

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PERILAKU
PENGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-
COMMERCE****Putri Shanny Freolina¹, Lukita Tripermata², Rafika Sari³**¹Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia, ^{2,3}Dosen Akuntansi
Universitas Indo Global Mandiri, IndonesiaEmail : 2019520005@student.uigm.ac.id, lukita@uigm.ac.id, rafikasari@uigm.ac.id**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, terhadap minat Prilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online di kalangan mahasiswa. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa program studi akuntansi angkatan 2019-2020 Universitas Indo Global Mandiri Palembang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 107 responden. Data penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini teknik penarikan sampel diambil dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*, metode pengolahan data menggunakan analisis linier berganda dengan alat analisis data menggunakan SPSS26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, persepsi kemudahan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*, sedangkan Persepsi Kegunaan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Minat Prilaku, *E-commerce*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of attitudes, subjective norms, perceived usefulness, perceived ease of use on behavioral interest in using e-commerce-based accounting information systems in online sales applications among college students. The population of this study were students of the 2019- 2020 accounting study program, Indo Global Mandiri University, Palembang. The sample used in this study were 107 respondents. The research data is primary data obtained through distributing questionnaires. In this study the sampling technique was taken using nonprobability sampling techniques, data processing methods using multiple linear analysis with data analysis tools using SPSS 26. The results of this study indicate that attitudes, subjective norms, perceived ease of use, have a positive and significant effect on interest in using information systems e-commerce based accounting on online sales applications, while

Perceived Usefulness has no positive and not significant effect on behavioral intention to use e-commerce based accounting information systems.

Keywords: *Attitude, Subjective Norms, Perceived Usefulness, Perceived Convenience, Behavioral Interest, E-commerce*

PENDAHULUAN

Era baru globalisasi telah dimulai dengan semakin meningkatnya kontribusi aspek digital terhadap ekonomi. Dengan didukung teknologi dan infrastruktur yang semakin canggih, kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan dalam ekonomi berbasis digital telah mempermudah, mempercepat dan merubah pola *supply* dan *demand* para pelaku ekonomi dari berbagai sisi, seperti pemasaran, pembelian, pendistribusian produk, sistem pembayaran, dan sebagainya. Transaksi jual-beli produk dapat dilakukan dalam genggaman jari memanfaatkan jaringan elektronik, hal inilah yang disebut *e-commerce*.

Kehadiran *e-commerce* tidak hanya menciptakan liberalisasi pasar ekspor-impor dan memberi andil dalam merubah pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat, namun juga menciptakan peluang ekonomi baru bagi individu-individu untuk menjadi *entrepreneur* yang ke depannya diharapkan dapat memperluas lapangan pekerjaan seiring dengan berkembangnya teknologi pada era *digitalisasi* memiliki peran penting dalam memperoleh informasi dan untuk memudahkan dalam segala aktivitas, baik dalam bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi dan lain sebagainya. Salah satu bentuk perkembangan teknologi yaitu internet, dengan adanya internet memudahkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari karena sebagian besar masyarakat menyadari bahwa, internet sangat membantu karena dapat di akses dimanapun dan kapanpun (Sarastila & Kustanti, 2021).

Pesatnya pertumbuhan teknologi di era *digitalisasi* saat ini membuat kehidupan masyarakat, dalam pemanfaatan teknologi dibidang ekonomi, sangat memudahkan masyarakat dalam bidang teknologinya sehingga masyarakat membuat budaya belanja konvensional/belanja tradisional beralih ke budaya belanja *online*. Dalam berbelanja konvensional seorang penjual dan pembeli harus berinteraksi secara langsung sedangkan berbelanja *online* memberikan kemudahan bagi penjual dan pembeli untuk berinteraksi tanpa harus berinteraksi secara langsung dan melakukan transaksi melalui berbagai pilihan metode pembayaran (Amelia, 2020). Tingginya potensi ekonomi digital mendorong pemerintah untuk mengeluarkan beberapa regulasi terkait *e-commerce*, seperti Paket Kebijakan Ekonomi XIV yang mengatur tentang ekonomi berbasis elektronik, Peraturan Presiden (Perpres) No. 74 Tahun 2017 mengenai Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik atau SPNBE, dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), serta Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui sistem elektronik.

Adanya perdagangan elektronik, yang membawa keuntungan dan efek pada kegiatan pemasaran seperti promosi produk dan layanan, memfasilitasi transaksi interaktif dan

real-time melalui internet, memperluas jangkauan distribusi produk, dan memperluas transmisi digital informasi produk. Hemat waktu untuk tugas administratif, terutama untuk pemasaran internasional. Pelanggan lebih senang karena mendapatkan pelayanan yang lebih cepat dari pemesanan produk hingga pengiriman produk pesanan. Tanggapan *online* dapat menerapkan kustomisasi massal untuk produk yang dipasarkan, contohnya Mobil, rumah, komputer, kosmetik, *t-shirt*, dan sebagainya. Lebih hemat biaya dan waktu saat memenuhi pesanan dan kemampuan untuk menawarkan pasar virtual, memberi Anda kebebasan untuk menawarkan produk.

