

**ANALISIS FAKTOR MINAT PENGGUNAAN SISTEM
INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* APLIKASI
SHOPEE MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE***

MODEL

SKRIPSI



Oleh

SITI HILDANI SAADATUL KHAIR

NIM : 19520002

PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2023

**ANALISIS FAKTOR MINAT PENGGUNAAN SISTEM
INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* APLIKASI
SHOPEE MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE***

MODEL

SKRIPSI

Diusulkan untuk Penelitian Skripsi pada Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Negeri (UIN)

Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh

SITI HILDANI SAADATUL KHAIR

NIM : 19520002

PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2023

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS FAKTOR MINAT PENGGUNAAN SISTEM
INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* APLIKASI
SHOPEE MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE*
MODEL

Oleh

SITI HILDANI SAADATUL KHAIR

NIM : 19520002

Telah disetujui pada tanggal 18 November 2022

Dosen Pembimbing,



Isnan Murdiansyah, SE,M.S.A
NIP. 198607212019031008

Mengetahui:

Ketua Program Studi,



Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, S.E., M.Bus., Ak., CA, M.Res., Ph.D.
NIP.197606172008012020

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* APLIKASI SHOPEE
MENGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*
SKRIPSI**

Oleh

SITI HILDANI SAADATUL KHAIR

NIM : 19520002

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 11 Mei 2023

Susunan Dewan Penguji:

1 Penguji Utama

Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A

NIP. 19751030201608012048

2 Ketua Penguji

Yona Octiani Lestari, SE., M.S.A

NIP. 197710252009012006

3 Sekretaris Penguji

Isnan Murdiansyah, M.S.A

NIP. 198607212019031008

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,



Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D

NIP. 197606172008012020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Hildani Saadatul Khair

NIM : 19520002

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: "**Analisis Faktor Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Aplikasi Shopee Menggunakan *Technology Acceptance Model***" Adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 5 April 2023

Hormat saya,



Siti Hildani Saadatul Khair

NIM: 19520002

MOTTO

*Kebaikan menghapus keburukan, sesungguhnya perbuatan baik itu dapat menghapus
perbuatan buruk*

(Q.s. Hud: 114)

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Inayah-Nya sehingga saya dapat melewati segala tahapan-tahapan yang harus dilalui, serta Shalawat dan Salam tetap terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Persembahan ini saya tujukan kepada kedua orang tua saya, bapak nasrullah dan ibu zuliani karena berkat perjuangan beliau dan do'anya saya bisa berada pada titik ini. Terimakasih atas dukungan yang selalu diberi dan doa-doa yang terbaik. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan nikmat sehat, umur yang berkah, rezeki yang lapang dan kebahagiaan kepada Bapak dan mamak. Karya ini juga dipersembahkan kepada keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis lebih bersemangat untuk menyelesaikan karya ini. Terimakasih atas dukungan yang selalu diberi dan doa-doa baik yang dipanjatkan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kita kesehatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Aplikasi Shopee Menggunakan *Technology Acceptance Model***” dengan tepat waktu. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang memberikan jalan yang lurus dalam mendapat syafaatnya di hari kiamat. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi tugas ujian akhir dan sebagai syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan tidak bisa selesai tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan rasa hormat saya berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof Dr. H. Zainuddin MA selaku rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Misbahul Munir, Lc.,M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Sulis Rochayatun, M.Akun., Ak. CA., CMA,CSRA selaku Dosen Wali yang memberikan arahan dalam membimbing saya dalam menyelesaikan studi di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

5. Isnan Murdiansyah, SE, MSA selaku dosen pembimbing saya yang senantiasa memberikan waktu, tenaga, bimbingan, dukungan, arahan serta motivasi kepada saya dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang sudah membimbing saya dan memberikan ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan studi S1.
7. Segenap staff dan karyawan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang senantiasa memberikan kemudahan dalam segala administrasi dengan sabar.
8. Seluruh responden dan semua pihak yang telah ikut berpartisipasi dalam proses penelitian atas kesediaannya dan keikhlasannya.
9. Bapak Nasrullah dan Mamak Zuliani, kedua orang tua saya yang berkontribusi sangat besar dalam skripsi ini karena selalu mendoakan tiada putusya yang terbaik, memberikan dukungan dan kasih sayangnya serta tidak lupa motivasi yang tiada hentinya agar saya dapat menyelesaikan skripsi tahun ini.
10. Kepada adik-adik saya iin dan arka yang menghibur saya jika saya merasa penat.
11. Kepada keluarga besar saya yang telah mendukung sepenuhnya nenek, paman, bibi, sepupu, keponakan saya yang sangat mendukung saya dan mensupport.
12. Kepada pacar saya M. Alwan Wijaya yang sudah sama-sama berjuang dan menjalani proses secara bersama-sama dari awal hingga akhir, selalu saling support, saling memotivasi, saling melengkapi sehingga kami bisa sampai tahap yang sekarang ini.

13. Teman teman angkatan 2019 Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang saling mendukung dalam kesuksesan bersama khususnya buat Dinda dan salsa teman seperjuangan dari semester 1 sampe sekarang selama studi S1.
14. Terimakasih juga kepada teman-teman kontrakan Al- Barokahh, Hilda, Sindi, Anisa, Sekar, Anti, Faizah dan teman kontrakan lantai 2,3 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang selalu memberikan motivasi, dukungan, penyemangat, penghibur jikalau penat agar saya semangat dalam menyelesaikan skripsi.

Malang, 5 April 2023

Peneliti,

Siti Hildani Saadatul Khair

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teori	13
2.2.1 Sistem Informasi Akuntansi.....	18
2.2.2 Sistem Informasi Akuntansi berbasis <i>e-commerce</i>	21
2.2.3 E- commerce.....	21
2.2.4 TAM.....	24
2.3 Integritas Keislaman.....	25

2.4 Kerangka Konseptal	26
2.5 Perumusan Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Lokasi Penelitian.....	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Data dan Sumber data.....	32
3.6 Teknik Pengumpulan data.....	32
3.7 Definisi Konseptual.....	34
3.8 Definisi Operasional Variable.....	34
3.9 Metode Analisis Data.....	35
3.9.1 Statistik Deskriptif	36
3.9.2 Analisis Instrumen.....	36
3.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.9.4 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	40
4.2 Metode Analisis Data.....	40
4.2.1 Statistik Deskriptif	40
4.2.2 Analisis Instrumen Penelitian.....	42

4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.2.4 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	53
4.3 Interpretasi Hasil.....	59
BAB V KESIMPULAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67

Abstract

Kemajuan teknologi di era sekarang ini mengalami peningkatan yang cukup pesat. Seseorang bisa dengan mudah melakukan pekerjaan ataupun hal lainnya. Tidak ketinggalan dengan transaksi berbelanja online. Semua orang dengan mudah menggunakan aplikasi penjualan online untuk transaksi mereka, tidak ketinggalan dengan aplikasi shopee yang sangat mudah di akses dan bisa digunakan dimanapun, kapanpun dalam keadaan apapun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel norma subjektif, persepsi kenyamanan, kegunaan, dan kompleksitas terhadap minat menggunakan SIA berbasis e-commerce pada aplikasi shopee online di kalangan mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi dan Manajemen yang telah mengambil mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi (SIA). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 85 responden. Data penelitian diambil dari data primer yang diperoleh dari data penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling; yaitu pemilihan sampel tidak acak. Dan metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis linier berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma subyektif, kenyamanan yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, dan kompleksitas berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan SIA berbasis e-commerce pada aplikasi penjualan online shop.

Kata kunci : E-commerce, Sistem Informasi Akuntansi, TAM

Abstract

Technological advances in the current era have increased quite rapidly. Someone can easily do work or other things. Don't miss online shopping transactions. Everyone can easily use the online sales application for their transactions, not to forget the shopee application which is very easy to access and can be used anywhere, anytime under any circumstances. This study aims to determine the effect of subjective norm variables, perceived convenience, usability, and complexity on the interest in using e-commerce-based SIA in the online shopee application among students. The population in this study were students at the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, Faculty of Economics, Accounting and Management Study Program, who had taken the Accounting Information Systems (AIS) course. The samples used in this study were 85 respondents. The research data was taken from primary data obtained from questionnaire distribution data. The sampling technique uses a purposive sampling technique; namely, the selection of samples is not random. And the data processing method in this study is to use multiple linear analyses using the SPSS 22 analysis tool. The results of this study indicate that subjective norms, perceived convenience, perceived usefulness, and complexity have a significant positive

effect on the intention to use an e-commerce-based SIA in the online shop sales application.

Keywords: E-commerce, Sistem Informasi Akuntansi, TAM

خلاصة

ازداد ال تقدم ال تكنولوجيا في العصر الحالي بسرعة كبيرة. يمكن لأي شخص بسهولة القيام بعمل أو أداء أخرى. لا توفت معاملات ال تسوق عبر الإنترنت. يمكن لجمع بسهولة استخدام تطبيق المبيعات عبر الإنترنت لمعاملاتهم ، ناهيك عن تطبيق التسوق الذي يسهل الوصول إليه ويمكن استخدامه في أي مكان وفي أي وقت وتحت أي ظرف من الظروف. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير المتغيرات المعيارية لنية الاستخدام ، والتعقيد على الأهل تمام باستخدام الذاتية ، والملاءمة المتصورة ، وقابلية الإنترنت إلى ربع قوس تم القبض عليها في نورت كل إلى تراجع التل على مئ اقل ال SIA الجامعات. كان المجمع في هذه الدراسة من طلاب جامعة الدولة الإسلامية مولانا مالك إبراهيم الإدارة ، الذين التحقوا بدورة نظم المعلومات مالانج ، برنامج دراسة كلية الاقتصاد والمحاكاة و تم سحب البيانات من ذخأ مت. مستجيباً 85 كانت العينة المستخدمة في هذه الدراسة (SIA) المحاسبية البيانات الأولية التي تم الحصول عليها من بيانات توزيع الاستبيان. تستخدم تقريظ اختيار العينة ليس عشوائياً قذية أخذ العينات أسلوب أخذ العينات هدفية ؛ أي أن معالجة البيانات في هذه الدراسة هي استخدام التحليل الخطي المتعدد باستخدام أداة التحليل SSPS 22. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن المعايير الذاتية والملاءمة استخدام المتصورة والفوائد المتصورة والتعقيد لها تأثير إيجابي كبير على نية استخدام الإنترنت إلى ربع رجاء ال تاع ي ب م في نورت كل إلى تراجع التل على مئ اقل ال SIA.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية ، نظام المعلومات المحاسبية ، تام

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi yang semakin berkembang dewasa ini menjadikan gaya hidup maupun kebutuhan setiap individu semakin berkembang. Bukan hanya itu, dengan adanya penemuan-penemuan baru atau inovasi yang sangat beragam membantu memenuhi kebutuhan dan gaya hidup seseorang terpenuhi. Di era yang sekarang ini setiap lapisan masyarakat tidak bisa lepas dari yang namanya internet. Baik itu untuk sekedar berkomunikasi, ataupun hal lain yang mereka butuhkan, sehingga memudahkan dalam mengerjakan sesuatu.

Indonesia sendiri sudah menerapkan *e-commerce* dalam mengembangkan perekonomian di Indonesia, keuntungan yang ditawarkan sangat banyak sekali bagi pengguna *e-commerce*, di antaranya adalah efisiensi produsen yang berpotensi agar mendapatkan informasi terkait persaingan harga yang terdapat dalam pasar global. *e-commerce* tidak memberikan batasan pula lokasi penjualan produk dan bisa menangani langkanya sumber daya (Dianari, 2018). Kelebihan *e-commerce* adalah aktivitas jual beli yang transaksinya berbentuk *cashless*. Sebagian banyak masyarakat memilih melaksanakan transaksi berdagang lewat *e-commerce* sebab lebih nyaman atau tidak harus datang ke pusat perbelanjaan dan toko, sekarang pembayaran bisa dilaksanakan secara cepat dan mudah. Akses *e-commerce* sekarang ini bisa lewat aplikasi dalam telepon genggam *smartphone* yang tidak membutuhkan modal yang

banyak untuk mengoperasikannya. Hanyalah memerlukan koneksi sinyal *provider* yang kuat dalam mengakses internet, penggunaanya telah bisa mempergunakan *e-commerce* secara cepat, praktis, mudah.

Pemakai internet di negara Indonesia sejak awal tahun 2021 sudah sampai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini ini mengalami peningkatan sebanyak dua puluh tujuh juta jiwa / 15,5% daripada tahun 2020 bulan Januari. Penetrasi internet di Indonesia menyentuh jumlah 73,7%, sebab total penduduk yang terdapat dalam negara Indoensia sekarang adalah 274,9 juta jiwa (Fajar et al., 2022).

Tabel 1. 1

Penggunaan Internet di Indonesia

Tahun	Jumlah Penduduk (juta)	Jumlah Pengguna Internet (juta)	Kenaikan (%)
2017	262,0	132,7	0
2018	265,4	132,7	12,2
2019	268,2	150,0	13,1
2020	272,1	175,4	16,9
2021	274,9	202,6	17,5
2022	277,7	226,2	18,2

Sumber : Aptika Kominfo, 2022

Kita bisa melihat bahwa pada tabel di atas, penggunaan internet tiap tahunnya mengalami kenaikan terus menerus dari tahun 2017 sampai sekarang. Survei yang dilaksanakan asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia melihat pula penetrasi internet di Indonesia berlandaskan usia penggunanya yang dilakukan survei. Jadi penggunaan internet di Indonesia ini jumlahnya berbeda-beda berdasarkan usia. Penggunaan internet di Indonesia dengan kelompok usia 13-18 tahun memiliki persentasi paling tinggi penggunaan internet yaitu pada persentase 99,16%. Selanjutnya yaitu kelompok umur 19-34 tahun mempunyai persentasi 98,64%. Kelompok umur selanjutnya adalah pada usia 35-54 tahun dengan persentasi sebanyak 87,3%. Anak berusia 5-12 tahun mempunyai persentasi sebanyak 62,43% sedangkan persentasi terakhir atau kelompok usia paling sedikit menggunakan internet adalah usia 55 tahun ke atas memiliki persentase 51,73% saja.

Penggunaan internet paling banyak juga dilihat dari tempatnya. Pemakaian internet masih berpusat di pulau Jawa memiliki persentasi 43,92%. Lalu pulau Sumatera ada pada urutan kedua memiliki persentasi 16,63%. Kemudian, 5,53% pemakaian internet asalnya melalui Sulawesi, 4,88% asalnya Kalimantan, Nusa Tenggara 2,71%, Papua 1,38%, Bali 1,17%, serta 0,81% Maluku.

Sebagian besar lapisan masyarakat pasti sudah berbelanja melalui internet. Teknologi seperti ini adalah termasuk media baru dalam berbelanja atau melakukan transaksi jual beli. Teknologi ini juga memudahkan untuk mendapatkan informasi atau data penggunaannya pada beberapa kebutuhan seperti melakukan pengiriman pesan, pembacaan data yang dikehendaki, pembagian data, memudahkan pekerjaan

karena dengan belanja *online* kita tidak harus mendangi tempat penjual di mana disebut sebagai *e-commerce*. *E-commerce* adalah pemanfaatan internet guna transaksi bisnis jual beli yang dapat dilaksanakan kapanpun dan dimanapun.

Perkembangan Era Revolusi Industri 5.0 sekarang ini mengalami kenaikan yang sangatlah cepat, bertambah canggihnya mesin bisa menggantikan tugas manusia maka hal ini dapat memberikan pengaruh terhadap profesi yang ada. Dalam Era Revolusi Industri 5.0 saat ini. Tumbuh kembang Teknologi mengalami peningkatan sangatlah cepat, bertambah canggihnya robot maupun mesin bisa menjalankan tugas yang dilaksanakan manusia, hal itu bisa memberikan pengaruh terhadap Profesi yang ada. Beberapa tahun ke depan diprediksi profesi jasa aktuarial, penilaian, akuntansi akan diganti dengan robot yang mempergunakan system algoritma untuk menerangkan tugas (Butarbutar et al., 2022). Era 4.0 berfokus pada produksi sedangkan 5.0 komponen utamanya adalah manusia yang bisa menciptakan nilai baru melalui berbagai perkembangan teknologi yang ada dan dapat meminimalisir kesenjangan pada masyarakat dalam masalah perekonomian dimasa mendatang. Walaupun banyak sekali kendala yang di hadapi dalam era 5.0 ini tetapi kita harus membuktikan dan menerapkannya.

