

**PENGARUH *E-COMMERCE*, SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI, LITERASI DIGITAL, DAN DUKUNGAN
SOSIAL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
BERWIRAUSAHA**

(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang)

SKRIPSI



Oleh

AMANDA AYU WIJAYANTI

NIM: 220502110134

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2026

**PENGARUH *E-COMMERCE*, SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI, LITERASI DIGITAL, DAN DUKUNGAN
SOSIAL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
BERWIRAUSAHA**

(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)



Oleh

AMANDA AYU WIJAYANTI

NIM: 220502110134

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *E-COMMERCE*, SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI, LITERASI DIGITAL, DAN DUKUNGAN SOSIAL
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA
(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang)**

SKRIPSI

Oleh

Amanda Ayu Wijayanti

NIM : 220502110134

Telah Disetujui Pada Tanggal 18 Juni 2026

Dosen Pembimbing,



Zuraidah, M.S.A

NIP. 197612102009122001

LEMBAR PENGESAHAN

7/5/26, 11:08 PM

Print Pengesahan

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *E-COMMERCE*, SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI, LITERASI DIGITAL, DAN DUKUNGAN SOSIAL
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA
(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang)**

SKRIPSI

Oleh

AMANDA AYU WIJAYANTI

NIM : 220502110134

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 26 Juni 2026

Susunan Dewan Penguji:

- 1 Ketua Penguji
Lutfi Ardhani, S.E., M.S.A
NIP. 198505282019031005
- 2 Anggota Penguji
Fadlil Abdani, M.A
NIP. 199307022019031009
- 3 Sekretaris Penguji
Zuraidah, M.S.A
NIP. 197612102009122001

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Kholilah, M.S.A

NIP. 198707192019032010

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amanda Ayu Wijayanti

NIM : 220502110134

Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH *E-COMMERCE*, SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, LITERASI DIGITAL, DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang) 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, 19 Juni 2026

Hormat Saya,

Amanda Ayu Wijayanti

NIM. 220502110134

HALAMAN MOTTO

"Don't let someone else's opinion of you become your reality."

—*Les Brown*—

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya dalam menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Pengaruh *E-Commerce*, Sistem Informasi Akuntansi, Literasi Digital, dan Dukungan Sosial terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang)”.

Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini, yakni Addinul Islam wal Iman.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya kontribusi dari berbagai pihak yang terlibat dalam mengajarkan ilmu pengetahuan. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, khususnya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.El., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Ibu Dr. Kholilah, M.S.A selaku selaku Wali Dosen.
5. Ibu Zuraidah, M.S.A selaku dosen pembimbing skripsi.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Bapak Sutarno, Ibu Septi Nur Fajriyah, kakak ku Rahmi Yanuar Latifah, adik-adikku Margareta Pangestuti, dan Arsakha Haikal Zhafran serta seluruh keluarga besar yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moral maupun spiritual.

8. Sahabat-sahabatku serta seluruh teman seperjuangan yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis. Terima kasih atas segala dukungan, motivasi, bantuan, serta kebersamaan yang telah diberikan selama menempuh pendidikan hingga proses penyelesaian skripsi ini. Semoga tali persaudaraan dan persahabatan yang telah terjalin dapat terus terjaga dengan baik serta membawa kesuksesan bagi kita semua.
9. Dan terakhir untuk diri saya sendiri, yaitu Amanda Ayu Wijayanti. Terima kasih telah menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, meskipun sering kali harus menghadapi rasa lelah, kecewa, dan keraguan. Terima kasih telah percaya bahwa setiap langkah kecil yang dilakukan hari demi hari pada akhirnya akan membawa penulis sampai pada titik ini. Dengan segala usaha, doa, air mata, dan perjuangan penulis mampu menjadikan sebuah kisah yang pantas untuk dibanggakan. Selamat untuk pencapaian ini, teruslah melangkah dan tumbuh dengan penuh keyakinan, karena tidak ada yang lebih indah selain menyaksikan diri sendiri berhasil menjadi versi terbaik.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk memperbaiki penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan semua pihak. *Aamin ya Rabbal 'alamin.*

Malang, 19 Juni 2026

Penulis

Amanda Ayu Wijayanti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
المستخلص	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis	23
2.2.1 <i>E-commerce</i>	24
2.2.2 Sistem Informasi Akuntansi.....	27
2.2.3 Literasi Digital	28
2.2.4 Dukungan Sosial	30
2.2.5 Pengambilan Keputusan Berwirausaha	32
2.3 Kerangka Konseptual	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	42

3.2 Lokasi Penelitian.....	43
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel	44
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.5 Data dan Jenis Data.....	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45
3.7 Definisi Operasional Variabel	46
3.8 Analisis Data	48
3.8.1 Analisis Deskriptif	48
3.8.2 Pengolahan Data	48
3.8.2.1 Measurement model (outer model)	49
3.8.2.2 Structural Model (Inner model)	50
3.8.3 Pengujian Hipotesis	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Deskripsi Umum Responden	53
4.1.1.1 Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin.....	53
4.1.1.2 Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis tahun angkatan	54
4.1.1.3 Distribusi frekuensi responden berdasarkan universitas	54
4.1.1.4 Distribusi frekuensi responden berdasarkan <i>E-Commerce</i> yang digunakan	55
4.1.2 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	56
4.1.2.1 Distribusi frekuensi variabel <i>e-commerce</i>	56
4.1.2.2 Distribusi frekuensi variabel sistem informasi akuntansi	57
4.1.2.3 Distribusi frekuensi variabel literasi digital	58
4.1.2.5 Ditribusi frekuensi variabel dukungan sosial.....	59
4.1.2.6 Distribusi frekuensi pengambilan keputusan berwirausaha	60
4.1.3 Analisa Measurement Model (<i>Outer Model</i>)	61
4.1.3.1 Analisa <i>convergent validity</i>	61
4.1.3.2 Analisa <i>discriminant validity</i>	65
4.1.3.3 Analisis Uji Reliabilitas.....	67

4.1.4 Analisa Model Struktural (Structural Model / <i>Inner Model</i>)	68
4.1.4.1 Analisa nilai <i>R-Square</i> (R^2)	68
4.1.4.2 Path coefficient.....	69
4.1.4.3 Analisa <i>f-square effect size</i>	70
4.1.4.4 Analisa <i>predictive relevance</i> (Q^2).....	71
4.1.4.5 Model fit.....	71
4.2 Pembahasan.....	72
4.2.1 Pengaruh <i>e-commerce</i> terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang?	72
4.2.2 Pegaaruh sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirasuaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang?	73
4.2.3 Pengaruh literasi digital terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang?.....	75
4.2.4 Pengaruh dukungan sosial terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang?	76
BAB V PENUTUPAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3. 1 Ukuran Skala Likert	46
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3. 3 Kategori Penilaian R-Square	51
Tabel 3. 4 Kategori Penilaian F-Square	51
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	54
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Universitas	54
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan E-Commerce Yang Digunakan	55
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel E-Commerce.....	56
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Sistem Informasi Akuntansi	57
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Sistem Informasi Akuntansi	58
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel Dukungan Sosial.....	59
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Pengambilan Keputusan Berwirausaha	60
Tabel 4. 10 Nilai Loading Factor	63
Tabel 4. 11 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	64
Tabel 4. 12 Nilai Cross Loading	65
Tabel 4. 13 Nilai Fornell-Larcker Criterion	66
Tabel 4. 14 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	68
Tabel 4. 15 Nilai R-Square (R^2)	69
Tabel 4. 16 Nilai T-Statistics dan P-Values	69
Tabel 4. 17 Nilai F-Square Effect Size.....	70
Tabel 4. 18 Nilai Predictive Relevance (Q^2)	71
Tabel 4. 19 Nilai Model Fit.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah dan Tingkat Pengangguran	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 4. 1 Uji Outer Loading	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner	85
Lampiran 2 Identitas Responden.....	86
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 4 Hasil Olah Data	127
Lampiran 5 Data Diri Penulis	132
Lampiran 6 Bukti Konsultasi	134
Lampiran 7 Hasil Plagiasi	136
Lampiran 8 Pengesahan Seminar Proposal	137

ABSTRAK

Amanda Ayu Wijayanti. 2026, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh *E-Commerce*, Sistem Informasi Akuntansi, Literasi Digital, dan Dukungan Sosial terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang)”

Pembimbing :Zuraidah, M.S.A

Kata Kunci :*E-Commerce*, Sistem Informasi Akuntansi, Literasi Digital, Dukungan Sosial, Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Perkembangan ekonomi digital telah mendorong perubahan dalam dunia kewirausahaan, terutama melalui pemanfaatan teknologi dan dukungan lingkungan sosial. Tingginya angka pengangguran terdidik di Indonesia menuntut mahasiswa untuk tidak hanya menjadi pencari kerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan melalui kegiatan berwirausaha. Penggunaan *e-commerce*, sistem informasi akuntansi, literasi digital, serta dukungan sosial dipandang sebagai faktor yang dapat mendorong mahasiswa dalam mengambil keputusan berwirausaha. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-commerce*, sistem informasi akuntansi, literasi digital, dan dukungan sosial terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa jurusan akuntansi di Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Malang dengan populasi mahasiswa akuntansi di Kota Malang. Adapun sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 196 responden dengan teknik *purposive sampling*. Sedangkan teknik pengambilan data melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan Google Form, dan analisis data dilakukan dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) menggunakan perangkat lunak Smart-PLS versi 3.0 melalui tahapan analisis deskriptif, pengujian *outer model*, pengujian *inner model*, serta pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce*, sistem informasi akuntansi, literasi digital, dan dukungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa jurusan akuntansi di Kota Malang. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pemanfaatan teknologi digital serta semakin kuat dukungan sosial yang diperoleh, maka semakin tinggi kecenderungan mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Dengan demikian, pengembangan kompetensi digital dan dukungan lingkungan sosial menjadi faktor penting dalam mendorong tumbuhnya wirausahawan muda di kalangan mahasiswa akuntansi.

ABSTRACT

Amanda Ayu Wijayanti. 2026, *THESIS*. Title : “*The Influence of E-Commerce, Accounting Information Systems, Digital Literacy, and Social Support on Entrepreneurial Decision-Making (A Study of Accounting Students in Malang City)*”

Advisor : Zuraidah, M.S.A

Keywords : *E-Commerce, Accounting Information Systems, Digital Literacy, Social Support, Entrepreneurial Decision-Making*

The development of the digital economy has driven changes in the world of entrepreneurship, particularly through the use of technology and support from the social environment. The high rate of educated unemployment in Indonesia requires students not only to be job seekers but also to be capable of creating jobs through entrepreneurial activities. The use of e-commerce, accounting information systems, digital literacy, and social support are viewed as factors that can encourage students to make entrepreneurial decisions. Therefore, this study aims to analyze the influence of e-commerce, accounting information systems, digital literacy, and social support on entrepreneurial decision-making among accounting students in Malang.

This study employs a quantitative approach with an explanatory research design. The study was conducted in Malang City, with the population consisting of accounting students in Malang City. The sample comprised 196 respondents, selected using purposive sampling. Data collection was conducted via an online questionnaire using Google Forms, and data analysis was performed using the Partial Least Squares (PLS) approach with Smart-PLS software version 3.0, involving descriptive analysis, outer model testing, inner model testing, and hypothesis testing to determine the effect of each independent variable on the dependent variable.

The results of the study indicate that e-commerce, accounting information systems, digital literacy, and social support have a positive and significant influence on the entrepreneurial decision-making of accounting students in Malang. These findings indicate that the better the utilization of digital technology and the stronger the social support received, the higher the tendency for students to make entrepreneurial decisions. Thus, the development of digital competencies and social support are important factors in fostering the growth of young entrepreneurs among accounting students.

الملخص

أماندا أيو ويجايانتي. 2026، أطروحة. العنوان: "تأثير التجارة الإلكترونية، ونظام المعلومات المحاسبية، ومحو الأمية الرقمية، والدعم الاجتماعي على اتخاذ القرارات الريادية (دراسة على طلاب قسم المحاسبة في مدينة مالانج)"

المشرف : زرايدة، ماجستير في العلوم الإدارية
الكلمات المفتاحية : التجارة الإلكترونية، نظام المعلومات المحاسبية، الثقافة الرقمية، الدعم الاجتماعي، اتخاذ القرارات الريادية

أدى تطور الاقتصاد الرقمي إلى إحداث تغييرات في عالم ريادة الأعمال، لا سيما من خلال الاستفادة من التكنولوجيا والدعم الاجتماعي. وينتطلب ارتفاع معدلات البطالة بين الخريجين في إندونيسيا من الطلاب ألا يقتصر دورهم على البحث عن عمل فحسب، بل أن يكونوا قادرين أيضاً على خلق فرص عمل من خلال الأنشطة الريادية. يُنظر إلى استخدام التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبية ومحو الأمية الرقمية والدعم الاجتماعي على أنها عوامل يمكن أن تحفز الطلاب على اتخاذ قرارات ريادية. ولذلك، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير التجارة الإلكترونية ونظام المعلومات المحاسبية ومحو الأمية الرقمية والدعم الاجتماعي على اتخاذ القرارات الريادية لدى طلاب قسم المحاسبة في مدينة مالانج.