Keuntungan yang diperoleh bagi masyarakat dengan adanya *e-commerce* yaitu konsumen tidak perlu berpindah-pindah tempat untuk berbelanja sehingga biaya untuk transportasi atau pergerakan masyarakat menjadi lebih sedikit, yang berakibat pada pengurangan polusi udara. Selain itu konsumen dengan pendapatan rendah lebih diuntungkan karena bisa membayar dengan harga yang lebih murah untuk barang-barang yang dibutuhkan dan konsumen dari daerah terpencil bisa mendapatkan barang dari luar kota, hal yang tidak mungkin jika tidak ada *e-commerce* (Hernikawati, 2021)

Seseorang akan melakukan pembelian suatu barang apabila mempunyai cukup uang serta memiliki pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Dengan adanya pembelian via online melalui *e-commerce* tentunya akan memudahkan konsumen memilih serta membeli barang yang sesuai dengan pendapatan mereka dengan sangat cepat tanpa perlu lagi keluar rumah. Secara naluriah manusia pada dasarnya memiliki banyak keinginan yang tidak terbatas serta ingin menjadi seperti apa yang sedang menjadi trending topik. Jadi, ketika melihat sesuatu produk yang viral dan banyak diminati maka mereka akan langsung membeli produk tersebut agar setara dan tidak ketinggalan zaman. Dari sini sudah dapat dilihat bahwa pada zaman sekarang ini banyak sekali orang yang mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan, mereka ketika membeli barang sudah tidak terlalu memikirkan kegunaan tetapi hanya kepuasan semata. Hal ini apabila dilakukan secara terus menerus maka akan mengakibatkan perubahan perilaku konsumen menjadi perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis di dalam kehidupannya yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan (Lestari, 2021). Berdasarkan laporan *Meta and Bain & Company*, lokapasar daring (*e-commerce*) Indonesia masih memiliki prospek yang positif. Hal tersebut sebagaimana terlihat dari nilai penjualan bruto atau *Gross Merchandise Value (GMV) e-commerce* Indonesia yang ditaksir mencapai US\$56 miliar atau sekitar Rp842,3 triliun pada 2022. Nilai tersebut mengalami kenaikan 14% dibandingkan pada tahun lalu yang sebesar US\$49 miliar. Meski demikian, pertumbuhan tersebut melambat dibandingkan pada 2020 yang mencapai 32%. Kenaikan GMV *e-commerce* Indonesia seiring dengan meningkatnya populasi konsumen digital di dalam

negeri. Bahkan, konsumen digital Indonesia mencapai 168 juta orang, terbesar dibandingkan negara-negara Asia Tenggara lainnya. Adapun, perlambatan pertumbuhan terjadi karena adanya tekanan akibat inflasi dan hambatan rantai pasok. Di sisi lain, pelonggaran pembatasan sosial mulai mendorong masyarakat untuk berbelanja secara *offline*.

Dalam laporan *Meta* dan *Bain & Company*, prospek *e-commerce* Indonesia diperkirakan masih tumbuh 17% pada lima tahun mendatang. Pada 2027, GMV *e-commerce* dalam negeri diproyeksi mencapai US\$121 miliar. Sedangkan, GMV *e-commerce* di Asia Tenggara tercatat sebesar US\$129 miliar pada 2022. Jumlahnya diperkirakan juga meningkat 17% menjadi US\$280 miliar pada 2027. Sektor *e-commerce* di Indonesia terus bertumbuh dalam beberapa tahun terakhir, bahkan nilai ekonominya saat ini sudah melampaui level sebelum pandemi. Menurut riset *Google*, *Temasek*, dan *Bain & Company*, nilai ekonomi sektor *e-commerce* Indonesia mencapai US\$59 miliar pada 2022, setara 76,62% dari total nilai ekonomi digital Indonesia yang besarnya US\$77 miliar. Nilai ekonomi sektor *e-commerce* pada 2022 sudah meningkat 22% dibandingkan tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*) yang masih US\$48 miliar. Jika dibanding sebelum pandemi, nilai ekonomi *e-commerce* Indonesia tahun ini bahkan naik 136% dari pencapaian tahun 2019 yang hanya US\$25 miliar. *Google*, *Temasek*, dan *Bain & Company* juga memproyeksikan *e-commerce* Indonesia bakal terus tumbuh hingga mencapai US\$95 miliar pada 2025 (kadata.co.id).



Gambar 1. Prediksi *E-commerce* di Indonesia

Sumber : Kadata.co.id

Teknologi informasi juga memainkan peran penting dalam perusahaan. Artinya, penggunaan sistem informasi akuntansi adalah sistem yang memproses data dan transaksi untuk menghasilkan informasi yang membantu merencanakan, mengelola, dan mengoperasikan bisnis Maharsi (2018). Sistem informasi akuntansi menggunakan aplikasi untuk mendukung aktivitas utama perusahaan secara efektif dan efisien, termasuk tahapan pemrosesan transaksi, penggunaan teknologi informasi, dan pengembangan sistem informasi.

Dalam perkembangannya ternyata penggunaan sistem informasi memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap berbagai bidang tidak terkecuali bidang akuntansi. Hal tersebut tidak terlepas dari pentingnya akuntansi bagi entitas bisnis bahkan untuk organisasi nirlaba sekalipun. Sebuah sistem informasi akuntansi yang berbasis teknologi ternyata mampu untuk menyajikan data-data keuangan yang sangat informatif dan cepat. Apalagi dalam penelitian ini menggunakan obyek penelitian *e-commerce* yang lebih banyak berfokus pada perdagangan online. Kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce* ternyata berpengaruh terhadap keputusan untuk berwirausaha atau semakin meningkatkan minat berwirausaha Maharsi (2018). Sistem informasi akuntansi saat ini menjelma menjadi sebuah kebutuhan yang sangat berkaitan erat dengan perkembangan teknologi informasi.

Penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online mahasiswa tidak hanya digunakan sebagai media untuk melakukan pembelian, beberapa mahasiswa menggunakan aplikasi penjualan *online* untuk melakukan penjualan *online*. Sebagai mahasiswa yang mengikuti perkembangan teknologi dan melihat peluang untuk memulai bisnis menggunakan *e-commerce*, ia memahami bahwa menggunakan *e-commerce* sebagai media tidak memerlukan bisnis, gunakan aplikasi penjualan sebagai media penjualan. cocok untuk mahasiswa yang ingin memulai bisnis.

