

Analisis Penerimaan Sistem Pemesanan Digital Berbasis QR Code Menggunakan *Technology Acceptance Model* pada *Coffee Shop* Senarai

Arjuna^{1*}, Mesran²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma

*E-mail: arjunaxpms1@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 23-06-2026

Revision: 26-07-2026

Published: 27-07-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v4i1.434

ABSTRAK

Dalam industri makanan dan minuman, penggunaan sistem pemesanan digital menjadi salah satu inovasi yang mampu mempercepat proses transaksi dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan sistem informasi pemesanan digital menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada *Coffee Shop* Senarai. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* sebagai variabel independen serta Penerimaan Sistem Informasi sebagai variabel dependen. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 60 pelanggan *Coffee Shop* Senarai yang pernah menggunakan sistem pemesanan digital berbasis QR Code. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan sistem informasi. *Perceived Ease of Use* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan sistem informasi. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap penerimaan sistem informasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan menjadi faktor utama dalam meningkatkan penerimaan sistem pemesanan digital pada *Coffee Shop* Senarai.

Kata Kunci: *Technology Acceptance Model, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Penerimaan Sistem Informasi, QR Code, Coffee Shop Senarai*

ABSTRACT

In the food and beverage industry, the use of digital ordering systems is an innovation that can speed up the transaction process and improve the customer experience. This study aims to analyze the acceptance of a digital ordering information system using the Technology Acceptance Model (TAM) at Coffee Shop Senarai. The independent variables in this study are Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use, while Information System Acceptance serves as the dependent variable. A quantitative approach with a survey method was employed involving 60 customers who had used the QR Code-based digital ordering system. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics. The results indicate that Perceived Usefulness has a positive and significant effect on information system acceptance with a significance value of 0.006. Perceived Ease of Use also has a positive

Acknowledgment

and significant effect on information system acceptance with a significance value of 0.007. Simultaneously, both variables significantly affect information system acceptance with an F value of 132.672 and a significance level of 0.000. The Adjusted R Square value of 0.817 indicates that 81.7% of the variation in information system acceptance can be explained by these two variables. The findings confirm that Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use are the primary factors influencing the acceptance of digital ordering systems at Coffee Shop Senarai.

Key word: *Technology Acceptance Model, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Information System Acceptance, QR Code, Coffee Shop Senarai*

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi yang signifikan dalam berbagai sektor bisnis, termasuk industri makanan dan minuman. Pemanfaatan sistem informasi dalam operasional bisnis mampu meningkatkan efisiensi, akurasi, serta kualitas pelayanan kepada pelanggan sehingga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, penerapan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha mengelola data secara lebih sistematis dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif (Laudon & Laudon, 2021). Dalam industri makanan dan minuman, penggunaan sistem pemesanan digital menjadi salah satu inovasi yang mampu mempercepat proses transaksi dan meningkatkan pengalaman pelanggan (Arina et al., 2025).

Meskipun teknologi digital berkembang dengan pesat, tidak semua pelaku usaha mampu mengadopsi dan memanfaatkan sistem tersebut secara optimal. Banyak usaha makanan dan minuman yang masih menghadapi kendala dalam proses digitalisasi pelayanan. Penggunaan sistem manual dalam proses pemesanan berpotensi menimbulkan kesalahan pencatatan, keterlambatan pelayanan, serta ketidakefisienan operasional. Oleh karena itu, diperlukan penerapan teknologi yang mampu memberikan kemudahan penggunaan dan manfaat yang nyata bagi pelanggan maupun pengelola usaha (Ramadhan & Afandi, 2025). Keberhasilan penerapan teknologi tidak hanya bergantung pada ketersediaan sistem, tetapi juga pada tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi tersebut.

Coffee Shop Senarai merupakan salah satu usaha di bidang makanan dan minuman yang telah menerapkan sistem pemesanan digital berbasis *Quick Response* (QR) Code. Pada setiap meja pelanggan tersedia kode QR yang dapat dipindai menggunakan telepon pintar untuk mengakses website pemesanan. Melalui sistem tersebut, pelanggan dapat melihat daftar menu dan melakukan pemesanan secara langsung tanpa harus melakukan pemesanan secara konvensional. Selain itu, *Coffee Shop Senarai* juga menggunakan aplikasi Majoo sebagai sistem Point of Sale (POS) untuk mendukung pengelolaan

transaksi dan operasional usaha. Penerapan sistem tersebut menunjukkan adanya pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung pelayanan kepada pelanggan.