استخدمت هذه الدراسة نهجاً كمياً من النوع التفسيري. وأجريت الدراسة في مدينة مالانج، وشملت عينة من طلاب المحاسبة في المدينة. وبلغ عدد المشاركين في الدراسة 196 مشاركاً، وتم اختيار العينة باستخدام تقنية «الاختيار الهادف». أما تقنية جمع البيانات فقد تمت من خلال توزيع استبيان عبر الإنترنت باستخدام Google Form، وأجري تحليل البيانات باستخدام نهج Partial Least Square (PLS) باستخدام برنامج Smart-PLS الإصدار 3.0 من خلال مراحل التحليل الوصفي، واختبار النموذج الخارجي، واختبار النموذج الداخلي، بالإضافة إلى اختبار الفرضيات لمعرفة تأثير كل متغير مستقل على المتغير التابع. أظهرت نتائج الدراسة أن التجارة الإلكترونية ونظم المعلومات المحاسبية ومحو الأمية الرقمية والدعم الاجتماعي لها تأثير إيجابي و هام على عملية اتخاذ قرارات ريادة الأعمال لدى طلاب قسم المحاسبة في مدينة مالانج. تشير هذه النتائج إلى أنه كلما تحسّن استخدام التكنولوجيا الرقمية وزاد الدعم الاجتماعي الذي يحصل عليه الطلاب، زادت ميلهم لاتخاذ قرارات ريادة الأعمال. وبالتالي، فإن تطوير الكفاءات الرقمية ودعم البيئة الاجتماعية يمثلان عاملين مهمين في تشجيع نمو رواد الأعمال الشباب بين طلاب المحاسبة.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi global di era digital saat ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi faktor utama yang mendorong terjadinya transformasi di berbagai aspek kehidupan. Perubahan tersebut tidak hanya memengaruhi aktivitas sosial dan ekonomi, tetapi juga memberikan dampak yang signifikan terhadap sektor kewirausahaan sebagai salah satu bidang yang mengalami perkembangan pesat. Digitalisasi tidak hanya menghadirkan efisiensi, tetapi juga menciptakan peluang baru yang mampu mengubah pola pikir dan cara individu dalam memulai serta mengelola bisnis. Transformasi digital telah melahirkan berbagai model bisnis modern yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar, sekaligus menuntut pelaku usaha untuk mampu berinovasi dalam menghadapi perubahan yang begitu cepat. Hal ini menegaskan bahwa teknologi digital tidak lagi menjadi pilihan tambahan, melainkan suatu keharusan dalam strategi kewirausahaan kontemporer. Perkembangan teknologi yang berlangsung secara cepat pada era digital saat ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan *Electronic Commerce (E-commerce)* sebagai media yang mendukung aktivitas perdagangan dan transaksi secara elektronik (Anggraeni et al., 2023).

Jumlah penduduk Indonesia semakin pesat, berbanding terbalik dengan ketersediaan lapangan pekerjaan, membuat tingkat pengangguran di Indonesia masih tinggi. Pengangguran merupakan permasalahan makroekonomi yang hingga kini masih menjadi tantangan serius bagi Indonesia. Data jangka panjang menunjukkan bahwa tingkat pengangguran nasional telah mengalami fluktuasi signifikan sejak 1986 hingga 2022, yang menandakan bahwa stabilitas pasar tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat masih belum tercapai secara optimal (Mufida & Nasir, 2023). Kondisi ini semakin menjadi tantangan karena terdapat kesenjangan antara jumlah pencari kerja dan ketersediaan lapangan kerja yang dapat menampung tenaga kerja tersebut, rendahnya kualitas keterampilan tenaga kerja, serta kebijakan ekonomi yang belum sepenuhnya efektif dalam menciptakan lapangan kerja yang produktif (Frisnoiry et al., 2024). Bahkan, pengangguran di

Indonesia masih didominasi oleh kelompok usia muda dan lulusan terdidik, yang seharusnya menjadi pendorong utama produktivitas ekonomi. Data BPS tahun 2024 mencatat bahwa hampir 50% pengangguran terbuka berasal dari kelompok usia 15–24 tahun, sementara lulusan SMA, SMK, dan perguruan tinggi menjadi penyumbang terbesar pengangguran terdidik, terutama di wilayah Pulau Jawa (Teresia et al., 2025). Fenomena ini berpotensi menghambat pencapaian bonus demografi 2020–2030 yang hanya dapat dimanfaatkan apabila penduduk usia produktif terserap secara optimal dalam pasar kerja. Tanpa strategi alternatif yang efektif, bonus demografi dikhawatirkan berubah menjadi beban ekonomi akibat meningkatnya jumlah pengangguran terdidik (Maryati, 2015). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan baru untuk membuka peluang ekonomi bagi generasi muda, salah satunya melalui pengembangan kewirausahaan berbasis digital. Penggunaan platform *e-commerce*, kemampuan dalam literasi digital, kemampuan menguasai sistem informasi akuntansi, serta adanya dukungan sosial terbukti menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan berwirausaha mahasiswa sehingga dapat berkontribusi dalam menekan angka pengangguran.

Berdasarkan hasil proyeksi penduduk yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia diperkirakan mencapai 286,28 juta jiwa pada tahun 2025. Berikut adalah diagram yang menunjukkan jumlah serta tingkat pengangguran berdasarkan hasil pengamatan pada periode Agustus 2023 hingga Agustus 2025:

Situasi tersebut menjadi peluang sekaligus tantangan bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa akuntansi, sehingga tidak hanya bertindak sebagai pencari kerja (*job seeker*), tetapi juga memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja (*job creator*) yang dapat menyerap tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pendidikan yang terjadi belum sepenuhnya diimbangi dengan ketersediaan lapangan kerja formal yang memadai. Mengingat kondisi tersebut, lulusan perguruan tinggi termasuk mahasiswa akuntansi, dituntut untuk memiliki alternatif selain menjadi pencari kerja. Salah satu alternatif strategis dalam menghadapi keterbatasan lapangan kerja formal tersebut adalah melalui kegiatan berwirausaha, terutama yang memanfaatkan perkembangan teknologi digital.

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda Indonesia sudah sepatutnya menjadi pelopor lahirnya wirausahawan baru yang mampu memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan ekonomi bangsa. Berbagai perguruan tinggi di Kota Malang terus mendorong mahasiswanya untuk aktif dalam kegiatan kewirausahaan, baik melalui mata kuliah, pelatihan, maupun seminar yang relevan dengan dunia usaha. Khususnya bagi mahasiswa program studi akuntansi, pembekalan ini sangat penting karena mereka tidak hanya dibekali dengan kemampuan analisis keuangan dan pencatatan akuntansi, tetapi juga dituntut untuk menguasai keterampilan dalam mengelola usaha (Ghunayanto, 2024). Selain itu, mahasiswa akuntansi di Kota Malang juga didorong untuk berpartisipasi dalam program kewirausahaan yang digagas oleh pemerintah, salah satunya adalah Program Kewirausahaan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Program tersebut bertujuan meningkatkan kapasitas mahasiswa melalui berbagai kegiatan seperti *workshop*, pendampingan wirausaha, hingga akselerasi *startup* bagi mahasiswa Indonesia. Dengan adanya dukungan tersebut, diharapkan mahasiswa akuntansi di Kota Malang mampu mempersiapkan diri tidak hanya sebagai tenaga kerja profesional, tetapi juga sebagai wirausahawan yang mampu menciptakan lapangan kerja baru, sejalan dengan semangat kebijakan MBKM untuk menumbuhkan generasi wirausaha muda Indonesia (Anggraeni, 2023).

Theory of Planned Behavior (TPB), yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991, adalah teori utama yang digunakan dalam penelitian ini. Teori pokok yang diterapkan dalam penelitian ini. TPB menggambarkan bahwa keputusan yang diambil oleh seseorang, termasuk dalam bidang kewirausahaan, dipengaruhi oleh sikap terhadap suatu perilaku, norma subjektif, serta persepsi terhadap kewirausahaan lewat kemudahan mencapai pasar secara digital, sedangkan pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) memperkuat persepsi kendali dengan menyajikan data akuntansi yang tepat untuk keputusan keuangan. Literasi digital turut membentuk norma subjektif melalui kemampuan menyesuaikan diri dengan teknologi, sementara dukungan sosial meningkatkan motivasi melalui dampak dari lingkungan sekitar. Selain TPB, penelitian ini juga memadukan *Technology Acceptance Model* (TAM) dari Davis tahun 1989 untuk menguraikan penerimaan *e-commerce* dan SIA, di mana kegunaan yang dirasakan serta kemudahan penggunaan menjadi elemen utama yang memengaruhi intensi berwirausaha.

Penelitian sebelumnya telah membahas variabel-variabel ini secara terpisah. Sebagai contoh, penelitian Nurlaila & Fitriyah (2021), menyimpulkan bahwa variabel *e-commerce* dan penggunaan SIA berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk berwirausaha, sedangkan modal usaha tidak berpengaruh. Begitu pula, penelitian oleh Sa'Diyyah & Yulianti (2025), menguji pada UMKM di Malang bahwa penggunaan *e-commerce* dan SIA secara signifikan mempengaruhi efisiensi dan efektivitas kinerja UMKM. Menurut penelitian oleh Nanda Dwi & Sudiana (2022), mengenai literasi digital berdasarkan hasil uji t, variabel digital literasi memiliki t hitung $(8,365) > t \text{ tabel } (1,968)$ atau nilai signifikan $(0,000) < (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan koefisien determinasi yang diperoleh dengan nilai $R \text{ Square}$ sebesar 44,9% yang artinya terdapat pengaruh signifikan digital literasi terhadap minat berwirausaha. Menurut penelitian oleh Arsakiyana & Sulistyowati (2022) literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Menurut penelitian oleh Aryanti et al. (2024) menekankan bahwa dukungan sosial, khususnya dari orang tua dan teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap motivasi intrinsik remaja dalam berwirausaha,

dukungan sosial menciptakan rasa percaya diri, otonomi, dan kebahagiaan yang mampu meningkatkan dan mendorong perilaku kewirausahaan pada remaja. Menurut penelitian oleh Karna & Donna (2023), menunjukkan bahwa niat berwirausaha tidak hanya tumbuh dari faktor internal (kepercayaan dan semangat), tetapi juga diperkuat oleh faktor eksternal berupa dukungan sosial dari lingkungan sekitar, dukungan sosial berperan penting dalam memperkuat pengaruh norma subjektif dan semangat kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa, sehingga faktor sosial perlu dipertimbangkan dalam pembentukan minat wirausaha di kalangan generasi muda.

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan kewirausahaan, namun masih terdapat celah yang dapat dikembangkan dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Sa'Diyyah & Yuliati (2025) menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dan penerapan sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, sedangkan literasi keuangan tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap efisiensi usaha. Fokus penelitian tersebut masih terbatas pada aspek kinerja bisnis, bukan pada proses pengambilan keputusan berwirausaha yang menjadi tahap awal seseorang menentukan pilihan untuk memulai usaha. Sementara itu, penelitian Nanda Dwi & Sudiana (2022) membuktikan bahwa literasi digital dan *locus of control* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dan penelitian Arsakiyana & Sulistyowati (2022) juga menemukan bahwa pembelajaran kewirausahaan, *entrepreneurial traits*, dan literasi digital berpengaruh terhadap rintisan bisnis mahasiswa. Namun demikian, kedua penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada minat dan motivasi berwirausaha, bukan pada keputusan aktual untuk berwirausaha, serta belum mengaitkan variabel digital dengan aspek manajerial seperti sistem informasi akuntansi.