Hasil penelitian Deananda et al (2020) diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* (kemudahan), kepercayaan, *attitude towards using* (penggunaan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Shopee. Hasil pada variabel *perceived usefulness* (kegunaan) dan risiko menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna sistem penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Shopee. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Hervilia et al (2022) Dari hasil penelitian ini terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Perceived ease of use* (kemudahan), *perceived enjoyment* dan *attitude toward using* (sikap terhadap penggunaan) terhadap *behavioral intention to use*. sementara untuk variabel *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* terhadap *attitude toward using* dan *behavioral intention to use* tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan dua penelitian sebelumnya di kedua penelitian tersebut tidak ada variabel norma subjektif maka dari itu dipenelitian ini peneliti menahbahkan norma subjektif untuk mengetahui minat perilaku untuk berbelanja *online* pada aplikasi *e-commerce*, melakukan penelitian pada mahasiswa akuntansi angkatan 2019-2020 Universitas Indo Global Mandiri Palembang. Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior (TPB)* agar penerapan dalam hal mengetahui hubungan antara niat dan perilaku lebih jelas antara sikap, norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan terhadap minat perilaku sistem informasi akuntansi terhadap aplikasi *e-commerce*.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi akuntansi angkatan 2019-2020 Universitas Indo Global mandiri Palembang. Mahasiswa di Universitas Indo Global mandiri sebagai mahasiswa yang mengikuti perkembangan teknologi dan melihat peluang di aplikasi *e-commerce*, mahasiswa menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online untuk berbelanja secara online tanpa harus repot untuk berbelanja ke toko selain itu juga mahasiswa dapat menghemat waktu.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2022 sampai dengan Desember 2022. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa/mahasiswi akuntansi Angkatan 2019-2020 Fakultas ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Batasan Penelitian

Mengingat pembahasan mengenai analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat perilaku penggunaan system informasi akuntansi berbasis *e-commerce*, maka pada pembahasan kali ini akan dibatasi aspek kriteria sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan minat keprilakuan penggunaan SIA. Penelitian ini hanya meneliti mahasiswa/mahasiswi Akuntansi Angkatan 2019-2020 Universitas Indo Global mandiri Palembang. Adapun pembahasan yang spesifik ini bertujuan supaya dalam pengambilan sampel lebih mudah untuk dipahami dan juga lebih mudah di implementasikan.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data Primer. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa/mahasiswi Akuntansi Angkatan 2019-2020 Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner diajukan pada responden dalam bentuk tertulis disampaikan secara langsung pada responden yaitu mengenai *E-Commerce* dan kepercayaan. Sumber data diperoleh secara langsung dari konsumen yang pernah melakukan transaksi melalui *e-commerce*.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi Angkatan 2019-2020 Universitas Indo Global Mandiri yang melakukan transaksi melalui *e-commerce* dengan jumlah yang tidak dapat diketahui secara pasti. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini teknik penarikan sampel diambil dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang dan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih oleh sampel (Sugiyono, 2004). Populasi Mahasiswa Akuntansi Fakultas ekonomi di Universitas Indo Global Mandiri angkatan 2019 sebanyak 63 untuk angkatan 2020 sebanyak 83 populasi, jadi jumlah keseluruhannya 146. Data didapat dari Biro Administrasi Akademik (BAA) Universitas Indo Global Mandiri Palembang (UIGM).

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n: jumlah sampel.

N: populasi.

E: eror tingkat kesalahan maksimum yang masih dapat ditoleransi.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{146}{1+146(0,05)^2}$$

$$n = \frac{146}{1+146(0,0025)}$$

$$n = \frac{146}{1+0,365}$$

$$n = \frac{146}{1,365}$$

$$n = 106,95 \quad n = 107$$

Dengan hal tersebut maka didapatkan sampel dari penelitian ini memiliki total jumlah 106,95 yang kemudian agar dapat digunakan untuk kuesioner dibulatkan menjadi 107 responden.

Teknik Analisis

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS Versi 26 dengan data kuantitatif berupa angka yang diambil dari hasil penyebaran kuesioner. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi uji instrumen penelitian yang mencakup uji validitas dan uji realibilitas. Kemudian uji persyaratan yang mencakup uji normalitas, uji asumsi klasik (yang meliputi uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas), analisis liner berganda dan uji hipotesis (uji parsial t dan uji simultan F)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Normalitas

Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Hasil uji normalitas data dari residual yang diperoleh sebagai berikut:

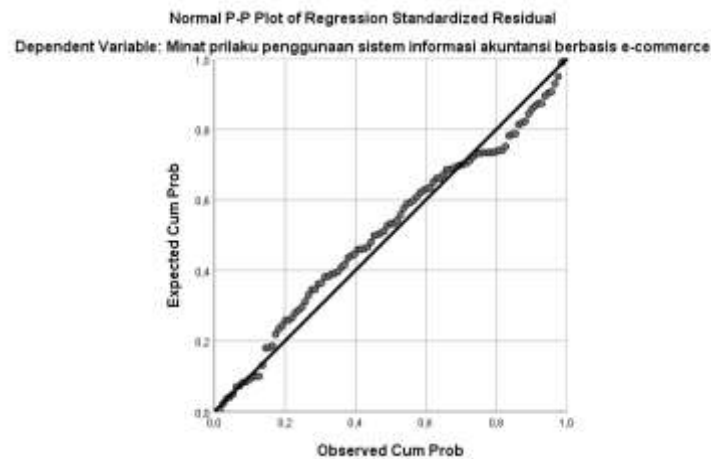
Tabel 1. Hasil Pengujian Normalitas

		Unstandardized Residual
N		107
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,92725908
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,078
	Negative	-,072

