



Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan E-Wallet: Dampaknya terhadap Spending Behavior Generasi Z di Kota Ambon

Simon Hendrik Leasa¹, Hansen Hein Rumtutuly², Nur Azda³

Universitas Pattimura, Indonesia¹⁻³

Email Korespondensi: simonleasa19@gmail.com

Article received: 01 Agustus 2025, Review process: 16 Agustus 2025

Article Accepted: 23 September 2025, Article published: 07 Oktober 2025

ABSTRACT

The rapid growth of digital technology has transformed financial transaction patterns, particularly through the widespread adoption of digital wallets (e-wallets) among younger generations. This study aims to analyze the influence of perceived ease of use and perceived usefulness on behavioral intention and its impact on the spending behavior of Generation Z in Ambon City. A quantitative associative design was employed to examine the relationships among variables, involving 100 respondents aged 17–28 years who actively use e-wallet services. The findings reveal that perceived ease of use has a positive and significant effect on behavioral intention, while perceived usefulness shows no significant effect. Furthermore, behavioral intention significantly influences the spending behavior of Generation Z users. These results suggest that the easier an e-wallet is to use, the higher the tendency for increased spending among young users. Theoretically, this study strengthens the applicability of the Technology Acceptance Model (TAM) in the context of digital finance within archipelagic regions. Practically, it offers valuable insights for e-wallet providers and financial institutions to design adaptive and sustainable digital literacy strategies tailored to youth financial behavior.

Keywords: E-wallet; Perceived Ease of Use; Perceived Usefulness; Behavioral Intentio

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi keuangan masyarakat, salah satunya melalui adopsi layanan dompet digital (e-wallet) yang semakin populer di kalangan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan (perceived ease of use) dan persepsi kebermanfaatan (perceived usefulness) terhadap niat penggunaan (behavioral intention) serta implikasinya terhadap perilaku pengeluaran (spending behavior) Generasi Z di Kota Ambon. Pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel pada 100 responden berusia 17–28 tahun yang aktif menggunakan e-wallet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan, sedangkan persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, niat penggunaan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengeluaran Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin mudah e-wallet digunakan, semakin besar pula kecenderungan peningkatan pengeluaran di kalangan pengguna muda. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat relevansi Technology Acceptance Model (TAM) dalam konteks keuangan digital daerah kepulauan, sementara secara praktis hasilnya dapat menjadi dasar bagi penyedia layanan dan lembaga keuangan dalam merancang strategi edukasi literasi digital yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: E-wallet; Persepsi Kemudahan; Persepsi Kebermanfaatan; Niat Penggunaan

PENDAHULUAN

Transformasi digital pada era Revolusi Industri 4.0 telah mengubah struktur ekonomi global dengan menghadirkan inovasi teknologi yang mempercepat koneksi dan efisiensi dalam berbagai sektor, termasuk sistem keuangan. Perubahan ini melahirkan ekosistem pembayaran digital seperti *electronic wallet* (e-wallet) yang menggantikan transaksi berbasis uang tunai menjadi lebih praktis, cepat, dan aman (Wang et al., 2023). Keberadaan e-wallet tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga mencerminkan perubahan perilaku ekonomi masyarakat modern yang semakin mengandalkan teknologi dalam aktivitas finansial sehari-hari. Fenomena ini turut memperlihatkan bagaimana digitalisasi mendorong inklusi keuangan di negara berkembang, termasuk Indonesia, dengan penetrasi yang meningkat pesat di kalangan generasi muda. Dalam konteks nasional, Indonesia menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam adopsi pembayaran digital. Survei yang dilakukan oleh Visa (2023) mengungkap bahwa 93% pengguna lebih memilih e-wallet dibandingkan metode pembayaran konvensional seperti uang tunai, kartu debit, atau *mobile banking*. Laporan Jakpat (2024) juga mencatat bahwa 97% pengguna layanan keuangan digital menjadikan e-wallet sebagai pilihan utama mereka. Tingginya angka adopsi ini menandakan bahwa e-wallet tidak sekadar inovasi teknologi, tetapi telah menjadi bagian integral dari gaya hidup masyarakat urban dan semi-urban. Temuan ini sejalan dengan temuan Khatimah et al. (2022) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan digital di Asia Tenggara dipengaruhi oleh faktor kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap teknologi finansial.