Berbisnis secara *online* sudah mengalami perubahan menjadi gaya hidup berbelanja. Sebab dengan adanya belanja online bisa memudahkan seseorang dalam membeli dan mencari produk yang ingin di beli. Karena konsumen tidak harus datang ke toko dengan waktu lama atau dengan jarak yang cukup jauh sehingga dapat membantu memanfaatkan waktu secara efektif dibandingkan dengan berbelanja

secara *offline*. Untuk itu berbelanja secara *online* adalah salah satu alternatif dalam berbelanja untuk mempermudah semua pekerjaan. Berbelanja *offline* juga sangat tidak efektif, karena harus berkunjung ke tempat penjual, dan adanya kemacetan, tempat parkir yang ramai, terbatas. Adanya pertimbangan seperti ini membuat seseorang lebih memilih untuk berbelanja secara *online*.

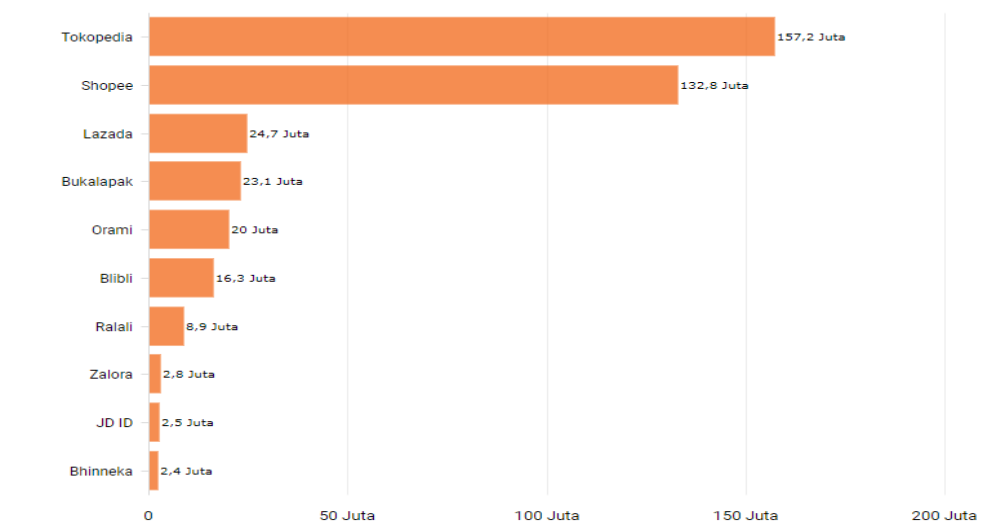
Marketplace yang sangatlah disukai dilakangan remaja sampai dewasa salah satunya merupakan aplikasi Shopee. Shopee resmi diumumkan di Indonesia bulan Desember 2015 di bawah naungan PT Shopee International Indonesia. Semenjak peluncuran Shopee berkembang sangatlah cepat, karena fitur-fitur yang diberikan dan cara penggunaan yang mudah di mengerti membuat aplikasi Shopee ini banyak di gunakan oleh masyarakat Indonesia. Shopee adalah salah satu *e-commerce* dengan jenis *costumers to costumer*. *E-commerce* dengan jenis *costumers to costumers* ini mencakup pembeli yang menjual langsung pada konsumen. Artinya *e-commerce* ini memnyiapkan ruang untuk penjual supaya bisa menjadikan toko *online* nya dan bisa menghubungkan penjual dengan pembeli dengan langsung pada sebuah komunitas.

Shopee adalah cabang dari perusahaan Sea Group yang bertempat di Singapura dan mengalami perkembangan dalam berbagai negara yaitu Thailand, Taiwan, Malaysia, Vietman, Indonesia. Aplikasi Shopee ini juga bertujuan untuk memudahkan berkomunikasi secara langsung diantara penjual dengan pembeli dengan akses menyenangkan dan mudah untuk setiap pengguna aplikasi Shopee seiring dengan gaya berbelanja secara *online* melalui ponsel. Dapat diketahui bahwa

penggunaan internet setiap tahunnya meningkat. Penggunaan *e-commerce* di Indonesia dari tahun 2018 sampai sekarang mengalami peningkatan terus menerus setiap harinya.

Gambar 1. 1

Persaingan Toko Online di Indonesia 2022



Sumber: Tokopedia, 2022

Shopee maupun Tokopedia masih menguasai pasar *e-commerce* Indonesia. Kompetisi dua-duanya bertambah ketat bila ditinjau berdasar rerata banyaknya pengunjung per bulannya. Berlandaskan data *iPrice*, rerata pengunjung bulanan laman Tokopedia menyentuh angka 157,2 juta dalam kuartal I 2022. Jumlah itu mengalami kenaikan 5,1% dari kuartal IV 2021 yaitu 149,6 juta kunjungan.

Sedangkan Shopee masuk posisi ke-2 memiliki rerata pengunjung bulanan 132,77 juta dalam kuartal I 2022, meningkat 0,6% dari kuartal terdahulu yang masih

131,9 juta. Lalu Lazada meningkat ke urutan ketiga, menggeser Bukalapak di 3 bulan pertama tahun ini. Rerata pengunjung bulanan melalui dua *e-commerce* itu setiapnya menyentuh angka 24,68 juta maupun 23,1 juta.

Sedangkan Orami mengalami kenaikan menjadi posisi ke-5, Blibli mengalami penurunan menjadi posisi ke-6, Ralali ke-7, Zalora mengalami kenaikan posisi ke-8. JD.ID mengalami penurunan ke posisi ke-9 sedangkan Bhinneka menurun menjadi posisi ke-10 memiliki rincian jumlah pengunjung bulanan sebagaimana dilihat dalam grafik.

Masyarakat di Indonesia telah mempergunakan *e-commerce* Shopee merupakan media guna membeli ataupun menjual sebuah barang. Berdasarkan gambar 1, aplikasi Shopee ada pada urutan kedua menjadi *e-commerce* yang berjenis *customers to customers* yang seringkali di gunakan sesudah Tokopedia. Aplikasi Shopee memiliki penawaran banyak sekali kemudahan salah satunya yaitu untuk melakukan akses aplikasinya agar masyarakat yang menggunakannya dapat dengan mudah untuk berbelanja. Hal ini merupakan agar menarik masyarakat dalam mempergunakan aplikasi Shopee sehingga menjadi media belanja online yang terus menerus meningkat.

E-Commerce termasuk dari banyaknya jenis jual beli. Berlandaskan bahasa jual beli artinya melakukan penukaran kepemilikan barang dan barang. Transaksi jual beli ini adalah transaksi yang tidak dilarang didalam Islam dan Rasulullah juga sangat menganjurkan untuk transaksi jual beli. Dasar jual beli yang ada di Al-Qur'an surah Al-Baqarah 275 maupun surah An-Nisa ayat 29 yaitu:

الرِّبَاُ وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ

Artinya : “ padahal Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (Al-Baqarah: 275)

عَنْ تِجَارَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالَكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
مُبَكَّرًا جِيمًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ تَرَاضٍ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan saling rela di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS: An-Nisa: 29)

TAM ialah model penerimaan teknologi yang dipaparkan Davis pada tahun 1989. Davis pada 1989 menambah 2 konstruk utama didalam user *acceptance* kemudahan mempergunakan persepsian serta kegunaan persepsian. Sesudah memperkenalkan TAM, Venkatesh dan Davis (2000) melaksanakan perluasan TAM dinamakan dengan TAM2 secara mengidentifikasikan mengenai faktor umum dalam penggunaan persepsian. Kemudian, Venkatesh (2000) membuat determinan dari kemudahan penggunaan persepsian. Perkembangan TAM yang paling akhir adalah secara mengkombinasi TAM2 (Venkatesh dan Davis, 2000) maupun model determinan kemudahan penggunaan persepsian (Venkatesh, 2000) dinamakan dengan TAM3 dilakukan pengembangan oleh Venkatesh dan Bala (2008).

Relevansi teori TAM3 pada penelitian guna mengetahui faktor yang memberikan pengaruh pada penerimaan teknologi informasi yakni aplikasi Shopee oleh pemakai teknologi ditinjau berdasarkan manfaat, sikap, kemudahan penggunaan yang bisa memberikan pengaruh pada minat berbelanja mempergunakan aplikasi Shopee. Kemudian saat penggunanya merasakan aplikasi Shoppe bisa memberikan manfaat atau mudah dipergunakan bagi kegiatan berbelanja dengan online sehingga penggunanya akan memilih aplikasi Shoppe untuk berbelanja dengan *online*.

E-commerce bisa diartikan dengan area adanya pertukaran informasi diantara penjual dengan pembeli melalui internet. Tidak bisa dipungkiiri arena jual beli di internet tercipta dikarenakan adanya banyak jaringan internet yang saling terhubung. Timbulnya *e-commerce* tidak bisa dilepaskan dengan perkembangan teknologi informasi yang sangatlah cepat. *E-commerce* bisa memudahkan sebuah perusahaan mengakses seluruh dunia dalam memperjualbelikan jasa ataupun produknya dan tidak adanya batas geografis. Dalam mengimplementasikan *e-commerce* guna memasakan produknya hal yang harus diketahui salah satunya bahwa bahan baku yang sangat krusial merupakan informasi. E-commerce adalah salah satu hal yang memicu adanya prinsip ekonomi baru yang sekarang disebut sebagai ekonomi digital (Rerung, 2018).

Norma subyektif adalah bagaimanakah seorang merasa ada tekanan yang diberikan kepadanya dalam melaksanakan ataupun tidak melaksanakan suatu perilaku. Orang di sekitaran individu mempunyai peranan yang menonjol untuk membentuk norma subyektif. Berbagai referensi yang menonjol diantaranya melalui

orang tua, saudara, teman, dan anggota keluarga yang lain (Pangestika & Prasastyo, 2017). Perilaku seorang dalam memperlihatkan suatu tindakan umumnya dimulai dengan niat dalam melaksanakan perilaku itu. Niat beli kuat bisa memberikan rangsangan adanya sebuah gerakan misalnya tindakan melakukan pembelian suatu produk.

Kemudahan penggunaan didefinisikan dengan seberapa jauhkan orang percaya bahwasanya mempergunakan teknologi tertentu akan terbebas dari usaha. Pandangan kemudahan ini akan memberikan dampak terhadap perilaku, yakni bertambah tingginya pandangan seorang terkait kemudahan mempergunakan sistem, sehingga bertambah tingginya juga tingkatan penggunaan teknologi informasi. Bulan hanya itu, jumlah penggunaan beserta hubungan diantara pengguna dan sistem bisa membuktikan pula kemudahan penggunaan (Shomad & Purnomosidhi, 2012).

Persepsi kegunaan adalah bagaimana masyarakat melihat apakah teknologi tersebut bermanfaat atau tidak. Semakin bermanfaatnya sebuah teknologi sehingga akan bertambah banyaknya yang memanfaatkan teknologi itu. Bertambah bermanfaatnya teknologi yang digunakan maka akan semakin puas para konsumennya (D Sugandi et al., 2022).

Persepsi kerumitan ini sangat penting diperhatikan. Persepsi kerumitan ini menunjukkan bahwa semakin rumit suatu aplikasi dalam mengoprasikannya maka semakin sedikit minat dalam menggunakannya. Sebaliknya semakin mudah menggunakan suatu aplikasi maka akan berdampak pada penggunaan yang banyak atau banyaknya peminat aplikasi tersebut.

Alasan mengambil sampel atau melakukan penelitian dalam UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yaitu dikarenakan penulis kuliah di UIN Malang dan memudahkan akses ataupun memudahkan untuk mendapat data. Berlandaskan latar belakang diatas, sehingga untuk peneliti guna melaksnaakan penelitian judulnya “Analisis Faktor Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *e-commerce* Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model (Tam)*”

1.2 Rumusan masalah

- a. Apakah norma subjektif memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan *online*?
- b. Apakah persepsi kemudahan memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan *online*?
- c. Apakah persepsi kegunaan memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan *online*?
- d. Apakah kerumitan memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

- a. Diketahuinya apakah persepsi kemudahan memberikan pengaruh terhaap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan *online*.

- b. Diketuainya apakah persepsi kemudahan memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan *online*.
- c. Diketuainya apakah persepsi kegunaan memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan *online*.
- d. Diketuainya apakah kerumitan memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan *online*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharap penelitian bisa meningkatkan informasi, ilmu pengetahuan, wawasan pada peneliti serta tentunya pihak lainnya yang membaca ataupun yang memiliki kepentingan.
- b. Diharap penelitian dijadikan sumber referensi untuk melaksanakan penelitian dan menjadi data tambahan untuk mahasiswa dan penelitian yang lain.

2. Manfaat Praktis

Diharap hasil penelitian bisa bermamfaat menambah literatur atau berkontribusi pada penelitian berikutnya, terkhusus membahas tentang *e-commerce*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dibawah berbagai penelitian terkait penggunaan *e-commerce* dan yang berkaitan dengan judul penelitian:

Tabel 2. 1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil penelitian
1	“Pengaruh kesiapan teknologi, sumber daya manusia, kerumitan, keamanan, kerahasiaan terhadap minat menggunakan e-filling.” a. I Putu Okta	Kerahasiaan Keamanan SDM Kerumitan Kesiapa teknologi Minat penggunaan	Metode yang digunakan Adalah Metode Kuantitatif	Kerahasiaan, Keamanan, Kerumitan, SDM, Kesiapan Teknologi memberikan pengaruh pada Minat penggunaan

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil penelitian
	Mahendra (2019)			
2	<p>“Pengaruh aplikasi TAM dan kepercayaan terhadap minat membeli ulang mempergunakan <i>e-commerce</i> dalam pembelian produk”</p> <p>a. Wahuni nur b. Brady rikumahu (2019)</p>	<p>Persepsi kemudahan Persepsi kegunaan Minat prilaku</p>	<p>Jenis Penelitian Ini merupakan Penelitian Kuantitatif</p>	<p>Persepsi kegunaan, kemudahan, dan persepsi resiko berpengaruh terhadap minat membeli ulang mempergunakan <i>e-commerce</i> untuk membeli produk</p>
3	<p>“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk</p>	<p>Persepsi manfaat Persepsi Responden Minat Penggunaan</p>	<p>Penelitian Menggunakan Jenis Data Kuantitatif,</p>	<p>Hasil Dalam Variabel Persepsi Manfaat masuk kedalam kategori tinggi mempergunakan</p>

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil penelitian
	Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay)” a. Sulfina b. Yuliniar, c. Alfida Aziz (2020)			metode 3 kotak, maka bisa didefiniikan bahwasanya persepsi responden di daerah JABODETABEK terkait Shopeepay yaitu mempunyai manfaat.
4	“Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee”	Kepercayaan (X1) Indikator Harga (X2) Minat penggunaan (Y)	Metode penelitian yang dipergunakan merupakan metode kuantitatif	Seluruh variable pada penelitian menunjukkan suatu pengaruh, tetapi berlandaskan path coefficient membuktikan pada penelitian ini kepercayaan melemahkan korelasi

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil penelitian
	a. Edwin Japariato b. Stephanie Adelia (2020)			diantara variabel bebas yaitu harga maupun tampilan web pada variabel tergantung yaitu minat beli, tetapi korelasi langsung diantara variabel bebas pada variabel terikat lebih kuat.
5	“Analisis Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi Pada Kepuasan Belanja Generasi Milenial Di Kota pangkalpinang (Studi Kasus Pada Portal	Variabel yang dipergunakan yaitu	Metode Penelitian yang dipergunakan Metode Kuantitatif	Secara serentak <i>E-Commerce</i> maupun sistem informasi yang diterapkan memberikan pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan belanja

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil penelitian
	belanja Online shopee.Co.Id)” Desy Febriyani (2021)			generasi milenial di Kota Pangkalpinang dalam Portal Belanja Online
6	“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Norma Subjektif pada Minat Menggunakan Sistem Informasi Pembayaran Elektronik (E-Payment)” a. Luh putu eka	Variabelnya adalah Persepsi Kemudahan Persepsi Manfaat Norma Subjektif Persepsi Kepercayaan Minat mempergunakan sistem informasi pembayaran elektronik	Metode yang dipakai merupakan metode kuantitatif	Hasil penelitian menyebutkan bahwasanya persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi manfaat, maupun norma subjektif memberikan pengaruh positif pada minat mempergunakan sistem informasi

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil penelitian
	wulansari b. I gede agus pratama			pembayaran elektronik
7	“Analisis faktor-faktor yang memberikan pengaruh pada keputusan pembelian online platform <i>E-Commerce</i> Shopee.” a. Kyvani Novia Andini (2021)	Kualitas Pelayanan Keamanan Minat Beli Kepercayaan Keputusan Pembelian	Metode yang dipergunakan merupakan metode deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian membuktikan variabel bebas mencakup minat beli, kepercayaan, kualitas pelayanan, keamanan secara serentak memberikan pengaruh pada variabel devenden yakni keputusan pembelian dalam platform <i>e-commerce</i> shopee di kota tegal