Test Statistic	,078
Asymp. Sig. (2-tailed)	,115 ^c
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Sumber: Data diolah SPSS V 26

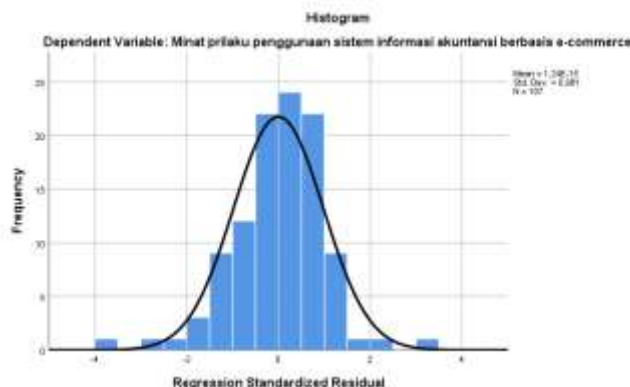
Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *One Sample Kolmogorov* dapat diketahui bahwa data dalam penelitian terdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari *Asymp Sig (2-tailed)* nilai $Sig = 0,115 > \alpha = 0,05$ berarti dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan populasi berdistribusi normal. Hal tersebut juga dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik Normal Probability plot. Hasil pengujian menunjukkan sebuah gambar grafik P Plots, suatu data dapat dikatakan terdistribusi secara normal jika pada grafik P-Plots membentuk sebuah titik-titik yang menyebar disekitaran garis diagonal serta mengikuti arah sesuai dengan garis diagonal pada bagian normal probability plot. Hasil pengujian ini dapat dilihat dalam grafik normal probability plot sebagai berikut:



Gambar 2. Grafik Normal Probability Plot

Sumber : output SPSS V 26

Selain penggunaan Kolmogorov Smirnov (K-S) pengujian yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencari tahu normalitas dari sebuah data juga dapat dilihat pada grafik histogram. Sebuah data dapat dikatakan terdistribusi secara merata atau normal jika menghasilkan grafik histogram yang memiliki bentuk mirip dengan bel yang terbalik bentuknya. Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa grafik histogram telah membentuk sebuah grafik berupa bel yang terbalik sebagaimana berikut:



Gambar 3. Hasil Grafik Histogram

Sumber : output SPSS V 26

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinieritas

Hasil pengujian multikolinieritas pada penelitian ini terdapat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	2,940	1,540		1,910	,059		
Sikap	,288	,083	,331	3,466	,001	,396	2,522
Norma subjektif	,277	,091	,278	3,051	,003	,435	2,298
Persepsi kegunaan	,134	,076	,151	1,755	,082	,486	2,056
Persepsi kemudahan	,179	,092	,165	1,956	,053	,504	1,984

a. Dependent Variable: Minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce

Sumber: data diolah SPSS V 26

Berdasarkan hasil pengujian yang telah diuraikan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh Variabel Independen (X) tidak terdeteksi terjadinya gejala multikolinieritas dalam model regresi yang telah dibuat pada penelitian ini sehingga model regresi yang terdapat pada penelitian ini layak dan dapat dipergunakan sebagai media analisis berikutnya.

2) Uji Heteroskedastisitas

Berikut hasil pengujian yang telah dilakukan terdapat pada tabel 3 dibawah ini

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a	
---------------------------	--

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*

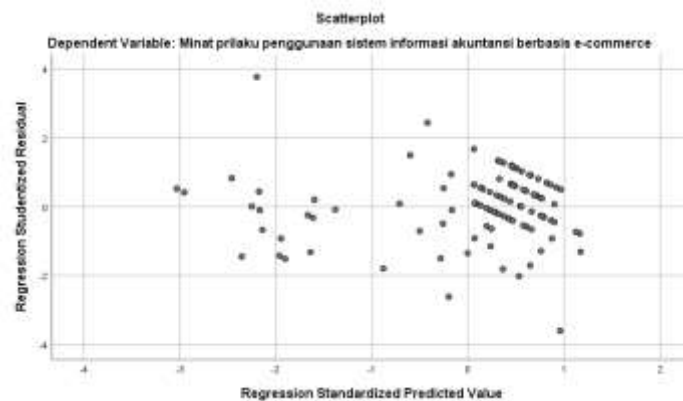
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2,421	1,011		2,395	,018
	Sikap	,036	,056	,099	,642	,523
	Norma subjektif	,015	,059	,037	,252	,801
	Persepsi kegunaan	-,084	,051	-,233	-1,652	,102
	Persepsi kemudahan	-,014	,060	-,031	-,229	,819

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: data diolah SPSS V 26

Berdasarkan hasil pengujian dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini. Terdapat cara lain yang dapat digunakan selain dengan menggunakan uji glejser, untuk mencari tahumengenai terjadi atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam sebuah penelitian dapat menggunakan scatterplots antara ZPRED dengan SRESID.

Berdasarkan uraian diatas mendapatkan hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan Scatterplots sebagai berikut:



Gambar: 4. Hasil Pengujian Scatterplot

Sumber: output oleh SPSS V 26

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas yang telah dilaksanakan menggunakan metode Scatterplot mendapatkan hasil bahwa antara ZPRED dengan SRESID memperlihatkan hasil pola yang menyebar, yang dimana titik-titik menyebar secara tidak beraturan. Dengan hasil pengujian yang didapatkan dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dengan menggunakan metode pengujian Scatterplot model regresi pada penelitian ini, dengan begitu kesimpulannya bahwa model regresi pada penelitian ini dapat dikatakan layak digunakan sebagai media untuk memprediksi kemampuan secara dinamis.