Untuk memahami tingkat penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi, diperlukan pendekatan teoritis yang mampu menjelaskan perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi. Salah satu model yang paling banyak digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Model ini menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. *Perceived Usefulness* menggambarkan tingkat keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat bagi pengguna, sedangkan *Perceived Ease of Use* menunjukkan tingkat keyakinan bahwa sistem mudah dipahami dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar (Venkatesh & Davis, 2000).

Technology Acceptance Model (TAM) telah banyak digunakan dalam penelitian mengenai adopsi dan penerimaan teknologi karena mampu menjelaskan perilaku pengguna secara sederhana namun komprehensif. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan teknologi digital pada berbagai sektor bisnis dan layanan berbasis teknologi (Holden & Karsh, 2010; Venkatesh et al., 2003). Oleh karena itu, model TAM dianggap relevan untuk digunakan dalam menganalisis penerimaan sistem informasi pemesanan digital pada *Coffee Shop* Senarai.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional dan pengalaman pengguna. Ramadhan & Afandi (2025) menemukan bahwa penggunaan QRIS pada *Coffee Shop* mampu meningkatkan kemudahan dan efisiensi transaksi. Rusdiarnata et al. (2025) menyatakan bahwa penggunaan QR Code Menu memberikan kemudahan akses informasi menu serta mempercepat proses pemesanan. Miswan et al. (2025) menemukan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan sistem QR Code Menu. Selain itu, penelitian Arina et al. (2025) menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi teknologi digital.

Meskipun penelitian mengenai penerimaan teknologi menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian berfokus pada aplikasi pembayaran digital, e-commerce, dan sistem informasi pada organisasi berskala besar. Penelitian yang secara khusus mengkaji penerimaan pelanggan terhadap sistem pemesanan digital berbasis QR Code pada *Coffee Shop*, khususnya di Kabupaten Batu Bara, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut dengan menganalisis pengaruh *Perceived*

Usefulness dan *Perceived Ease of Use* terhadap penerimaan sistem informasi pemesanan digital pada *Coffee Shop* Senarai.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap penerimaan sistem informasi pemesanan digital berbasis QR Code pada *Coffee Shop* Senarai menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian penerimaan teknologi serta memberikan masukan praktis bagi pelaku usaha dalam meningkatkan efektivitas penggunaan sistem pemesanan digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis penerimaan sistem informasi pemesanan digital pada *Coffee Shop* Senarai menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari *Perceived Usefulness* (X_1) dan *Perceived Ease of Use* (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Penerimaan Sistem Informasi (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan *Coffee Shop* Senarai yang menggunakan sistem pemesanan digital berbasis QR Code. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pelanggan yang pernah menggunakan sistem pemesanan digital yang tersedia pada *Coffee Shop* Senarai. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden dengan menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan berbagai sumber literatur yang relevan dengan penelitian.

Variabel *Perceived Usefulness* diukur menggunakan indikator mempermudah pekerjaan, meningkatkan efektivitas, mempercepat pekerjaan, memberikan manfaat, dan meningkatkan kualitas pelayanan. Variabel *Perceived Ease of Use* diukur melalui indikator mudah dipelajari, mudah digunakan, mudah dipahami, tidak rumit, serta mudah digunakan kapan saja. Adapun variabel Penerimaan Sistem Informasi diukur melalui indikator kesediaan menggunakan sistem, kenyamanan penggunaan, niat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan sistem kepada orang lain.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji

koefisien determinasi (R^2), uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap Penerimaan Sistem Informasi.

Model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Penerimaan Sistem

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi

X_1 = *Perceived Usefulness*

X_2 = *Perceived Ease of Use*

e = Error

Pengujian hipotesis dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 60 responden yang merupakan pelanggan *Coffee Shop* Senarai dan pernah menggunakan sistem pemesanan digital berbasis QR Code.

Tabel 1. Karakteristik Responden		
Karakteristik	Jumlah	Persentase
Laki-laki	35	58,3%
Perempuan	25	41,7%
Total	60	100%

Sumber: data primer diolah (2026)

Sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35 orang (58,3%), sedangkan responden perempuan sebanyak 25 orang (41,7%).

Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 21–25 tahun sebanyak 40 orang (66,7%), diikuti usia 17–20 tahun sebanyak 13 orang (21,7%) dan usia 26–30 tahun sebanyak 7

orang (11,6%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pengguna sistem pemesanan digital di *Coffee Shop* Senarai didominasi oleh kelompok usia produktif yang relatif akrab dengan penggunaan teknologi digital.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan pada variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan Penerimaan Sistem memiliki nilai *r* hitung lebih besar dibandingkan *r* tabel (0,254). Dengan demikian seluruh item kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha.

