

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN  
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* PADA  
BELANJA *ONLINE* TOKOPEDIA DI ERA PANDEMI COVID-19 DENGAN  
MENGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (Studi Kasus pada  
Mahasiswa STIE YKPN)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Pada Program Studi Akuntansi**



**Disusun Oleh:**

**Mayang Putri Cornelia Annora**

**311931168**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI YAYASAN KELUARGA**

**PAHLAWAN NEGARA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

## TUGAS AKHIR

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN  
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* PADA BELANJA  
*ONLINE* TOKOPEDIA DI ERA PANDEMI COVID-19 DENGAN  
MENGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIE YKPN)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**MAYANG PUTRI CORNELIA ANNORA**

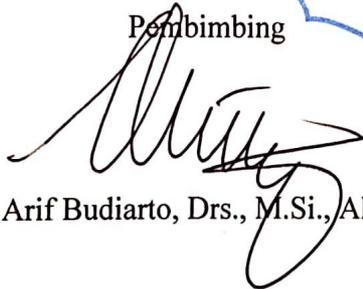
**No Induk Mahasiswa: 311931168**

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 17 Januari 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

**Susunan Tim Penguji:**

Pembimbing



M. Arif Budiarto, Drs., M.Si., Ak., CA.

Penguji



Lita Kusumasari, SE., MSA., Ak., CA.

Yogyakarta, 17 Januari 2022

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta  
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi belanja *online* Tokopedia di era pandemi Covid-19 dengan menggunakan model TAM (studi kasus pada mahasiswa STIE YKPN Yogyakarta). Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yaitu kemudahan penggunaan, kegunaan, risiko, kepercayaan, dan sikap terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia. Jenis data penelitian adalah data kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap para respondennya yaitu mahasiswa STIE YKPN Yogyakarta dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Teknik pengolahan data menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan aplikasi software SPSS 16. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, dan variabel sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia. Sedangkan, variabel risiko, kegunaan, dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia.

Kata kunci: Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, Risiko, Kepercayaan, Sikap, Minat Penggunaan SIA pada Aplikasi Tokopedia

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRACT

*This study aims to examine the factors that influence the use of an e-commerce-based accounting information system in the Tokopedia online shopping application in the Covid-19 pandemic era using TAM model (a case study on STIE YKPN Yogyakarta college students). This type of research is causal research that aims to determine the influence of factors, namely ease of use, usability, risk, trust, and attitudes towards the use of e-commerce-based accounting information systems on Tokopedia online shopping. The type of research data is quantitative data with primary data obtained from distributing questionnaires to the respondents, namely students of STIE YKPN Yogyakarta with the sampling technique used is purposive sampling. The data processing technique uses multiple linear regression analysis methods with SPSS 16 software application. The results of this study indicate that the ease of use variable and the attitude variable affect the interest in using e-commerce-based AIS on Tokopedia online shopping. Then the risk variable, usability variable, and the trust variable have no effect on the interest in using e-commerce-based AIS on Tokopedia online shopping.*

*Keywords: Ease of Use, Usability, Risk, Trust, Attitude, Interest in Using SIA on the Tokopedia Application.*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan zaman terhadap kemajuan akuntansi dan juga TI selalu berjalan berdampingan. Semakin pesat perkembangan TI, maka semakin banyak dampak perubahan yang cukup signifikan terhadap bidang akuntansi. Dalam hal ini keterkaitan antara kecanggihan TI serta berkembangnya bidang akuntansi berlangsung selama 3 masa (era), yakni era bercocok tanam, industri, serta informasi. Semakin maju berkembangnya TI, maka makin berpengaruh penuh lingkup akuntansi terutama dalam berkembangnya SIA (Sistem Informasi Akuntansi).

Suatu penelitian menjelaskan bahwa sistem informasi akuntansi merupakan rangkaian dari prosedural formal yang dikumpulkan dari berbagai data dimana nantinya diolah kembali hingga terciptanya sebuah informasi yang akan disebarkan kepada para *user* (Kurniasari N. H. & Erwin S) dalam (Hall, 2001) . Dalam perkembangan sistem informasi akuntansi, TI juga sangat berpengaruh dalam hal pengendalian intern, pemrosesan data, dan juga dalam laporan keuangan yang mengalami peningkatan jumlah serta kualitas informasi. SIA dibagi kedalam dua kelompok yakni kelompok internal dan eksternal, dimana kelompok internal tersebut terdiri dari manajemen perusahaan itu sendiri (terkecuali bagi karyawan yang tidak memiliki hak dalam manajemen inti bisnis) dan juga pemilik tentunya. Sedangkan pengguna eksternal terdiri dari instansi pemerintahan, pemasok, kreditor, investor, pelanggan, dan juga seluruh elemen masyarakat luas.

Sistem informasi akuntansi juga dikenal sebagai aktivitas yang lekat kaitannya dengan siklus transaksi pada setiap perusahaan dalam hal ini mencakup berbagai macam jenis perusahaan yang terdapat disetiap belahan dunia. Bentuk siklus dari aktivitas transaksi perusahaan yaitu seperti siklus pendapatan, siklus pengeluaran, dan siklus lainnya yang terdapat di dalam perusahaan, salah satu contoh yang dimaksud dengan siklus pendapatan yaitu dimana siklus pendapatan ini erat kaitannya dengan pemrosesan transaksi yang terjadi hingga dengan pendistribusian serta pengumpulan pembayaran. Salah satu bentuk dari sarana siklus transaksi pendapatan secara *online* ialah *electronic commerce (e-commerce)*.

Seiring dengan merebaknya penyakit yang disebabkan oleh virus Covid-19 saat ini diseluruh dunia, oleh karenanya hal tersebut sempat menjadi faktor penghambat pada semua lini kehidupan masyarakat dunia. Dalam hal ini ruang gerak masyarakat

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

akan sangat terbatas oleh berbagai macam peraturan yang diterapkan guna menangkal penyebaran virus Covid-19. Fenomena ini membuat peran teknologi bagi dunia tidak bisa lagi disepelekan. Begitu banyak trobosan terbaru yang dilakukan disetiap belahan dunia demi keberlangsungan kehidupan masyarakatnya di era penyebaran wabah Covid-19.