Analisis Liner Berganda

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda pada penelitian ini didapatkan hasil sebagai berikut dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,768	1,550		1,786	,077
	Sikap	,275	,085	,309	3,225	,002
	Norma subjektif	,295	,090	,295	3,261	,002
	Persepsi kegunaan	,122	,078	,138	1,566	,120
	Persepsi kemudahan	,196	,091	,181	2,141	,035

a. Dependent Variable: Minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce

Sumber: data diolah SPSS V 26

Menurut tabel diatas hasil pengujian regresi linear berganda didapatkan persamaan sebagaimana berikut: $Y = 2.768 + 0.275X_1 + 0.295X_2 + 0,122X_3 + 0,196X_4$

Model tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai Konstanta adalah 2.768 yang artinya jika sikap, norma subjektif, persepsi kegunaan, Persepsi kemudahan dan Terhadap Minat Penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* nilainya 0, maka Minat Penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* akan bernilai sebesar 2.768.
- 2) Koefisien Regresi sikap (X₁) sebesar 0,275 yang artinya jika variabel sikap meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan Minat Penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* sebesar 0,275 dengan asumsi variabel lain tetap.
- 3) Koefisien Regresi norma subjektif (X₂) sebesar 0,295 yang artinya jika variabel norma subjektif meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan Minat Penggunaan sebesar 0,354 dengan asumsi variabel lain tetap.
- 4) Koefisien Regresi persepsi kegunaan (X₃) sebesar 0,122 yang artinya jika variabel persepsi kegunaan meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan Minat Penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* sebesar 0,122 dengan asumsi variabel lain tetap.
- 5) Koefisien Regresi persepsi kemudahan(X₄) sebesar 0,196 yang artinya jika variabel persepsi kemudahan meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan Minat Penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* sebesar 0,196 dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial t

Uji t bertujuan untuk mengetahui menguji koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t untuk melihat besarnya

pengaruh sistem pengendalian internal terhadap pengelolaan penjualan dan persediaan, jika nilai t statistik $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel maka menolak H_0 , sedangkan jika statistik $> 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel maka menerima H_0 .

Tabel 5. Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,768	1,550		1,786	,077
	Sikap	,275	,085	,309	3,225	,002
	Norma subjektif	,295	,090	,295	3,261	,002
	Persepsi kegunaan	,122	,078	,138	1,566	,120
	Persepsi kemudahan	,196	,091	,181	2,141	,035

a. Dependent Variable: Minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce

Sumber: data diolah SPSS V 26

Berdasarkan tabel 5 hasil uji t parsial dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi t ialah sebesar 0.002 yang berarti mempunyai nilai yang lebih kecil dibanding dengan 0.05 ($0.002 < 0.05$), selanjutnya pada nilai t hitung pada variabel (X1) sikap memperoleh nilai hasil pengujian ialah sebesar 3.225 yang menunjukkan lebih besar dari nilai t tabel ($3.225 > 1.983$). Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa variabel (X1) sikap secara individu (parsial) mampu memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y) Minat Prilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Berdasarkan dengan hasil yang didapatkan maka dapat dikatakan bahwa hipotesis pada variabel sikap diterima.
2. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi t ialah sebesar 0.002 yang berarti mempunyai nilai yang lebih kecil dibanding dengan 0.05 ($0.002 < 0.05$), selanjutnya pada nilai t hitung pada variabel (X2) norma subjektif memperoleh nilai hasil pengujian ialah sebesar 3.261 yang menunjukkan lebih besar dari nilai t tabel ($3.261 > 1.983$). Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa variabel (X2) norma subjektif secara individu (parsial) mampu memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y) Minat Prilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Berdasarkan dengan hasil yang didapatkan maka dapat dikatakan bahwa hipotesis pada variabel norma subjektif diterima.
3. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi t ialah sebesar 0.120 yang berarti mempunyai nilai yang lebih besar dibanding dengan 0.05 ($0.120 > 0.05$), selanjutnya pada nilai t hitung pada variabel (X3) persepsi kegunaan memperoleh nilai hasil pengujian ialah sebesar 1.566 yang menunjukkan lebih besar dari nilai t

tabel (1.556 < 1.983). Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa variabel (X3) persepsi kegunaan secara individu (parsial) tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y) Minat Prilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Berdasarkan dengan hasil yang didapatkan maka dapat dikatakan bahwa hipotesis pada variabel Persepsi kegunaan tidak diterima.

4. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi t ialah sebesar 0.035 yang berarti mempunyai nilai yang lebih kecil dibanding dengan 0.05 (0.035 > 0.05), selanjutnya pada nilai t hitung pada variabel (X4) persepsi kemudahan memperoleh nilai hasil pengujian ialah sebesar 2.141 yang menunjukkan lebih besar dari nilai t tabel (2.141 > 1.983). Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa variabel (X4) persepsi kemudahan secara individu (parsial) mampu memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y) Minat Prilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Berdasarkan dengan hasil yang didapatkan maka dapat dikatakan bahwa hipotesis pada variabel persepsi kegunaan diterima.

b. Uji Simultan F

Kriteria pengujian menggunakan taraf signifikansi 0,05. apabila nilai signifikansi kurang dari 0 dan lebih dari 0,05 adalah contoh penelitian tidak layak digunakan.