Selain itu, penelitian Karna & Donna (2023) menegaskan bahwa dukungan sosial berperan sebagai faktor yang memperkuat hubungan antara norma subjektif dan minat kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha, sementara Aryanti et al. (2024) menunjukkan bahwa dukungan sosial dari keluarga dan teman sebaya

berkontribusi terhadap motivasi intrinsik dan perilaku kewirausahaan pada remaja. Meskipun demikian, kedua penelitian tersebut belum mengintegrasikan dukungan sosial dengan faktor digital seperti *e-commerce* atau literasi digital dalam satu kerangka penelitian yang komprehensif. Padahal, dalam konteks era ekonomi digital, pengambilan keputusan untuk berwirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan teknis dan pengetahuan bisnis, tetapi juga oleh dukungan sosial yang dapat memperkuat keyakinan individu untuk memulai usaha.

Integrasi dari *e-commerce*, sistem informasi akuntansi, literasi digital, dan dukungan sosial menghasilkan sinergi yang kuat dalam mendukung proses berwirausaha. Kombinasi faktor-faktor tersebut tidak hanya menyederhanakan operasional usaha dengan kecepatan serta ketepatan tinggi, tetapi juga menjadi solusi strategis untuk mengatasi keterbatasan sumber daya dan menghadapi ketidakpastian pasar. Dengan bekal kemampuan tersebut, mahasiswa dapat lebih percaya diri untuk merintis usaha sekaligus mengembangkan bisnis mereka di tengah persaingan yang kompetitif. Integrasi ini memungkinkan para calon wirausaha untuk mengoptimalkan teknologi digital dalam berbagai aspek bisnis. Misalnya, *e-commerce* membuka akses pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis, sementara sistem informasi akuntansi membantu dalam pengelolaan keuangan yang transparan dan akurat, sehingga memudahkan pengambilan keputusan berbasis data. Literasi digital menjadi fondasi agar mahasiswa mampu memahami dan memanfaatkan teknologi secara kritis dan adaptif, sedangkan dukungan sosial memberikan motivasi serta jaringan yang memperkuat daya tahan bisnis di masa sulit. Perpaduan keempat faktor ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperbesar peluang keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, pengembangan kompetensi di bidang-bidang tersebut harus menjadi prioritas dalam pendidikan kewirausahaan untuk mencetak generasi *entrepreneur* yang siap menghadapi tantangan global.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan serta keterkaitannya dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH *E-COMMERCE*, SISTEM INFORMASI

AKUNTANSI, LITERASI DIGITAL, DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA“.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan deskripsi latar belakang penelitian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *E-commerce* Berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang?
2. Apakah Sistem Informasi Akuntansi Berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang?
3. Apakah Literasi Digital Berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang?
4. Apakah Dukungan Sosial Berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh *E-Commerce* terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Literasi Digital terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Dukungan Sosial terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Mendeskripsikan pengaruh *e-commerce*, penggunaan sistem informasi akuntansi, literasi digital, dan dukungan sosial terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang.
- b. Memperkuat penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh variabel-variabel *e-commerce*, penggunaan sistem informasi akuntansi, literasi digital, dan dukungan sosial terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi.
- c. Memberikan kontribusi teoritis dalam memperluas pemahaman tentang hubungan antara *e-commerce*, penggunaan sistem informasi akuntansi, literasi digital, dan dukungan sosial dengan pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa: Memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan platform digital *e-commerce*, penggunaan sistem informasi akuntansi, kemampuan literasi digital, serta peran dukungan sosial dalam proses pengambilan keputusan berwirausaha. Hal ini pada akhirnya akan memberikan dukungan kepada mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan guna untuk memulai berwirausaha, sehingga dapat mengurangi risiko pengangguran dan mempermudah akses memperoleh peluang pekerjaan.
- b. Bagi Perguruan Tinggi: Menjadi bahan evaluasi kurikulum untuk mengintegrasikan teknologi informasi, literasi digital, dan kewirausahaan secara komprehensif, serta mendorong pelatihan *workshop e-commerce* dan sistem informasi akuntansi melalui kolaborasi dengan platform digital, sehingga meningkatkan daya saing lulusan, memperkaya portofolio mahasiswa, dan membangun reputasi institusi sebagai pusat pengembangan skill wirausaha di Kota Malang.

- c. Bagi peneliti selanjutnya: menambah ilmu pengetahuan dan temuan penelitian bisa dijadikan sebagai bahan literatur untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, maka penelitian ini dibatasi pada hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh *e-commerce*, sistem informasi akuntansi, literasi digital, dan dukungan sosial terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.
2. Subjek penelitian dibatasi pada mahasiswa jurusan akuntansi dari perguruan tinggi di Kota Malang yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan dan sistem informasi akuntansi, sehingga responden dianggap telah memiliki pengetahuan dasar mengenai kewirausahaan serta pemanfaatan sistem informasi akuntansi dalam bisnis.
3. Penelitian ini tidak membahas faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan berwirausaha, seperti efikasi diri, modal usaha, ekspektasi pendapatan, kepribadian, maupun variabel lain di luar model penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengkaji dan mengidentifikasi penelitian terdahulu yang relevan, dengan mengintegrasikan variabel independent seperti *e-commerce* (X1), sistem informasi akuntansi (X2), literasi digital (X3), dan dukungan sosial (X4). Variabel dependen adalah pengambilan keputusan berwirausaha (Y). Tabel berikut menggambarkan hasil penelitian sebelumnya:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	<i>“The Influence of Understanding E-Commerce, Accounting Information System, and Business Capital on Decision Making in Entrepreneurs hip”</i> , (F. A. Salviano, 2025)	Variabel Independent: (X1) : Pemahaman <i>E-Commerce</i> (X2) : Sistem Informasi Akuntansi (X3): Modal bisnis Variabel Dependent: (Y) : Pengambilan Keputusan berwirausaha	-Penelitian kuantitatif - Pengumpulan data melalui kuesioner - Teknik pengambilan sampel purposive sampling - Jumlah sampel 177 orang - Analisis data menggunakan SPSS versi 26	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, secara parsial, pemahaman <i>e-commerce</i> , sistem informasi akuntansi, dan modal bisnis meningkatkan pengambilan keputusan berwirausaha.

2	<i>“The Influence of Entrepreneurship Education, Social Media, E commerce, and Accounting Information Systems on Entrepreneurial Decision Making in Accounting Students at Dian Nusantara University”</i>, (Destyana & Mareta, 2025)	Variabel Independent: (X1) : Pendidikan Kewirusahaan (X2): Media Sosial (X3) :E-Commerce (X4) :Sistem Informasi Akuntansi Variabel Dependent: (Y) : Pengambilan keputusan berwirausaha	- Penelitian kuantitatif yang mengumpulkan data melalui kuesioner - Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>purposive sampling</i> - Jumlah sampel adalah 174 responden - Data dianalisis menggunakan SPSS Versi 29.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, pendidikan kewirausahaan, dan sistem akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan kewirausahaan, sedangkan <i>e-commerce</i> tidak berpengaruh.
3	“Pengaruh E-Commerce, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap	Variabel Independent: (X1) : E-Commerce (X2): Penggunaan Sistem	- Penelitian kuantitati - Pengumpulan data melalui kuesioner - Pengambilan sampel <i>purposive sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

	Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Kupang”, (Latumahina & Oktariyana, 2024)	Informasi Akuntansi (X3) : Ekspektasi Pendapatan Variabel Dependent: (Y) : Pengambilan Keputusan Berwirausaha	- Jumlah sampel sebanyak 73 orang - Analisis data menggunakan SPSS	mahasiswa untuk berwirausaha, sedangkan <i>e-commerce</i> dan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh.
4	“Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Social Media Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha” , (Sunarka et al., 2024).	Variabel Independent: (X1) : <i>E-Commerce</i> (X2) : Social Media (X3): Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Variabel Dependent: (Y) : Pengambilan Keputusan	- Penelitian Kuantitatif. - Pengumpulan data menggunakan kuesioner. - Jumlah sampel sebanyak 110 responden - Analisis data menggunakan metode analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>e-commerce</i> , media sosial, serta sisem informasi akuntansi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa FEB Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

		Untuk Berwirausaha	berganda, serta koefisien determinasi (R ²).	
5	“Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Sistem Informasi Akuntansi, Dukungan Keluarga, Dukungan Kampus dan Ketersediaan Modal terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Mandala)”, (Anggraeni et al., 2023)	Variabel Independent: (X1) : <i>E-Commerce</i> (X2): Sistem Informasi Akuntansi (X3) : Dukungan Keluarga (X4) : Dukungan Kampus (X5): Ketersediaan Modal Variabel Dependent: (Y) : Pengambilan keputusan untuk berwirausaha	- Penelitian Kuantitatif. - Pengumpulan data menggunakan kuesioner. - Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> . - Jumlah sampel sebanyak 32 responden - Analisis data menggunakan SPSS Versi 25	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara imultan seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha, sedangkan secara parsial hanya sistem informasi akuntansi dan ketersediaan modal yang berpengaruh signifikan.

6	“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, <i>E-Commerce</i> Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha” , (Selvia et al., 2023).	Variabel Independent: (X1) : Pengetahuan Kewirausahaan (X2) : <i>E-Commerce</i> (X3): Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Variabel Dependent: (Y) : Pengambilan Keputusan Berwirausaha	- Penelitian Kuantitatif. - Pengumpulan data menggunakan dengan kuesioner. - Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i>. - Jumlah sampel sebanyak 86 responden - Analisis data menggunakan SPSS versi 22.	Hasil penelitian menunjukan bahwa pengetahuan kewirausahaan, <i>e-commerce</i>, serta penggunaan sisem informasi akuntansi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan berwirausaha.
7	“Pengaruh <i>E-Commerce</i>, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Ketersediaan Modal, Dan Dukungan Keluarga	Variabel Independent: (X1) : <i>E-Commerce</i> (X2) : Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi	- Penelitian Kuantitatif. - Pengumpulan data menggunakan kuesioner. - Teknik pengambilan sampel	Hasil penelitian yang didapatkan yakni <i>e-commerce</i>, penggunaan SIA, ketersediaan modal, serta dukungan keluarga secara positif dan

	Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi”, (Syaharani & Mayangsari, 2022).	(X3): Ketersediaan Modal (X4): Dukungan Keluarga Variabel Dependent: (Y) : Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha	menggunakan <i>purposive sampling</i> . - Jumlah sampel sebanyak 153 responden - Analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji t, dan koefisien determinasi	signifikan mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berwirausaha.
8	“Pengaruh <i>E-Commerce</i> , <i>Self Efficacy</i> dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha” (Muhammad Taufiq, 2022)	Variabel Independent: (X1) : <i>E-Commerce</i> (X2): <i>Self Efficacy</i> (X3) : Sistem Informasi Akuntansi Variabel Dependent: (Y) : Pengambilan	- Penelitian Kuantitatif. - Pengumpulan data menggunakan kuesioner. - Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>e-commerce</i> tidak pengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha, sedangkan <i>self-efficacy</i> dan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan

		keputusan berwirausaha	- Jumlah sampel sebanyak 155 responden - Analisis data menggunakan regresi linear berganda	keputusan untuk berwirausaha.
9	“Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri Dan Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha <i>E-Business</i> Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret”, (Khoiriyah et al., 2022)	Variabel Independent: (X1) : Literasi Digital (X2) : Efikasi Diri (X3): Lingkungan Variabel Dependent: (Y) : Intensi Berwirausaha <i>E-Business</i>	- Penelitian kuantitatif - Pengumpulan data menggunakan dengan kuesioner. - Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>proportionate stratified random sampling</i>. - Jumlah sampel sebanyak 241 responden - Analisis data menggunakan pengujian regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ditemukan bahwa: variabel literasi digital memiliki pengaruh terhadap variabel intensi berwirausaha <i>e-business</i> . Variabel efikasi diri memiliki pengaruh terhadap variabel intensi berwirausaha <i>e-business</i> . Variabel lingkungan memiliki pengaruh terhadap variabel intensi

				berwirausaha e-business.
10	“Pengaruh Literasi Digital, Media Sosial, Dan <i>E-Commerce</i> Terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa”, (Handoyo, 2021)	Variabel Independent: (X1) : Literasi Digital (X2) : Media Sosial (X3): <i>E-Commerce</i> Variabel Dependent: (Y) : Keputusan Berwirausaha Mahasiswa	- Penelitian kuantitatif - Pengumpulan data menggunakan dengan kuesioner. - Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> . - Jumlah sampel sebanyak 75 responden - Analisis data menggunakan SmartPLS Versi 3	Hasil penelitian ini menunjukkan literasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Sedangkan media sosial dan <i>e-commerce</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berwirausaha.
11	<i>“The Influence of E-Commerce, Social Media, Accounting Information System, and</i>	Variabel Independent: (X1) : <i>E-Commerce</i> (X2): <i>Social Media</i>	- Penelitian Kuantitatif. - Pengumpulan data menggunakan kuesioner.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel <i>E-Commerce</i> , media sosial, Sistem Informasi Akuntansi, dan