Di Indonesia seperti sekarang ini, *e-commerce* sangat berpengaruh dalam memajukan perekonomian masyarakatnya. Terlihat dari profit (keuntungan) yang bisa diperoleh para pelaku *e-commerce* cukup banyak, satu diantaranya ialah memperoleh informasi mengenai kompetisi harga dalam pasar global (Millennia Hadiyati, 2019). Dalam hal ini *e-commerce* tidak membatasi tempat maupun sumber daya (Dianari, 2017). Kelebihan dari *e-commerce* ialah segala transaksi penjualan serta pembelian menggunakan *cashless* (pembayaran non tunai). Pada masa makin mewabahnya Covid-19 sekarang ini, diketahui jika mayoritas khalayak menggunakan *e-commerce* serta menggunakan *cashless* sebagai alat pembayarannya, hal ini dilakukan karena para pembeli maupun penjual tidak perlu lagi melakukan transaksi secara langsung dengan mendatangi tempat perbelanjaan dan sebagainya. Dengan *cashless* pada *e-commerce* sebagai sarana transaksi pembayaran, maka proses jual beli (transaksi) bisa dilangsungkan secara cepat dan praktis dimana saja. Untuk mengakses *e-commerce*, masyarakat dapat mengunduh aplikasi tersebut pada ponsel masing-masing serta terkoneksi pada internet yang kuat dan stabil untuk dapat mengaksesnya, sehingga pengguna sudah bisa melakukan transaksi pada *e-commerce* dengan cepat, mudah, dan juga praktis tentunya.

Para pengguna internet saat ini oleh masyarakat semakin menjamur seiring dengan kemajuan zaman, terlebih lagi ketika terjadi wabah *pandemic*. Keberadaan wabah ini berpotensi besar untuk para pengguna *e-commerce* karena sebagian lapisan masyarakat besar maupun kecil bergantung dengan *e-commerce* untuk menstabilkan perekonomiannya. Adapun banyak jenis perusahaan *e-commerce* yang sedang populer di dalam negeri dengan kemajuan teknologi saat ini yaitu Tokopedia. Berikut merupakan data total pengguna atau jumlah pengunjung aplikasi Tokopedia pada kuartal satu sampai dengan empat di tahun 2020:

Tahun	Periode per kuartal	Total pengguna
2020	K1	69.800.000

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	K2	86.103.300
	K3	84.997.100
	K4	114.655.600

**Tabel 1. 1 Data Total Penggunaan Aplikasi Tokopedia Tahun 2020**

Menurut data yang bersumber dari *iPrice* di atas dapat dilihat bahwa pengguna Tokopedia mengalami peningkatan seiring dengan berjalannya waktu. Pada tahun 2020 pada kuartal ketiga (K3) pengguna Tokopedia sebesar 84 juta mengalami penurunan sebesar 1,1 juta dari total kuartal kedua (K2) ditahun 2020 sebesar 86 juta. Kemudian pada kuartal keempat (K4) mulai terjadi peningkatan pengguna Tokopedia hingga menyentuh angka 114 juta. Peningkatan ini membuat Tokopedia menjadi salah satu aplikasi dengan peringkat pertama dalam penggunaannya di Indonesia oleh masyarakat.

Persaingan yang semakin ketat tentu saja membuat banyak perusahaan semakin gencar dalam penggunaan sistem informasi, terutama sistem informasi akuntansi agar mampu bersaing sampai ke ranah internasional. Sistem informasi yang terdapat pada Tokopedia memungkinkan para penggunanya untuk lebih produktif serta menurut (Millennia Hadiyati, 2019) yang mengatakan jika SIA (Sistem Informasi Akuntansi) pada *e-commerce* sangat terbuka (transparan) serta juga bisa memberi atau menambah pengalaman bagi pemakainya sehingga dapat melakukan pemesanan, pembayaran, serta dapat melihat berapa jumlah stok atau persediaan barang yang masih tersedia di dalamnya. Oleh karena itu, peneliti menetapkan Tokopedia sebagai *e-commerce* yang diamati dalam penelitian ini.

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang tersebut, akhirnya penulis tertarik guna melaksanakan penelitian lebih mendalam terkait beragam aspek (faktor) yang bisa mempengaruhi penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Dalam hal ini, penulis membuat penelitian berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* pada Aplikasi Belanja *Online* Tokopedia di Era Pandemi Covid-19 dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE YKPN)”.

## **Rumusan Masalah**

Bersumber dari pemaparan latar belakang tersebut, adapun rincian dari permasalahan di atas diantaranya yakni:

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Tokopedia?
2. Apakah kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Tokopedia?
3. Apakah risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Tokopedia?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Tokopedia?
5. Apakah sikap berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Tokopedia?

## TINJAUAN TEORI

### ***Technology Acceptance Model (TAM)***

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan teori yang mengulas serta menjelaskan bagaimana seorang manusia menerima serta menggunakan teknologi yang memiliki kaitan dengan aktivitas manusia. Model TAM tersebut diambil serta disesuaikan dari *Theory of Reasoned Action* yang dipublikasikan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dan diajukan oleh Davis (1989). Teori ini juga merupakan model dari penelitian yang cocok diterapkan dalam memprediksi minat para individu dalam penerimaan teknologi. Hal tersebut dapat dilakukan sebab dalam teori ini fokus utama dari TAM ialah persepsi kemudahan (*perceived usefulness*), sikap pada perilaku (*attitude toward behaviour*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), perilaku (*behaviour*), dan minat perilaku (*behavioral intention*).