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil penelitian
8	<p>“Analisis faktor yang memberikan pengaruh pada minat penggunaan e-commerce: Studi kasus di Shopee Indonesia.”</p> <p>a. Ricky Andi Kurniawan a</p> <p>b. Mikhael Chendra</p> <p>c. Kelvin Kelvin</p> <p>d. Kevin Anderson</p> <p>e. Wahyu Yudianto (2021)</p>	<p>Perilaku dalam Bertransaksi, Kepercayaan untuk Melaksanakan Transaksi, Risiko Transaksi, Persediaan Fitur Aplikasi, Kemudahan Penelitian, Minat Penggunaan</p>	<p>digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian membuktikan kepercayaan untuk melaksanakan transaksi maupun perilaku untuk melakukan transaksi bisa memberikan pengaruh pada minat pemakaian aplikasi Shopee di Kota Batam serta faktor yang tidak memberikan pengaruh pada keputusan masyarakat di Kota Batam.</p>

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil penelitian
9	<p>“Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Pada Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian.”</p> <p>a. Ridha Nurakhmawati</p> <p>b. Ami Purnamawa</p> <p>c. Indra Fahmi (2022)</p>	<p>Pengaruh E-service quality</p> <p>Pembelian Pengaruh E-service quality</p> <p>Pengaruh Keputusan</p>	<p>Metode yang dipergunakan merupakan metode deskriptif kuantitatif</p>	<p>Bisa diambil kesimpulan bahwasanya E-service quality Mempunyai pengaruh tidak langsung yang signifikan pada E-satisfaction lewat keputusan pembelian konsumen ecommerce Shopee.</p>
10	<p>“Analisis Faktor yang mempengaruhi penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-</p>	<p>Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence</p> <p>penggunaan E-</p>	<p>Metode yang dipergunakan merupakan metode deskriptif kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini merupakan variabel Social Influence, Perceived Usefulness, Perceived Ease of</p>

No	Judul, Nama, dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil penelitian
	<p><i>commerce</i> pada masa pandemi”</p> <p>a. Dyla Putri Rahmawati</p> <p>b. Novi Darmayanti</p> <p>c. A.Manaf Dientri (2022)</p>	commerce		<p>Use sementara secara individual tidak memberikan pengaruh kepada Penggunaan E-commerce.</p> <p>Sedangkan secara serentak variabel independen Social Influence, Trust, Perceived Usefulnessm Perceived Ease of Use memberikan pengaruh pada Penggunaan E-commerce</p>

Sumber : Penelitian Terdahulu 2022

Dalam tabel 2.1 termasuk penelitian terdahulu yang digambarkan sebagai sumber referensi penelitian. Penelitian ini adalah tumbuh kembang dari penelitian yang dilaksanakan oleh beberapa peneliti, adapun beberapa hasil penelitiannya yaitu:

Menurut (Deanada et al., 2020) dihasilkan penelitian bahwasanya persepsi kegunaan maupun kemudahan mempengaruhi signifikan positif minat penggunaan serta resiko mempengaruhi negative minat penggunaan.

Menurut hasil riset dari (Wahyuni & Dahmiri, 2021) menyatakan bahwasanya persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, mempengaruhi signifikan positif minat penggunaan sedangkan resiko mempengaruhi negative minat penggunaan.

2.2 Kajian teoritis

2.2.1 Sistem Informasi Akuntansi

a. Definisi Sistem Informasi Akuntansi

SIA merupakan bentuk sistem yang berisi komponen penyimpanan, pengumpulan, dan pencatatan data untuk memberi informasi bagi pihak yang berkepentingan (Marina et al., 2018). Sementara Steven mendefinisikan SIA yaitu komponen organisasi yang memuat analisis, pengolahan, penggolongan, pengumpulan, dan melakukan pengomunikasian informasi yang sesuai bagi kepentingan pengambil keputusan pihak terkait (Indrayati, 2015). Kemudian (Mulyadi, 2019) mengartikan SIA ialah sistem yang dibuat sedemikian rupa untuk dapat melakukan pengolahan transaksi keuangan maka dapat dihasilkan informasi keuangan yang bermanfaat bagi pihak terkait.

b. Keterkaitan antara TI dan Akuntansi

Akuntansi termasuk bahasa dalam berbisnis yang sifatnya reliabel untuk mengambil putusan atau memberi informasi terkait aspek keuangan di organisasi dengan tertulis. AICPA mulanya mendefinisikan akuntansi yaitu sistem informasi. Pentingnya informasi yang tersaji guna dapat mengambil keputusan. Akuntansi semestinya dilengkapi adanya teknologi bisnis yang terkoneksi antar lainnya maka informasi dapat digunakan pengguna secara akurat, tepat waktu, juga reliabel. Serta TI ialah wujud teknologi yang terintegrasi dengan berbagai jenis sajian informasi mencakup seluruh instrument yang mempermudah dalam pengelolaan informasi bagi pengguna.

c. Dampak TI pada Proses Akuntansi

Fungsi maupun peran Akuntansi bisa dimungkinkan dengan penggunaan akuntansi elektronik yang dioperasikan lewat kantor maya serta menghemat penggunaan kertas. Akuntansi elektronik lewat kantor maya juga dapat berguna untuk meningkatkan lebih cepat proses bisnis dan tidak ada batasan geografis saat menjalin hubungan dengan mitra bisnisnya.

d. Fungsi Sistem Informasi Akuntansi

Merujuk pendapat (Marshall B. Romney, 2014) sistem informasi akuntansi memiliki tiga fungsi yakni berikut ini:

1. Memberi pengendalian yang memadai untuk melakukan keamanan data dan asset organisasi.
2. Memberi pengumpulan dan penyimpanan daya terkait personal organisasi, kegiatan, dan sumber daya.

3. Dapat melakukan perubahan data menjadi informasi maka manajemen bisa membuat perencanaan, eksekusi, pengendalian, dan evaluasi personel, kegiatan, dan sumber daya.

e. Subsistem Sistem Informasi Akuntansi

Sebagaimana yang dikemukakan (Marshall B. Romney, 2014) subsistem pada sistem informasi akuntansi mencakup:

1. Siklus pendapatan mencakup seluruh transaksi yang menyangkut antara penjualan ke konsumen serta mengumpulkan penerimaan kas dari hasil penjualannya.
2. Siklus pengeluaran terdiri atas seluruh transaksi yang menyangkut tentang pembayaran serta pembelian jasa atau barang yang pembeli konsumsi, contohnya utilitas dan sewa.
3. Siklus SDM/upah mencakup seluruh transaksi yang menyangkut tentang perekrutan, pelatihan, beserta pembayarannya kepada karyawan.
4. Siklus pembiayaan yakni mencakup seluruh transaksi yang menyangkut tentang pembayaran kembali pinjaman, pembayaran bunga, peminjaman uang, ataupun investasi modal di perusahaan.

f. Komponen-Komponen Sistem Informasi Akuntansi

Merujuk pendapat (Marshall B. Romney, 2014) terdapat enam komponen dari SIA yakni:

1. Pengukuran keamanan dan pengendalian internal yang menyimpan data SIA

2. Infrastruktur teknologi informasi, mencakup perangkat jaringan komunikasi, computer, dan perangkat peripheral yang dipakai pada SIA.
3. Perangkat lunak dalam pengolahan data
4. Data terkait organisasi dan kegiatan bisnisnya
5. Prosedur dan instruksi yang dipakai untuk melakukan pengumpulan, pemrosesan, dan penyimpanan data
6. Orang yang memakai

g. Tipe Sistem Informasi Akuntansi

Pengklasifikasian jenis SIA, yakni antara lain:

1. Sistem Manual

Sistem manual mengacu pada penggunaan buku besar yang basisnya kertas, sementara jurnal mengacu pada logika dan tenaga manusia dalam mengolah datanya. Maka dari itu akan mungkin terjadi dalam proses pengolahan datanya dapat mengalami kesalahan karena kurangnya ketelitian dan keterbatasan pengolahan data. Meski digunakannya computer dalam pencatatan transaksi keuangan dan penyimpanan data tetapi cara pemrosesan data masih mengacu pada tenaga kerja manusia dalam pengerjaannya artinya tidak memanfaatkan fungsi sistem yang ada di computer sehingga dianggap manual sistem yang dipakai.

2. Sistem Transaksi Berbasis Komputer

Pentingnya pemrosesan tahapan kerja sistem informasi akuntansi dalam sistem transaksi berbasis computer, dikarenakan dalam pengolahan data secara manual pada STBK penggunaan fungsi sistem pendukung dapat berguna sebagai pengganti peran

manusia. Untuk mengolah berbagai bentuk informasi secara bersamaan dapat digunakannya sistem pendukung yang terdapat di computer dalam pemanfaatan fungsi kerja. STBK ini memiliki kelebihan diantaranya yaitu dapat lebih cepat pemrosesan transaksi bila dilakukan di akun yang sesuai sewaktu proses penjurnalan, dapat dilakukan pencetakan detail transaksi untuk diperiksa kapan pun, beragam pelaporan disiapkan, serta pemeriksaan dan pengendalian internal dijalankan agar dapat mencegah dan mendeteksi munculnya kekeliruan.

3. **Sistem Database**

Efisiensi harus dilakukan perusahaan dalam sistem database dikarenakan berguna sebagai pemisahan sistem data base dalam pengolahan datanya misal memisah enterprise resource planning melalui menggunakan metode persamaan akuntansi. Database dipisah untuk melakukan identifikasi kebutuhan informasi secara lebih luas melalui pengenalan proses bisnis dibandingkan hanya pendeteksian atau pencatatan aktivitas akuntansi.

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

Jurnal Alvi Rziki dikemukakan bahwa SIA dengan basis e-commerce yaitu SIA dengan pemanfaatan teknologi internet saat bertransaksi untuk pemeliharaan hubungan usaha, dan pembagian informasi bisnis (Hardianti, 2013). Digunakannya SIA berbasis e-commerce memiliki keuntungan, secara umum guna lebih dapat menjalin hubungan antara perusahaan terhadap berbagai pihak.

2.2.3 ***E-commerce***

a. Definisi *E-commerce*

E-commerce yaitu proses penyampaian produk, informasi, jasa proses transaksi lewat jaringan internet, telepon, dan akses digital lain (Kim dan Moon 1998). Sementara (Bourakis et al., 2002) mengartikan *e-commerce* ialah bentuk kegiatan berdagang lewat koneksi internet. Quayle memberi tambahan definisi pada tahun 2002 bahwa *e-commerce* adalah bentuk bertukar data elektronik yang menyangkut antara penjual dan pembeli lewat koneksi internet dalam perangkat *mobile*.

b. Latar Belakang Munculnya *E-commerce*

Berikut tiga faktor utama kemunculan e-commerce di era digital ini (Pratama, 2015) yakni diantaranya:

1. Gaya hidup dan pola berpikir manusia yang berubah di era digital
2. Terdapatnya evolusi computer yang dilengkapi software dan hardware
3. Berkembangnya jaringan telepon dan internet

c. Komponen dalam *E-commerce*

Ada empat komponen alur kegiatan yang dimiliki *e-commerce*, mencakup:

1. Pemilik toko online (penjual)
2. Pembeli (konsumen)
3. Teknologi

Teknologi meliputi seluruh teknologi terbaru yang dipakai untuk keberlangsungan *e-commerce* misal dukungan kurs mata uang maupun bahasa semua negara, POS, CRM, ERP, dukungan cloud computing, keamanan transaksi, aplikasi mobile, ataupun teknologi web.

4. Jaringan computer internet.

d. Jenis-jenis *E-commerce*

E-commerce dibagi atas tujuan jenis berdasar terhadap siapa sajakah pelakunya, bagaimana interaksi antara penjual dengan pembeli, serta terjadinya proses didalamnya. Ketujuh jenis *e-commerce* antara lain:

1. *E-commerce Business To Business (B2B)*

Yakni bertransaksi elektronik yang dijalankan di antara perusahaan. Misal transaksi yang dilakukan antara perusahaan pemasok bahan kimia terhadap perusahaan yang membuat cat tembok.

2. *E-commerce Retail Atau Business To Customer (B2C)*

Secara umum diistilahkan juga sebagai *e-tailing* tipe *e-commerce* ini dikarenakan proses transaksinya yang dilakukan yaitu perusahaan penjual dengan pembeli retail, ataupun seorang pelanggan langsung.

3. *E-commerce Customer To Business (C2B)*

Yakni bertransaksi elektronik di mana seseorang memanfaatkan internet dalam kegiatan berdagang barang atau jasa ke suatu perusahaan.

4. *E-commerce Customer To Customer (C2C)*

Yakni bertransaksi elektronik di mana seseorang melakukan penjualan barang ataupun jasa ke pihak lainnya.

5. *E-commerce Business To Government (B2G)*

Yakni kerja sama antara pemerintah dan pihak bisnis (perusahaan swasta) berupa diberikannya akreditasi untuk website *e-commerce* dipakai pihak ataupun sekelompok usaha, penyediaan regulasi (kesepakatan aturan), dan

menyediakan media aplikasi bagi pemerintah dan dunia bisnis sebagai aktivitas *e-commerce business to government*.

6. *E-commerce Government To Business (G2B)*

ialah bertransaksi jual beli online yang basisnya mobile maupun web yang dijalankan pemerintah ke perusahaan. Misal tender proyek yang adanya keterlibatan antara kerja sama perusahaan swasta dengan pemerintah demi terwujudnya proyek yang terkait, lelang beberapa aset pemerintahan (barang sitaan, tanah, Gedung, peralatan kantor) untuk menambah biaya pembangunan.

7. *E-commerce Government To Citizen (G2C)*

Yakni *e-commerce* yang menyangkut antara pemerintahan terhadap masyarakat umum. Misalnya penyediaan layanan online pembayaran sertifikat, akta, layanan transaksi online pembayaran pajak, serta pemerintah dengan wilayah melakukan pelelangan beberapa peralatan kantor dan sejumlah Gedung kepada masyarakat umum.

e. Cara Kerja *E-commerce*

Merujuk pendapat Iputu eka praTAMa, poin utama pendukung proses kerja yang dimiliki *e-commerce*, yakni:

1. Adanya produk yang diperjualbelikan
2. Adanya konsumen online
3. Adanya mekanisme untuk memberikan pelayanan kepada pembeli, secara bertatap muka (secara umum basisnya web). Diawali dari sistem penanganan proses etalase dan katalog online, penanganan produk mana saja yang konsumen

ambil untuk dibayarkan, penanganan proses pembayarannya, sampai sistem inventori produk.

4. Adanya proses mengirim barang berdasar alamat dari konsumen yang telah bertransaksi dan dilakukan pengecekan melalui segi penjual serta pembelinya dalam proses mengirim barang ke alamat konsumen
5. Menangani permasalahan logistik di toko persediaan ataupun online dalam menyediakan produk dalam pemenuhan permintaan pelanggan

2.2.4 *Technology Accepted Model (TAM)*

a. Teori Technology Accepted Model

Merujuk pendapat (Jogiyanto, 2007) *Technology Accepted Model (TAM)* ialah model penerimaan seseorang karena digunakannya sistem teknologi informasi. Sementara (Davis, 1989) mengartikan TAM yaitu teori yang berguna sebagai pengukuran minat seseorang dalam penerimaan sistem teknologi informasi. Tahun 1986 Davis memperkenalkan teori TAM dari hasil pengembangan teori TRA oleh Ajzen dan Fishbein periode 1980, TRA memberi pengukuran minat seseorang terhadap penggunaan teknologi lewat minat perilaku maupun sikap, sementara TAM sebagai pengukuran minat individu dari persepsi kegunaan dan kemudahan teknologinya. Variabel eksternal diuji menggunakan persepsi kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan, bila individu menganggap mudah penggunaan teknologinya artinya teknologi tersebut sangat bermanfaat kepada pengguna. Persepsi kebermanfaatan dan kemudahan akan mempengaruhi sikap penerapan sistem informasi yang berikutnya mempengaruhi pemakaian teknologi sebenarnya.

b. Konstruk-Konstruk di TAM

Penerimaan seseorang akan sistem teknologi informasi dipengaruhi variabel, yakni diantaranya:

1. Perilaku yakni pemakaian sebenarnya dari teknologi.
2. Minat perilaku yakni minat seseorang untuk berperilaku tertentu.
3. Persepsi kemudahan penggunaan yakni pengguna teknologi berniat untuk memakai teknologi jikalau adanya kemudahan dalam penggunaan teknologi (Jogiyanto, 2007).
4. Sikap terhadap perilaku yakni sikap memakai teknologi (Jogiyanto, 2007).
5. Persepsi kegunaan yakni pengguna teknologi berniat memakai teknologi apabila merasa dapat memberikan manfaat bila menggunakan teknologi informasi tersebut (Jogiyanto, 2007).

c. Variabel-Variabel Eksternal TAM

Pengukuran minat seseorang akan penerimaan sistem teknologi informasi dapat dipengaruhi oleh variabel eksternal dianggap sebagai penyebab yang dapat memberi pengaruh pada persepsi kemudahan dan kegunaan. Menurut (Jogiyanto, 2007) variabel eksternal TAM yakni berikut ini:

1. Norma subjektif
2. Dukungan manajemen
3. Pengalaman sebelumnya
4. Kondisi-kondisi pemfasilitasi
5. Ketampakan hasil

6. Keluaran sistem atau kualitas informasi
7. Keyakinan sendiri
8. Kerumitan
9. Kompabilitas
10. Keuntungan relative
11. Kesurelaan

2.3 Integrasi Keislaman

Dalam ajaran islam sangat menganjurkan untuk aktivitas berbisnis atau berdagang. Bahkan Rasulullah SAW sendiri pun juga sewaktu remaja mengawali berdagangnya ke negeri Syam. Jual beli adalah kegiatan yang diperkenankan asalkan dijalankan secara benar sesuai perintah ajaran Islam.