Namun demikian, kemudahan akses dan kenyamanan yang ditawarkan e-wallet juga menimbulkan tantangan baru berupa kecenderungan perilaku konsumtif, terutama di kalangan Generasi Z yang merupakan pengguna dominan layanan tersebut (Widjajarto et al., 2019). Generasi ini, yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital, cenderung memiliki gaya hidup instan dan preferensi tinggi terhadap layanan keuangan berbasis aplikasi (Nguyen & Dinh, 2023). Akibatnya, tanpa adanya literasi keuangan yang memadai, penggunaan e-wallet dapat menggeser keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan konsumsi, sehingga berpotensi melemahkan kemampuan pengelolaan keuangan pribadi.

Khusus di wilayah Maluku, terutama di Kota Ambon, tren digitalisasi keuangan memperlihatkan perkembangan yang dinamis. Data Bank Indonesia (2023) menunjukkan bahwa terdapat lebih dari 153.000 pengguna e-wallet di provinsi tersebut, dengan Ambon menyumbang sekitar 79,8% dari total volume transaksi. Temuan awal terhadap beberapa responden Generasi Z di kota ini menunjukkan penggunaan e-wallet yang mencakup dua dimensi: kebutuhan (pembayaran tagihan rutin, pulsa, dan cicilan) dan keinginan (belanja daring, kafe, hiburan, dan produk gaya hidup). Rata-rata pengeluaran bulanan berbasis dimensi keinginan mencapai Rp. 520.000-Rp. 1.750.000, yang mengindikasikan bahwa e-wallet berfungsi ganda sebagai alat transaksi sekaligus simbol gaya hidup konsumtif yang terinternalisasi secara sosial (Bansal & Chaturvedi, 2022).

Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) digunakan dalam penelitian ini untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi e-wallet. Model ini menyoroti dua variabel utama, yaitu *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (kebermanfaatan), yang diasumsikan berpengaruh terhadap *behavioral intention* (niat penggunaan) dan pada akhirnya berdampak pada perilaku konsumsi pengguna (Riquelme & Rios, 2017; Chawla & Joshi, 2019). Meskipun banyak penelitian terdahulu berfokus pada konteks perkotaan di Pulau Jawa, riset dengan latar geografis kepulauan seperti Ambon masih sangat terbatas. Padahal, perbedaan infrastruktur digital, budaya konsumsi, dan karakter sosial-ekonomi dapat memengaruhi dinamika adopsi teknologi finansial secara signifikan (Alalwan et al., 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) dalam memahami perilaku finansial Generasi Z di wilayah kepulauan dengan karakteristik unik seperti Ambon. Penelitian sebelumnya lebih menekankan aspek teknologis dan fungsional e-wallet, sedangkan dimensi sosial dan budaya penggunaannya masih belum banyak dieksplorasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap niat penggunaan e-wallet serta dampaknya terhadap perilaku pengeluaran (*spending behavior*) Generasi Z di Kota Ambon. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur tentang adopsi teknologi finansial berbasis TAM di wilayah non-metropolitan. Secara praktis, hasilnya dapat menjadi rujukan bagi pengembangan e-wallet dan lembaga keuangan dalam merancang strategi edukasi keuangan digital yang adaptif terhadap konteks budaya dan geografis pengguna.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menganalisis hubungan kausal antarvariabel dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *behavioral intention*, dan *spending behavior* pada pengguna e-wallet di Kota Ambon. Populasi penelitian meliputi Generasi Z berusia 17–28 tahun yang berdomisili di Ambon dan aktif menggunakan layanan e-wallet minimal selama tiga bulan terakhir. Sampel berjumlah 100 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan keterwakilan pengguna aktif dari berbagai latar profesi dan pendidikan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring berbasis Google Form yang dirancang menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur tingkat persetujuan terhadap setiap indikator variabel. Seluruh data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 3.0 untuk menguji validitas konvergen, reliabilitas konstruk, serta kekuatan model struktural. Uji validitas dilakukan melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE), sedangkan reliabilitas diuji dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, sementara nilai *R-square* dan *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) digunakan untuk mengevaluasi

kekuatan penjelasan model dan tingkat kesesuaian secara keseluruhan (Hair et al., 2021; Leguina, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Outer Model