### **Sistem Informasi Akuntansi**

Definisi dari sistem bersumber dari pendapat (Yanti, 2020) merupakan rangkaian komponen yang saling memiliki keterkaitan dalam interaksinya hingga mencapai tujuan. Dalam sistem tersebut terdapat subsistem yang kecil dengan fungsi pendukung sistem yang lebih besar. Menurut (Gustiyan, 2014), sistem informasi akuntansi merupakan pusat atau inti dari perusahaan. Dalam hal ini sistem informasi akuntansi mampu mempermudah perusahaan untuk melakukan suatu pengendalian agar kinerja perusahaan tersebut terus meningkat seiring waktu. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan tidak mengalami kegagalan dalam perjalanannya.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce***

SIA berbasis *e-commerce* merupakan penerapan dari *e-business* dimana dalam penerapannya berupa *online marketing*, *online transaction processing*, *supply chain management*, serta transaksi pendanaan secara elektronik. Dalam hal ini jaringan internet sangat dibutuhkan guna mengirim informasi kepada setiap orang di dunia selama 24 jam. Menurut (Yanti, 2020), SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* telah melalui banyak kemajuan dalam pemanfaatan teknologi sehingga saat ini *e-commerce* berkembang sangat pesat. Hal tersebut terjadi akibat infrastruktur saat ini telah memadai, serta para ahli IT yang makin menjamur di mana-mana. Oleh karena itu, inilah waktunya bagi SIA menerapkan TI di era sekarang ini sebab penerapan teknologi dalam kegiatan sehari-hari semakin menjamur seperti *e-university*, *e-business*, *e-government*, dan sebagainya yang sejenis.

## ***E-commerce***

*E-commerce* menurut (Tambunan, 2014), merupakan sekumpulan dari teknologi, bisnis, serta aplikasi yang saling berhubungan dengan perusahaan dan juga perseorangan. Teknologi informasi pada *e-commerce* digunakan untuk aktivitas yang bertautan dengan penjualan barang maupun jasa, pembelian, serta transaksi pembayaran yang semuanya dilakukan secara online. Tokopedia adalah jenis perusahaan yang berjalan di bidang *e-commerce* yang didirikan oleh William Tanuwijaya pada tanggal 17 Agustus 2009. Tokopedia ialah situs lokal yang memberikan ruang bagi para penggunanya dalam transaksi jual beli secara online, serta melakukan pembayaran transaksi secara digital. Tokopedia juga merupakan perusahaan yang dapat membuat setiap individu maupun pemilik dari bisnis di Indonesia dapat mengelola serta mengembangkan bisnisnya secara online melalui media yang terhubung dengan internet. Hal tersebut dilakukan agar para pengguna dapat bertransaksi secara mudah, aman, dan nyaman.

## **Belanja Online**

Dedy dan Dita dalam (Grant & Meadows, 2008) mengatakan bahwa belanja online merupakan salah satu aktivitas bisnis yang memanfaatkan teknologi khususnya internet sebagai medianya. Belanja online juga merupakan bagian dari *e-commerce* dimana semua bentuk transaksi baik perdagangan barang maupun jasa dilakukan dengan media elektronik seperti aplikasi dalam smartphone maupun PC dengan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menggunakan *website* yang terhubung dengan internet.

## **Pandemi Covid-19**

WHO membuat sebuah deklarasi tepatnya pada 9 Maret 2020 yang menyatakan jika Covid-19 adalah pandemi dimana virus ini telah menyebar luas diseluruh belahan dunia. Virus Covid-19 adalah penyakit yang awalnya bersumber dari virus SARS-CoV-2 yang penyebarannya melalui kontak jarak dekat antar individu melalui partikel cairan kecil yang dikeluarkan oleh seseorang melalui mulut maupun hidung seperti saat seseorang tersebut bersin, batuk, berbicara ataupun saat mereka bernapas. Setiap individu yang terpapar akan mengalami gejala seperti kurangnya sensitifitas dalam mencium aroma, mengecap rasa, demam, diare, serta terdapat ruam pada kulit.

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan**

Dalam teori TAM pada konstruk kedua yakni *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Definisi dari konstruk ini ialah dapat dikatakan seperti seberapa jauh individu tersebut dapat meyakini jika dengan memakai teknologi, mereka akan terbebas dari usaha yang berlebih (Jogiyanto, 2008). Berkenaan dengan persepsi kemudahan, semakin mudah penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi belanja *online* Tokopedia di era pandemi Covid-19 maka seseorang cenderung akan lebih berminat dalam menggunakan aplikasi tersebut. Dalam penelitian (Anjani, 2020), (Yanti, 2020), (Deananda & Muid, 2020) diungkapkan bahwa pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* dapat memberi pengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini, yakni:

**H1: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia.**

### **Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan**

Dalam teori TAM pada konstruk pertama yakni *perceived usefulness* dimana yang berarti persepsi kegunaan. Definisi dari persepsi kegunaan dapat dikatakan seperti

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sebuah kepercayaan seseorang akan proses dalam pengambilan keputusan (Jogiyanto, 2008). Sehubungan dengan hal tersebut, semakin bermanfaat atau berguna suatu sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi belanja *online* Tokopedia di era pandemi Covid-19 maka seseorang cenderung akan lebih berminat dalam menggunakan aplikasi tersebut. Kegunaan bisa mempengaruhi minat seseorang dalam melakukan transaksi terutama dalam belanja *online*, sebab hal tersebut dapat dilakukan secara mudah, tidak banyak membuang waktu, dan dapat melihat serta mendapatkan barang yang diinginkan secara instan tanpa perlu melakukan usaha lebih. (Puspaningtyas, 2016) , (Yanti, 2020) , (Anjani, 2020) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* pada aplikasi belanja *online* Tokopedia di era pandemi Covid-19. Oleh karena itu, dirumuskan H2 (Hipotesis Alternatif) kedua oleh peneliti, yakni:

**H2: Kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia.**

## **Risiko Terhadap Minat Penggunaan**

Risiko menurut (Budiastuti & Muid, 2020) ialah sebuah ketidakpastian yang bisa disebut juga dengan peluang. Dalam hal ini pembahasan mengenai ketidakpastian berupa risiko yang mengakibatkan dampak dari penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Bila dampak negatif makin banyak terjadi tentunya minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* akan semakin berkurang sehingga menyebabkan kerugian. Apabila pengguna merasa risiko yang didapatkan kecil, maka pengguna akan terus menggunakan aplikasi tersebut. Sebaliknya bila pengguna merasa mempunyai banyak risiko yang tinggi, maka hal tersebut dapat mengurangi minat pengguna menggunakan aplikasi tersebut. Dengan demikian, faktor risiko dapat mempengaruhi minat penggunaan. (Budiastuti & Muid, 2020), (Irianti, 2017) telah melakukan pengujian terhadap risiko yang hasilnya berupa risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce*. Oleh karena itu, dirumuskan hipotesis ketiga oleh peneliti yakni:

**H3: Risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia.**

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan

Kepercayaan dapat digunakan oleh para individu dalam meminimalisir taraf kesulitan dalam tindakan seseorang ketika mereka sedang menjalani keadaan yang tidak pasti (Faizal & Hermala, 2019) . Definisi dari kepercayaan yakni sebuah keyakinan atas seseorang terhadap sesuatu, dimana mereka akan melupakan segala ketidakpastiannya untuk satu tujuan. Dalam penelitiannya, (Budiastuti & Muid, 2020) , (Irianti, 2017) , dan (Kurniawan, Chendra, Kelvin, Anderson, & Yudianto, 2021) menyebutkan bahwa faktor kepercayaan memberi pengaruh positif terhadap minat SIA berbasis *e-commerce* pada aplikasi belanja *online* Shopee. Oleh karena itu, dirumuskan sebuah H4 (hipotesis alternatif) oleh peneliti, yakni:

**H4: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia.**

## Sikap Terhadap Minat Penggunaan

Sikap merupakan sebuah perasaan yang dirasakan oleh individu dalam sebuah penerimaan maupun penolakan perilaku atau objek. Hal ini dapat diukur dengan menempatkan seseorang tersebut dalam skala evaluatif dua kutub (Ajzen, 1975) . Dalam pengambilan keputusan membeli, seseorang akan memilih merk maupun toko yang ingin dijadikan langganan dengan membandingkan keuntungan yang didapat oleh konsumen tersebut. Seseorang akan membentuk suatu perilaku dimana mereka akan kembali dan membentuk sikap positif terhadap suatu barang maupun jasa tersebut (Ajzen, 2005) . Dalam penelitiannya, (Puspaningtiyas, 2016) , (Yanti, 2020) , (Hasan, Marselina, & Ismail, 2020) , dan (Anjani, 2020) menyebutkan jika ada pengaruh positif sikap terhadap perilaku dalam membeli, serta menjelaskan bahwa responden memiliki relasi (hubungan) yang dinilai kuat antara sikap dan perilaku terhadap minat berbelanja *online* melalui *e-commerce*. Oleh karena itu, dirumuskan H5 (hipotesis alternatif) oleh peneliti, yakni:

**H5: Sikap berpengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia.**

## METODE PENELITIAN

### Ruang Lingkup Penelitian

Keseluruhan suatu subjek ataupun objek dengan mutu/kualitas sekaligus mempunyai

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

karakteristik yang sudah penulis tentukan dahulu guna diteliti serta diuji sehingga penulis dapat mengambil kesimpulan atas penelitian ini merupakan definisi dari ruang lingkup penelitian (Sugiyono, 2010) . Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan ruang lingkup penelitiannya pada mahasiswa STIE YKPN Yogyakarta yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi belanja *online* Tokopedia.

## **Sampel**

Definisi dari sampel merupakan karakteristik dari total populasi penelitian. Sampel bisa dikatakan juga sebagai representative dari populasi. Adapun sampel yang peneliti gunakan yaitu mahasiswa STIE YKPN yang menggunakan aplikasi belanja *online* Tokopedia sebagai respondennya. Peneliti melakukan pengambilan sample dengan teknik *purposive sampling* pada mahasiswa STIE YKPN dengan kriteria yang telah tertera di atas. Pada penelitian ini, penentuan sampling dilaksanakan melalui sebuah teknik berjenis *non-probability sampling* artinya pada saat pengambilan sampel tidak dilakukan secara acak pada tiap anggota populasinya guna dijadikan sampel.

## **Pengumpulan Data**

Pada susunan penelitian ini, penulis akan membahas mengenai kemudahan penggunaan, kegunaan, risiko, kepercayaan, serta sikap terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia di era Pandemi Covid-19. Responden yang terlibat dalam pengisian kuesioner pada penelitian ini yaitu para mahasiswa STIE YKPN yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi belanja *online* Tokopedia. Kuesioner yang disebarakan mendapatkan respon sebanyak 120 responden.

## **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

#### **Jenis Kelamin**

Responden pada jenis kelamin laki-laki memiliki persentase sebanyak 34.2% atau sebanyak 41 dari 120 orang. Sedangkan jenis kelamin perempuan memiliki persentase sebesar 65.8% atau sebanyak 79 dari 120 orang.

#### **Usia**

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Responden pada usia < 20 tahun memiliki persentase 0.83% (1 orang) dan usia 20-26 tahun memiliki persentase 99.17% (119 orang).

## Angkatan

Responden dengan angkatan tahun akademik 2016 memiliki persentase sebesar 1.7% (2 orang), angkatan tahun akademik 2017 memiliki persentase sebesar 15.9% (19 orang), angkatan tahun akademik 2018 memiliki persentase sebesar 64.2% (77 orang), angkatan tahun akademik 2019 memiliki persentase sebesar 15% (18 orang), dan angkatan tahun akademik 2020 memiliki persentase sebesar 3.3% (4 orang).

## Program Studi

Responden dengan program studi akuntansi memiliki persentase sebesar 66.7% (80 orang) dan untuk responden dengan program studi manajemen memiliki persentase sebesar 33.3% (40 orang).

## Frekuensi Berbelanja

Responden yang memiliki frekuensi berbelanja 1-3 kali sebulan memiliki persentase sebesar 78.3% (94 orang), responden yang memiliki frekuensi berbelanja 3-5 kali sebulan memiliki persentase sebesar 15.8% (19 orang), responden yang memiliki frekuensi berbelanja 5-10 kali sebulan memiliki persentase sebesar 5% (6 orang), dan responden yang memiliki frekuensi berbelanja >10 kali sebulan memiliki persentase sebesar 0.8% (1 orang).

## Uji Validitas

Suatu bentuk perhitungan yang merujuk pada nilai *Pearson Correlation* (lambang:  $r_{hitung}$ ) pada tiap-tiap butir soal/pernyataan. Dari besarnya  $r_{hitung}$  yang diperoleh itu dibuat perbandingan dengan besarnya perolehan  $r_{tabel}$ . Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , berarti data dapat dikatakan valid, sedangkan bila hasil perolehan  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , berarti data tersebut bisa dikatakan bersifat tidak valid. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti, perhitungan yang berbantuan program SPSS.16 mengindikasikan jika jumlah data dari setiap variabel yang dinyatakan valid berjumlah 120. Berdasarkan data tersebut, banyaknya responden ( $n$ ) = 120 dalam taraf Sig. 5% (0,05). Adapun rumus yang peneliti terapkan guna menghitung  $r$ -tabel yakni  $df = 120 - 2$ , sehingga perolehan  $r_{tabel}$

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yaitu sebesar 0,1509. Dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa pada pernyataan dan pertanyaan kuesioner penelitian dalam variabel kemudahan penggunaan, kegunaan, risiko, kepercayaan, dan sikap dinyatakan valid.