Sebelumnya sistem jual beli diistilahkan sebagai sistem barter dan bertransaksi perdagangan dijalankan secara langsung bertatap muka, tetapi seiring berkembangnya di zaman kontemporer ini dimana semakin canggihnya teknologi, seseorang dapat bertransaksi dan berniaga lewat teknologi canggih yang dinamakan jual beli online. Dengan zaman yang berkembang kini, kita tidak bisa menghindar bahwasanya peristiwa jual beli online sudah mengalami pertumbuhan serta sudah seringkali terjadi ditengah kelangsungan hidup keseharian. Dimulai dari berjualan buku, tas, sepatu, pakaian jadi, dan lainnya.

Nabi Muhammad SAW sangat menganjurkan untuk bisnis berjualan atau berdagang. Sebagaimana yang diungkapkan beliau pada hadis bahwa 9 dari 10 pintu

rezeki terletak di dunia berbisnis. Walau begitu usaha berdagang harus sesuai tuntunan ajaran islam.

Islam juga mengajarkan atau melarang jual beli barang, makanan dan apapun yang haram seperti diatur pada ayat Al-Qur'an surah Al- Maidah (90) di bawah:

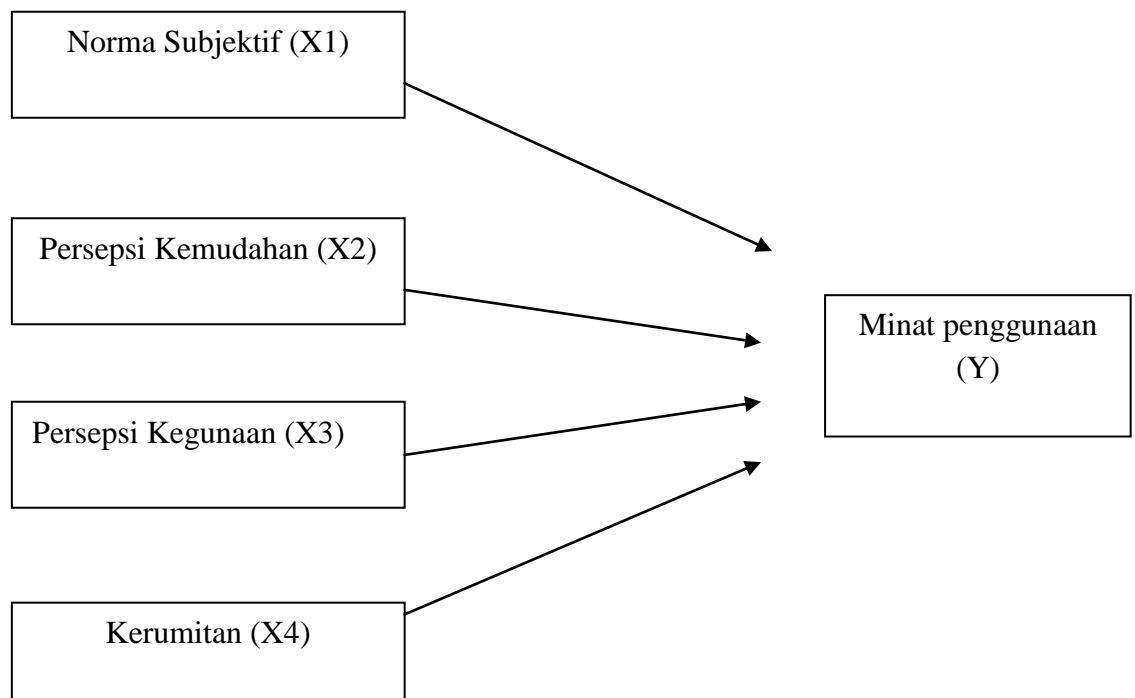
الشَّيْطَانِ عَمَلٍ مِّنْ رَّجْسٍ وَالْأَزْلَامِ وَالْأَنْصَابِ وَالْمَيْسِرِ الْخَمْرُ إِنَّمَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
تُفْلِحُونَ لَعَلَّكُمْ فَاجْتَنِبُوهُ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung”.

Satu sisi bisnis lewat *online* dapat memberikan keuntungan dan kemudahan bagi masyarakat. Tetapi jikalau tidak diimbangi dengan ketegasan hukum dan etika budaya akan mudah tertipu dalam jebakan muslihat, saling menzalimi dan mencurangi. Dari sini lah Islam memiliki tujuan untuk memberikan perlindungan kepada umat manusia hingga kapan pun supaya ketentuan hukum jual beli dalam Islam sesuai aturan syari'at supaya tidak terpengaruh akan kezaliman dan keserakahan yang meraja lela. Transaksi berbisnis melalui online bila sesuai ketentuan yang dikemukakan di atas akan dapat membawa kemajuan bagi negara beserta masyarakatnya.

2.4 Kerangka Konseptual

Penelitian ini tujuannya agar dapat memahami minat pemakaian SIA yang basisnya *e-commerce* dalam aplikasi penjualan *online* menerapkan TAM. Penelitian kausal dipilih peneliti sebagai desain penelitian ini. Penelitian kausal diartikan sebagai penelitian untuk melakukan identifikasi hubungan sebab akibat dimana tujuannya agar dapat memahami pengaruhnya satu ataupun lebih variabel bebas terhadap variabel tergantung (Jusuf Suwadji 2012). Variabel penelitian ini mencakup variabel dependennya (variabel Y) yakni minat penggunaan SIA dengan basis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan online serta variabel bebasnya variabel bebas yakni Norma Subjektif, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Kerumitan. Berikut desain penelitiannya disajikan yakni :



2.5 Perumusan Hipotesis

Tujuan uji hipotesis yaitu agar dapat diketahuinya faktor pengaruh minat penggunaan SIA dengan basis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan *online* dengan TAM. Berikut pengujian hipotesis penelitian ini yakni:

1. Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan SIA Berbasis *E-commerce* Pada Aplikasi Penjualan Online.

Menurut (Sugiyanto, 2007) mengartikan norma subjektif yaitu persepsi tekanan sosial dalam bertindak atautkah tidaknya dengan didasarkan pada motivasi demi terpenuhinya rujukan tersebut. Terdapatnya tekanan sosial dapat memberikan pengaruh pada minat individu dalam memakai teknologi. Dari hasil riset Herry Irawan, Ratih Hendayani, Dini Widyani mengungkapkan norma subjektif mempengaruhi signifikan minat penggunaan. Dalam riset lainnya yang dilaksanakan Nina Monica dan Annafi Indra TAMa menemukan bahwasanya norma subyektif tidak mempengaruhi minat penggunaan.

Mengacu pada konsep teori maupun kajian riset terdahulu sehingga rumusan hipotesis yang peneliti ajukan yaitu:

H1 : Norma Subjektif memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan SIA Berbasis *E-commerce* Pada Aplikasi Penjualan Online.

Menurut (Jogiyanto, 2007) mengartikan persepsi kemudahan adalah berapa jauh mana seorang individu mempercayai akan adanya penggunaan teknologi yang

akan mudah digunakan. Jikalau individu percaya bahwa adanya kemudahan dalam penggunaan informasi sehingga dia akan memakainya, kebalikannya bila individu percaya bahwa penerapan teknologi terasa sulit digunakan sehingga ia tidak akan memakainya (Jogiyanto, 2017). Pada saat seorang pemakai merasa mudah saat memakai *e-commerce* untuk melakukan pembelian produk, pembayaran, dan penjualannya sehingga minat pemakaian aplikasi penjualan *online* dapat dipertimbangkan mereka. Dalam riset dari Wahyuni dan Rikumahu menemukan bahwasanya persepsi kemudahan mempengaruhi signifikan positif minat penggunaan. Dalam riset lain yang dilaksanakan oleh Deanada et al., (2020) memperlihatkan bahwa persepsi kemudahan memberi pengaruhnya secara signifikan positif pada minat penggunaan. Sementara hasil riset dari (Monica dan Indra, 2017) mengungkapkan persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat penggunaan.

Mengacu penelitian yang dilaksanakan, sehingga rumusan hipotesis yang peneliti ajukanm yaitu:

H2 : Persepsi Kemudahan memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*.

3. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan SIA Berbasis *E-commerce* Pada Aplikasi Penjualan Online.

Persepsi Kegunaan kepercayaan seorang bahwasanya dengan digunakannya teknologi dapat membuat kinerja pekerjaan lebih meningkat (Jogiyanto, 2007). Sehingga seorang yakin jika sistem informasi sangat bermanfaat baginya sehingga ia akan mempergunakannya. Kebalikannya bila individu mempercayai bahwa sistem

informasi tersebut kurang memberikan manfaatnya sehingga ia tidak akan memakainya. Manfaat *e-commerce* bagi pemakainya yaitu pemakai tidak harus bertatap muka saat bertransaksi jual beli. Dengan manfaat atau kegunaannya akan dapat mempengaruhi minat untuk memakai aplikasi penjualan online. Pada hasil riset dari (Deanada et al., 2020), (Wahyuni dan Rikumahu, 2019) mengungkapkan bahwasanya persepsi kegunaan mempengaruhi signifikan positif minat penggunaan. Sementara hasil riset yang dilaksanakan (Ma'ruf, 2016) memperlihatkan hasil bahwasanya tidak terdapatnya keterkaitan secara signifikan diantara persepsi kegunaan dengan minat penggunaan.

Mengacu pada penelitian yang dilaksanakan, sehingga rumusan hipotesis yang peneliti ajukan ialah:

H3 : Persepsi Kegunaan memberikan pengaruh positif pada minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online

4. Pengaruh Kerumitan Terhadap Minat Penggunaan SIA Berbasis *E-commerce* Pada Aplikasi Penjualan Online.

Jogiyanto dalam bukunya (2007) mengartikan kerumitan yaitu sesulit apakah pemakai dalam memahami dan menggunakan sebuah teknologi (Rogers dan Shoemaker, 1971). Perihal ini bila *e-commerce* dianggap rumit sehingga pemakai akan mempertimbangkan dalam memakai aplikasinya. Dalam hasil sebelumnya (Davis, 1989) mengungkapkan adanya keterkaitan positif antara kerumitan dan kemudahan. Dari hasil riset dari (Putra, 2019) memperlihatkan bahwa kerumitan

mempengaruhi negative minat penggunaan, sementara hasil riset yang dilaksanakan (Wahyuningtyas, 2016) kerumitan memberi pengaruh positif pada minat penggunaan.

Mengacu pada penelitian terdahulu, sehingga rumusan hipotesis yang peneliti ajukan yaitu:

H4 : Kerumitan memberikan pengaruh positif pada minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan jenis penelitian kuantitatif. Yang diartikan sebagai penelitian yang berasaskan *positivistic* (data nyata) dimana datanya berupa bentuk angka lalu pengukuran menggunakan statistic selaku alat hitungannya, relevan dengan masalah penelitian untuk menarik simpulan (Sugiyono, 2018).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian diadakan di kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Data dikumpulkan melalui menyebarkan kuesioner ke responden, Objek penelitian yang peneliti pilih yaitu mahasiswa UIN Malang. Alasan dipilihnya lokasi tersebut oleh peneliti adalah dikarenakan didalam penelitian-penelitian sebelumnya belum ada yang meneliti lokasi tersebut dengan judul yang dibuat peneliti. Dan alasan lainnya juga adalah karena peneliti menempuh pendidikan di UIN Malang sehingga menganggap memperoleh datanya itu mudah.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yakni semua objek penelitian yang mempunyai sifat/ciri tertentu (Creswell, 2012). Sampel merupakan sebagian dari sifat/ciri maupun jumlah yang melekat pada populasi. (Sugiyono, 2013) Di sini peneliti memilih mahasiswa yang

ada di malang sebagai populasi sampelnya. Populasi yang diambil peneliti yaitu mahasiswa fakultas ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Adapun sampel penelitiannya ialah mahasiswa jurusan akuntansi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang semester 5 sampai dengan semester 7.

Tabel 3.1

Rincian Data Penelitian

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Mahasiswa fakultas ekonomi UIN Malang semester 5-7	950
2.	Mahasiswa UIN Malang Jurusan akuntansi semester 5-7	340
Total mahasiswa yang menjadi sampel		85
Tahun pengamatan		5
Jumlah data selama periode penelitian (85 x 5)		425

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Merujuk pendapat (Sugiyono, 2017) sampel yaitu sebagian dari populasi yang sebagai sumber data yang digunakan peneliti. Disini peneliti mempergunakan teknik pengambilan sampelnya yaitu melalui purposive sampling (pemilihan sampel tanpa acak dikarenakan ada tujuan atau target yang dimiliki oleh peneliti). Penulis

telah menetapkan kriteria sampel penelitian, yakni mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim yang tengah melakukan studi di kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan pada mahasiswa UIN Malang yang sudah menggunakan aplikasi Shopee.

3.5 Data dan Sumber Data

Data dapat berupa angka-angka yang selanjutnya diukur menggunakan statistic selaku alat uji perhitungannya, yang menyangkut tentang masalah penelitian untuk sebagai pembuktian hipotesis dan penarikan simpulan (Sugiyono, 2018). Data yang dipakai peneliti adalah data dari hasil pengisian kuesioner yang di sebar atau bagikan secara online kepada mahasiswa aktif UIN Malang yang sudah menggunakan aplikasi Shopee.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dipakai agar mampu memahami informasi yang didapatkan demi mewujudkan tujuan penelitian. Teknik pengumpul data memanfaatkan data primer karena peneliti mengumpulkan dan mengolah datanya sendiri langsung dari objek atau subjeknya. Adapun teknik pengumpul data pada kajian ini juga melalui menyebarkan kuisisioner ke narasumber ataupun objek yang akan diteliti.

3.7 Definisi Konseptual

Definisi konseptual yakni batasan terkait pendefinisian yang peneliti berikan terhadap variabel atau konsep yang ingin digali, diukur, dan diteliti data tersebut (Hamidi, 2010).