	<i>Income Expectations On Entrepreneurial Decision-Making Of Accounting Students at UPN Veteran East Java</i>”, (Margareta, Jessica, 2021).	(X3) : <i>Accounting Information System</i> (X4) : <i>Income Expectations</i> Variabel Dependent: (Y) : Pengambilan keputusan untuk berwirausaha.	- Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>probability sampling</i>. - Jumlah sampel sebanyak 74 responden - Analisis data menggunakan SmartPLS Versi 3.0	Harapan Pendapatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengambilan keputusan kewirausahaan mahasiswa.
12	“Pengaruh Literasi Digital, <i>Internal Locus Of Control</i> dan Dukungan Akademik Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa di Kabupaten Banyumas ”, (Apidana, 2021)	(X1) : Literasi Digital (X2) : <i>Internal Locus Of Control</i> (X3): Dukungan Akademik Variabel Dependent: (Y) : Niat Berwirausaha Mahasiswa	- Penelitian Kuantitatif. - Pengumpulan data menggunakan kuesioner. - Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa, sedangkan <i>internal locus of control</i> dan dukungan akademik berpengaruh terhadap niat

			- Jumlah sampel sebanyak 326 responden	berwirausaha mahasiswa.
13	“ <i>E-Commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Faktor Pendorong Pengambilan Keputusan Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha” (Nurabiah et al., 2021)	Variabel Independent: (X1) : <i>E-Commerce</i> (X2): Sistem Informasi Akuntansi Variabel Dependent: (Y) : Pengambilan Keputusan Berwirausaha	- Penelitian Kuantitatif. - Pengumpulan data menggunakan kuesioner. - Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> . - Jumlah sampel sebanyak 142 responden - Analisis data menggunakan SmartPLS Versi 3.0	Hasil penelitian menyatakan bahwa <i>e-commerce</i> berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa akuntansi dalam berwirausaha dan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa akuntansi dalam berwirausaha.
14	“Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan Penggunaan Sistem	Variabel Independent:	- Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menyatakan <i>e-commerce</i> berpengaruh

	Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Triatma Mulya” (I. G. A. K. Lestari, 2021)	(X1) : <i>E-Commerce</i> (X2): Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Variabel Dependent: (Y) : Pengambilan Keputusan Berwirausaha	- Pengumpulan data menggunakan kuesioner - Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> - Jumlah sampel sebanyak 123 responden - Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda	positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha dan penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.
15	“Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha” (Sulistyo, 2021)	Variabel Independent: (X1) : <i>E-Commerce</i> (X2): Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi	- Penelitian Kuantitatif - Pengumpulan data menggunakan kuesioner - Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>e-commerce</i> dan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

		Variabel Dependent: (Y) : Pengambilan Keputusan Berwirausaha	<i>proportional random sampling</i> - Jumlah sampel sebanyak 100 responden - Analisis data menggunakan SPSS Versi 24.	
--	--	---	---	--

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan 15 penelitian terdahulu yang ada ditabel diatas disimpulkan sebagai berikut:

Persamaan:

- Variabel independent yang digunakan seperti variabel *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi sering muncul hampir semua penelitian terdahulu
- Variabel dependent yang digunakan yaitu pengambilan keputusan berwirausaha
- Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey melalui kuesioner serta analisis data regresi berganda menggunakan SPSS atau SmartPLS.
- Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada mahasiswa akuntansi atau mahasiswa ekonomi.
- Menggunakan uji hipotesis secara parsial

Perbedaan:

- Subjek penelitian ini berfokus pada Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang
- Penambahan variabel independent baru yaitu literasi literasi digital dan dukungan sosial
- Tahun penelitian pada penelitian ini dilakukan di tahun 2025-2026
- Rumusan pengambilan sampel menggunakan rumus hair et al.

2.2 Kajian Teoritis

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat (*intention*) yang terbentuk dari tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, pengambilan keputusan berwirausaha oleh mahasiswa dipahami sebagai tindakan yang didahului oleh niat untuk berwirausaha. Sikap terhadap wirausaha akan muncul ketika mahasiswa memandang kegiatan wirausaha sebagai hal yang menguntungkan dan sesuai dengan tujuan karier mereka. Norma subjektif terbentuk dari tekanan sosial atau dukungan yang diberikan oleh keluarga, teman, maupun lingkungan kampus yang dapat mendorong atau menghambat keputusan berwirausaha. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan keyakinan mahasiswa mengenai kemampuan mereka dalam mengelola usaha, di mana literasi digital, penguasaan teknologi, dan kemampuan mengoperasikan sistem informasi akuntansi dapat menjadi faktor penting yang meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa dalam menjalankan usaha.

Selain TPB, penelitian ini juga menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis et al., 1989). TAM menjelaskan bagaimana individu menerima dan menggunakan teknologi melalui dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan). Dalam konteks berwirausaha, mahasiswa akan lebih cenderung menggunakan *e-commerce* jika mereka menilai bahwa teknologi tersebut bermanfaat untuk meningkatkan kinerja usaha, seperti memperluas pasar, mengurangi biaya operasional, dan mempermudah transaksi. Selain itu, literasi digital berperan penting dalam meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan teknologi sehingga mahasiswa merasa lebih siap untuk memanfaatkan platform digital dalam kegiatan kewirausahaan. Sistem informasi akuntansi juga berkontribusi terhadap persepsi manfaat dan kemudahan karena dapat membantu mahasiswa mengelola pencatatan transaksi, menyusun laporan keuangan, serta memantau kinerja bisnis secara lebih efektif.

Integrasi TPB dan TAM dalam penelitian ini memberikan dasar teori yang kuat dalam menjelaskan pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa. Faktor teknologi seperti *e-commerce*, literasi digital, dan sistem informasi akuntansi tidak hanya berpengaruh terhadap sikap dan persepsi kemudahan mahasiswa terhadap wirausaha, tetapi juga meningkatkan *perceived behavioral control* dalam TPB. Sementara itu, dukungan sosial secara langsung berkaitan dengan norma subjektif dalam TPB, yang dapat memperkuat atau melemahkan niat seseorang untuk memulai usaha. Dengan demikian, keputusan berwirausaha mahasiswa merupakan hasil dari interaksi antara faktor psikologis, faktor sosial, dan faktor teknologi. *E-commerce* dan sistem informasi akuntansi meningkatkan niat berwirausaha melalui persepsi manfaat dan kemudahan teknologi, literasi digital memperkuat kemampuan mahasiswa dalam menjalankan usaha berbasis teknologi, dan dukungan sosial memperkuat keyakinan mahasiswa bahwa wirausaha adalah pilihan yang layak dan didukung oleh lingkungan mereka.

2.2.1 *E-commerce*

a) Pengertian *e-commerce*

E-commerce adalah situs web yang menyediakan fasilitas kepada pengguna untuk melakukan transaksi jual-beli secara daring melalui sistem komputer, dengan tujuan meningkatkan efisiensi dalam seluruh proses bisnis. Layanan online dalam platform *e-commerce* menawarkan berbagai kemudahan seperti akses cepat, biaya transaksi rendah, dan kemampuan untuk menjangkau konsumen di mana pun yang menarik perhatian publik. Kenyamanan ini mendorong banyak orang memilih untuk memulai usaha secara daring, baik melalui komputer maupun perangkat *mobile* yang dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat (Kotler & Lane Keller, 2012).

E-commerce telah merevolusi cara bertransaksi, baik bagi perusahaan berskala besar maupun bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Model transaksi yang sebelumnya bergantung pada tatap muka kini bergeser ke sistem daring, yang memberikan akses pasar lebih luas, kemudahan distribusi, serta efisiensi biaya. Penggunaan *e-commerce*, baik melalui *website* maupun

marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak, dll dianggap mampu membantu pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam memasarkan produk mereka ke khalayak yang lebih luas. *Website* dan *marketplace* tersebut merupakan bentuk *e-commerce* C2C, di mana individu berperan sebagai penjual yang berinteraksi dengan konsumen melalui platform khusus untuk melakukan transaksi. Pertumbuhan UMKM berbasis digital di Indonesia memperlihatkan bahwa *e-commerce* mampu membuka peluang pasar yang lebih inklusif, sehingga mendorong pelaku usaha baru untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana utama dalam pengembangan bisnis. Dengan kondisi tersebut, wirausahawan pemula, terutama dari kalangan mahasiswa, dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan arus digitalisasi agar dapat bersaing sekaligus mempertahankan keberlangsungan usaha mereka (T.S et al., 2014).

Menurut perspektif Islam pada dasarnya *e-commerce* diperbolehkan selama memenuhi prinsip-prinsip syariah dalam muamalah. Prinsip dasar *e-commerce* telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 (Al-Quran, 2020) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Qs. An – Nisa: 29)

Ayat ini menjelaskan bahwa jual beli hanya sah apabila dilakukan atas dasar kerelaan (an-tarāḍin) kedua belah pihak. Dalam *e-commerce*, persetujuan pembeli melalui klik “setuju”, “*checkout*”, atau konfirmasi pembayaran dipandang sebagai bentuk akad, selama dilakukan tanpa paksaan dan dengan informasi yang jelas. Islam membolehkan aktivitas jual beli selama tidak mengandung unsur yang dilarang, seperti gharar (ketidakjelasan), maisir (spekulasi), penipuan, dan riba. Oleh karena itu, dalam transaksi *e-commerce*, rukun dan syarat jual beli tetap harus terpenuhi, yaitu adanya penjual dan pembeli, objek transaksi yang halal dan jelas,

serta akad yang sah. Selama informasi barang disampaikan secara transparan, harga ditetapkan dengan jelas, dan proses pembayaran dilakukan secara halal tanpa adanya kecurangan, maka transaksi tersebut dinilai sah menurut syariah dan dapat dijadikan sebagai sarana perdagangan modern yang sejalan dengan nilai kejujuran, keadilan, dan amanah dalam Islam.

b) Indikator *E-commerce*

Menurut penelitian Ghunayanto (2024) indikator dari *E-commerce* diantaranya sebagai berikut:

- 1) Efisiensi biaya pengeluaran (cost leadership), kemampuan *e-commerce* dalam menekan biaya operasional dan promosi usaha. Dalam penelitian ini, *e-commerce* membantu mahasiswa memulai usaha dengan modal yang lebih ringan sehingga dapat mendorong pengambilan keputusan berwirausaha.
- 2) Mudah diakses, berarti *e-commerce* dapat digunakan kapan saja dan di mana saja melalui internet. Dalam penelitian ini, kemudahan akses membuat mahasiswa lebih fleksibel dalam menjalankan usaha tanpa mengganggu aktivitas perkuliahan sehingga mendukung keputusan untuk berwirausaha.
- 3) Reputasi (reputation), tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform maupun penjual dalam *e-commerce*. Dalam penelitian ini, reputasi yang baik dapat meningkatkan keyakinan mahasiswa untuk menjalankan usaha online karena konsumen lebih percaya terhadap transaksi digital
- 4) Pemasaran (market), kemampuan *e-commerce* dalam membantu memperluas jangkauan pasar dan promosi produk. Dalam penelitian ini, *e-commerce* memudahkan mahasiswa memasarkan produk kepada lebih banyak konsumen sehingga peluang usaha menjadi lebih besar.
- 5) Kemudahan dalam berbisnis online (business entry), kemudahan seseorang dalam memulai dan menjalankan usaha melalui platform digital. Dalam penelitian ini, kemudahan tersebut membuat mahasiswa akuntansi lebih tertarik mengambil keputusan berwirausaha karena proses usaha lebih praktis dan tidak memerlukan modal besar.

2.2.2 Sistem Informasi Akuntansi

a) Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan suatu sistem yang digunakan untuk mengumpulkan, mencatat, mengolah, dan menyajikan data keuangan menjadi informasi yang dibutuhkan oleh pihak-pihak terkait dalam pengambilan keputusan. Romney & Steinbart (2018) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi terdiri dari komponen manusia, prosedur, teknologi, serta data yang saling terintegrasi untuk menghasilkan informasi keuangan yang andal. Keberadaan sistem ini memudahkan pengguna dalam memahami kondisi keuangan suatu usaha secara sistematis dan terstruktur.