## Uji Reliabilitas

Sebuah pengujian yang tujuannya untuk menentukan tingkat ketetapan (konsistensi) jawaban para respondennya adalah definisi dari uji reliabilitas. Total responden yang terlibat jumlahnya yakni 120 orang. Komponen yang diperhatikan dalam pengujian reliabilitas ini yaitu *Cronbach's Alpha*. Menurut (Alghifari, 2015) bila alat pengukur (instrumen) mempunyai besarnya koefisien *Cronbach's Alpha* melebihi 0,6, berarti alat itu disebut reliabel. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh hasil bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang dimiliki  $> 0,6$  yang menyatakan bahwa hasil tersebut reliabel. Kesimpulan yang didapat adalah semua variabel yang mencakup kemudahan penggunaan, kegunaan, risiko, kepercayaan, dan sikap yang diuji dinyatakan reliabel.

## Uji Normalitas

Suatu pengujian yang dilakukan guna menganalisis kenormalan persamaan regresi yang diperoleh dari pengujian pada variabel bebas diantaranya yakni X5, X4, X3, X2, X1 serta variabel terikat yakni Y. Semua item soal memiliki perolehan nilai  $r_{hitung} > 0,1509$ . Bersumber dari data perolehannya, bisa diartikan jika semua pertanyaan pada variabel bebas serta variabel terikat disebut valid sekaligus bisa dijadikan alat ukur (instrumen) data penelitian. Uji normalitas dilakukan guna menganalisis kenormalan distribusi persamaan regresi yang didapatkan dari data pada X (variabel bebas) dan data Y (variabel terikat). Data perolehan dari pengujian normalitas yang dilakukan menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,426 > 0,05$ . Sehingga bisa diartikan jika uji normalitas terhadap data yang dipakai pada penelitian ini telah terdistribusi secara normal.

## Uji Multikolinearitas

Sebuah uji yang diterapkan guna menganalisis apakah terdapat hubungan (korelasi) antar variabel independennya yakni definisi dari perhitungan uji multikolinearitas. Kriteria pengambilan keputusannya bisa diketahui dalam besarnya perolehan tolerance serta kebalikannya VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila besarnya perolehan VIF

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

$<10,00$  serta besarnya tolerance  $>0,10$ , hal ini berarti jika model regresi yang digunakan tidak mengandung gejala multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas pada data yang digunakan pada penelitian ini mengindikasikan jika keseluruhan variabelnya mempunyai besarnya tolerance  $>0,10$  serta VIF menunjukkan angka  $<10,00$ . Adapun data hasil perolehannya secara rinci ditunjukkan dalam tabel 4.16 di atas. Bersumber dari uraian tabel di atas bisa dikatakan jika tidak ditemukan gejala multikolinearitas pada penelitian ini.

## Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas merupakan sebuah perhitungan yang penggunaannya menerapkan uji *Glejser*. Apabila hasil perolehan variabel bebasnya berada di atas 0,05, bisa diartikan bahwa tidak ditemukan masalah heterokedastisitas. Di sisi lain, bila besarnya hasil perolehan Sig. di bawah angka 0,05 maka bisa diartikan jika dalam data tersebut telah ditemukan fenomena atau masalah heterokedastisitas. Bersumber dari rincian hasil uji pada data tersebut dengan perhitungan uji *Glejser*, uji heterokedastisitasnya memiliki data signifikansi dari setiap variabel bebas dari X1 yaitu sebesar 0,452, X2 yaitu sebesar 0,950, X3 yaitu sebesar 0,519, X4 yaitu sebesar 0,108, dan X5 yaitu sebesar 0,494 yang menunjukkan bahwa dari data tersebut memiliki nilai Sig. seluruh variabel independen melebihi angka 0,05. Hasil tersebut menunjukkan jika pada model regresi estimasi tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

## Uji Regresi Berganda

Bentuk pengujian yang diterapkan sebagai pengukur kuatnya keterkaitan antar variabel (dua/lebih), sekaligus memberikan gambaran korelasi (hubungan) antara variabel terikat dan variabel independennya yakni definisi dari perhitungan analisis regresi berganda. Bersumber dari rumus regresi tersebut, didapatkan nilai konstantanya yakni 0,030, yang berarti bahwa data perolehannya mengindikasikan jika seluruh variabel bebasnya dianggap tetap (konstan), sehingga variabel minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia mengalami peningkatan probabilitas sebesar 0,030. Selain itu, untuk variabel X1 (kemudahan penggunaan) besar koefisiennya yakni 0,429, dimana data ini mengindikasikan tiap naik 1% pada variabel kemudahan penggunaan akan menyebabkan probabilitas minat penggunaan meningkat sebanyak 0,429. Untuk variabel X2 (kegunaan) besar koefisiennya yaitu -0,142, dimana data ini mengindikasikan tiap naik 1% pada

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

variabel kegunaan akan menyebabkan probabilitas minat penggunaan menurun sebanyak 0,142. Pada variabel X3 (risiko) besar koefisiennya yaitu 0,144, dimana data ini mengindikasikan tiap naik 1% pada variabel risiko akan menyebabkan probabilitas minat penggunaan meningkat sebanyak 0,144. Pada variabel X4 (kepercayaan) besarnya koefisien yaitu -3,071 yang membuat data tersebut mengindikasikan bahwa setiap naik 1% pada variabel kepercayaan akan menyebabkan probabilitas minat penggunaan menurun sebanyak 3,071. Kemudian pada variabel X5 (sikap) besar koefisiennya yaitu 0,271, dimana data ini mengindikasikan bahwa tiap naik 1% pada variabel sikap akan menyebabkan probabilitas minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia meningkat sebanyak 0,271 yang asumsinya mengatakan jika variabel lainnya dikatakan tetap (konstan).