3.8 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam bagian ini peneliti hendak menguraikan pengertian melalui setiap variabel yang dipakai. Adapun disajikan operasional dan cara variabel yang dipakai berikut:

Tabel 3.2

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator
1	Norma Subjektif (X)	Diartikan sebagai dampak dari tekanan sosial untuk bertindak ataukah tidaknya dengan didasarkan adanya motivasi guna dipenuhinya rujukan itu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teman beserta keluarga yang mendorong atau memotivasi 2. Keberhasilan pihak lain dalam melakukan 3. Pendapat orang lain yang sudah menggunakan 4. Mereveiw setelah membeli atau menggunakan
2	Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi kemudahan ialah perasaan yakin seseorang akan teknologi yang akan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transaksi mudah 2. Teknologi dalam prosedur bertransaksi

		<p>digunakan bila dirasa mudah dalam penggunaannya sehingga ia akan memakainya</p>	<p>mudah dimengerti</p> <p>3. Mudah mengakses aplikasi</p> <p>4. Intensitas bantuan orang lain dalam penggunaannya</p> <p>5. Proses bertransaksi keuangan dalam aplikasi penjualan online mudah dimengerti</p> <p>6. Fleksibilitas dalam bertransaksi</p>
3	Persepsi kegunaan (X3)	<p>persepsi kegunaan yakni pengguna teknologi akan memiliki minat memakai teknologi bila sistem informasi tersebut dirasa memiliki manfaat dan dapat membuat hasil pekerjaan lebih meningkat.</p>	<p>1. Sebagai penunjang efektivitas dan efisiensi</p> <p>2. Proses bertransaksi lebih dipercepat</p> <p>3. Penghemar waktu</p> <p>4. Memperoleh informasi terkait produk</p>

			<p>5. Memperbandingkan harga produk yang tidak berbeda dengan penjual lainnya</p> <p>6. Implementasi SIA pada aplikasi menjadikan hitungan transaksi akan lebih akurat juga teliti.</p>
4	Kerumitan (X4)	<p>Diartikan sebagai sejauh mana inovasi yang dipandang sebagai suatu hal relative sulit untuk memahami dan menggunakannya</p>	<p>1. Waktu penggunaan yang dibutuhkan harus banyak</p> <p>2. Memerlukan bantuan pihak lain ketika memakai aplikasinya</p> <p>3. Pengoprasian aplikasi tersebut sangat mudah</p>
5	Minat Penggunaan (Y)	<p>Diartikan sebagai kehendak untuk menggunakan sebuah objek atau kehendak</p>	<p>1. Intensitas menggunakan aplikasi</p> <p>2. Keuntungan yang</p>

		menggunakan kembali suatu objek tertentu.	didapatkan 3. Niat pemakaian aplikasi untuk melakukan penjualan produk dimasa mendatang 4. Puas, nyaman, dan senang menggunakan aplikasi 5. rekomendasi kepada rekan dan kerabat.
--	--	---	--

Sumber : Diadaptasi dari Angela Deanada Putri Budiastuti & Dul Muid. 2020.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Statistik Deskriptif

Metode statistik deskriptif yaitu statistic yang berguna dalam menjalankan analisa data secara menggambarkan data yang sudah dikumpulkan dan tidak bermaksudkan untuk mengambil simpulan yang diberlakukan umum.

3.9.2 Analisis Instrumen Penelitian

Dilakukannya analisis instrumen penelitian guna dapat memahami instrument yang dipakai telah sesuai dengan persyaratan alat ukur baik ataukah tidaknya. Kriteria valid dan reliabel pasti dimiliki oleh instrument yang baik atau dipenuhinya semua persyaratan. Uji data penelitian ini dijalankan mempergunakan program SPSS versi 22.0.

a. Uji Validitas

Uji ini gunanya untuk mengukur sahnyanya atau tidak angket. Dikatakan valid sebuah angket bila pernyataan pada kuesioner dapat menemukan suatu hal yang akan diukur dari kuesionernya (Ghozali, 2016). Dilakukannya uji signifikansi melalui membandingkan nilai r hitung dan r tabel dimana $df = n-2$. Bila r hitung melebihi r tabel, (terkait ini n yaitu jumlah sampelnya) sehingga dikatakan valid suatu butir indikator tersebut. Validitas diukur dengan korelasi bivariate diantara tiap skor indikator terhadap skor konstruksinya, Untuk hasil analisa korelasi bivariate bisa diamati berdasarkan output *Cronbach Alpha* dari kolom *Correlated Item-Total Correlation* yaitu identic dikarenakan dua-duanya mengukur hal yang tidak berbeda. Sehingga kesimpulannya bahwa dikatakan valid setiap indikator pertanyaan.(Ghozali, 2016).

b. Uji Reliabilitas

Uji ini termasuk indeks yang memperlihatkan berapa jauh hasil penelitiannya bisa dipercayai, Reliabilitas dianggap sebagai alat pengukuran kuesioner yang termasuk indikator dari konstruk (Ghozali, 2016). Dianggap reliabel sebuah kuesioner bila jawaban respondennya yaitu tetap antar waktu. Dilakukannya uji

reabilitas melalui mengetahui kestabilan koefisien cronbach alpha (α) dalam seluruh konstruk. Reabilitas beda halnya dengan validitas dikarenakan pertama melakukan pemusatan perhatian pada persoalan konsistensi, sementara kedua lebih diperhatikannya persoalan ketepatan. Maka reabilitas meliputi dua hal utama, yakni konsistensi internal ukuran dan stabilitas ukuran (Ekaning, 2017). Sebagai pengukuran reabilitas penelitian ini mempergunakan uji statistik Cronbach Alpha(α). Dinyatakan reliabel sebuah konstruk bila dihasilkan $> 0,70$ nilai Cronbach Alpha (Ghozali, 2016).

3.9.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini gunanya dalam mengujikan apakah variabel residual, model regresi, mempunyai kenormalan dustribusi ataukah tidak (Ghozali 2012). Dalam kajian ini uji normalitas data dilaksanakan melalui dilihatnya normal *probability plot* dengan memperbandingkan distribusi normal dengan distribusi kumulatif. Distribusi normal terbentuk garis diagonalnya dan plotting data residual akan diperbandingkan dengan garis diagonal. Berikutnya melanjutkan pengujiannya menggunakan pengujian statistik non-parametrik. One Sample K-S. Berikut persyaratan pengujiannya:

Ho = data residual mempunyai kenormalan distribusi

Ha = data residual tidak mempunyai kenormalan distribusi

Bila nilai sig. Kolmogorov-Smirnov yaitu dibawah dari 0,05 sehingga ada penerimaan Ha, maka data residual tidak memiliki kenormalan distribusi.

Kebalikannya bila nilai sig. Kolmogorov-Smirnov yaitu melebihi 0,05 sehingga ada penolakan H_0 , sehingga data memiliki kenormalan distribusi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini gunanya dalam mengujikan apakah model regresi ada kolerasi diantara variabel independen. Dikatakan baik model regresinya bila tidak munculnya kolerasi di antara variabel bebas. Sebagai pendeksian keberadaan multikolinearitas pada persamaan regresinya yaitu dilihat dari nilai VIF dan tolerance (Ghozali, 2012).

Dengan catatan: $Tolerance = 1 / VIF$ ataupun,

$$VIF = 1 / Tolerance$$

Dapat mengakibatkan VIF tinggi bila nilai tolerance rendah (dikarenakan $VIF = 1 / Tolerance$), artinya muncul multikolinieritas. Nilai tolerance umumnya berguna dalam memperlihatkan keberadaan multikolinieritas yaitu < 0.10 nilai tolerance ataupun > 10 nilai VIF.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini gunanya mengujikan apakah model regresi timbul perbedaan varians melalui residual antar observasi (Ghozali, 2012).

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi termasuk hubungan antar anggota observasi yang dibuat berdasar tempat serta waktu. Dianggap baik model regresi jikalau tidak munculnya

autokolerasi. Metode pengujiannya yang kerap kali dipakai yaitu mempergunakan uji Durbin-Watson (Uji DW).

3.9.4 Analisis Data dan Uji Hipotesis

a. Analisis korelasi

Analisis ini tidak membandingkan jenis konstruk (tanpa variabel independent atau dependen), hubungan yang erat ini dinotasikan berbentuk koefisien korelasi. Uji korelasi ini mencakup pearson, sperman, serta kendall. Uji korelaasi ini tujuannya sebagai pengujian keeratan kolerasi di antara dua variabel yang tidak memperlihatkan variabel

b. Regresi Linier Berganda

Uji ini berguna agar dapat diketahuinya kontribusi satu ataupun lebih variabel independen pada variabel tergantung (Siregar, 2015). Maka dari itu di sini peneliti menerapkan empat variabel independent, sehingga analisa statistic yang dipakai yaitu uji regresi linier berganda. Dilakukannya uji ini guna memahami penggambaran secara langsung koefisien regresi ataupun besaran pengaruhnya setiap variabel independent yakni pengaruhnya norma subjektif, Persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kerumitan pada variabel tergantung Minat Penggunaan. Rumus uji ini yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + e$$

Ket :

$$Y = \text{Minat Penggunaan}$$

a = Nilai Konstatnta (nilai Y bila X=0)

X1 = Norma Subjektif

X2 = Persepsi Kemudahan

X3 = Persepsi Kegunaan

X4 = Kerumitan

E = error

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$ = Koefisien variabel

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran objek penelitian

Di sini penulis menerapkan jenis penelitian kuantitatif yang melakukan pengujian tingkat faktor minat penggunaan SIA yang basisnya *e-commerce* aplikasi shopee mempergunakan *TAM*. Data yang dipakai peneliti yaitu jenis data primer karena peneliti mengumpulkan dan mengolah datanya sendiri langsung dari objek atau subjeknya dan jenis pengumpulan datanya adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada narasumber atau objek yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan data hasil responden dari narasumber yaitu mahasiswa aktif UIN Malang yang telah mengikuti mata kuliah SIA dan mendapat sampel sebanyak 85 orang responden yang sesuai dengan kriteria peneliti dalam meneliti minat penggunaan SIA yang basisnya *e-commerce* dalam aplikasi shopee.

4.2 Metode Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dalam kajian ini tujuannya guna mendeskripsikan secara rangkum terkait data responden perihal variabel-variabelnya yaitu persepsi kemudahan, norma subjektif, kerumitan, kegunaan pada minat penggunaan SIA dengan basis *e-commerce*. Adapun data dari variabelnya tersebut dirubah ke dalam bentuk sajian informasi guna menggambarkan kondisinya.

Tabel 4.1**Hasil statistik deskriptif****Descriptive Statistics**

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Norma Subjektif	85	7.00	20.00	15.3882	2.41076
Persepsi Kemudahan	85	6.00	30.00	26.0235	3.51519
Persepsi Kegunaan	85	15.00	30.00	25.2000	3.32666
Kerumitan	85	7.00	15.00	10.9412	1.80840
Minat	85	8.00	25.00	20.3529	3.29757
Valid N (listwise)	85				

Sumber: Data diolah, 2023

Berlandaskan tabel 4.1 hasil statistik deskriptif ialah:

a. Norma Subjektif (X1)

Hasil penelitiannya konstruk norma subjektif didapat melalui hasil yang dijawab responden dimana nilai minimumnya atau nilai terendah yaitu 7, dan nilai tertinggi 20, nilai rerata 15.3882 serta 2.41076 standar deviasi. Hasil tersebut dari 4 pertanyaan dengan alternatif jawaban berskor 5,4,3,2,1.

b. Persepsi kemudahan (X2)

Hasil penelitiannya konstruk persepsi kemudahan didapat melalui hasil yang dijawab responden dimana nilai minimumnya atau nilai terendah yaitu 6, dan nilai tertinggi 30, nilai rerata 26.0235 serta 3.51519 standar deviasi. hasilnya dari 6 pertanyaan dengan alternatif jawaban berskor 5,4,3,2,1.

c. Persepsi kegunaan (X3)

Hasil penelitiannya konstruk persepsi kemudahan didapat melalui hasil yang dijawab responden dimana nilai minimumnya atau nilai terendah yaitu 15, dan nilai tertinggi 30, nilai rerata 25.2000 serta 3.32666 standar deviasi. hasilnya dari 6 pertanyaan dengan alternatif jawaban berskor 5,4,3,2,1.

d. Kerumitan (X4)

Hasil penelitiannya konstruk persepsi kemudahan didapat dari hasil yang dijawab oleh responden dimana nilai minimumnya atau nilai terendah yaitu 7, dan nilai tertinggi 15, nilai rata-rata 10.9412 serta 1.80840 standar deviasi. hasil tersebut dari 3 pertanyaan dengan alternatif jawaban berskor 5,4,3,2,1.

e. Minat penggunaan

Hasil penelitiannya konstruk persepsi kemudahan didapat dari hasil yang dijawab oleh responden dimana nilai minimumnya atau nilai terendah yaitu 8, dan nilai tertinggi 25, nilai rerata 20.3529 serta 3.29757 standar deviasi. Hasil dari 3 pertanyaan dengan alternatif jawaban berskor 5,4,3,2,1.

4.2.2 Analisis Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji ini memiliki tujuan agar dapat diketahuinya kevalidan kuesioner yang dipakai penelitian ini dalam mengukur dan menghasilkan data penelitian dari responden. Adapun data yang baik dijadikan instrumen penelitian adalah data yang valid. Validitas sebuah pertanyaan diperlihatkan dari output SPSS dalam tabel judulnya item-total statistik. Secara dilihatnya r_{hitung} dibanding r_{tabel} dari tabel produk moment. Nilai r_{tabel} didapat dari rumus $df = n-2$ di mana n ialah total respondennya sementara 2 ialah uji satu sisi. Jikalau koefisien korelasi (r) melebihi r_{tabel} dan nilainya positif, sehingga dianggap valid pertanyaannya. adapun hasilnya yaitu:

Tabel 4.2
Uji Validitas Norma Subjektif
Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
X1.1 Pearson Correlation	1	.460**	.292**	.185	.747**
Sig. (2-tailed)		.000	.007	.090	.000
N	85	85	85	85	85
X1.2 Pearson Correlation	.460**	1	.202	.276*	.687**
Sig. (2-tailed)	.000		.064	.011	.000

N	85	85	85	85	85
X1.3 Pearson	.292**	.202	1	.371**	.684**
Correlation					
Sig. (2-tailed)	.007	.064		.000	.000
N	85	85	85	85	85
X1.4 Pearson	.185	.276*	.371**	1	.625**
Correlation					
Sig. (2-tailed)	.090	.011	.000		.000
N	85	85	85	85	85
Total Pearson	.747**	.687**	.684**	.625**	1
Correlation					
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	85	85	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: data diolah, 2023

Berlandaskan tabel 4.2 pengujian validitas variabel norma subjektif (X1) nilai signifikansi yang didapatkan senilai 0,000. nilai ini dibawah dari nilai 0,05 sehingga didapatkan simpulan variabel pertama yakni norma subjektif dinyatakan layak dan valid sehingga bisa diteruskan dengan pengujian reabilitas.

Tabel 4.3

Uji Validitas Persepsi Kemudahan

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
X2.1 Pearson Correlation	1	.425*	.443*	.438*	.434*	.462*	.699**
		*	*	*	*	*	
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85
X2.2 Pearson Correlation	.425*	1	.635*	.507*	.700*	.332*	.791**
	*		*	*	*	*	
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.000
N	85	85	85	85	85	85	85
X2.3 Pearson Correlation	.443*	.635*	1	.536*	.576*	.559*	.820**
	*	*		*	*	*	
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85
X2.4 Pearson Correlation	.438*	.507*	.536*	1	.545*	.508*	.780**
	*	*	*		*	*	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85

X2.5	Pearson Correlation	.434*	.700*	.576*	.545*	1	.332*	.789**
		*	*	*	*		*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.002	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X2.6	Pearson Correlation	.462*	.332*	.559*	.508*	.332*	1	.688**
		*	*	*	*	*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.002		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Total	Pearson Correlation	.699*	.791*	.820*	.780*	.789*	.688*	1
		*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data diolah, 2023

Merujuk pada tabel 4.3 pengujian validitas variabel X2 nilai signifikansi yang didapatkan senilai 0,000. nilai ini dibawah dari nilai 0,05 sehingga didapatkan simpulan variabel kedua yakni persepsi kemudahan dinyatakan valid sekaligus layak sehingga bisa dilanjutkan dengan uji reabilitas.

Tabel 4.4
Persepsi Kegunaan

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
X3.1 Pearson Correlation	1	.608*	.418*	.627*	.435*	.531*	.817**
		*	*	*	*	*	
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85
X3.2 Pearson Correlation	.608*	1	.396*	.638*	.433*	.455*	.795**
	*		*	*	*	*	
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85
X3.3 Pearson Correlation	.418*	.396*	1	.368*	.433*	.380*	.667**
	*	*		*	*	*	
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85
X3.4 Pearson Correlation	.627*	.638*	.368*	1	.503*	.432*	.803**
	*	*	*		*	*	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85	85
X3.5 Pearson Correlation	.435*	.433*	.433*	.503*	1	.321*	.678**
	*	*	*	*		*	

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.003	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
X3.6	Pearson Correlation	.531*	.455*	.380*	.432*	.321*	1	.705**
		*	*	*	*	*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
TOTAL	Pearson Correlation	.817*	.795*	.667*	.803*	.678*	.705*	1
L		*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data diolah, 2023

Mengacu pada tabel 4.4 pengujian validitas variabel persepsi kegunaan (X3) nilai signifikansi yang didapatkan senilai 0,000. nilai ini kurang dari 0,05 maka kesimpulannya variabel pertama yakni persepsi kegunaan dinyatakan valid sekaligus layak sehingga bisa dilanjutkan dengan uji reabilitas.

Tabel 4.5

Kerumitan

Correlations

	X4.1	X4.2	X4.3	Total
--	------	------	------	-------

X4.1	Pearson Correlation	1	-.009	.531**	.589**
	Sig. (2-tailed)		.938	.000	.000
	N	85	85	85	85
X4.2	Pearson Correlation	-.009	1	.225*	.747**
	Sig. (2-tailed)	.938		.039	.000
	N	85	85	85	85
X4.3	Pearson Correlation	.531**	.225*	1	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.039		.000
	N	85	85	85	85
Total	Pearson Correlation	.589**	.747**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: data diolah, 2023

Berlandaskan tabel 4.5 pengujian validitas variabel kerumitan (X4) nilai signifikansi yang didapatkan senilai 0,000. nilai ini dibawah nilai 0,05 maka

kesimpulannya bahwasanya variabel pertama yaitu kerumitan dinyatakan valid dan layak sehingga bisa dilanjutkan dengan uji reabilitas.