Sistem informasi akuntansi memiliki peran penting karena mampu membantu mencatat, mengolah, dan menyajikan data keuangan secara akurat serta tepat waktu, sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang lebih strategis. Bagi mahasiswa yang akan merintis usaha, penerapan SIA yang terintegrasi menjadi instrumen penting untuk memastikan transparansi, efisiensi, dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan. Di kalangan mahasiswa akuntansi, penerapan SIA seperti *software* akuntansi berbasis *cloud* (misalnya, *Accurate* atau *Zahir*) dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam mengelola usaha kecil menengah. Informasi keuangan yang dihasilkan secara real-time memungkinkan wirausahawan muda memahami kondisi keuangan usaha dengan lebih cepat, sehingga mereka dapat merencanakan anggaran, mengendalikan arus kas, memprediksi prospek usaha dan mengevaluasi kinerja bisnis (Khuluq et al., 2024).

Dalam perspektif islam setiap transaksi muamalah dianjurkan untuk dilakukan secara jelas dan transparan. Prinsip tersebut tercermin dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 282 yang menegaskan pentingnya pencatatan terhadap transaksi utang-piutang. Penerapan sistem informasi akuntansi sejalan dengan nilai-nilai Islam, khususnya prinsip amanah, kejujuran, dan akuntabilitas. Pencatatan dan pelaporan keuangan yang dilakukan secara benar tidak hanya membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan, tetapi juga menjadi bentuk pertanggungjawaban atas pengelolaan harta yang dimiliki. Dengan demikian,

sistem informasi akuntansi dalam pandangan Islam tidak hanya berfungsi sebagai alat administratif, tetapi juga sebagai sarana untuk menjalankan kegiatan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah dan etika bisnis Islam.

b) Indikator Sistem Informasi Akuntansi

Indikator sistem informasi akuntansi dari penelitian Rapika (2021) yaitu sebagai berikut:

- 1) Kemanfaatan, kemampuan SIA dalam membantu pengguna memperoleh informasi keuangan yang berguna untuk pengambilan keputusan.
- 2) Ekonomis, berarti SIA dapat digunakan dengan biaya yang efisien untuk keuntungan yang diperoleh dari penggunaan sistem informasi akuntansi harus lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan.
- 3) Daya andal, kemampuan SIA memproses data dan menghasilkan informasi yang akurat, lengkap dan dapat dipercaya.
- 4) Ketersediaan, menunjukkan bahwa SIA dapat digunakan dan diakses dengan mudah saat dibutuhkan oleh pengguna untuk memantau kondisi usaha.
- 5) Ketepatan waktu, kemampuan SIA dalam menyediakan informasi secara cepat dan sesuai waktu yang dibutuhkan.

2.2.3 Literasi Digital

a) Pengertian Literasi Digital

Literasi digital merupakan kemampuan individu dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara tepat, kritis, dan bertanggung jawab. Menurut Syafrial (2023) literasi digital tidak hanya berkaitan dengan keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat digital, tetapi juga mencakup kemampuan mengolah informasi, menilai kredibilitas sumber, serta menggunakan teknologi sebagai sarana pendukung dalam aktivitas akademik maupun ekonomi. Oleh karena itu, literasi digital menuntut adanya pemahaman yang seimbang antara aspek teknologi, informasi, dan etika dalam ruang digital. Literasi digital meliputi beberapa kompetensi utama, antara lain kemampuan mengakses informasi digital,

mengelola dan menganalisis informasi, serta memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan produktivitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Bawden (2008) menunjukkan bahwa individu dengan literasi digital tinggi cenderung lebih sukses dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi usaha mereka, sehingga meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi produk. Pemahaman terhadap teknologi digital memungkinkan mahasiswa untuk memanfaatkan platform *e-commerce*, sistem pencatatan keuangan digital, serta media sosial sebagai sarana pemasaran dan komunikasi bisnis. Dengan tingkat literasi digital yang baik, mahasiswa mampu mengintegrasikan teknologi dalam kegiatan usaha secara efektif, sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih terarah, efisien, dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Dalam perspektif Islam, literasi digital dipahami sebagai kemampuan memanfaatkan teknologi dan informasi digital secara bertanggung jawab, beretika, dan membawa kemaslahatan. Islam menempatkan ilmu pengetahuan sebagai landasan utama, sehingga pemanfaatan teknologi digital dipandang sebagai bagian dari kewajiban menuntut ilmu (thalabul ‘ilmi) yang harus dilakukan secara positif dan terarah. Prinsip tabayyun sebagaimana tercantum dalam Q.S. Al-Hujurat ayat 6 menjadi pedoman dalam memilah dan memverifikasi informasi digital agar terhindar dari informasi yang menyesatkan. Oleh karena itu, literasi digital dalam Islam tidak hanya menekankan kemampuan teknis, tetapi juga menuntut kejujuran, kehati-hatian, dan tanggung jawab moral, terutama dalam pemanfaatannya untuk kegiatan ekonomi dan pengambilan keputusan berwirausaha yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

b) Indikator Literasi Digital

Menurut penelitian oleh (Khoiriyah et al., 2022) indikator literasi digital, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Literasi informasi adalah kemampuan mencari, memahami, dan mengevaluasi informasi yang diperoleh dari berbagai sumber digital, membantu mahasiswa memperoleh informasi usaha yang dibutuhkan.

- 2) *Learning skills* adalah kemampuan mempelajari dan mengembangkan pengetahuan melalui teknologi digital, kemampuan belajar yang baik membantu mahasiswa meningkatkan wawasan kewirausahaan sehingga lebih siap dalam memulai usaha.
- 3) *ICT literacy* adalah kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif, memudahkan mahasiswa memanfaatkan berbagai platform digital untuk mendukung kegiatan usaha.
- 4) *Manajemen Privasi* adalah kemampuan mengelola dan melindungi data pribadi saat menggunakan media digital, menjaga keamanan data dapat meningkatkan kepercayaan mahasiswa dalam menjalankan usaha berbasis digital.
- 5) *Communication and Collaboration* adalah kemampuan berkomunikasi dan bekerja sama melalui media digital, membantu mahasiswa membangun hubungan dengan pelanggan, pemasok, maupun mitra usaha.
- 6) *Media Literacy* adalah kemampuan memahami, menganalisis, dan memanfaatkan informasi yang disampaikan melalui media digital, membantu mahasiswa menggunakan media digital secara efektif untuk mendukung pengambilan keputusan berwirausaha

2.2.4 Dukungan Sosial

a) Pengertian Dukungan Sosial

Dukungan sosial merujuk pada perasaan aman, perhatian, penghargaan, serta bantuan yang diterima seseorang dari orang lain atau kelompok di sekitarnya. Kehadiran dan bantuan dari orang-orang terdekat, baik keluarga, sahabat, dan lingkungan sosial, dapat menumbuhkan rasa dihargai dan dicintai, sehingga individu merasa lebih nyaman dan percaya diri dalam menghadapi berbagai tantangan kehidupan. Dukungan ini tidak hanya bersifat subjektif, tetapi juga dapat berupa tindakan nyata yang membantu individu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi, rasa kepedulian dan ketertarikan antarindividu yang mampu memberikan energi positif bagi penerimanya. Dengan adanya dukungan sosial, individu akan merasa dirinya bernilai dan tidak menghadapi situasi sulit secara sendir, serta memotivasi untuk memulai dan mengembangkan usaha. Mahasiswa yang

memperoleh dukungan sosial yang memadai cenderung merasa lebih siap secara mental dan emosional dalam menentukan keputusan berwirausaha, dibandingkan dengan mahasiswa yang kurang mendapatkan dukungan dari lingkungannya (Y. N. Putri et al., 2021).

Dalam perspektif Islam, dukungan sosial merupakan wujud pelaksanaan hubungan antarmanusia (hablum minannas) yang menekankan pentingnya saling membantu dan peduli terhadap sesama. Islam mengajarkan umatnya untuk tolong-menolong dalam kebaikan dan ketakwaan sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Maidah ayat 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَابِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أُمِينَ الْبَيْتِ
الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حُلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ
الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ
شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar (kesucian) Allah, jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalā'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula mengganggu) para pengunjung Baitulharam sedangkan mereka mencari karunia dan rida Tuhannya! Apabila kamu telah bertahalul (menyelesaikan ihram), berburulah (jika mau). Janganlah sekali-kali kebencian(-mu) kepada suatu kaum, karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya”.

Nilai-nilai tersebut selaras dengan konsep dukungan sosial yang dapat diwujudkan melalui perhatian emosional, bantuan langsung, pemberian saran, maupun kebersamaan. Dalam konteks pengambilan keputusan berwirausaha, dukungan sosial dari keluarga dan lingkungan sekitar mampu memberikan dorongan moral, menumbuhkan rasa percaya diri, serta meningkatkan keberanian mahasiswa dalam mengambil keputusan usaha secara bijak dan bertanggung jawab.

b) Indikator Dukungan Sosial

Menurut penelitian Ginting (2022) indikator dukungan sosial, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Memberikan semangat, bentuk dukungan yang dapat meningkatkan motivasi seseorang, semangat dari keluarga, teman, atau lingkungan dapat mendorong untuk mengambil keputusan berwirausaha.
- 2) Memberikan bantuan, dukungan berupa tenaga, informasi, maupun materi, bantuan yang diterima dapat memudahkan proses memulai usaha.
- 3) Memberikan perhatian, menunjukkan kepedulian terhadap kondisi dan perkembangan seseorang, perhatian dari lingkungan sekitar dapat meningkatkan kepercayaan diri untuk berwirausaha.
- 4) Mendukung apa yang digagas, bentuk persetujuan dan dukungan terhadap ide atau rencana usaha, dukungan tersebut dapat memperkuat keyakinan untuk memulai usaha.
- 5) Menerima pendapatan yang diberikan, menghargai dan mempertimbangkan ide atau masukan seseorang, penerimaan terhadap pendapat dapat mendorong lebih yakin dalam mengambil keputusan berwirausaha.
- 6) Meningkatkan kesejahteraan hidup, dukungan yang memberikan manfaat bagi kondisi ekonomi maupun sosial individu, dukungan sosial dapat mendorong mahasiswa berwirausaha sebagai upaya meningkatkan kondisi ekonomi dan kualitas hidup yang lebih baik.

2.2.5 Pengambilan Keputusan Berwirausaha

a) Pengertian Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Pengambilan keputusan berwirausaha merupakan proses penentuan pilihan individu untuk memulai, menjalankan, atau mengembangkan suatu usaha dengan mempertimbangkan berbagai informasi, peluang, serta risiko yang melekat di dalamnya. Keputusan ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan melalui tahapan berpikir rasional yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal individu (Zacharakis et al., 2025). Dalam konteks kewirausahaan, keputusan ini mencakup

penilaian terhadap peluang usaha, sumber daya yang dimiliki, serta kemampuan individu dalam mengelola risiko. Keputusan berwirausaha juga dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap manfaat yang akan diperoleh, seperti kemandirian finansial, pengembangan diri, dan peluang menciptakan lapangan kerja.

Dalam perspektif islam, pengambilan keputusan berwirausaha dipahami sebagai bagian dari ikhtiar manusia untuk memperoleh rezeki yang halal dan membawa kemaslahatan. Islam menganjurkan umatnya untuk bekerja dan berniaga dengan tetap mempertimbangkan nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam setiap keputusan yang diambil. Hal ini sejalan dengan firman Allah Swt. dalam QS. Al-Baqarah ayat 168:

أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”.