Tabel 6 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	661,571	4	165,393	42,848	,000 ^b
	Residual	393,719	102	3,860		
	Total	1055,290	106			

a. Dependent Variable: Minat prilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce

b. Predictors: (Constant), Persepsi kemudahan, Norma subjektif, Persepsi kegunaan, Sikap

Sumber: data diolah SPSS V 26

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat pada tabel 6 diatas memperlihatkan perolehan nilai F hitung yang diperoleh yaitu sebesar 42,848 serta perolehan nilai signifikansinya ialah sebesar 0.000. Dengan hasil yang diperoleh berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan memperlihatkan bahwa nilai F hitung > F tabel (42,848 > 2.46) serta kemudian perolehan nilai signifikansi F yang didapatkan < 0.05 (0.000 < 0.05). Dengan hasil yang diperoleh berdasarkan hasil pengujian, dapat diambil kesimpulan bawah seluruh variabel independen (X1) Sikap, (X2) Norma subjektif, (X3) Persepsi kegunaan, (X4) Persepsi kemudahan mampu memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) Minat prilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Berdasarkan hasil dari pengujian yang telah dilakukan maka disimpulkan bahwa pada penelitian ini hipotesis diterima.

Hasil Pembahasan

1. Sikap (X1) Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Prilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*

Ajzen dan Fishbein (1975) mendefinisikan sikap (*attitude*) sebagai jumlah dari perasaan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individu pada skala evaluasi dua kutub. Dengan demikian sikap seseorang terhadap sistem informasi menunjukkan seberapa jauh orang tersebut merasakan bahwa sistem informasi tersebut baik atau jelek. Menurut Davis et al (1989) *attitude* merupakan cermin suka atau tidak suka tentang kinerja dari target perilaku yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang pertama mendapatkan hasil bahwa Variabel sikap X1 nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,225 > 1,983$) H1 diterima dan nilai signifikansi ($0,002 < 0,05$) yang artinya Sikap berpengaruh signifikan terhadap minat prilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilaakukan (Rahmawati et al., 2022) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa sikap mahasiswa berpengaruh terhadap minat keprilakuan menggunakan *e-commerce*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian dari (Saraswati, 2013) yang menunjukkan bahwa sikap seseorang tidak berpengaruh terhadap minat keprilakuan menggunakan *e-commerce*, hal ini sejalan dikarenakan sikap diperlukan dalam memutuskan untuk melakukan sesuatu namun tidak cukup untuk membuat suatu kesuksesan.

. Hasil ini dapat dijelaskan bahwa, sikap yang merupakan afeksi yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek tertentu sangat mempengaruhi keputusan responden untuk meningkatkan minat penggunaan sitem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*, karena sikap seseorang yang merasakan atau menilai suatu sitem *online* yang menurut mereka dapat dipercaya, dan juga disertatai dengan promo-promo yang menggiurkan, dan juga gaya hidup yang tidak mau dianggap ketinggalan dari yang lain, maka individu akan cenderung mengikutinya.

2. Norma Subjektif (X2) Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Prilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*

Norma subjektif merupakan persepsi tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perbuatan yang didasari oleh motivasi untuk memenuhi rujukan tersebut. Tekanan sosial atau dorongan berasal dari orang-orang terdekat. Tekanan sosial berupa dorongan dan motivasi dari orang terdekat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* untuk melakukan penjualan secara *online*. Seseorang memberikan dorongan untuk menggunakan *e-commerce* atas keberhasilan dan pengalaman positif dirinya menggunakan sistem tersebut. Dengan pengalaman positif atas penggunaan sistem tersebut, seseorang akan merekomendasikan penggunaan *e-commerce* kepada orang lain untuk mengikutinya. Norma subjektif tidak hanya ditentukan oleh tekanan sosial tetapi juga ditentukan oleh keinginan sendiri untuk mengikuti. Norma subjektif dipengaruhi oleh orang lain untuk

ikut terlibat didalamnya, orang lain tersebut adalah orang tua, pasangan, teman, tetangga, dan rekan kerja.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif memilikipengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Variabel Norma Subjektif X2 nilai t hitung $>$ t tabel ($3,261 > 1,983$) H_2 ditolak dan nilai signifikansi ($0,002 < 0,05$) yang artinya Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. sebagian responden menggunakan aplikasi penjualan online karena dukungan dari orang terdekat, yang artinya responden menggunakan aplikasi penjualan online karena terpengaruh apa yang direkomendasikan orang terdekat, yang mana responden berhati hati dalam menggunakan aplikasi penjualan online sebelum ada kepercayaan orang terdekat. Sejalan dengan hasil penelitian (Hervilia et al., 2022) Hal ini dikarenakan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, dalam melakukan atau tidak melakukan perilaku dalam bertransaksi melalui *e-commerce*. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh (Arifin, 2022) menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan. Hal ini dikarenakan dalam melakukan atau tidak melakukan transaksi terjadi karena dorongan diri sendiri bukan orang lain. Dengan demikian maka hipotesis 2 (H_1) yang menyatakan bahwa norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dapat diterima

3. Persepsi Kegunaan (X3) Berpengaruh Tidak Signifikan Terhadap Minat Prilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*

Persepsi Kegunaan kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto 2007:114). Dengan demikian jika seseorang merasa bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa sisteminformasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Sistem informasi akuntansi berbasis commerce pada aplikasi penjualan *online* memberikan kegunaan bagi penggunanya untuk meningkatkan produktivitas dengan melakukan pemasaran melalui aplikasi penjualan *online* menjangkau jaringan pasar yang luas, efektif daan efisien karena transaksi penjualan dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, mempercepat proses transaksi sehingga pengguna tidak perlu melakukan tatap muka saat melakukan transaksi jual beli, serta penerapan sisteminformasi akuntansi pada sistem perhitungan aplikasi penjualan *online* akurat dan teliti, sehingga akan meningkatkan kinerja bagi penggunanya untuk menunjang aktifitas bisnis. Dengan Kegunaan yang dirasa atau manfaat yang dirasa mempengaruhi minat untuk menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online* sebagai media untuk melakukan penjualan. Responden berasumsi bahwa dengan menggunakan SIA berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online mampu meningkatkan produktivitasnya, sehingga responden menggunakan aplikasi penjualan online untuk mendapatkan penghasilan dan mempermudah kinerja.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan. Variabel Persepsi Kegunaan X3 nilai t hitung $>$ t

tabel ($1,566 < 1,983$) H3 ditolak dan nilai signifikansi ($0,120 > 0,05$) yang artinya persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Miranti, n.d.) menunjukkan hasil bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara persepsi kegunaan dan minat penggunaan. Dengan demikian maka hipotesis 3 (H3) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan tidak dapat diterima. Hal ini dikarenakan responden menganggap bahwa, dalam melakukan transaksi melalui *e-commerce* tidak menghemat waktu, jika internet tidak stabil.