Tabel 4.6
Minat penggunaan
Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Y1 Pearson Correlation	1	.457**	.487**	.465**	.638**	.773**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85
Y2 Pearson Correlation	.457**	1	.473**	.443**	.480**	.720**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85
Y3 Pearson Correlation	.487**	.473**	1	.620**	.570**	.824**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
N	85	85	85	85	85	85
Y4 Pearson Correlation	.465**	.443**	.620**	1	.621**	.783**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
Y5	Pearson	.638**	.480**	.570**	.621**	1	.833**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85
Tot	Pearson	.773**	.720**	.824**	.783**	.833**	1
al	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 pengujian validitas variabel minat penggunaan (Y) nilai signifikansi yang didapatkan senilai 0,000. Nilainya kurang dari 0,05 sehingga kesimpulannya variabel pertama yaitu minat penggunaan dinyatakan layak dan valid sehingga bisa diteruskan dengan pengujian reabilitas.

b. Uji reabilitas

Uji reabilitas ialah instrumen yang dipakai agar dapat diketahuinya keadaan dari alat pengukur yang dipakai. Pada kajian ini sebuah data dianggap reliabel jikalau dua ataupun lebih peneliti pada objek sama dihasilkan data sama juga ataupun dari sekumpulan data jika dibagi menjadi dua memperlihatkan hasil data sama, uji

reliabilitas penelitian ini mempergunakan metode koefisien *Cronbach's Alpha*, tujuannya guna memperlihatkan konsistensi responden saat menanggapi seluruh variabel yang mewakili ukuran satu variabel tertentu. Seperti yang sudah dijelaskan tersebut, dimana melebihi 0,6 nilai *Cronbach's Alpha*. Kian besarnya nilai tersebut, sehingga pengukuran variabelnya juga bertambah baik.

Variabel 4.7

Uji Realibilitas Norma subjektif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.624	4

Sumber: data diolah, 2023

Tabel 4.8

Uji Realibilitas persepsi Kemudahan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	6

Sumber: data diolah, 2023

Tabel 4.9**Uji Realibilitas persepsi Kegunaan****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	6

Sumber: data diolah, 2023

Tabel 4.10**Uji Realibilitas Kerumitan****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.388	3

Sumber: data diolah, 2023

Tabel 4.10**Uji Realibilitas Minat Penggunaan**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	5

Sumber: data diolah, 2023

Pengujian reliabelitas dalam tabel uji reabilitas diatas didapatkan kesimpulan bahwasanya pernyataan pada angket ini reliabel dikarenakan dihasilkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 mempunyai arti variabel-variabelnya yaitu memiliki sifat dapat dipercayai atau reliabel persepsi kemudahan, norma subjektif, kerumitan, persepsi kegunaan, serta minat penggunaan.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari pengujian ini yakni supaya data yang dipergunakan layak menjadi sumber uji dan bisa ditarik kesimpulan yang tepat. Adapun uji asumsi klasik mencakup yaitu :

a. Uji normalitas

Uji ini memiliki tujuan guna melakukan uji model regresi, variabel residual apakah distribusinya normal. Pada kajian kali ini uji normalitas data dilaksanakan secara mengamati normalnya probability plot memperbandingkan distribusi normal dan distribusi komulatif. Distribusi normal memunculkan garis diagonal maupun

ploting data residual hendak diperbandingkan dengan garis diagonal. Setelah itu uji dilaksanakan menggunakan uji statistik non-parametrik. One sample k-S yaitu dibawah 0,05 sehingga menerima H_a , maka data residual tidak memiliki distribusi normal begitupun sebaliknya. Maka data residual distribusinya normal. Setelah ditransformasi hasil output SPSS bagi pengujian normalitas dilaksanakan secara mengamati one sample kolmogorov agar memahami apakah data distribusinya normal ataukah tidak.

Tabel 4.11

Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		85
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std.	2.32878990
	Deviation	
Most	Absolute	.073
Extreme	Positive	.073
Differences	Negative	-.033
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : data diolah, 2023

Berlandaskan tabel 4.11 uji normalitas menggunakan sample kolmogorov bisa dipahami jika data pada penelitian distribusinya normal, hal tersebut bisa diketahui berdasarkan asymp sig (2-tailed) nilai sig = 0,200 > a = 0,05 bisa diambil kesimpulan data itu memiliki distribusi normal serta populasi distribusi normal.

b. Uji multikolinieritas

Uji ini tujuannya adalah guna melihat apakah model regensi terdapatnya hubungan antara variabel independen. Dianggap baik model regresi bila tidak adanya hubungan diantara variabel independent. Uji multikolinieritas bisa diamati pula berdasarkan nilai toleransi maupun lawan, VIF. Bila VIF dibawah ataupun < 10 sedangkan tolerance value melebihi >0,1 sehingga terbebas multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas diperlihatkan pada tabel 4.12 :

Tabel 4.12

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.396	2.330		-.170	.866		
Norma Subjektif	.318	.121	.233	2.622	.010	.792	1.263
Persepsi Kemudahan	.216	.104	.231	2.076	.041	.505	1.982
Persepsi Kegunaan	.287	.115	.290	2.503	.014	.465	2.152
Kerumitan	.272	.175	.149	1.557	.123	.680	1.470

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 Diatas bisa kita lihat bahwasanya setiap setiap variabel bebas yang dipergunakan pada penelitian ini bernilai VIF <10 sedangkan Tolerance > 0,10, hal tersebut menunjukkan bahwasanya variabel-variabel independen yang dipergunakan terbebas multikolinearitas.

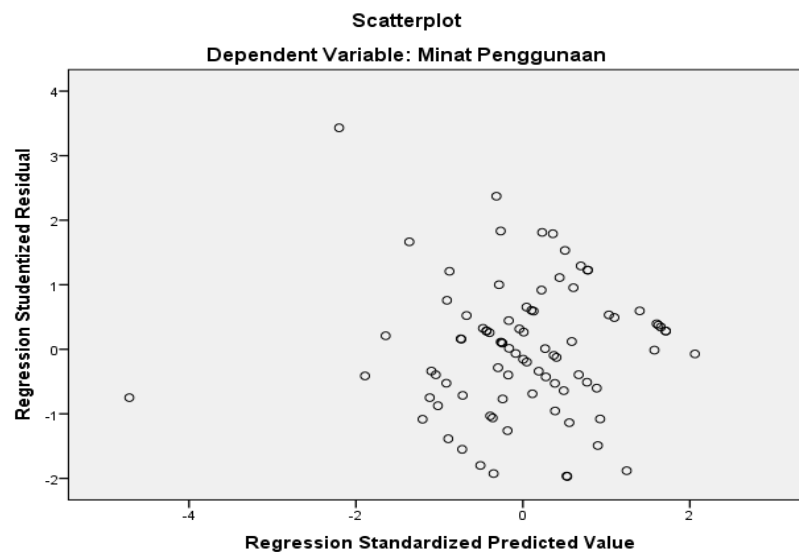
c. Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan guna melakukan uji adanya ataukah tidak kesamaan varians antar pengamatan. Guna melakukan uji heterokedastisitas

dipergunakan scatterplot, yang mana sumbu X yaitu nilai-nilai prediksi. Sehingga hasil SPSS nya sebagai berikut:

Gambar 4.1

Uji Heterokedastisitas



Sumber : data diolah, 2023

Terlihat berlandaskan gambar 4.1 bisa kita ketahui bahwasanyavariabel-variabel yang kita gunakan diambil kesimpulan tidak adanya heterokedastisitas pada model regrensi yang mana scatterplot dilihat tak membentuk pola.

d. Uji Auto Korelasi

Uji korelasi adalah hubungan diantara anggota observasi yang dibuat berdasarkan tempat maupun waktu. Model regensi yang baik harusnya terbebas autokorelasi. Metode uji mempergunakan DW test. Adapun dasar penentuan

keputusan dalam uji D-W, yaitu, $DU < DW < 4-DU$ sehingga menerima H_0 maka tidak adanya autokorelasi, $DW < DL / DW > 4-DL$ sehingga menolak H_0 berarti adanya autokorelasi, $DL < DW < DU / 4-DU < DW < 4-DL$ berarti tidak adanya simpulan jelas.

Tabel 4.13

Uji Auto korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.501	.476	2.386

a. Predictors: (Constant), Kerumitan, Norma Subjektif,

Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber : data diolah, 2023

Tabel 4.13 berjumlah sampel $n=85$, sedangkan banyaknya variabel bebas (k) = 4 level signifikan lima persen. Nilai DL atau DU bisa didapatkan $DU = 1,797$ serta $DL = 1,702$ maka ila $4-DU = 2,203$. Kemudian nilai $DU < DW < 4-DU$ ($1,797 < 2,386$) menerima H_0 yang artinya tidak ada autokorelasi dalam model regensi.

4.2.4 Analisis Data dan Uji Hipotesis

a. Analisis Korelasi

Guna menganalisa hubungan antar variabel-variabel independen dan dependen dapat kita lihat melalui hasil output SPSS dalam tabel 4.14 – 4.17 yaitu:

Tabel 4.14
Norma Subjektif (X1)
Correlations

		Norma Subjektif	Minat penggunaan
Norma Subjektif	Pearson Correlation	1	.489**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	85	85
Minat penggunaan	Pearson Correlation	.489**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	85	85

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah, 2023

Koefisien korelasi diantara norma subjektif dan minat penggunaan. Nilai korelasi sebanyak 0,489 berdasar acuan nilai interpretasi korelasi nilai ada dalam rentangan 0,400-0,599 artinya tingkatan hubungan norma subjektif pada minat penggunaan termasuk dalam tingkatan hubungan yang sedang.

Tabel 4.15

Persepsi Kemudahan (X2)

Correlations

		Persepsi Kemudahan	Minat penggunaan
Persepsi Kemudahan	Pearson Correlation	1	.592**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	85	85
Minat penggunaan	Pearson Correlation	.592**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah, 2023

Koefisien korelasi hubungan diantara persepsi kemudahan dan minat penggunaan. Nilai korelasi sebanyak 0,592 berdasar acuan nilai interpretasi korelasi nilai ada dalam rentangan 0,400-0,599 artinya tingkatan hubungan persepsi kemudahan pada minat penggunaan termasuk dalam tingkatan hubungan sedang.

Tabel 4.16

Persepsi Kegunaan (X3)

Correlations

		Persepsi Kegunaan	Minat penggunaan
Persepsi Kegunaan	Pearson Correlation	1	.615 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	85	85
Minat penggunaan	Pearson Correlation	.615 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	85	85

^{**}. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah, 2023

Koefisien korelasi diantara persepsi kegunaan dan minat penggunaan. Nilai korelasi sebanyak 0,615 berdasarkan acuan nilai interpretasi korelasi nilai ada dalam rentangan 0,600-0,799 artinya tingkat hubungan persepsi kegunaan pada minat penggunaan masuk dalam tingkatan hubungan kuat.

Tabel 4.17

Kerumitan (X4)

Correlations

		Kerumitan	Minat penggunaan
Kerumitan	Pearson Correlation	1	.487 ^{**}

	Sig. (2-tailed)		.000
	N	85	85
Minat	Pearson Correlation	.487**	1
penggunaan	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	85	85

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah, 2023

Koefisien korelasi diantara kerumitan dengan minat penggunaan Nilai korelasi sebanyak 0,487 berlandaskan acuan nilai interpretasi korelasi nilai ada dalam rentangan 0,400-0,599 artinya tingkat hubungan persepsi kegunaan pada minat penggunaan masuk dalam tingkat hubungan sedang.

b. Analisis Regensi Linear Berganda

Pengolahan data mempergunakan metode regensi linear berganda, dilaksanakan berbagai tahap dalam menelusuri korelasi variabel bebas dengan variabel tergantung, yakni secara menganalisa norma subjektif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kerumitan pada minat pengguna.

Tabel 4.18

Analisis Regensi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.396	2.330		-.170	.866
Norma Subjektif	.318	.121	.233	2.622	.010
Persepsi Kemudahan	.216	.104	.231	2.076	.041
Persepsi Kegunaan	.287	.115	.290	2.503	.014
Kerumitan	.272	.175	.149	1.557	.123

a. Dependent Variable: Minat penggunaan

Sumber : Data diolah, 2023

Berlandaskan tabel 4.18 Sehingga didapatkan bentuk persamaan regresinya, yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = -396 + 0,318 X_1 + 0,216 X_2 + 0,287 X_3 + 0,272 X_4$$

1. Nilai konstanta yaitu -396 berarti bila persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, norma subjektif, kerumitan, persepsi kemudahan pada minat penggunaan nilai nol, sehingga minat penggunaan nilainya sebanyak -396.
2. Koefisien regensi norma subjektif sebanyak 0,318 berarti bila variabel norma subjektif naik satu satuan, sehingga meningkatkan minat penggunaan sebanyak 0,318 memiliki asumsi variabel lainnya konstan.

3. Koefisien regensi norma subjektif sebanyak 0,216 berarti bila variabel norma subjektif naik satu satuan, sehingga meningkatkan minat penggunaan sebanyak 0,216 memiliki asumsi variabel lainnya konstan.
4. Koefisien regensi norma subjektif sebanyak 0,287 berarti bila variabel norma subjektif mengalami peningkatan satu satuan, sehingga meningkatkan minat penggunaan sebanyak 0,287 memiliki asumsi variabel lainnya konstan.
5. Koefisien regensi norma subjektif sebanyak 0,272 berarti bila variabel norma subjektif naik satu satuan, sehingga meningkatkan minat penggunaan sebanyak 0,272 memiliki asumsi variabel yang lain tetap.

c. Uji koefisien determinasi (adjust R²)

Koefisien determinasi (R²) dipakai dalam mengetahui sebesar apakah variasi variabel independen bisa menguraikan variasi dari variabel tergantung. Nilai determinasi merupakan 0 serta 1. Nilai R² yang rendah berarti potensi variabel bebas sangatlag rendah. Nilai yang hampir 1 memiliki arti semua variabel independen memberi hampir seluruh informasi yang diperlukan diperlukan dalam memperkirakan variasi variabel terikat yakni minat penggunaan.

Tabel 4.19

Hasil Uji Koefisien Determinasi (uji R)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.501	.476	2.386

a. Predictors: (Constant), Kerumitan, Norma Subjektif,

Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan

Sumber : Data diolah, 2023

Berlandaskan tabel 4.19 bisa dinyarakan bahwasanya angka R square sebanyak 0,501, artinya korelasi diantara variabel terikat dan indeoenden yakni kuat sebab angka itu melebihi 0,05. Sementara adjuster R square sebanyak 0,476 ataupun sama dengan 47%, hal itu membuktikan bahwasanya sebanyak 47% pengaruh minat penggunaan bisa diterangkan variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, norma subjektif, kerumitan.

d. Uji Parsial (Uji t)

Secara individual, uji dilaksanakan menggunakan uji t-test. Uji statistik t mencerminkan beberapa pengaruhnya suatu variabel independent secara parsial untuk menjelaskan variasi variabel tergantung. Kriteria penentuan keputusan :

1. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ 1,974 ataupun nilai $sig > 0,05$ menerima H_a menolak H_o .
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,974 ataupun nilai $sig < 0,05$ menolak H_a menerima H_o .

Melakukan penentuan t tabel bisa diamati dalam tabel sig 0,05 memiliki tingkat kebebasan $df = n - k - 1 / 85 - 4 - 1 = 80$ merupakan banyaknya responden, maka dihasilkan nilai t tabel = 1,774.

Tabel 4.20

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

		Coefficients^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.396	2.330		-.170	.866
	Norma Subjektif	.318	.121	.233	2.622	.010
	Persepsi Kemudahan	.216	.104	.231	2.076	.041
	Persepsi Kegunaan	.287	.115	.290	2.503	.014
	Kerumitan	.272	.175	.149	1.557	.123

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber : Data diolah, 2023

Berlandaskan tabel 4. Hasil pengujian t parsial diterangkan yaitu:

1. Variabel norma subjektif X1 nilai t hitung $>$ t tabel ($2,622 > 1,974$) H_0 di tolak maupun nilai signifikan ($0,010 < 0,05$ terhadap minat kegunaan).
2. Variabel persepsi kemudahan X2 nilai t hitung $>$ t tabel ($2,076 > 1,974$) menolak H_0 maupun nilai signifikan ($0,041 < 0,05$) pada minat kegunaan.
3. Variabel persepsi kegunaan X3 nilai t hitung $>$ t tabel ($2,503 > 1,974$) menolak H_0 maupun nilai signifikan ($0,014 < 0,05$) pada minat kegunaan.
4. Variabel persepsi kemudahan X2 nilai t hitung $>$ t tabel ($1,557 > 1,974$) menolak H_0 maupun nilai signifikan ($0,123 < 0,05$) terhadap minat kegunaan.