Tabel 2. Uji Reliabilitas	
Variabel	Cronbach's Alpha
<i>Perceived Usefulness</i>	0,948
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,934
Penerimaan Sistem	0,963

Sumber: pengolahan data SPSS (2026)

Nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap Penerimaan Sistem Informasi Pemesanan Digital.

Tabel 3. Hasil Regresi Linear Berganda			
Variabel	B	t	Sig.
Konstanta	2,918	2,607	0,012
<i>Perceived Usefulness</i>	0,442	2,854	0,006
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,446	2,788	0,007

Sumber: pengolahan data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 2,918 + 0,442X_1 + 0,446X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* memiliki arah pengaruh positif terhadap penerimaan sistem informasi. Artinya, semakin tinggi manfaat dan kemudahan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan terhadap sistem pemesanan digital yang digunakan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,907	0,823	0,817

Sumber: pengolahan data SPSS (2026)

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,817 menunjukkan bahwa sebesar 81,7% variasi penerimaan sistem informasi dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Sementara itu, sisanya sebesar 18,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. Hasil Uji F

F Hitung	Sig.
132,672	0,000

Sumber: pengolahan data SPSS (2026)

Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung sebesar 132,672 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan sistem informasi pemesanan digital pada *Coffee Shop* Senarai.

Uji Parsial (Uji t)

Hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa variabel *Perceived Usefulness* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan sistem informasi pemesanan digital.

Variabel *Perceived Ease of Use* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,007. Nilai tersebut juga lebih kecil dari 0,05 sehingga *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan sistem informasi pemesanan digital.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Penerimaan Sistem Informasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan sistem informasi pemesanan digital pada *Coffee Shop* Senarai dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 ($< 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan pelanggan dari penggunaan sistem pemesanan berbasis QR Code, maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan pelanggan terhadap sistem tersebut.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pelanggan *Coffee Shop* Senarai menilai sistem pemesanan digital mampu memberikan manfaat nyata dalam proses pemesanan. Melalui penggunaan QR Code, pelanggan dapat melihat menu, melakukan pemesanan, dan memperoleh informasi produk dengan lebih cepat tanpa harus menunggu pelayan datang ke meja. Kondisi tersebut memberikan efisiensi waktu serta meningkatkan kenyamanan pelanggan selama berada di *Coffee Shop* Senarai.

Hasil penelitian ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna. Ketika suatu sistem dianggap mampu meningkatkan efektivitas dan memberikan manfaat dalam aktivitas pengguna, maka kecenderungan pengguna untuk menerima dan menggunakan sistem tersebut akan semakin tinggi.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Arina et al. (2025) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap adopsi teknologi digital. Hasil serupa ditemukan oleh Miswan et al. (2025) yang menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna berkontribusi terhadap kepuasan dan penerimaan sistem berbasis QR Code. Dengan demikian, manfaat yang diberikan oleh sistem pemesanan digital menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pelanggan menerima teknologi tersebut.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola *Coffee Shop* Senarai perlu terus meningkatkan manfaat yang diberikan oleh sistem pemesanan digital, misalnya dengan menambahkan informasi produk yang lebih lengkap, fitur promosi digital, serta integrasi dengan sistem pembayaran elektronik sehingga pelanggan memperoleh pengalaman penggunaan yang lebih baik.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Penerimaan Sistem Informasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan sistem informasi pemesanan digital dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sistem menjadi faktor penting yang menentukan penerimaan pelanggan terhadap teknologi yang digunakan.

Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan *Coffee Shop* Senarai menilai sistem pemesanan berbasis QR Code mudah dipahami dan mudah digunakan. Pengguna hanya perlu memindai kode QR menggunakan telepon pintar untuk mengakses menu dan melakukan pemesanan. Proses yang sederhana tersebut mengurangi hambatan penggunaan teknologi sehingga pelanggan lebih mudah menerima sistem yang diterapkan.

Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Semakin mudah suatu sistem

digunakan, maka semakin tinggi kemungkinan pengguna menerima dan memanfaatkannya secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan implementasi sistem informasi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Miswan et al. (2025) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penerimaan sistem QR Code. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Abdurrozak & Fahrudi (2025) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan teknologi berbasis QR Code dalam aktivitas pemesanan.

Dari perspektif praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola *Coffee Shop* Senarai perlu mempertahankan tampilan sistem yang sederhana, mudah dipahami, serta responsif pada berbagai perangkat telepon pintar. Kemudahan penggunaan yang konsisten akan meningkatkan kenyamanan pelanggan dan memperkuat penerimaan terhadap sistem pemesanan digital.

Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap Penerimaan Sistem Informasi

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penerimaan sistem informasi pemesanan digital pada *Coffee Shop* Senarai. Nilai F hitung sebesar 132,672 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa model penelitian yang digunakan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara signifikan.

Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,817 menunjukkan bahwa 81,7% variasi penerimaan sistem informasi dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 18,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model TAM memiliki kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan penerimaan sistem pemesanan digital pada *Coffee Shop* Senarai.

Hasil penelitian ini memperkuat teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan merupakan dua konstruk utama yang menentukan penerimaan teknologi oleh pengguna. Dalam konteks penelitian ini, pelanggan akan menerima sistem pemesanan digital apabila sistem tersebut memberikan manfaat yang jelas sekaligus mudah digunakan dalam aktivitas pemesanan.

Temuan penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Widarto & Utama (2025) yang menyatakan bahwa variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan sistem berbasis teknologi. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Hussain (2025) yang menunjukkan bahwa kedua variabel TAM merupakan prediktor utama dalam

menjelaskan perilaku penerimaan teknologi digital.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan implementasi sistem pemesanan digital pada *Coffee Shop* Senarai tidak hanya ditentukan oleh keberadaan teknologi itu sendiri, tetapi juga oleh kemampuan sistem dalam memberikan manfaat yang nyata serta kemudahan penggunaan bagi pelanggan. Temuan ini memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model* sebagai kerangka teoritis dalam menjelaskan penerimaan sistem informasi pada sektor usaha makanan dan minuman yang memanfaatkan teknologi digital dalam pelayanan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerimaan sistem informasi pemesanan digital menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada *Coffee Shop* Senarai, dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan sistem informasi pemesanan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan menerima penggunaan sistem pemesanan berbasis QR Code karena sistem tersebut dinilai mampu memberikan manfaat dalam mempercepat proses pemesanan, meningkatkan efisiensi pelayanan, serta memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi menu. Selain itu, kemudahan penggunaan sistem juga menjadi faktor penting yang mendorong penerimaan teknologi, dimana pelanggan merasa sistem mudah dipelajari, mudah digunakan, dan tidak menimbulkan kesulitan dalam proses pemesanan. Secara simultan, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi penerimaan sistem informasi, sehingga menunjukkan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) masih relevan digunakan untuk menganalisis penerimaan teknologi digital pada sektor usaha makanan dan minuman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrozak, & Fahrudi. (2025). Adoption of QR Code Menu for Making Order: An Extended UTAUT2 Approach. *Social Science Studies*, 5(5), 413–437. <https://doi.org/10.47153/sss55.20932025>
- Arina, Lintong, Novie, Kampilong, Salasa, & Kembuan. (2025). Technology Adoption and Competitive Advantage: The Role of Digital Payments in Tourism MSME Performance. *Sosioedukasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 14(4), 2246–2262. <https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/sosioedukasi>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use*, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Holden, R. J., & Karsh, B.-T. (2010). *The Technology Acceptance Model: Its Past and Its Future in Health Care*.
- Hussain, A. (2025). *Technology Acceptance Model Study*.

- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2021). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (17th ed.). Pearson.
- Miswan, Ismail, & Zulkifly. (2025). Enhancing Customer Loyalty Through QR Code Menu System.
- Noviany, C. (2023). PENERAPAN QR-CODE PADA KARTU TANDA MAHASISWA SEBAGAI ALAT TRANSAKSI BERBASIS WEBSITE DENGAN METODE PENGUJIAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) (Doctoral dissertation, KODEUNIVERSITAS041060# UniversitasBuddhiDharma).
- Ramadhan, R., & Afandi, A. (2025). Effectiveness of Using QRIS Payment as a Digital Payment Solution in *Coffee Shop* Business.
- Rusdiarnata, Saputra, & Febrianto. (2025). Efficiency of Digital Innovation Using QR on the Culinary Menu.
- Siti, A. F. (2024). Analisis Kepuasan Pengguna QRIS Pada Aplikasi Dana Dengan Pendekatan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM) Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Supriyadi, J. (2024). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Makanan Pada Kafetaria Berbasis Web Menggunakan Metode Pengujian *Technology Acceptance Model* (TAM) (Doctoral dissertation, KODEUNIVERSITAS041060# UniversitasBuddhiDharma).
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the *Technology Acceptance Model*: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View1. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Widarto, S. G., & Utama, I. D. (2025). TAM and POS Systems..