4. Persepsi Kemudahan (X4) Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*

Persepsi kemudahan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya, sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto 2017:115). Ketika seseorang merasakan kemudahan dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* untuk membeli produk, melakukan pembayaran, melakukan penjualan, kemudahan dalam mengakses aplikasi, dan transaksi keuangan yang mudah dipahami, serta penggunaan aplikasi yang dapat digunakan tanpa bantuan orang lain maka seseorang akan mempunyai minat untuk menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online secara terus menerus karena memberikan manfaat bagi penggunaannya.

Kemudahan tersebut dapat dinilai dari sistem *e-commerce* yang mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas dan mudah dimengerti, serta menjadi terampil. Semakin besar tingkat persepsi kemudahan seseorang untuk melakukan penjualan secara *online* maka semakin besar pula minat seseorang tersebut dalam penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Kemudahan dirasakan bagi penjual *online* saat menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* untuk melakukan penjualan secara *online* dengan jangkauan pemasaran yang luas tanpa usaha yang keras sehingga akan mendorong penggunaannya untuk menggunakan *e-commerce* secara terus menerus sebagai media untuk melakukan penjualan.

Responden berasumsi bahwa penggunaan aplikasi penjualan online ini mudah digunakan hingga menjadi terampil dengan itu hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan. Variabel Persepsi Kemudahan X4 nilai t hitung $>$ t tabel ($2,141 > 1,983$) H4 ditolak dan nilai signifikansi ($0,035 < 0,05$) yang artinya Persepsi Kemudahan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni & Rikumahu., 2019) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh (Deananda et al., 2020) serta (Widjaya, 2018) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan. Sedangkan penelitian yang

dilakukan oleh (Arifin, 2022) menunjukkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh pada minat penggunaan. Dengan demikian maka hipotesis 4 (H4) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan dapat diterima.

5. Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), Persepsi Kegunaan (X3), Persepsi Kemudahan (X4) Bepengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Prilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan sikap, norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Berpengaruh signifikan dapat dilihat pada tabel 4.10. Pada tabel tersebut nilai F hitung yang diperoleh yaitu sebesar 42,848 serta perolehan nilai signifikansinya ialah sebesar 0.000. Dengan hasil yang diperoleh berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan memperlihatkan bahwa nilai F hitung $> F$ tabel ($42,848 > 2.46$) serta kemudian perolehan nilai signifikansi F yang didapatkan < 0.05 ($0.000 < 0.05$). Dengan hasil yang diperoleh berdasarkan hasil pengujian, dapat diambil kesimpulan bawah seluruh variabel independen (X1) Sikap, (X2) Norma subjektif, (X3) Persepsi kegunaan, (X4) Persepsi kemudahan mampu memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) Minat prilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Berdasarkan hasil dari pengujian yang telah dilakukan maka disimpulkan bahwa pada penelitian ini hipotesis diterima.

Dilihat dari beberapa respon yang telah diberikan responden pada saat menggunakan *E-commerce* mereka berpendapat bahwa sikap sangat penting dalam minat prilaku penggunaan sistem informasi akuntansi karena menurut mereka sikap itu merupakan perasaan konsumen yang berhubungan dengan positif (bermanfaat) atau negatif (destruktif) minat prilaku dalam menilai kegiatan belanja secara *online*. Respon yang telah diberikan responden terhadap norma subjektif, sangat penting karena menurut pendapat mereka, saat membeli suatu produk di *e-commerce* mereka membutuhkan pendapat orang lain, karena norma subjektif berhubungan dengan minat prilaku penggunaan. Respon yang diberikan reponden terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan menurut respon dari mahasiswa persepsi kegunaan penting dalam minat prilaku penggunaan sistem informasi akuntansi karena mahasiswa mencari manfaat dari proses transaksi yang di tawarkan, setiap mahasiswa mencari nilai manfaat dari proses transaksi yang ditawarkan, kemudian respon mahasiswa terhadap persepsi kemudahan sangat berhubungan terhadap minat prilaku, karena kemudahan dalam menggunakan komputer, mengases internet dan mengases situs-situs website terutama siklus belanja *online*, perasaan suka yang ditimbulkan oleh kemudahan penggunaan akan menciptakan sikap positif terhadap minat prilaku penggunaan sistem informasi akuntansi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilaakukan (Rahmawati et al., 2022) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa sikap mahasiswa berpengaruh terhadap minat keprilaku menggunakan *e-commerce*. hasil penelitian (Hervilia et al., 2022) yang menunjukkan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. penelitian yang dilakukan oleh (Miranti, n.d.) menunjukkan hasil

bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara persepsi kegunaan dan minat penggunaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pengujian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa, sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*. Variabel sikap X1 nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,225 > 1,983$) H_1 diterima dan nilai signifikansi ($0,002 < 0,05$) yang artinya Sikap berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Norma Subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*. Koefisien Regresi sikap (X1) sebesar 0,275 yang artinya jika variabel sikap meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan Minat Penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* sebesar 0,275 dengan asumsi variabel lain tetap.