## Uji F

Jenis uji yang tujuan perhitungannya guna membuktikan mampu tidaknya variabel bebas yakni X5, X4, X3, X2, dan X1 menjelaskan secara simultan variabel dependennya (Y) ialah definisi dari uji simultan atau yang lebih dikenal sebagai uji F. Berdasarkan data hasil pengujian tersebut mengindikasikan jika nilai signifikansi pada variabel sikap, kepercayaan, risiko, kegunaan, serta kemudahan penggunaan secara simultan terhadap Y (minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*) yaitu sebesar 0,000. Dengan *Alpha* sebesar 5% (0,05) sedangkan diperoleh  $F_{hitung} 81.914 > F_{tabel} 2.29$ , dengan demikian bisa ditarik kesimpulan bahwa hipotesis dinyatakan diterima, yang berarti adanya pengaruh pada kemudahan penggunaan, kegunaan, risiko, kepercayaan, dan sikap secara simultan terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia di era pandemi Covid-19.

## Uji t

Bentuk perhitungan dimana tujuannya menguji bagaimana setiap variabel bebas berpengaruh secara parsial (individu) terhadap variabel dependennya disebut dengan uji T. Dalam uji parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel tersebut berpengaruh atau tidak. Cara yang dilakukan yaitu pertama menentukan terlebih dahulu t-tabel dengan menggunakan rumus  $df = (a/2; n-k-1) = (0,05/2; 120-5-1)$  sehingga nilai yang diperoleh dari t-tabel sebesar  $df = 1.98099$ .

Hasil Uji Hipotesis:

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## 1. Pengaruh kemudahan penggunaan (X1) terhadap minat penggunaan sistem informasi berbasis e-commerce pada belanja online Tokopedia.

Bersumber dari hasil pengujian tersebut mengindikasikan jika perolehan signifikansinya guna menguji pengaruh kemudahan penggunaan (X1) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia (Y) yaitu 0,000 atau kurang dari 0,05 sehingga hipotesis nol diterima.

## 2. Pengaruh kegunaan (X2) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada belanja online Tokopedia.

Bersumber dari data hasil pengujian tersebut mengindikasikan jika besarnya perolehan sig. guna menguji pengaruh kegunaan (X2) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia (Y) yaitu sebesar 0,177 atau lebih dari 0,05, artinya  $H_0$  dinyatakan ditolak.

## 3. Pengaruh risiko (X3) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada belanja online Tokopedia.

Hasil pengujian yang disajikan tersebut mengindikasikan jika besarnya perolehan sig. guna menguji pengaruh risiko (X3) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia (Y) yaitu sebesar 0,011 atau kurang dari 0,05, sehingga variabel risiko terbukti berpengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia, namun koefisien yang dihasilkan bernilai positif. Nilai koefisien tersebut tidak sesuai dengan arah hipotesis yang diajukan sehingga  $H_0$  dinyatakan ditolak.

## 4. Pengaruh kepercayaan (X4) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada belanja online Tokopedia.

Hasil pengujian yang disajikan tersebut mengindikasikan jika besarnya perolehan sig. guna menguji pengaruh kepercayaan (X4) terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia (Y) yaitu sebesar 0,083 atau lebih dari 0,05, dimana perolehannya menunjukkan jika  $H_0$  ditolak.

## 5. Pengaruh sikap (X5) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada belanja online Tokopedia.

Hasil pengujian yang disajikan tersebut mengindikasikan jika besarnya perolehan sig. guna menguji pengaruh sikap (X5) terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia (Y) yaitu sebesar 0,042 atau kurang dari 0,05 sehingga hipotesis nol diterima.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan penilaian secara statistik yang tujuan perhitungannya ialah guna membuktikan ada atau tidaknya pengaruh antara dua variabel atau lebih. Perolehan hasil perhitungannya bisa diamati pada besarnya R-square. Bersumber dari data hasil pengujian tersebut diketahui jika besarnya R-square yakni 0,782 yang berarti ditemukan pengaruh kemudahan pengguna, kegunaan, risiko, kepercayaan, dan sikap secara simultan terhadap minat penggunaan yang besarnya yakni 78.2%. dan sisanya sebanyak 21.8% dijelaskan oleh aspek (faktor) lainnya seperti norma subjektif, kontrol perilaku, kerumitan, kepuasan, persediaan fitur aplikasi.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* pada Belanja *Online* Tokopedia di Era Pandemi Covid-19

Bersumber dari data perhitungan uji T, variabel kemudahan penggunaan dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce* diperoleh besarnya  $t_{hitung}$  yakni 4.082 atau  $> t_{tabel}$  1.98099 ( $4.082 > 1.98099$ ), dan juga dengan tingkat signifikansi 0,000 yang di bawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dengan demikian bisa diketahui jika variabel kemudahan penggunaan memberi pengaruh positif terhadap penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia oleh mahasiswa STIE YKPN di era pandemi covid-19.

Hal tersebut dapat dilihat dari kemudahan dalam penggunaan aplikasi belanja *online* Tokopedia, semakin mudah penggunaan aplikasi Tokopedia di era pandemi Covid-19 maka seseorang cenderung akan lebih berminat dalam menggunakan aplikasi tersebut.

### 2. Pengaruh Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* pada Belanja *Online* Tokopedia di Era Pandemi Covid-19

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel kegunaan dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce* memiliki perolehan  $t_{hitung}$  besarnya yakni -1.358 atau  $< t_{tabel}$  1.98099 ( $-1.358 < 1.98099$ ), dan juga dengan tingkat signifikansinya yakni 0,177 lebih besar dibanding 0,05 ( $0,177 > 0,05$ ), jadi variabel kegunaan tidak memberi pengaruh

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

terhadap penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia oleh mahasiswa STIE YKPN di era pandemi covid-19.

Hal tersebut dapat dilihat dari kegunaan aplikasi Tokopedia, jika aplikasi Tokopedia menyediakan manfaat bagi seseorang di era pandemi Covid-19, belum tentu manfaat yang tersedia sesuai dengan kebutuhan dan keinginan orang tersebut, maka minat penggunaan tidak dipengaruhi oleh kegunaan.

