022). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, Perceived Risk, dan Perceived Compatibility Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI*. 9(02), 2799–2805.

Mustofa. (2018). Pekerja Lepas (Freelancer) dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Muzaik*, X(1), 19–25.

Norfai. (2020). Manajemen Data Menggunakan SPSS. *Universitas Islam Kalimantan, Juli*, 79.

Pebritia, A. (2022). Online Repurchase Intention Ditinjau dari Perceived Enjoyment pada Konsumen Shopee. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 11(2), 123–129. <https://doi.org/10.15294/sip.v11i2.64804>

Prof.Dr.Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta* (Issue 465).

Rahma Wulandari, D. N. S. (2023). *Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , Product Features dan Reference Group Terhadap Keputusan Penggunaan*. 5(2), 199–211.

Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168. <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/215>

Ro'fati, Prihastuty, & Rahayuningsih. (2023). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return Investasi, Persepsi Risiko, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Melalui Aplikasi Online Pada Generasi Z. *Journal of Student Research*, 1(2), 138–154. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i2.975>

Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (ed.)). <https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book>

- Salma, S., Agustine, A. P. P., & Nurika, H. (2023). Analisis Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2987–2998. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2664>
- Sati, Ratna Asri Saras, M. R. (2020). *Effect Of Perception Of Benefits , Easy Perception Of Use , Trust And Risk Perception Towards Interest Using E\_money (Case Study of Consumer Who Use The Metland Card)*. 11, 1–19.
- Savira, F., & Suharsono, Y. (2018). Tinjauan Yuridis Pekera Freelance Berdasarkan Prinsip Keadilan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Setiawan, R., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Samudra Bahari Utama. *Manajemen Bisnis*, 5(1).
- Tim Sindikasi: Alfa Gumilang, B. A., Fundrika, Dea Rachmat Sohika, E., Ekarahendy, Farhanah, F. F., Izzati, Hambali Junaedi, Ikhsan Raharjo, I., & W, Maria Anastasia, Nur Aini, R. A. (2019). *Pedoman Kontrak Kerja Freelancer* (Farhanah (ed.); CC @2019 A). Serikat Pekerja Media dan Industri Kreatif untuk Demokrasi Jakarta, Indonesia.
- Trisnowati, D. K., & Nugraha, H. S. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bengkel Pt. Astra International Tbk-Daihatsu Majapahit Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 374–381. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/13568>