Kemudian persepsi kegunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*. Variabel Persepsi Kegunaan X3 nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,566 < 1,983$) H_0 ditolak dan nilai signifikansi ($0,120 > 0,05$) maka H_a ditolak, yang artinya Persepsi Kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Persepsi kemudahan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*. Variabel Persepsi Kemudahan X4 nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,141 > 1,983$) H_0 ditolak dan nilai signifikansi ($0,035 < 0,05$) maka H_a diterima, yang artinya Persepsi Kemudahan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

Dan sikap, norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Berpengaruh signifikan dapat dilihat pada tabel 4.10. Pada tabel tersebut nilai F hitung yang diperoleh yaitu sebesar 42,848 serta perolehan nilai signifikansinya ialah sebesar 0.000. Dengan hasil yang diperoleh berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan memperlihatkan bahwa nilai F hitung $> F_{tabel}$ ($42,848 > 2.46$) serta kemudian perolehan nilai signifikansi F yang didapatkan < 0.05 ($0.000 < 0.05$). Dengan hasil yang diperoleh berdasarkan hasil pengujian, dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh variabel independen mampu memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

Aditiya & Wati. (2022). *Pengaruh E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Pada UMKM di Kota Denpasar)*. www.Denpasarkota.Go.Id.

- Aditya, I. M. F., & Dwiana Putra, I. M. P. (2021). Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Norma Subjektif, Kualitas Informasi Dan Minat Penggunaan: Studi Pada Pengguna E-Commerce. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(5), 1318. <https://doi.org/10.24843/Eja.2021.V31.I05.P18>
- Amelia, 2020. (2020). *ANALISIS PERILAKU BELANJA ONLINE MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA Program Studi Manajemen Program Diploma III*.
- Arifin, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Membeli Melalui Aplikasi Belanja Online Pada Bagian Umum Sekretariat Daerah Kabupaten Kutai Timur. *Change Agent for Management Journal (CAM)*, 6(1), 12. <https://doi.org/10.35915/Cj.V6i1.642>
- Deananda, A., Budiastuti, P., & Muid, D. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shoope Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Hernikawati, D. (2021). Analisis Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Jumlah Kunjungan Pada Situs E-Commerce Di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 191. <https://doi.org/10.31445/Jskm.2021.4389>
- Hervilia, H., Singasatia, D., & M. Agus Sunandar. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Teknologi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(4), 401–410. <https://doi.org/10.55123/Insologi.V1i4.750>
- Hidayat & Nugroho, & Nugroho, A. A. (2018). *Studi Empiris Theory of Planned Behavior Dan Pengaruh Kewajiban Moral Pada Perilaku Ketidapatuhan Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi*. www.fiskal.depkeu.go.id
- Iis Awaliah, (2021). *ANALISIS FAKTOR - FAKTOR PENGARUH MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA APLIKASI PENJUALAN ONLINE DENGAN MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTED MODEL (TAM)*.
- Jannah. (2019). *Perilaku Konsumen Generasi Terhadap Minat Beli Online Pada Market Place Shoope*.
- Lestari. (2021a). *Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Universitas Triatma Mulya*.
- Lestari, 2021. (2021b). *Pengaruh E-Commerce Dan Pendapatan Terhadap Prilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop*.
- Lovita, E., & Susanty, F. (2021). Peranan Pemahaman E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Bagi Kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 47–54. <https://doi.org/10.36406/Jam.V18i02.437>
- Miranti, (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Mahasiswa Akuntansi Universitas Jambi Terhadap Layanan Transaksi Keuangan Pada Mobile Payment*

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*

Selama Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021.

- Nur Jannah, A., Triyanto, E., & Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, S. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada UMKM*. [Http://Jurnal.Unsil.Ac.Id/Index.Php/Jak](http://Jurnal.Unsil.Ac.Id/Index.Php/Jak)
- Rahmawati, D. P., Darmayanti, N., & Dientri, A. M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Di Masa Pandemi Covid-19. In *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan* (Vol. 6). [Https://Databoks.Katadata.Co.Id](https://Databoks.Katadata.Co.Id)
- Saeroji, A., Maskur, A., & Tjahjaningsih, E. (N.D.). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU & CALL FOR PAPERS UNISBANK (SENDI_U) Kajian Multi Disiplin Ilmu Untuk Mewujudkan Poros Maritim Dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat PENGARUH NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL PRILAKU YANG DIPERSEPSIKAN TERHADAP NIAT PINJAM KUR MIKRO (STUDI PADA NASABAH BRI DI PATI)*.
- Sarastila & Kustanti, 2021. (2021). *Model Penerimaan Teknologi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Tanaman hias Melalui E-commerce saat Pandemi Covid-19 Technology Acceptance Model and Customer's Trust Toward Intention to Purchase Ornamental Plants Through E-Commerce During The COVID-19 Pandemic* (Vol. 17, Issue 2).
- Situmorang, L., Alfaiq Agma, A., Putra Berutu, E., Bisnis, M., Niaga, A., & Medan, P. N. (2021). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Efikasi, Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Entrepreneurial Intention*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif*.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Brady Rikumahu 2) 201 Wahyuni Nur Syahril 1. *Wahyuni Nur Syahril, 1(2)*, 201–214.
- Widjaya. (2018). *Analisis Pengaruh Kepercayaan Online, Pengalaman, Pembelian Online, Dan Orientasi Pembelian Terhadap Niat Beli Di Toko Online Zalora*.

Copyright Holder:

Putri Shanny Freolina¹, Lukita Tripermata², Rafika Sari³ (2023)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