### **3. Pengaruh Risiko Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* pada Belanja *Online* Tokopedia di Era Pandemi Covid-19**

Berdasarkan data perolehan dari perhitungan uji T, diketahui jika variabel risiko dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce* menunjukkan besarnya  $t_{hitung}$  yakni 2.601 atau  $>$  daripada  $t_{tabel}$  1.98099 ( $2.601 > 1.98099$ ), dan juga dengan tingkat signifikansi 0,011 lebih kecil daripada 0,05 ( $0,011 < 0,05$ ) jadi perolehannya mengindikasikan jika variabel risiko memberi pengaruh terhadap penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia oleh mahasiswa STIE YKPN di era pandemi covid-19. Hasil dari perolehannya mengindikasikan jika risiko berpengaruh, namun pengaruh yang dihasilkan arahnya positif berdasarkan nilai koefisien pada tabel hasil uji t.

Hal tersebut dapat dilihat dari fungsi pada aplikasi Tokopedia sebagai platform belanja *online* yang tentunya memiliki risiko, namun dengan kondisi seperti ini di era pandemi Covid-19 mobilitas seseorang terbatas untuk memenuhi keinginan serta kebutuhannya maka dari itu seseorang cenderung abai atau menghiraukan risiko yang ada untuk tetap menggunakan aplikasi Tokopedia untuk kegiatan berbelanja *online*.

### **4. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* pada Belanja *Online* Tokopedia di Era Pandemi Covid-19**

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel kepercayaan dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce* menunjukkan besarnya  $t_{hitung}$  yakni -1.748 atau  $<$   $t_{tabel}$  1.98099 ( $-1.748 < 1.98099$ ), dan juga dengan tingkat sig. sebesar 0,083 ( $0,083 > 0,05$ ) jadi secara parsial variabel kepercayaan tidak memberi pengaruh terhadap penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia oleh mahasiswa STIE YKPN di era pandemi Covid-19.

Hal tersebut dapat dilihat dari baik atau buruk reputasi aplikasi Tokopedia dan penjual di dalamnya tidak akan berpengaruh terhadap minat orang dalam berbelanja *online* menggunakan aplikasi ini karena dalam kondisi pandemi Covid-19 seperti ini,

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mobilitas seseorang sangat terbatas sehingga cenderung kesulitan dalam berbelanja kebutuhan serta keinginannya. Jadi seseorang akan tetap menggunakan aplikasi belanja *online* Tokopedia walaupun reputasi aplikasi Tokopedia di dalamnya baik atau buruk dengan kata lain terpercaya atau tidak.

## 5. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* pada Belanja *Online* Tokopedia di Era Pandemi Covid-19

Berdasarkan data perolehan dari perhitungan uji T, variabel sikap dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce* besarnya  $t_{hitung}$  yakni 2.053 atau melebihi  $t_{tabel}$  yang besarnya yakni 1.98099 ( $2.053 > 1.98099$ ), dan juga dengan tingkat signifikansi 0,042 lebih kecil daripada 0,05 ( $0,042 < 0,05$ ), didasarkan pada data perolehannya, bisa diketahui jika variabel sikap memberi pengaruh positif terhadap penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia oleh mahasiswa STIE YKPN di era pandemi Covid-19.

Hal tersebut dapat dilihat dari perasaan seseorang dalam menyikapi penggunaan aplikasi Tokopedia sebagai aplikasi belanja *online*. Jika seseorang menyikapi aplikasi Tokopedia secara positif seperti dalam pengambilan keputusan membeli, seseorang akan memilih toko atau platform yang sesuai dengan keinginannya sehingga seseorang tersebut menjadikan aplikasi Tokopedia sebagai aplikasi langganan dalam berbelanja *online*.

### Kesimpulan

Merujuk pada hasil pembahasan terhadap analisis statistik tentang pengaruh dari variabel kemudahan penggunaan, kegunaan, risiko, kepercayaan, dan sikap terhadap minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan penggunaan (X1) memberi pengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA (sistem informasi akuntansi) berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia oleh mahasiswa STIE YKPN di era pandemi Covid-19 karena semakin mudah penggunaan aplikasi Tokopedia di era pandemi Covid-19 maka seseorang cenderung akan lebih berminat dalam menggunakan aplikasi tersebut.
2. Kegunaan (X2) tidak memberi pengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

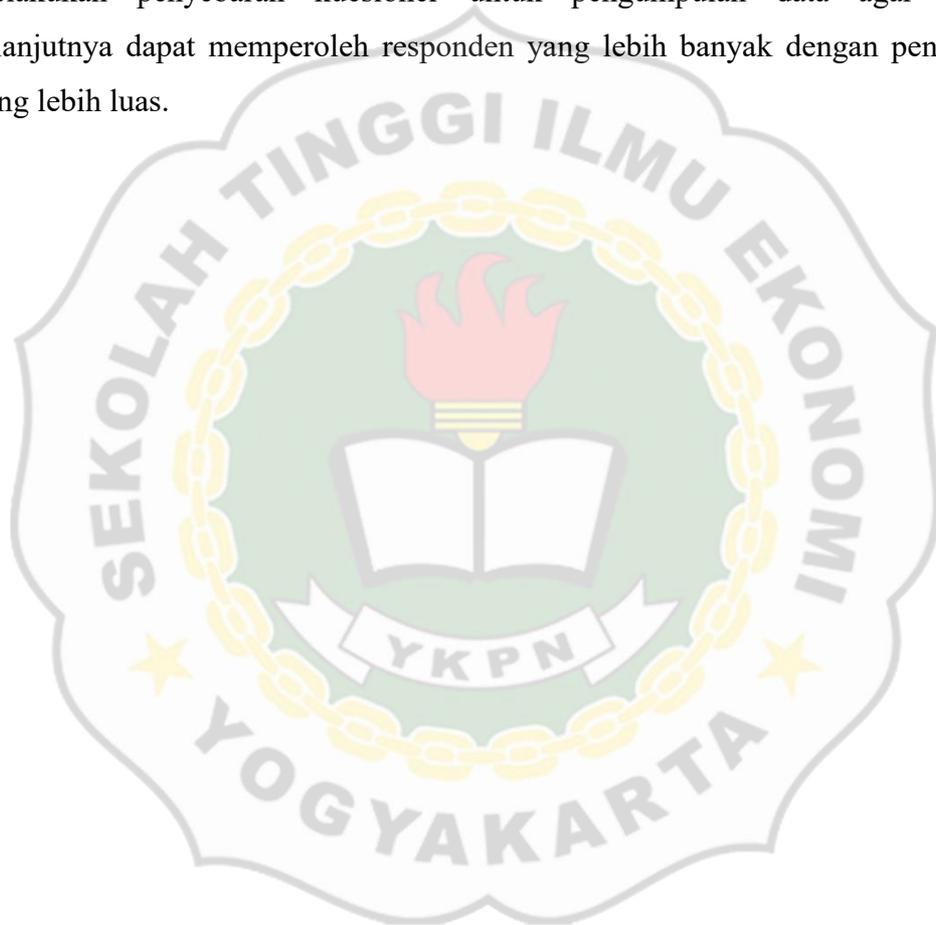
oleh mahasiswa STIE YKPN di era pandemi Covid-19 karena manfaat dari aplikasi Tokopedia bagi seseorang di era pandemi Covid-19, belum tentu sesuai dengan kebutuhan dan keinginan orang tersebut, maka minat penggunaan tidak dipengaruhi oleh kegunaan.