Ayat tersebut memerintahkan manusia untuk mengonsumsi dan memanfaatkan rezeki yang halal dan baik, yang dalam tafsirnya dijelaskan sebagai kewajiban memilih jalan usaha yang tidak melanggar syariat. Selain itu, Islam menekankan pentingnya kehati-hatian dan pertimbangan yang matang agar terhindar dari kerugian dan praktik yang merugikan orang lain. Islam juga menganjurkan musyawarah dan tawakal yang dilandasi kejujuran dengan nilai moral dan spiritual yang tinggi dalam mengambil keputusan.

b) Indikator Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Menurut penelitian Anggraeni (2023) indikator pengambilan keputusan berwirausaha, diantaranya sebagai berikut:

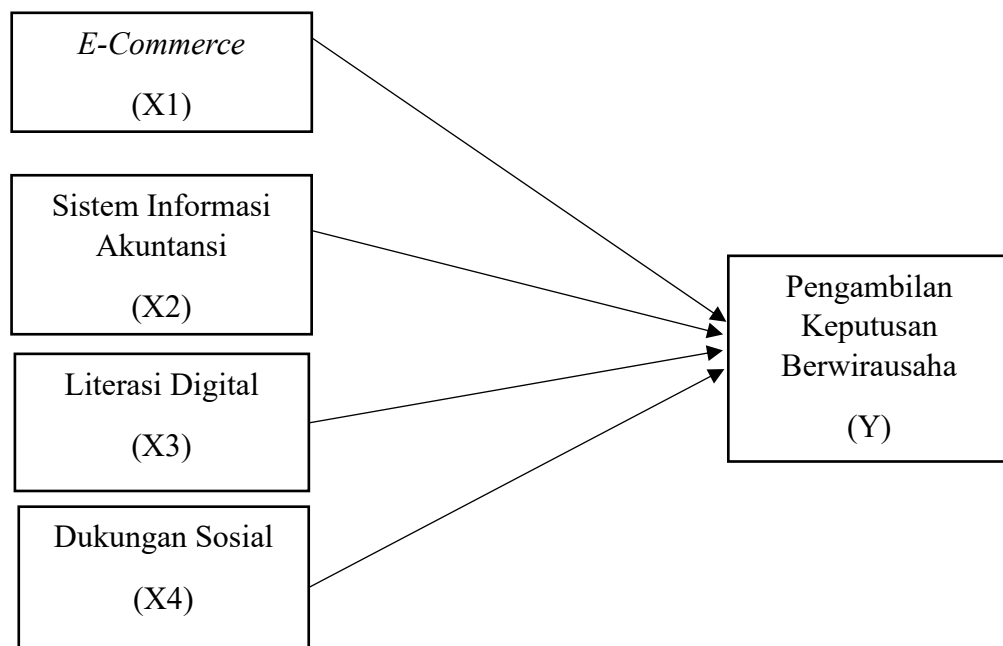
- 1) Kemandirian dalam bertindak, kemampuan mengambil keputusan tanpa bergantung pada orang lain, kemandirian mendorong mahasiswa untuk memilih berwirausaha sebagai bentuk usaha mandiri, mahasiswa yang mandiri cenderung lebih berani mengambil keputusan berwirausaha.

- 2) Memberikan kontribusi bagi lingkungan sosial, keinginan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar, mahasiswa terdorong berwirausaha karena dapat menciptakan nilai dan peluang bagi lingkungan sekitar.
- 3) Memiliki kemampuan kepemimpinan, mampu mengarahkan dan mengelola suatu kegiatan atau usaha, kemampuan memimpin dapat mendorong mahasiswa untuk menjalankan usaha sendiri
- 4) Berorientasi pada tujuan jangka panjang, kemampuan merencanakan masa depan secara terarah, mahasiswa memandang wirausaha sebagai sarana untuk mencapai tujuan karier dan finansial di masa depan.
- 5) Minat untuk berwirausaha, ketertarikan seseorang terhadap kegiatan usaha, semakin tinggi minat mahasiswa terhadap wirausaha semakin besar kecenderungannya untuk mengambil keputusan berwirausaha
- 6) Memiliki tekad untuk memulai usaha, kemauan dan kesungguhan untuk merealisasikan ide bisnis, tekad yang kuat mendorong mahasiswa untuk benar-benar memulai usaha yang direncanakan.

2.3 Kerangka Konseptual

Berlandaskan kajian teori tersebut, maka kerangka konseptual penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



Keterangan:

—————→ Menerangkan pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

Gambar 2.1 menunjukkan hubungan antara *E-commerce* (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y). Sistem Informasi Akuntansi (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y). Literasi Digital (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y). Dukungan Sosial (X4) berpengaruh secara parsial terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y).

2.4 Hipotesis Penelitian

Dengah merujuk pada teori yang telah dijelaskan sebelumnya dan penelitian yang telah dilakukan, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.4.1.1 Pengaruh *e-commerce* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha

E-commerce merupakan suatu proses pembelian dan penjualan produk atau jasa yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya internet. *E-commerce* tidak hanya mencakup transaksi jual beli, tetapi juga meliputi aktivitas pemasaran, pelayanan pelanggan, serta pertukaran informasi yang dilakukan secara digital. *E-commerce* memungkinkan bisnis untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses produk maupun layanan secara cepat dan tanpa batasan geografis. Dengan kata lain, *e-commerce* memfasilitasi interaksi bisnis dan konsumen melalui platform online yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana utama dalam menjalankan kegiatan komersial (Kotler & Lane Keller, 2012).

Melalui *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis et al. (1989), yang kemudian mempengaruhi niat berwirausaha dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991). Pada dasarnya, ketika mahasiswa melihat *e-commerce* sebagai alat yang benar-benar berguna misalnya, untuk menjangkau pelanggan lebih luas tanpa perlu toko fisik, memangkas biaya iklan, atau menyederhanakan proses jual beli mereka akan membangun sikap positif yang mendorong minat pada wirausaha. Di saat yang sama, jika platform ini dirasa mudah digunakan, seperti melalui antarmuka sederhana atau aplikasi yang ramah pemula, hambatan teknis berkurang, dan ini diperkuat oleh kemampuan digital mahasiswa, sehingga mereka merasa lebih percaya diri.

Menurut Syaharani & Mayangsari (2022) pengaruh *e-commerce* terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi bersifat positif dan signifikan,

di mana peningkatan pemahaman mengenai *e-commerce* diikuti oleh meningkatnya minat berwirausaha. Maka hipotesis yang diajukan yaitu:

H1:*E-Commerce* berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang.

2.4.1.2 Pengaruh sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha

Sistem informasi akuntansi merupakan suatu mekanisme yang digunakan untuk mengatur, mencatat, serta mengolah berbagai aktivitas operasional bisnis menjadi informasi keuangan yang dapat dimanfaatkan oleh manajemen dan pihak-pihak lainnya. Melalui sistem tersebut, dihasilkan data keuangan yang akurat dan dapat dipercaya sehingga mampu membantu calon wirausahawan dalam membuat keputusan bisnis yang lebih tepat. Ketersediaan informasi yang lengkap, relevan, dan diperoleh tepat waktu memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan perencanaan secara lebih matang, mengidentifikasi dan mengelola risiko bisnis, serta meningkatkan efisiensi dalam kegiatan operasional. Dengan demikian, keberadaan sistem informasi akuntansi memberikan dukungan signifikan bagi calon pengusaha, karena informasi yang andal membuat mereka merasa lebih siap dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Hubungan ini juga berkontribusi terhadap meningkatnya minat berwirausaha, sebab keputusan yang diambil dapat didasarkan pada data yang jelas dan terstruktur, bukan semata-mata pada intuisi (Lesmana, 2021).

Melalui peningkatan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dalam TAM yang menggunakan software seperti Accurate, QuickBooks atau aplikasi berbasis cloud untuk mencatat transaksi, menghasilkan laporan keuangan otomatis, dan memantau arus kas ini langsung menunjukkan manfaatnya dalam menjaga usaha tetap efisien dan transparan, sehingga mereka melihat wirausaha sebagai pilihan karier yang masuk akal. Kemudahan penggunaan sistem ini, terutama jika didukung oleh pelatihan atau fitur *user-friendly*, mengurangi rasa takut akan kesalahan teknis, dan ini selanjutnya meningkatkan keyakinan diri mahasiswa

bahwa mereka mampu mengelola usaha sendiri. Dalam TPB, *perceived behavioral control* ini menjadi fondasi niat berwirausaha, karena mahasiswa merasa memiliki kontrol atas proses bisnis.

Menurut penelitian oleh Nurabiah et al. (2021) SIA berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan SIA mampu mempermudah proses pengambilan keputusan karena membantu pelaku usaha dalam mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan data secara lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, SIA memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas keputusan yang diambil oleh calon maupun pelaku wirausaha. Maka hipotesis yang diajukan yaitu:

H2: Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang.

2.4.1.3 Pengaruh literasi digital berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha

Literasi digital merujuk pada kesadaran, sikap, serta kemampuan individu dalam memanfaatkan perangkat dan teknologi digital secara tepat untuk mengenali, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menilai, hingga menyintesis berbagai sumber daya digital. Keterampilan ini juga mencakup kemampuan menciptakan informasi baru, berkomunikasi melalui media digital, serta mengekspresikan diri dalam beragam konteks kehidupan. Dengan demikian, literasi digital tidak hanya sebatas kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup ketepatan dalam mencari informasi, menjalin komunikasi, menyusun konten, serta mengambil keputusan yang berdasarkan evaluasi kritis terhadap informasi digital yang ditemukan.

Dalam perkembangan masyarakat modern, literasi digital menjadi kompetensi penting karena teknologi telah masuk ke hampir seluruh bidang kehidupan seperti pekerjaan, pendidikan, komunikasi, hingga hiburan. Tingginya tuntutan penggunaan teknologi membuat individu perlu memiliki kemampuan literasi digital yang baik agar mampu beradaptasi, menyelesaikan tugas secara

efektif, serta tetap relevan di tengah perubahan yang serba cepat. Penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memberikan kontribusi paling besar terhadap kesiapan kerja mahasiswa, sehingga lembaga pendidikan perlu memperkuat kompetensi teknologi dan sumber daya manusia untuk membekali lulusan menghadapi dinamika dunia profesional (S. Lestari & Santoso, 2019).

Literasi digital mencakup kemampuan mahasiswa dalam mengoperasikan internet, aplikasi, atau platform online, yang membuat mereka merasa lebih nyaman dengan teknologi tanpa merasa kewalahan ini langsung mendukung *perceived ease of use*, karena hambatan seperti kesulitan navigasi atau kurangnya pengetahuan teknis berkurang drastis. Akibatnya, dalam TPB, *perceived behavioral control* mereka naik, karena mereka yakin bisa menangani tantangan digital dalam usaha, seperti mengelola *e-commerce* atau analisis data keuangan. Ini penting bagi mahasiswa akuntansi, yang sering kali harus beradaptasi dengan perkembangan bisnis online, dan literasi ini bisa berasal dari pengalaman sehari-hari atau pelatihan di kampus.

Menurut penelitian oleh Putri & Jayatri (2021) literasi digital secara parsial terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa STKIP PGRI Lumajang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung yang lebih besar dibandingkan t-tabel pada taraf signifikansi 5%, yaitu sebesar $4,768 > 1,960$. Menurut penelitian oleh Handoyo (2021) menunjukkan bahwa literasi digital memiliki nilai *T-statistics* sebesar $2,699 (> 1,96)$ dan *P-values* sebesar $0,007 (< 0,05)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Maka hipotesis yang diajukan yaitu:

H3: Literasi Digital berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang.

2.4.1.4 Pengaruh dukungan sosial berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha

Melalui relasi sosial yang dimiliki, mahasiswa memperoleh berbagai bentuk dukungan dari keluarga, teman, serta lingkungan sekitarnya yang berperan dalam memberikan dorongan, bantuan, dan keyakinan untuk menjalankan kegiatan usaha. Dukungan keluarga serta peran teman sebaya dalam memberikan motivasi dan dukungan emosional menjadi faktor yang penting dalam menumbuhkan minat serta rasa percaya diri mahasiswa untuk memulai usaha secara mandiri. Selain itu, dukungan sosial juga membuka ruang bagi mahasiswa untuk saling bertukar gagasan, mendiskusikan berbagai kendala, serta memperoleh saran dan masukan dari pihak-pihak yang memiliki kepedulian terhadap keberhasilan mereka dalam bidang kewirausahaan.

Dukungan sosial tidak hanya berperan secara praktis, tetapi juga memberikan pengaruh yang signifikan dari sisi psikologis. Perasaan dihargai dan diperhatikan oleh orang-orang terdekat dapat meningkatkan kepercayaan diri serta motivasi mahasiswa dalam mencapai tujuan berwirausaha. Kondisi ini membantu mahasiswa dalam mengatasi rasa takut terhadap kegagalan maupun penolakan yang kerap menjadi penghambat dalam memulai usaha. Selain itu, adanya dukungan sosial dapat menumbuhkan rasa kebersamaan dan keterhubungan sosial, sehingga mampu mengurangi perasaan kesepian atau terasing yang sering dialami oleh wirausahawan muda (Salwa et al., 2024).

Dalam teori TPB melalui norma subjektif, yang mempengaruhi niat berwirausaha secara langsung. Dukungan ini datang dari keluarga yang mendorong, teman yang berbagi pengalaman, atau bahkan dosen dan komunitas kampus yang memberikan motivasi, menciptakan norma subjektif bahwa berwirausaha adalah langkah yang dihargai dan didukung oleh orang-orang terdekat. Ini berbeda dari tekanan negatif, seperti stigma bahwa wirausaha terlalu berisiko. Sebaliknya,

dukungan positif membangun niat kuat untuk memulai usaha, karena mahasiswa merasa bahwa keputusan mereka selaras dengan ekspektasi sosial.