Dalam penelitian ini, pengujian outer model penting untuk dilakukan dengan tujuan memastikan bahwa setiap indikator benar-benar valid dan realibel. Uji validitas konvergen terpenuhi apabila nilai AVE melebihi 0,5. Sedangkan reliabilitas konstruk digunakan kriteria *Cronbach alpha* > 0,7 dan *composite reliability* > 0,7.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Variabel	AVE	Cronbach Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Perceived Ease of Use	0,673	0,863	0,889	Valid dan Realibel
Perceived Usefulness	0,651	0,846	0,886	Valid dan Realibel
Behavior Intention	0,702	0,870	0,903	Valid dan Realibel
Spending Behavvior	0,688	0,852	0,893	Valid dan Realibel

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 1, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua konstruk telah memenuhi validitas dan realibilitas karena telah memenuhi syarat outer model. Sehingga penelitian ini layak untuk dilanjutkan ke tahap inner model.

Evaluasi Inner Model

Uji model menunjukkan bahwa nilai R-square pada variabel behavior intention mencapai 0,42. Artinya sebesar 42% perubahan niat menggunakan e-wallet dijelaskan oleh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Kemudian, variabel spending behavior memiliki nilai R-square sebesar 0,36 yang menunjukkan bahwa 36% perubahannya dipengaruhi oleh behavior intention. Kedua nilai tersebut berada pada kategori moderat, menandakan model cukup mampu memberikan penjelasan.

Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Behavior Intention

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention

Hipotesa	Original Sample	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1	0,449	2,968	0,003	Terima H1

Sumber: Data diolah, 2025

Tabel 2 menunjukkan bahwa koefisien *original sample* sebesar 0,449 dengan nilai T-statistics 2,968 dengan p-values 0,003 (<0,005). Kondisi ini menegaskan bahwa hipotesis H1 diterima. Oleh karena itu, persepsi kemudahan penggunaan layanan e-wallet terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan di kalangan generasi Z di kota Ambon.

Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan e-wallet mendorong meningkatnya niat generasi Z di Kota Ambon untuk memanfaatkannya dalam aktivitas sehari-hari. Kemudahan yang dimaksud tidak hanya terkait dengan proses awal seperti mendaftarkan akun maupun aktivitas layanan, tetapi juga pada aspek penggunaan sehari-hari misalnya tampilan aplikasi yang sederhana, menu yang jelas serta transaksi yang cepat dan praktis. Kemudahan ini secara tidak langsung mendorong peningkatan perilaku pengeluaran karena transaksi menjadi lebih sering dilakukan mulai dari pembelian kecil hingga pembayaran kebutuhan bulanan.

Penelitian ini mendukung temuan (Chawla & Joshi, 2019) dan (Leon, 2018) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan faktor penting dalam mendorong adopsi teknologi keuangan digital. Davis (1989) melalui TAM turut menjelaskan bahwa kemudahan sistem dapat meningkatkan minat adopsi pengguna. Menariknya, generasi muda di Ambon menunjukkan preferensi serupa terhadap kemudahan digital sebagaimana generasi di kota-kota besar Indonesia. Hal ini menjadi bukti bahwa proses adopsi teknologi keuangan di Kawasan Timur Indonesia juga berlangsung secara signifikan.

Bagi generasi Z di kota Ambon yang dikenal adaptif terhadap teknologi, kemudahan ini menjadi aspek krusial. Mereka cenderung menginginkan layanan digital yang instan, efisien dan tidak berbelit-belit sehingga ketika e-wallet mampu memberikan pengalaman tersebut, niat untuk terus menggunakan semakin kuat. Maka, hasil penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi relevan TAM, tetapi juga menunjukkan pentingnya desain layanan digital yang sederhana untuk mendorong adopsi keuangan digital di wilayah kepulauan seperti Ambon.

Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavior Intention

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention

Hipotesa	Original Sample	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1	0,096	0,635	0,526	Tolak H1

Sumber: Data diolah, 2025

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun e-wallet memberikan fungsional berupa efisiensi waktu, kepraktisan dan peningkatan produktivitas. Hal tersebut tidak cukup untuk meningkatkan niat generasi Z di kota Ambon dalam menggunakan e-wallet secara berkelanjutan. Generasi muda di kota ini lebih menekankan pada aspek kenyamanan, kemudahan penggunaan dan pengalaman praktis dibandingkan manfaat produktivitas jangka panjang.

Penelitian ini mendukung temuan (Daştan & Gürler, 2016) yang menemukan bahwa persepsi kegunaan tidak selalu menjadi faktor dominan dalam menentukan adopsi teknologi keuangan. Namun, hasil ini berbeda dengan temuan Chawla & Joshi (2019) di Pulau Jawa dimana *perceived usefulness* terbukti signifikan. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh kondisi lokal dimana penggunaan e-wallet di Ambon cenderung lebih terkait dengan kebutuhan transaksi sehari-hari seperti pembayaran di kafe, transportasi atau hiburan dibandingkan dengan pertimbangan efisiensi ekonomi jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi penggunaan lebih berorientasi pada aspek praktis dan gaya hidup generasi muda. Akibatnya potensi perilaku konsumtif menjadi lebih besar. Faktor ekonomi daerah, literasi keuangan masih terbatas dan orientasi konsumsi gaya hidup kemungkinan menjadi alasan mengapa *perceived usefulness* tidak signifikan dengan generasi Z di Ambon.

Kondisi ini memberikan gambaran bahwa faktor kegunaan tidak menjadi pendorong utama bagi generasi muda Ambon dalam menggunakan e-wallet. Oleh karena itu, implikasinya adalah strategi pengembangan layanan e-wallet di kota Ambon sebaiknya lebih difokuskan pada peningkatan kemudahan penggunaan, tampilan yang ramah pengguna serta pengalaman transaksi yang menyenangkan daripada hanya menonjolkan manfaat kegunaan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan penggunaan bersifat kontekstual, khususnya pada generasi muda di wilayah kepulauan.

Pengaruh Behavior Intention terhadap Spending Behavior

Tabel 4 Hasil Uji Hipotesis Behavioral Intention terhadap Spending Behavior

Hipotesa	Original Sample	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1	0,599	11,184	0,000	Terima H1

Sumber: Data diolah, 2025

Tabel 4 menunjukkan bahwa semakin tinggi *behavior intention* generasi Z dalam menggunakan e-wallet, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk meningkatkan pengeluaran. Temuan ini menjawab rumusan masalah penelitian terkait faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengeluaran dengan menegaskan bahwa niat penggunaan e-wallet menjadi salah satu determinan utama dalam membentuk *spending behavior*.

Interpretasi dari hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet tidak hanya memengaruhi keputusan transaksi sesaat tetapi juga berdampak lebih luas pada pola konsumsi dan kebiasaan belanja generasi Z. Niat yang tinggi dalam memanfaatkan layanan pembayaran digital mendorong peningkatan frekuensi pembelian, memperbesar kemungkinan munculnya perilaku konsumtif serta berpotensi melemahkan kontrol atas pengeluaran pribadi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Cobla & Osei-Assibey, 2018) yang menemukan bahwa pemanfaatan teknologi keuangan digital berkorelasi positif

dengan perilaku konsumsi masyarakat. Selain itu, (See-To & Ngai, 2019) menegaskan bahwa teknologi pembayaran digital mampu mengubah mekanisme psikologi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sehingga perilaku belanja menjadi lebih cepat, spontan dan kadang impulsif. Sehingga hasil penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi teori yang telah ada tetapi juga memperkuat pandangan bahwa intensi penggunaan teknologi finansial modern secara langsung membentuk perilaku konsumsi masyarakat.

Bagi generasi Z di kota Ambon, temuan ini memiliki implikasi penting. Sebagai kelompok yang tumbuh di era digital, mereka merupakan pengguna dominan e-wallet dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Tingginya *behavioral intention* dalam menggunakan e-wallet mendorong terbentuknya pola pengeluaran baru yang lebih dinamis dan konsumtif. Akses yang lebih mudah terhadap berbagai pilihan produk dan layanan membuat generasi ini cenderung meningkatkan belanja, baik untuk kebutuhan esensial maupun non-esensial.