4.3 Interpretasi Hasil

1. Norma Subjektif Memberikan Pengaruh Secara signifikan terhadap minat penggunaan

Norma subjektif adalah sifat tekanan sosial dalam melaksanakan perbuatan ataukah tidaknya yang dilandasi dorongan dalam memenuhi rujukan itu. Motivasi ataupun tekanan sosial asalnya dari orang disekitar kita. Tekanan sosial ini sendiri berbentuk motivasi melalui seseorang disekitar atau orang-orang terdekat yang memberikan pengaruh kepada minat seorang dalam mempergunakan sistem informasi akuntansi dengan basisnya *e-commerce* dalam menjual dengan cara online. Seorang memberi motivasi guna memakai *e-commerce* atas pengalaman dan keberhasilan baik diri seeseorang mempergunakan sistem itu. Adanya pengalaman baik seseorang tersebut, maka mereka akan menyarankan pemakaian *e-commerce* pada individu

lainnya guna melakukannya. Norma subyektif tidak semata-mata ditetapkan oleh tekanan sosial, namun ditetapkan pula oleh keinginan diri sendiri guna mengikutinya. Norma subyektif diberikan pengaruh oleh individu lainnya yaitu pasangan, teman, orang tua, teman kerja, tetangga.

Hasil penelitian membuktikan norma subhjektif mempunyai pengaruh signifikan pada minat penggunaan. Variabel norma subjektif thitung $>$ t tabel (2,622 $>$ 1,974) menolak H_0 sedangkan nilai signifikasi ($0,000 < 0,05$) sehingga menerima H_a , berarti norma subjektif memberikan pengaruh positif signifikan pada minat penggunaan. Beberapa orang mempergunakan aplikasi penjualan online dikarenakan dukungan melalui seseorang terdekat yang berarti responden lebih teliti dalam mempergunakan aplikasi penjualan online sebelum kepercayaan orang terdekatnya. Sama halnya penelitian yang dilaksanakan sejumlah penelitian yakni ratih hendayani, herry irawan, iis awaliah membuktikan norma subjektif ataupun variabel pertama pada penelitian berpengaruh signifikan pada minat penggunaan. Maka H_1 yang menyebutkan norma subjektif memberikan pengaruh positif signifikan pada minat penggunaan bisa diterima.

2. Persepsi Kemudahan Memberikan Pengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Penggunaan

Persepsi kemudahan adalah melihat seberapa jauhkan seorang percaya bahwasanya penggunaan sebuah teknologi akan terbebas dari usaha. Bila seorang

metrasa percaya bahwasanya sistem informasi mudah dipergunakan sehingga seseorang akan mempergunakannya begitupun sebaliknya bila seorang menganggap sistem informasi tersebut sulit dipergunakan sehingga seseorang tiak menggunakannya. Ketika seseorang menganggap sistem informasi tersebut mudah dalam membeli produk, melakukan pembayaran, transaksi keuangan mudah dipahami, kemudahan dalam mengakses aplikasi, penggunaan aplikasi yang dapat dilakukan sendiri tanpa bantuan orang lain, melakukan penjualan sehingga seorang akan memiliki minat dalam mempergunakan SIA dengan basis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan online secara berkelanjutan sebab memberi manfaat untuk seseorang atau bagi pengguna.

Kemudahan itu bisa dilihat berdasarkan sistem e-commerce yang mudah digunakan, sistemnya jelas, mudah dipelajari. Bertambah besarnya tingkatan persepsi kemudahan seorang dalam melaksanakan penjualan dengan online sehingga semakin tinggi juga minat seorang itu untuk menggunakan SIA dengan basis e-commerce. Kemudahan dirasakan untuk penjual online ketika mempergunakan sistem informasi akuntansi dengan basis *e-commerce* guna menjual dengan online memiliki jangkauan penjualan luas dan tidak adanya usaha yang terlalu kuat maka akan memberikan dorongan penggunaannya dalam mempergunakan e-commerce dengan berkelanjutan untuk media dalam melaksanakan penjualan.

Responden menyimpulkan bahwasanya pemakaian aplikasi penjualan online tidak sulit dipergunakan sampai menjadi terampil. Maka hasil penelitian

membuktikan persepsi kemudahan mempunyai pengaruh signifikan pada minat penggunaan. Variabel X2 nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,076 > 1,974$) menolak H_0 maupun nilai signifikan ($0,10 < 0,05$) lalu menerima H_a dan berarti persepsi kemudahan memberikan pengaruh signifikan pada minat kegunaan.

Hasil penelitian sama dengan penelitian yang dilaksanakan Iis Awaliah menunjukkan persepsi kemudahan memberikan pengaruh signifikan pada minat penggunaan. Pada penelitian lain yang dilaksanakan Nur Wahyuni, Brandy Rikumahu menyatakan bahwasanya persepsi kemudahan memberikan pengaruh positif signifikan pada minat penggunaan. Maka H_2 menyebutkan persepsi kemudahan memberikan pengaruh signifikan pada minat penggunaan yang tidak ditolak.

3. Persepsi Kegunaan Memberikan Pengaruh Secara Signifikan terhadap minat penggunaan.

Persepsi kegunaan menyatakan bahwasanya bila seorang merasakan bahwasanya sistem informasi bermanfaat, sehingga seseorang tersebut akan mempergunakannya. Sedangkan bila seorang merasakan bahwa sistem informasi tidak atau kurang bermanfaat sehingga seorang tidak akan mempergunakannya. Sistem informasi akuntansi dengan sistem *e-commerce* dalam penjualan online memberi kegunaan bagi pengguna untuk mengembangkan produktivitas secara melaksanakan pemasaran memanfaatkan aplikasi penjualan online melakukan penjangkauan jaringan pasar yang efisien, luas, efektif sebab transaksi penjualannya

bisa dilaksanakan dimanapun serta kapan pun, melancarkan proses transaksi maka penggunanya tidak harus melaksanakan tatap muka ketika menjalankan transaksi jual beli, dan menerapkan sistem informasi akuntansi dalam sistem perhitungan aplikasi penjualan online teliti maupun akurat, maka mengembangkan kinerja bagi pengguna dalam mempergunakan sistem informasi akuntansi dengan basis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan online bagi media guna melaksanakan penjualan.

Hasil penelitian membuktikan persepsi kegunaan mempunyai pengaruh signifikan kepada minat penggunaan. Variabel persepsi kegunaan nilai $t_{hitung} > t$ ($2,503 > 1,1974$) menerima H_0 sedangkan nilai signifikan ($0,014 < 0,05$) sehingga menerima H_a , maka persepsi kegunaan memberikan pengaruh signifikan pada minat penggunaan.

Pada penelitian ini sesuai penelitian yang dilaksanakan iis awaliah 2022, nur wahuni dan brady rikumahu 2019, kyvani novia andini 2021, membuktikan persepsi kegunaan memberi pengaruh positif signifikan pada minat penggunaan. Maka H_3 yang menyebutkan persepsi kegunaan memberikan pengaruh signifikan pada minat penggunaan tidak ditolak.

4. Kerumitan Memberikan Pengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Penggunaan

Kerumitan merupakan kesulitan apakah sebuah teknologi komputer guna difahami dan dipergunakan oleh pemakainya. Selaku pelaku usaha yang

melaksanakan penjualan dari aplikasi penjualan online diharuskan agar cepat tanggap memuaskan permintaan konsumen. Bila sistem informasi akuntansi dengan basis *e-commerce* ini tidak mudah guna dipergunakan, membutuhkan waktu lama untuk pemakainya, maupun memerlukan individu lainnya dalam penggunaan sehingga memerlukan pertimbangan minat untuk mempergunakan sistem informasi akuntansi dengan basis *e-commerce* dalam aplikasi penjualan online dikarenakan dianggap tidak adanya manfaat yang dirasakan. Kerumitan sebuah aplikasi memperlambat proses bisnis pengguna.

Hasil penelitian membuktikan bahwasanya kerumitan mempunyai pengaruh signifikan pada minat penggunaan. Variabel kerumitan X4 nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,557 > 1,974$) H_0 menolak maupun nilai signifikansi ($0,123 < 0,05$) sehingga menolak H_a , berarti kerumitan memberikan pengaruh signifikan pada minat kegunaan.

Penelitian sama berdasarkan penelitian yang dilaksanakan Iis Awaliah 2022 kerumitan memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan. Maka sehingga H_4 yang menyebutkan bahwasanya kerumitan memberikan pengaruh signifikan pada minat penggunaan tidak ditolak.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dalam penelitian adalah:

1. Norma subjektif memberikan pengaruh positif signifikan pada minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce dalam aplikasi penjualan online.
2. Persepsi kemudahan memberikan pengaruh positif signifikan pada minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce dalam aplikasi penjualan online.
3. Persepsi kegunaan memberikan pengaruh positif signifikan pada minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce dalam aplikasi penjualan online.
4. kerumitan memberikan pengaruh positif signifikan pada minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce dalam aplikasi penjualan online.

5.2 Saran

Saran penelitian adalah:

1. Bagi penelitian berikutnya diharap penyebaran kuesioner dilaksanakan dengan langsung supaya responden lebih paham dengan pertanyaan yang terdapat dikuesioner.
2. Diharapkan untuk menambah jumlah sampel pada penelitian selanjutnya supaya bisa didapatkan data yang lebih baik maupun akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an surah Al- Baqarah ayat 275

Al-Qur'an surah Al- Maidah ayat 90

Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29

Butarbutar, H. N., Putri, A. N. I. A., & Zahra, F. (2022). Transformasi Peran Akuntansi di Era Society 5.0. *Journal of Prosiding ASIC 2022*, 1(1), 22–42.

D Sugandi, Arung Prajoko, M., Effendi, I., & Sugandini, D. (2022). Pengguna Marketplace Tokopedia Di Daerah Istimewa Yogyakarta. 9(1), 287–306.

Dianari, R. G. F. (2018). Pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Ekonomi*, 22.

Fajar, M. D. Al, Leviza, J. L., Alhayyan, R., & Adriany, F. F. (2022). Penyuluhan Hukum Tindak Pidana Uu Ite Terhadap Masyarakat Di Desa Cempedak Lobang. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 1047–1051. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.2931>

Hardianti, S. (2013). Faktor Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce. *Akuntansi*.

Indrayati. (2015). *Sistem informasi akuntansi teori dan konsep desain SIA* (1st ed.).

Marina, A., Wahjono, S. I., Syaban, M., & Suarni, A. (2018). *Sistem informasi*

akuntansi : teori dan praktikal. UMSurabaya Publishing.

<https://books.google.co.id/books?id=QFKwDwAAQBAJ>

Marshall B. Romney, P. J. S. (2014). *Sistem informasi akuntansi*. Selemba Empat.

Mulyadi. (2019). Akuntansi Biaya. In *Akuntansi Biaya*. BPFE-Yogyakarta.

<https://doi.org/10.21070/2019/978-623-6833-85-8>

Pangestika, S., & Prasastyo, K. W. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol

Perilaku yang Dipersepsikan Terhadap Niat Untuk Membeli Apartemen di DKI

Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1a-4), 249–255.

<http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>

Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi*

Informasi. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=reFUDwAAQBAJ>

Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi

Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Perilaku

Penggunaan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1–20.

<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/466/411>

Wahyuni, A. D., & Dahmiri, D. (2021). Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap

Keamanan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen Di

Marketplace Shopee Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*,

10(01), 29–41. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12384>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Dengan hormat, Dengan ini saya mohon keikhlasan teman-teman semua untuk dapat berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini, besar harapan saya dapat memperoleh data sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Kuesioner ini dimaksud untuk mendapatkan data dalam rangka penelitian untuk penyusunan Skripsi yang berjudul: “**Analisis Faktor Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Aplikasi Shopee Menggunakan *Technology Acceptance Model***”. Skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan pada program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil jawaban ini tidak ada unsur benar atau salah dan tidak akan berdampak pada kondisi kerja anda. Atas partisipasi teman-teman semua saya ucapkan banyak terima kasih. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

I. Identitas Responden

Nama :.....

Jenis kelamin :.....

Jurusan :.....

Angkatan :.....

- II. Petunjuk peneliti responden hanya membubuhkan tanda centang pada kotak alternatif jawaban yang sesuai dengan jawaban anda. Adapun alternatif jawaban yang ada adalah alternatif jawaban keterangan 1. sangat tidak setuju 2. Tidak setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju

NORMA SUBJEKTIF

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya menggunakan aplikasi penjualan online atas dorongan orang terdekat					
2	Keberhasilan orang lain menggunakan aplikasi penjualan online memotivasi saya untuk menggunakan aplikasi penjualan online					
3	Menurut saya, pendapat orang lain penting untuk mengambil keputusan membeli suatu produk dari online shop					
4	Menurut saya saat mereview suatu produk setelah membeli melalui online shop membantu orang lain dalam membeli produk					

PERSEPSI KEMUDAHAN

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Aplikasi penjualan online memudahkan penjualan online					
2	Prosedur transaksi mudah dipahami					
3	Aplikasi penjualan online mudah diakses					
4	Saya dapat melakukan transaksi online tanpa bantuan orang lain					
5	Proses transaksi keuangan pada aplikasi penjualan online mudah dipahami					
6	Transaksi menggunakan aplikasi penjualan online dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun					

PERSEPSI KEGUNAAN

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Apakah penjualan online mempercepat proses transaksi					
2	Apakah penjualan online sangat efektif dan efisien					

3	Aplikasi penjualan online sangat membantu menghemat waktu					
4	Aplikasi penjualan online membantu menyediakan informasi mengenai produk yang akan dibeli atau diminati					
5	Aplikasi penjual online membantu saya mencari harga termurah dengan produk yang sama dari beberapa penjual yang ada					
6	Penerapn sistem informasi akuntansi pada sistem perhitungan aplikasi penjualan online akurat dan teliti					

KERUMITAN

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saat menggunakan aplikasi online tersebut sangat mudah					
2	Saya membutuhkan bantuan orang lain saat menggunakan aplikasi online					
3	Fitur-fitur yang disediakan pada aplikasi online tersebut mudah dimengerti					

MINAT PENGGUNAAN

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berminat menggunakan aplikasi penjualan online untuk melakukan penjualan dimasa yang akan datang					
2	Saya menggunakan aplikasi online karena menawarkan promo-promo yang menarik dan besar					
3	Saya menggunakan aplikasi penjualan online sangat sering					
4	Saya merasa puas,nyaman,dan senang menggunakan aplikasi penjualan online					
5	Saya merekomendasikan aplikasi penjualan online kepada rakan, kerabat dan lainnya					

Lampiran 2. Data rekap jawaban kuesioner**1. Data variabel norma subjektif**

NO	Norma Subjektif X1	TOTAL
----	--------------------	-------

Responden					X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	4	4	5	5	18
2	2	4	5	5	16
3	1	3	3	3	10
4	3	4	5	4	16
5	3	4	3	4	14
6	3	3	4	4	14
7	4	4	3	5	16
8	3	3	4	4	14
9	2	2	5	5	14
10	4	5	5	4	18
11	4	4	5	5	18
12	2	4	4	5	15
13	3	5	4	5	17
14	2	2	5	5	14
15	3	4	4	4	15
16	4	5	3	5	17
17	3	4	5	5	17
18	5	5	4	5	19
19	4	4	3	4	15

20	1	5	5	5	16
21	4	4	5	5	18
22	4	4	5	5	18
23	4	4	5	4	17
24	4	4	4	4	16
25	4	5	5	4	18
26	3	4	4	5	16
27	5	5	5	5	20
28	2	4	3	3	12
29	2	3	4	4	13
30	2	3	5	5	15
31	3	5	5	4	17
32	4	4	3	5	16
33	2	3	3	3	11
34	2	3	1	4	10
35	2	4	3	5	14
36	3	4	4	4	15
37	2	3	4	4	13
38	3	4	3	5	15
39	3	4	4	5	16
40	3	3	4	4	14

41	4	5	4	5	18
42	2	2	3	4	11
43	3	3	4	3	13
44	2	3	1	1	7
45	4	5	5	5	19
46	2	3	4	4	13
47	4	5	4	4	17
48	2	4	2	4	12
49	3	4	4	3	14
50	2	5	4	4	15
51	5	5	5	5	20
52	3	4	3	5	15
53	3	4	5	4	16
54	2	4	4	5	15
55	4	4	4	4	16
56	3	3	4	3	13
57	2	4	4	5	15
58	2	4	5	5	16
59	3	4	3	5	15
60	5	5	5	5	20
61	4	4	4	5	17