Menurut penelitian oleh W. Wijaya & Handoyo (2022) dan (B, 2023) dukungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Wijaya (2024) dukungan sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Universitas Tarumanagara. Artinya semakin tinggi dukungan sosial akan meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa di Universitas Tarumanagara. Maka hipotesis yang diajukan yaitu:

H4: Dukungan Sosial berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi di Kota Malang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Penelitian kuantitatif, berlandaskan pada paradigma filsafat positivisme Sugiyono (2019), berpusat pada sampel atau populasi. Sebagian besar, proses pengambilan sampel dilakukan secara acak. Di sisi lain, data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen penelitian yang sesuai dan relevan. Untuk menganalisis data, pendekatan kuantitatif atau statistik digunakan. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah dibuat sebelumnya. Pada tahap ini, hubungan antarvariabel akan dievaluasi dan disajikan secara sistematis dan berdasarkan fakta. Menurut Punch (2013), Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian empiris dengan data yang dapat dihitung, dan jenis penelitian ini berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik. Secara keseluruhan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tingkat pengaruh dari variabel independen, yang terdiri dari *E-Commerce* (X1), Sistem Informasi Akuntansi (X2), Literasi Digital (X3), dan Dukungan Sosial (X4) terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y).

Metode analisis data yang diterapkan adalah pengujian instrumen, yang dimulai dari uji validitas. Tahap awal bertujuan untuk memastikan kebenaran data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden yang relevan. Salah satu alasan utama peneliti memilih pendekatan kuantitatif adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang dimiliki oleh *e-commerce*, sistem informasi akuntansi, literasi digital, dan dukungan sosial terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Survei yang dilakukan terhadap mahasiswa akuntansi di Kota Malang adalah bukti dari pengaruh ini.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa aktif jurusan akuntansi yang berada di Kota Malang. Umumnya mereka telah menguasai dasar-dasar ilmu akuntansi dengan baik, lengkap dengan keterampilan dalam menerapkan sistem informasi yang relevan dengan bidang studi tersebut. Selain itu, keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas *e-commerce* dan wirausaha dapat memberikan perspektif mendalam tentang bagaimana pemanfaatan literasi digital serta dukungan sosial memengaruhi motivasi mereka untuk mendirikan dan mengelola usaha. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana *e-commerce*, sistem informasi akuntansi, literasi digital, dan dukungan sosial memengaruhi pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah himpunan subjek atau objek yang memenuhi kriteria tertentu sebagaimana ditetapkan oleh peneliti, yang menjadi dasar dalam proses penelitian dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2016). Fokus penelitian ini adalah semua mahasiswa jurusan akuntansi yang masih berkuliah di perguruan tinggi negeri dan swasta di Kota Malang, Jawa Timur, yang telah mengambil mata kuliah sistem informasi akuntansi dan kewirausahaan, serta telah menggunakan platform *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, Tiktok Live, Bhinneka, Orami, Ralali, JD.ID, Zalora, Evermos. Pemilihan populasi ini sangat relevan dengan variabel independen, karena mahasiswa akuntansi memiliki paparan langsung terhadap sistem informasi akuntansi (SIA) melalui kurikulum yang menekankan teknologi akuntansi digital, yang sering terintegrasi dengan *e-commerce* untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis. Karena kebutuhan untuk mengelola data keuangan secara online dan mahasiswa juga lebih akrab dengan teknologi dibandingkan jurusan lain, sementara dukungan sosial dari komunitas kampus dan keluarga di wilayah seperti Malang memengaruhi motivasi wirausaha mereka.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan termasuk dalam bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, serta peneliti telah menentukan kriteria spesifik yang harus dipenuhi oleh responden (Sugiyono, 2019).

Jumlah populasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah 196 responden. Karena populasi besar dan setiap anggota memiliki karakteristik yang relatif sama, rumus hair et al digunakan untuk menghitung kebutuhan sampel berdasarkan. Ini memastikan bahwa sampel yang diperoleh tetap representatif. Rumus Hair et al., (2019) dirumuskan sebagai berikut:

$$n = (5 - 10) \times \text{jumlah indikator}$$

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah:

$$n = (5 - 10) \times \text{jumlah indikator}$$

$$n = 7 \times 28$$

$$n = 196$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel responden minimal 196 untuk peneltiain ini.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini akan menggunakan *non-probability sampling*. Purposive sampling adalah jenis non-probability sampling yang digunakan (Sugiyono, 2016). Berikut kriteria responden yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden mahasiswa aktif jurusan akuntansi di Kota Malang
2. Responden telah mengambil mata kuliah sistem informasi akuntansi
3. Responden telah mengambil mata kuliah kewirausahaan
4. Responden telah menggunakan media *elektronik commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, Tiktok Live, Bhinneka, Orami, Ralali, JD.ID, Zalora, Evermos.

3.5 Data dan Jenis Data

Data primer adalah data yang dikumpulkan dari objek atau sumber awal penelitian (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dari jawaban responden melalui penyebaran kuesioner. Mahasiswa akuntansi di Kota Malang menerima kuesioner ini, penyebaran kuesioner ini dilakukan melalui internet dengan menggunakan media *Google Forms*.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui metode tertentu guna menghasilkan informasi akurat, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan. Penelitian ini menggunakan kuesioner, juga dikenal sebagai angket, untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Angket adalah metode pengumpulan data di mana orang diminta untuk menjawab seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis (Sugiyono, 2016). Dalam hal ini, responden yang dimaksud adalah mahasiswa akuntansi di Kota Malang yang masih kuliah. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online menggunakan *Google Form* melalui media sosial seperti Instagram dan *WhatsApp*. Untuk memastikan bahwa hanya responden yang memenuhi kriteria tersebut yang dapat memberikan informasi dalam penelitian ini, penulis akan menanyakan syarat responden sebelum mereka mengisi kuesioner.

Menurut Sugiyono (2016), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Nilai variabel dalam penelitian ini disebut sebagai variabel penelitian. Skala likert ini mengukur variabel menjadi indikator variabel. Kemudian, ini digunakan sebagai

titik tolak untuk membuat item instrumen, yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Berikut adalah skala likert yang digunakan:

Tabel 3. 1 Ukuran Skala Likert

Ukuran Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2016)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, variabel independen dan variabel dependen termasuk dalam kumpulan aspek penilaian yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Definisi operasional variabel digunakan untuk membuat kesimpulan penelitian (Sugiyono, 2016).

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
1	<i>E-Commerce</i> (X1)	1. Efisiensi biaya pengeluaran (<i>cost leadership</i>) 2. Mudah diakses 3. Reputasi (<i>reputation</i>) 4. Pemasaran (<i>market</i>)	Skala Likert 1- 5	(Ghunayanto, 2024)

		5. Kemudahan dalam berbisnis online (<i>business entry</i>)		
2	Sistem Informasi Akuntansi (X2)	1. Kemanfaatan 2. Ekonomis 3. Daya andal 4. Ketersediaan 5. Ketepatan waktu	Skala Likert 1- 5	(Rapika, 2021)
3	Literasi Digital (X3)	1. Literasi informasi 2. <i>Learning skills</i> 3. <i>ICT literacy</i> 4. <i>Manajemen Privasi</i> 5. <i>Communication and Collaboration</i> 6. <i>Media Literacy</i>	Skala Likert 1- 5	(Khoiriyah et al., 2022)
4	Dukungan Sosial (X4)	1. Memberikan semangat 2. Memberikan bantuan 3. Memberikan perhatian 4. Mendukung apa yang digagas 5. Menerima pendapatan yang diberikan 6. Meningkatkan kesejahteraan hidup	Skala Likert 1- 5	(Ginting, 2022)
5	Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y)	1. Kemandirian dalam bertindak 2. Memberikan kontribusi bagi lingkungan sosial	Skala Likert 1- 5	(Anggraeni, 2023)

		3. Memiliki kemampuan kepemimpinan 4. Berorientasi pada tujuan jangka panjang 5. Minat untuk berwirausaha 6. Memiliki tekad untuk memulai usaha		
--	--	--	--	--

3.8 Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode untuk mengolah dan menjelaskan data yang telah diperoleh tanpa bertujuan menarik kesimpulan maupun melakukan generalisasi terhadap data tersebut. Penyajian analisis ini dapat dilakukan melalui berbagai bentuk, seperti tabel, ukuran tendensi sentral, grafik, ukuran letak, serta ukuran penyebaran data (Sugiyono, 2016).

3.8.2 Pengolahan Data

Partial Least Square (PLS) merupakan salah satu model pendekatan yang banyak digunakan dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan basis analisis varian, yang berkembang dari metode sebelumnya yang berbasis kovarian. SEM sendiri digunakan untuk mengatasi keterbatasan metode regresi dalam menganalisis hubungan yang kompleks antarvariabel. Menurut Ghazali & Latan (2012) menjelaskan bahwa SEM merupakan teknik analisis multivariat yang bertujuan menguji keterkaitan antarvariabel secara menyeluruh. Dalam penerapannya, model PLS terdiri atas dua sub-model, yaitu *measurement model* (*outer model*) yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas, serta *structural model* (*inner model*) yang berfungsi untuk menguji hubungan kausalitas atau hipotesis melalui model prediksi (Hair Jr et al., 2021).

3.8.2.1 Measurement model (outer model)

Analisis *measurement model* merupakan pengukuran yang digunakan untuk melihat hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Tujuan dari pengukuran ini adalah memastikan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria valid dan *reliabel*. Pengukuran ini dilakukan melalui *convergent validity*, *discriminant validity*, serta *reliability*. Selain itu, evaluasi *measurement model* juga melibatkan analisis faktor konfirmatori dengan pendekatan MTMM (*MultiTrait-MultiMethod*) digunakan untuk menguji *convergent validity* dan *discriminant validity*, serta pengujian reliabilitas menggunakan *cronbach's alpha* dan *composite reliability* (Ghozali & Latan, 2015). Hardisman (2021) menyatakan bahwa pengujian dalam *measurement model* meliputi:

a. *Convergent validity*

Convergent validity merupakan pengujian tingkat validitas indikator pada setiap variabel yang dinilai melalui hubungan antara item *score/component score* dengan *construct score*. Pengujian ini dapat dilihat dari nilai *standardized loading factor* yang menunjukkan tingkat korelasi antara masing-masing indikator dengan konstruk yang diukur. Di dalam uji *convergent validity*, suatu indikator dianggap valid jika nilai *loading factor* lebih dari 0,70. Akan tetapi, Ghozali & Latan (2015) menyatakan bahwa nilai *loading factor* pada kisaran 0,50–0,60 masih bisa diterima.

Selain menggunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*, pengujian *convergent validity* juga dapat dilakukan dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Suatu model dinilai memiliki *convergent validity* yang baik apabila nilai AVE lebih besar dari 0,50. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari setengah varians indikator-indikator yang digunakan secara rata-rata.

b. Discriminant Validity

Discriminant validity digunakan untuk mengukur validitas suatu indikator dengan membandingkan hubungan indikator tersebut terhadap variabel lain. Pengujian ini dilakukan melalui pemeriksaan nilai *cross loading*, di mana indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai *cross loading* di atas 0,7. Selain itu, *discriminant validity* juga dapat dilakukan menggunakan kriteria Fornell-Larcker dengan membandingkan nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE). Suatu model dinyatakan memiliki *discriminant validity* yang baik apabila nilai korelasi suatu variabel terhadap dirinya sendiri harus lebih tinggi dibandingkan korelasi variabel tersebut dengan variabel lainnya.

c. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat akurasi, konsistensi, serta ketepatan indikator dalam mengukur suatu konstruk tertentu. Pengujian ini menggunakan dua metode, yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai lebih dari 0,7 (Hair Jr et al., 2021).