Kondisi ini memberikan sinyal bahwa digitalisasi keuangan melalui penggunaan e-wallet telah memperluas peluang konsumsi di kalangan generasi Z, namun sekaligus menimbulkan resiko pada pengelolaan keuangan pribadi. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadilangkah strategis agar generasi Z di Ambon dapat menyeimbangkan kemudahan bertransaksi dengan kontrol pengeluaran yang sehat.

Temuan bahwa *behavior intention* secara signifikan memengaruhi *spending behavior* pada generasi Z di kota Ambon menunjukkan bahwa e-wallet tidak hanya dipengaruhi oleh inovasi teknologi tersebut namun oleh dinamika sosial dan ekonomi lokal. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya literatur mengenai perilaku keuangan digital pada generasi muda di konteks geografis yang berbeda dari pusat ekonomi nasional. Selain itu, penelitian ini berpotensi memodifikasi teori adopsi teknologi dengan menambahkan dimensi pengaruh budaya lokal dan keterbatasan infrastruktur yang khas di wilayah kepulauan.

SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* generasi Z dalam menggunakan e-wallet di kota Ambon sedangkan *perceived usefulness* tidak memberikan pengaruh signifikan. Selanjutnya behavioral intention terbukti berpengaruh signifikan terhadap spending behavior. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin mudah layanan e-wallet digunakan, maka semakin tinggi pula intensi penggunaannya, yang pada akhirnya berdampak terhadap peningkatan pola pengeluaran generasi Z. Penelitian ini memberikan implikasi teoritis yaitu harus ada penguatan dan modifikasi kerangka TAM, dimana dalam konteks generasi muda di Ambon, *perceived ease of use* terbukti lebih dominan dibandingkan *perceived usefulness*. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan dapat menjadi variabel kunci dalam memprediksi adopsi teknologi keuangan. Sedangkan implikasi praktisnya bagi penyedia layanan e-wallet adalah pentingnya fokus pada peningkatan kemudahan penggunaan aplikasi. Selain itu,

hasil ini juga menegaskan bahwa lembaga pendidikan bahkan otoritas keuangan perlu meningkatkan literasi keuangan digital agar generasi Z dapat menyeimbangkan kemudahan bertransaksi dengan control pengeluaran yang lebih bijak. Keterbatasan penelitian ini adalah jumlah sampel yang terlalu sedikit dan lokasi penelitian hanya fokus di kota Ambon saja. Untuk itu, bagi peneliti selanjutnya mohon menambahkan jumlah sampel dan lokasinya diperluas lagi serta variabel moderasi seperti gender, pendapatan maupun literasi keuangan sehingga bisa memberikan Gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR RUJUKAN

- Bank Indonesia. (2023). *Statistik Sistem Pembayaran Digital 2023*.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India - An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Cobla, G. M., & Osei-Assibey, E. (2018). Mobile money adoption and spending behaviour: The case of students in Ghana. *International Journal of Social Economics*, 45(1), 29–42. <https://doi.org/10.1108/IJSE-11-2016-0302>
- Daştan, İ., & Gürler, C. (2016). Factors Affecting the Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Analysis. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, 6(1), 17–24. <https://doi.org/10.5195/emaj.2016.95>
- Jakpat. (2024). *Digital payment trend report 2024*.
- Leguina, A. (2015). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *International Journal of Research & Method in Education*, 38(2), 220–221. <https://doi.org/10.1080/1743727x.2015.1005806>
- Leon, A. (2018). *Technology acceptance and consumer behaviour: A study on fintech adoption*. Routledge.
- Riquelme, H. E., & Rios, R. E. (2017). The moderating effect of gender in the adoption of mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 328–341. <https://doi.org/10.1108/02652321011064872>
- See-To, E. W. K., & Ngai, E. W. T. (2019). An empirical study of payment technologies, the psychology of consumption, and spending behavior in a retailing context. *Information and Management*, 56(3), 329–342. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.07.007>
- Sekaran, U., & Buogie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th Editio). Wiley.
- Visa. (2023). *Consumer payment attitudes study 2023*.
- Widjajarto, A., Lubis, M., & Yunan, U. (2019). Architecture model of information technology infrastructure based on service quality at government institution. *Procedia Computer Science*, 161, 841–850. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.191>