62	4	4	4	5	17
63	3	4	4	4	15
64	2	3	2	5	12
65	4	4	3	5	16
66	3	4	5	5	17
67	2	4	3	4	13
68	1	5	3	5	14
69	3	4	5	5	17
70	4	4	4	3	15
71	2	3	4	5	14
72	3	4	4	3	14
73	4	4	5	5	18
74	4	4	4	5	17
75	1	3	5	5	14
76	5	5	5	5	20
77	4	3	5	5	17
78	1	4	4	5	14
79	4	5	4	5	18
80	3	5	4	5	17
81	4	4	4	4	16
82	3	3	4	5	15

83	2	2	4	4	12
84	4	4	4	5	17
85	4	3	4	4	15

2. Data Variabel Persepsi Kemudahan

NO Responden	Persepsi Kemudahan X2						TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	5	5	4	3	4	4	25
2	5	5	5	5	4	5	29
3	5	5	5	4	4	4	27
4	5	5	5	5	3	5	28
5	4	4	4	5	4	4	25
6	3	4	3	4	3	4	21
7	5	4	4	5	4	4	26
8	4	3	3	2	4	4	20
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	4	29
11	5	4	3	3	3	5	23
12	5	4	5	5	4	5	28
13	5	4	5	5	4	5	28

14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	5	5	4	5	27
16	4	3	4	3	2	5	21
17	4	4	4	4	4	5	25
18	4	5	5	5	4	5	28
19	5	4	5	3	4	5	26
20	5	4	4	4	4	5	26
21	5	5	5	4	5	4	28
22	4	4	4	4	4	5	25
23	4	4	5	4	4	5	26
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	5	5	5	27
26	4	3	3	4	3	5	22
27	5	5	4	4	4	4	26
28	3	3	3	3	3	3	18
29	4	5	3	4	4	2	22
30	5	3	3	4	3	5	23
31	4	5	5	3	5	5	27
32	4	4	4	4	4	4	24
33	5	3	5	3	3	5	24
34	1	4	5	4	3	5	22

35	5	4	5	5	4	5	28
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	5	5	5	5	5	29
38	5	3	4	4	4	5	25
39	4	4	4	5	4	5	26
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	4	4	4	4	4	25
42	4	3	3	5	4	5	24
43	4	5	5	5	5	5	29
44	1	1	1	1	1	1	6
45	5	5	5	5	5	5	30
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	4	4	5	5	5	28
48	5	5	4	4	5	4	27
49	4	3	4	4	4	4	23
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	4	4	5	4	5	27
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	4	4	5	4	4	26
55	4	4	4	2	4	4	22

56	5	4	4	5	4	5	27
57	5	4	4	4	3	4	24
58	5	4	3	5	4	5	26
59	4	4	4	4	4	4	24
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	3	4	5	3	5	25
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	5	4	25
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	4	4	4	4	4	25
66	5	5	5	5	5	5	30
67	4	4	4	4	3	4	23
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	4	5	5	3	5	27
70	5	3	5	5	4	4	26
71	5	5	4	5	4	5	28
72	4	4	3	4	4	4	23
73	5	5	5	4	4	5	28
74	4	5	5	5	4	5	28
75	5	5	5	5	5	5	30
76	5	5	5	5	5	5	30

77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	5	5	4	4	5	28
80	5	4	4	4	4	5	26
81	4	4	4	4	4	5	25
82	5	3	5	4	4	5	26
83	5	4	5	4	4	4	26
84	4	4	5	5	5	4	27
85	4	5	5	5	5	4	28

3. Data Variabel Persepsi Kegunaan

NO Responden	Persepsi Kegunaan X3						TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	4	5	5	5	5	3	27
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	5	4	5	3	24
4	4	5	2	4	5	4	24
5	3	3	3	4	4	3	20
6	3	3	4	3	3	3	19
7	4	4	5	4	5	3	25

8	4	4	3	4	4	4	23
9	4	4	4	3	5	3	23
10	4	3	3	4	5	3	22
11	3	4	4	4	5	4	24
12	5	5	5	5	5	4	29
13	3	5	5	4	5	4	26
14	4	4	5	5	5	4	27
15	4	4	5	4	5	5	27
16	3	4	4	4	4	3	22
17	4	4	5	5	4	4	26
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	5	4	4	25
20	4	5	5	5	5	5	29
21	5	5	5	5	5	4	29
22	4	4	5	4	4	3	24
23	5	5	4	5	5	5	29
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	4	4	4	24
26	3	3	4	4	5	3	22
27	4	4	4	4	4	4	24
28	3	3	3	3	3	3	18

29	4	3	4	2	5	4	22
30	5	4	5	4	5	2	25
31	5	3	3	4	3	5	23
32	4	4	4	4	4	4	24
33	3	3	3	3	4	3	19
34	5	4	5	3	5	5	27
35	5	4	5	5	5	5	29
36	5	4	4	4	4	3	24
37	5	4	4	4	4	4	25
38	4	4	5	4	5	4	26
39	4	4	5	3	4	4	24
40	5	4	5	5	5	4	28
41	3	3	4	4	4	4	22
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	4	5	5	5	4	28
44	1	1	4	1	4	4	15
45	5	5	5	5	5	5	30
46	4	4	4	4	4	3	23
47	4	4	4	3	3	3	21
48	4	4	4	5	5	4	26
49	4	4	4	4	4	4	24

50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	4	5	5	5	4	27
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	5	2	4	5	3	23
55	4	4	4	3	4	4	23
56	4	4	5	4	5	4	26
57	3	4	4	4	4	3	22
58	5	3	4	5	5	3	25
59	4	4	4	4	4	3	23
60	5	5	5	5	5	5	30
61	4	4	5	3	4	3	23
62	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	4	4	5	4	25
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	5	5	4	29
66	5	5	5	5	5	5	30
67	3	4	3	4	4	3	21
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	5	5	4	5	5	29
70	4	4	4	3	3	4	22

71	3	4	4	4	3	4	22
72	3	3	4	4	4	3	21
73	4	5	4	5	5	4	27
74	4	3	5	4	5	4	25
75	5	5	5	5	5	5	30
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	3	3	5	5	5	26
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	5	5	5	5	5	30
80	4	4	5	4	5	4	26
81	4	3	4	4	4	4	23
82	3	4	4	4	5	3	23
83	4	4	4	4	5	3	24
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	4	4	4	4	24

4. Data Variabel Kerumitan

NO Responden	Kerumitan X4			TOTAL X4
	X4.1	X4.2	X4.3	
1	4	3	4	11

2	4	2	4	10
3	4	2	3	9
4	5	1	4	10
5	4	3	4	11
6	3	2	4	9
7	4	1	3	8
8	3	2	3	8
9	4	1	4	9
10	5	1	4	10
11	3	3	3	9
12	5	2	4	11
13	4	1	4	9
14	5	2	5	12
15	4	3	4	11
16	4	4	5	13
17	4	2	4	10
18	4	5	5	14
19	4	4	4	12
20	5	2	4	11
21	4	2	4	10
22	4	2	4	10

23	5	4	4	13
24	4	2	4	10
25	4	2	4	10
26	4	2	3	9
27	4	2	4	10
28	3	3	4	10
29	3	3	4	10
30	4	4	3	11
31	4	3	4	11
32	4	2	3	9
33	3	2	3	8
34	3	4	4	11
35	5	2	5	12
36	5	2	5	12
37	4	2	4	10
38	5	2	4	11
39	4	2	4	10
40	5	1	5	11
41	4	2	4	10
42	5	1	4	10
43	5	5	5	15

44	1	2	4	7
45	5	2	5	12
46	4	2	4	10
47	5	5	5	15
48	4	2	5	11
49	4	2	4	10
50	5	2	5	12
51	5	2	5	12
52	5	2	5	12
53	5	4	5	14
54	4	2	4	10
55	4	4	4	12
56	4	2	4	10
57	4	2	4	10
58	5	1	3	9
59	3	2	4	9
60	5	2	5	12
61	4	2	4	10
62	5	5	5	15
63	5	2	4	11
64	5	1	5	11

65	4	2	3	9
66	5	5	5	15
67	4	3	4	11
68	5	1	5	11
69	4	2	4	10
70	4	2	3	9
71	5	1	4	10
72	4	3	3	10
73	5	2	5	12
74	5	2	4	11
75	5	1	5	11
76	5	5	5	15
77	5	1	5	11
78	5	5	5	15
79	5	5	5	15
80	4	4	4	12
81	4	2	4	10
82	5	3	5	13
83	4	2	4	10
84	4	5	4	13
85	4	5	4	13

5. Data Variabel Minat penggunaan

NO Responden	Minat Penggunaan Y					TOTAL Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	4	4	4	22
3	4	3	3	3	3	16
4	4	5	4	4	4	21
5	4	4	2	4	3	17
6	3	4	4	3	3	17
7	4	5	5	4	4	22
8	4	5	4	4	4	21
9	5	5	5	5	5	25
10	4	5	5	4	4	22
11	4	4	3	4	4	19
12	5	4	5	5	5	24
13	5	5	3	3	4	20
14	2	5	4	4	2	17
15	5	4	4	4	4	21
16	5	5	3	4	3	20

17	4	5	3	4	3	19
18	5	5	5	5	5	25
19	5	4	4	4	5	22
20	5	4	2	4	4	19
21	4	4	3	4	4	19
22	3	5	5	4	3	20
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	2	3	4	17
25	4	5	3	4	4	20
26	5	4	3	4	4	20
27	4	5	4	4	4	21
28	5	5	4	5	4	23
29	4	2	2	4	3	15
30	3	4	2	3	3	15
31	3	5	2	5	5	20
32	4	4	4	4	4	20
33	3	3	2	3	4	15
34	4	5	4	4	4	21
35	5	5	4	4	4	22
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	3	3	3	17

38	5	5	3	4	4	21
39	4	4	4	4	3	19
40	3	5	3	3	3	17
41	3	4	3	4	4	18
42	3	4	3	4	3	17
43	5	3	4	4	5	21
44	1	1	1	4	1	8
45	5	5	4	5	5	24
46	3	3	3	3	3	15
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	4	5	5	24
49	4	3	2	3	3	15
50	5	5	5	5	4	24
51	5	5	5	5	5	25
52	5	4	4	3	4	20
53	5	5	5	5	5	25
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	3	4	19
58	5	3	5	4	4	21

59	4	4	3	4	4	19
60	5	5	5	5	5	25
61	5	3	5	4	3	20
62	4	5	5	5	5	24
63	4	4	4	4	4	20
64	5	5	5	5	5	25
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	5	25
67	3	4	2	3	4	16
68	5	5	5	5	5	25
69	3	4	5	5	4	21
70	4	5	4	3	4	20
71	3	3	3	3	3	15
72	3	4	3	3	4	17
73	5	5	3	4	4	21
74	4	5	3	4	3	19
75	5	5	5	5	5	25
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	4	4	3	4	4	19
79	5	5	5	5	5	25

80	5	5	4	5	5	24
81	4	4	2	3	4	17
82	5	5	3	4	3	20
83	3	3	3	4	4	17
84	4	4	5	4	4	21
85	4	4	5	5	5	23

Lampiran 3. Hasil SPSS

a. Descriptive Test

Descriptive Statistics					
	N (sampel)	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Subjective Norm	85	7.00	20.00	15.3882	2.41076
Perception of Convenience	85	6.00	30.00	26.0235	3.51519
Perceived Usefulness	85	15.00	30.00	25.2000	3.32666
Complexity	85	7.00	15.00	10.9412	1.80840
Interest	85	8.00	25.00	20.3529	3.29757
Valid N (listwise)	85				

Source: Data processed, 2023

b. Validity test

Validity

Question	r- count	r- table	conslusion
Subjective Norm			
Question 1	0,747	0,213	Valid
Question 2	0,687	0,213	Valid
Question 3	0,684	0,213	Valid
Question 4	0,625	0,213	Valid
Perception of convenience			
Question 1	0,699	0,213	Valid
Question 2	0,791	0,213	Valid
Question 3	0,820	0,213	Valid
Question 4	0,780	0,213	Valid
Question 5	0, 789	0,213	Valid
Question 6	0,668	0,213	Valid
Perceived Usefulness			
Question 1	0,817	0,213	Valid
Question 2	0,795	0,213	Valid
Question 3	0,667	0,213	Valid
Question 4	0,803	0,213	Valid
Question 5	0, 678	0,213	Valid
Question 6	0,705	0,213	Valid

Complexity			
Question 1	0,589	0,213	Valid
Question 2	0,747	0,213	Valid
Question 3	0,725	0,213	Valid

c. Reliability Test

Reliability Test Results

Variable	Cronbach's Alpha	Reliable Value	Conclusion
Subjective Norm	0,624	0,70	Reliability
Perception of Convenience	0,855	0,70	Reliability
Perceived Usefulness	0,840	0,70	Reliability
Complexity	0,388	0,70	Reliability

d. Normality test

Normality test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.32878990
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.033
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

e. **Multicollinearity Test**

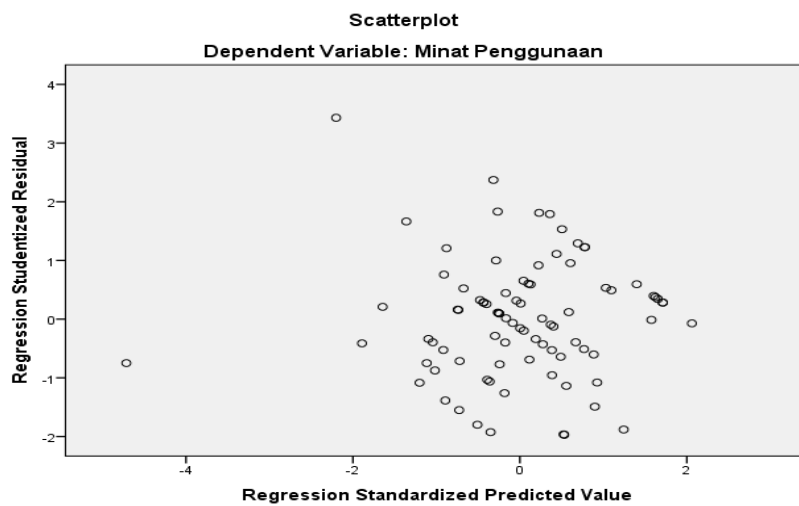
Multicollinearity test

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.396	2.330		-.170	.866		
	Subjective	.318	.121	.233	2.62	.01	.792	1.26

Norm				2	0		3
Perception convenienc e	.216	.104	.231	2.07 6	.04 1	.505	1.98 2
Perception of usefulness	.287	.115	.290	2.50 3	.01 4	.465	2.15 2
complexity	.272	.175	.149	1.55 7	.12 3	.680	1.47 0

f. Heteroscedasticity Test

Heteroscedasticity Test



g. Correlation Auto Test

Correlation auto test

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.501	.476	2.386

h. Determination Coefficient Test (Adjust R2)

Test Results for the Coefficient of Determination (Test R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.501	.476	2.386

i. Partial Test (t test)


Partial Significance Test Results (t test)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.396	2.330		-.170	.866
	Subjective Norm	.318	.121	.233	2.622	.010
	Perception	.216	.104	.231	2.076	.041

	convenience					
	Perception of usefulness	.287	.115	.290	2.503	.014
	complexity	.272	.175	.149	1.557	.123

Lampiran 4. Hasil Turnitin

5/4/23, 6:18 AM Print Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zuraidah, M.S.A
 NIP : 197612102009122001
 Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :


Nama : Siti Hildani Saadatul Khair
 NIM : 19520002
 Konsentrasi : Sistem Informasi Akuntansi
ANALISIS FAKTOR MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI
 Judul Skripsi : **AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE APLIKASI SHOPEE**
MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
19%	19%	7%	9%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 4 Mei 2023
 UP2M



Zuraidah, M.S.A

A
G

Lampiran 5. Biodata**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****Data Pribadi**

:

Nama : Siti Hildani Saadatul Khair

Tempat, Tanggal Lahir : Kelayu, 05 April 2000

Alamat : GB. Tengah, RT 07 RW 04 Kelayu utara, Selong, Lotim

No. hp : 087755221675

Email : hildaindah485@gmail.com**Pendidikan Formal**

1. 2007-2013 : SD Negeri 2 Kelayu Utara

2. 2013-2016 : MTs.N Model Selong

3. 2016-2019 : MAN 1 Lombok Timur

Malang, 3 Mei 2023

Siti Hildani Saadatul Khair