3. Risiko (X3) tidak memberi pengaruh negatif terhadap minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia oleh mahasiswa STIE YKPN di era pandemi Covid-19 karena di era pandemi Covid-19 mobilitas seseorang terbatas untuk memenuhi keinginan serta kebutuhannya maka dari itu seseorang cenderung abai atau menghiraukan risiko yang ada untuk tetap menggunakan aplikasi Tokopedia untuk kegiatan berbelanja *online*.
4. Kepercayaan (X4) tidak memberi pengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia oleh mahasiswa STIE YKPN di era pandemi Covid-19 karena pada penelitian ini dijelaskan bahwa baik atau buruknya reputasi aplikasi Tokopedia dan penjual di dalamnya tidak akan berpengaruh terhadap minat orang dalam berbelanja *online* menggunakan aplikasi ini karena dalam kondisi pandemi Covid-19 seperti ini, mobilitas seseorang sangat terbatas sehingga cenderung kesulitan dalam berbelanja kebutuhan serta keinginannya. Jadi seseorang akan tetap menggunakan aplikasi belanja *online* Tokopedia walaupun reputasi aplikasi Tokopedia di dalamnya baik atau buruk dengan kata lain terpercaya atau tidak.
5. Sikap (X5) memberi pengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia oleh mahasiswa STIE YKPN di era pandemi Covid-19 karena dalam menyikapi penggunaan aplikasi Tokopedia sebagai aplikasi belanja *online*. Jika seseorang menyikapi aplikasi Tokopedia secara positif seperti dalam pengambilan keputusan membeli, seseorang akan memilih toko atau platform yang sesuai dengan keinginannya sehingga seseorang tersebut menjadikan aplikasi Tokopedia sebagai aplikasi langganan dalam berbelanja *online*.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Saran

1. Peneliti selanjutnya dapat melakukan pengujian pada faktor lain seperti norma subjektif, kontrol perilaku, kerumitan, kepuasan, persediaan fitur aplikasi yang diasumsikan dapat memberi pengaruh terhadap minat penggunaan SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berbasis *e-commerce* pada belanja *online* Tokopedia.
2. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan berbagai metode dan media lain guna melakukan penyebaran kuesioner untuk pengumpulan data agar peneliti selanjutnya dapat memperoleh responden yang lebih banyak dengan penyebaran yang lebih luas.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen. (1975). *An Introduction To Theory And Research*.
- Ajzen. (1991). *The Theory Of Planned Behavior. Organizational Behavior And Human Decision Processes*.
- Ajzen. (2005). *Attitudes Personality And Behavior*. 67.
- Alghifari. (2015). *Analisis Regresi Linear Berganda*.
- Andreas, T. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Bertransaksi Dengan E-Commerce (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Stiesia)*.
- Anggi, D. A., & Bagus, I. (2017). *Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha*. 20.
- Anjani, T. A. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Sikap Terhadap Minat Perilaku Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce (Studi Empiris Pada PT Lazada Indonesia)*.
- Awaliah, I. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Penjualan Online Dengan Menggunakan Technology Accepted Model (TAM)*.
- Budiastuti, A. D., & Muid, D. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)*. 9, 1-10.
- Davis. (1989, Agustus 8). *User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models\**, 35, 985.
- Deananda, A., & Muid, D. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)*. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 9.
- Dedy, & Dita. (2018). *Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus*, 9.
- Dianari, G. F. (2017). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*.
- Erlisya, P. G. (2020). *Pengaruh Persepsi Perkembangan E-Commerce Dan Persepsi Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Mahasiswa Berbisnis Online*.
- Faizal, & Hermala. (2019). *Pengintegrasian Technology Acceptance Model (Tam) Dan Kepercayaan Konsumen Pada Marketplace Online Indonesia*.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Gustiyan, H. (2014). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Bank Perkreditan Rakyat (Bpr) Di Tanjungpinang.
- Hall, J. A. (2001). Accounting Information Systems.
- Hasan, N., Marselina, A., & Ismail, N. (2020, September). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsi Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Flores Ende). *1*.
- Iprice. (T.Thn.). *Iprice Insights*.
- Irianti, N. D. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kepuasan Dan Resiko Terhadap Minat Pembeli Untuk Menggunakan Sistem E-Commerce (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Jogiyanto. (2008). Sistem Informasi Keperilakuan. 29.
- Kurniawan, R. A., Chendra, M., Kelvin, K., Anderson, K., & Yudianto, W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan E-Commerce (Studi Kasus Di Shopee Indoensia).
- Millennia Hadiyati, F. (2019, September 3). *Kompasiana*.
- Puspaningtiyas, I. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Saraswati, H. (2013, September). Faktor Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & Rnd.
- Tambunan, P. (2014). *Apa Yang Dimaksud Dengan E-Commerce*.
- Widi, R. (2011). Uji Validitas Dan Reliabilitas.
- Yanti, D. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Sikap Karyawan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce (Studi Kasus : Pt. Ritel Bersama Nasional - JD.ID).