3.8.2.2 Structural Model (Inner model)

Structural model (inner model) digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antarvariabel laten atau hipotesis dalam penelitian. Model ini menggambarkan keterkaitan antarvariabel laten yang disusun berdasarkan *substantive theory*. Evaluasi terhadap *structural model* dapat dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* (R^2), *Estimate for Path Coefficients*, *Effect Size* (F^2), serta *Prediction Relevance* (Q^2). Secara lebih rinci, tahapan analisis *inner model* dalam penelitian ini meliputi langkah-langkah berikut:

a. R-Square (R^2)

R-Square atau koefisien determinasi merupakan ukuran statistik yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabilitas dari data yang diobservasi. Pada regresi linear, nilai R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar varians variabel dependen

dapat dijelaskan oleh variabel independen. Adapun kategori penilaian hubungan antar variabel berdasarkan nilai R-Square adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Kategori Penilaian R-Square

Besaran Nilai R-Square	Keterangan
$\geq 0,75$	Hubungan antar variabel kuat
$\geq 0,50 - 0,75$	Hubungan antar variabel moderat
$\geq 0,25 - 0,50$	Hubungan antar variabel lemah

Sumber: Hardisman, (2021)

b. *Estimate for Path Coefficient*

Ukuran ini digunakan untuk menjelaskan arah serta kekuatan hubungan linear antar variabel-variabel dalam *structural model*. Analisis tersebut menunjukkan besarnya pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu hubungan tertentu. Dalam pengujian hipotesis, suatu hubungan dinyatakan diterima dan signifikan apabila nilai *T-Statistics* $> 1,96$ atau nilai *P-Values* $< 0,05$.

c. *Effect size (F-Square)*

Uji *F-Square* digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai *F-Square* diperoleh melalui pengujian PLS-Algorithm, kemudian diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Kategori Penilaian F-Square

Besaran Nilai F-Square	Keterangan
$< 0,02$	Tidak ada pengaruh
$0,02 - < 0,15$	Pengaruh kecil
$0,15 - < 0,35$	Pengaruh sedang
$\geq 0,35$	Pengaruh besar

Sumber: Hardisman, (2021)

d. *Prediction relevance (Q-Square)*

Q-Square digunakan untuk menilai relevansi prediktif model terhadap variabel dependen (endogen), yang menunjukkan kemampuan model dalam memprediksi nilai observasi. Apabila nilai $Q^2 > 0$, maka model dinyatakan memiliki *predictive relevance*. Sebaliknya, jika nilai $Q^2 < 0$, maka model dianggap kurang memiliki *predictive relevance*.

e. Model fit

Uji model fit digunakan untuk menilai sejauh mana model yang dibangun mampu menampilkan data secara baik sehingga layak digunakan dalam penelitian. Penilaian model fit dapat dilihat melalui nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), yang digunakan untuk mengukur rata-rata perbedaan antara korelasi yang diamati dengan korelasi yang diharapkan. Pada analisis ini, nilai $SRMR < 1$ dikategorikan baik, sedangkan nilai $< 0,08$ menunjukkan kriteria sangat baik. Selain itu, penilaian model fit juga dapat dilakukan menggunakan *Normed Fit Index* (NFI), di mana model fit dinilai baik apabila memiliki nilai $NFI > 0,9$.

3.8.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan melihat nilai *T-statistics* dan nilai probabilitas. Pada tingkat signifikansi (alpha) 5%, nilai *T-statistics* yang digunakan sebagai acuan adalah 1,96. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak apabila nilai *T-statistics* $> 1,96$. Selain itu, dapat dilakukan berdasarkan nilai probabilitas, di mana H_a diterima apabila nilai *P-value* $< 0,05$.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Umum Responden

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi di Kota Malang yang telah mempelajari mata kuliah sistem informasi akuntansi dan kewirausahaan, serta telah menggunakan *e-commerce*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 196 orang, pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Pengumpulan data yang dibutuhkan dilakukan melalui kuesioner berbentuk Google Form, yang disebar pada bulan April 2026 secara online melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram kepada mahasiswa akuntansi di Kota Malang dengan kriteria penelitian.

4.1.1.1 Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin

Klasifikasi mahasiswa di Kota Malang berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini sebagaimana dalam tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki – Laki	55	28%
2	Perempuan	141	72%
	Total	196	100%

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan hasil penelitian dalam Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 55 orang (28%) dan jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 141 orang (72%).

4.1.1.2 Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis tahun angkatan

Klasifikasi mahasiswa di Kota Malang berdasarkan tahun angkatan dalam penelitian ini sebagaimana disajikan dalam tabel 4.2.

Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

No	Tahun Angkatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	2022	92	47%
2	2023	78	40%
3	2024	22	11%
4	2025	4	2%
	Total	196	100%

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.2, diketahui bahwa angkatan yang paling banyak berpartisipasi mengisi kuesioner adalah angkatan 2022 yaitu sebanyak 92 mahasiswa (47%), angkatan 2023 sebanyak 78 mahasiswa (40%), angkatan 2024 sebanyak 22 mahasiswa (11%), dan angkatan 2025 yaitu sebanyak 4 mahasiswa (2%) dari total keseluruhan 196 sampel.

4.1.1.3 Distribusi frekuensi responden berdasarkan universitas

Klasifikasi responden mahasiswa akuntansi di Kota Malang berdasarkan universitas dalam penelitian ini sebagaimana disajikan dalam tabel 4.3

Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Universitas

No	Universitas	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	37	19%
2	Universitas Brawijaya	32	16%
3	Universitas Negeri Malang	29	15%
4	Universitas Muhammadiyah Malang	27	14%
5	Politeknik Negeri Malang	21	11%
6	Universitas Islam Malang	19	10%
7	Universitas Merdeka Malang	17	9%
8	Universitas Gajayana Malang	14	7%
	Total	196	100%

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Dalam Tabel 4.3 diketahui bahwa sebesar 19% atau 37 mahasiswa berasal dari UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, sebanyak 32 mahasiswa atau 16% dari Universitas Brawijaya, sebanyak 29 atau 15% dari Universitas Negeri Malang, sebanyak 27 mahasiswa atau 14% dari Universitas Muhammadiyah Malang, sebanyak 21 mahasiswa atau 11% dari Politeknik Negeri Malang, sebanyak 19 mahasiswa atau 10% dari Universitas Islam Malang, sebanyak 17 mahasiswa atau 9% dari Universitas Merdeka Malang, dan sebanyak 14 mahasiswa atau 7% dari Universitas Gajayana Malang.

4.1.1.4 Distribusi frekuensi responden berdasarkan *E-Commerce* yang digunakan

Klasifikasi responden mahasiswa akuntansi di Kota Malang berdasarkan *E-Commerce* yang digunakan dalam penelitian ini sebagaimana disajikan dalam tabel 4.4

Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan E-Commerce Yang Digunakan

No	<i>E-Commerce</i>	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Tokopedia	53	27%
2	Shopee	75	38%
3	Bukalapak	1	1%
4	Lazada	21	11%
5	Blibli	1	1%
6	Tiktok Shop	43	22%
7	Bhinneka	1	1%
8	Zalora	1	1%
Total		196	100%

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Dalam Tabel 4.4 diketahui bahwa distribusi frekuensi responden mahasiswa akuntansi di Kota Malang yang terlibat dalam penelitian ini menunjukkan preferensi penggunaan berbagai platform *E-Commerce*. Pengguna platform Tokopedia sebanyak 53 responden atau 27%, pengguna Shoppe sebanyak 75 responden atau 38%, pengguna Bukalapak sebanyak 1 responden atau 1%,

pengguna Lazada sebanyak 21 responden atau 11%, pengguna Blibli sebanyak 1 responden atau 1%, pengguna Tiktok Shop sebanyak 43 responden atau 22%, pengguna Bhinneka sebanyak 1 responden atau 1%, pengguna Zalora sebanyak 1 responden atau 1%.

4.1.2 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian

Distribusi frekuensi variabel penelitian dianalisis secara deskriptif terhadap setiap variabel yang terdiri atas *e-commerce* (EC), sistem informasi akuntansi (SIA), literasi digital (LD), dukungan sosial (DS) dan pengambilan keputusan berwirausaha (PKB). Analisa ini berdasarkan hasil pengisian kuesioner penelitian ini yang dilakukan oleh mahasiswa akuntansi di Kota Malang.

4.1.2.1 Distribusi frekuensi variabel *e-commerce*

Distribusi frekuensi untuk variabel *e-commerce* yang diisi oleh 196 mahasiswa akuntansi di Kota Malang disajikan dalam tabel 4.5.

Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel E-Commerce

Item	Keterangan										Jumlah		Rata-rata
	STS		TS		N		S		SS				
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
EC1	2	1%	5	3%	40	20%	105	54%	44	22%	196	100%	3,94
EC2	1	1%	1	1%	7	4%	83	42%	104	53%	196	100%	4,47
EC3	1	1%	3	2%	9	5%	77	39%	106	54%	196	100%	4,45
EC4	1	1%	1	1%	7	4%	73	37%	114	58%	196	100%	4,52
EC5	1	1%	3	2%	10	5%	109	56%	73	37%	196	100%	4,28
Rata - rata distribusi frekuensi variabel e-commerce													4,33

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.5, distribusi frekuensi responden pada variabel *e-commerce* pada indikator efisiensi biaya pengeluaran (EC 1) persentase tertinggi sebanyak 54% responden yang menjawab setuju dengan nilai rata-rata sebesar 3,94. Indikator mudah diakses (EC 2) persentase tertinggi adalah sebanyak 53% responden yang memilih sangat setuju dengan memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,47. Indikator reputasi pada item pertanyaan (EC 3) persentase tertinggi sebanyak 54% responden yang menjawab sangat setuju dengan nilai rata-rata sebesar 4,45. Indikator pemasaran pada item pertanyaan (EC 4) 58% responden mayoritas memilih sangat setuju dengan nilai rata-rata sebesar 4,52. Selanjutnya, untuk indikator kemudahan dalam berbisnis online dengan item pertanyaan (EC 5) persentase tertinggi 56% memilih setuju dengan memiliki rata-rata sebesar 4,28. Secara keseluruhan berdasarkan hasil distribusi frekuensi variabel *e-commerce* menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa akuntansi di Kota Malang menyatakan setuju terhadap variabel *e-commerce* dengan rata-rata jawaban sebesar 4,33.

4.1.2.2 Distribusi frekuensi variabel sistem informasi akuntansi

Distribusi frekuensi berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh 196 mahasiswa akuntansi di Kota Malang untuk variabel sistem informasi akuntansi disajikan dalam tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Sistem Informasi Akuntansi

Item	Keterangan										Jumlah		Rata-rata
	STS		TS		N		S		SS				
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
SIA1	1	1%	1	1%	18	9%	114	58%	62	32%	196	100%	4,20
SIA2	1	1%	6	3%	40	20%	103	53%	46	23%	196	100%	3,95
SIA3	1	1%	1	1%	19	10%	126	64%	49	25%	196	100%	4,13
SIA4	1	1%	3	2%	15	8%	123	63%	54	28%	196	100%	4,15
SIA5	1	1%	5	3%	26	13%	123	63%	41	21%	196	100%	4,01
Rata - rata distribusi frekuensi variabel sistem informasi akuntansi													4,09

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.6, distribusi frekuensi responden pada variabel sistem informasi akuntansi pada indikator kemanfaatan (SIA 1) persentase tertinggi sebanyak 58% responden yang menjawab setuju dengan nilai rata-rata sebesar 4,20. Indikator ekonomis (SIA 2) persentase tertinggi adalah sebanyak 53% responden yang memilih sangat setuju dengan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,95. Indikator daya andal pada item pertanyaan (SIA 3) persentase tertinggi sebanyak 64% responden yang menjawab sangat setuju dengan nilai rata-rata sebesar 4,13. Indikator ketersediaan pada item pertanyaan (SIA 4) 63% responden mayoritas memilih sangat setuju dengan nilai rata-rata sebesar 4,15. Selanjutnya, untuk indikator ketepatan waktu dengan item pertanyaan (SIA 5) persentase tertinggi 63% memilih setuju dengan memiliki rata-rata sebesar 4,01. Secara keseluruhan, hasil distribusi frekuensi variabel sistem informasi akuntansi menunjukkan pernyataan mahasiswa akuntansi di Kota Malang setuju dengan rata-rata jawaban sebesar 4,09.

4.1.2.3 Distribusi frekuensi variabel literasi digital

Distribusi frekuensi berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh 196 mahasiswa akuntansi di Kota Malang untuk variabel literasi digital disajikan dalam tabel 4.7.

Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Sistem Informasi Akuntansi

Item	Keterangan										Jumlah		Rata-rata
	STS		TS		N		S		SS				
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
LD1	4	2%	1	1%	27	14%	120	61%	44	22%	196	100%	4,02
LD2	2	1%	2	1%	13	7%	126	64%	53	27%	196	100%	4,15
LD3	3	2%	0	0%	33	17%	113	58%	47	24%	196	100%	4,03
LD4	1	1%	3	2%	46	23%	109	56%	37	19%	196	100%	3,91
LD5	1	1%	4	2%	31	16%	111	57%	49	25%	196	100%	4,04
LD6	1	1%	1	1%	23	12%	134	68%	37	19%	196	100%	4,05
Rata - rata distribusi frekuensi variabel literasi digital													4,03

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.7, distribusi frekuensi responden terhadap variabel literasi digital menunjukkan bahwa pada indikator literasi informasi (LD 1), sebanyak 61% responden memilih setuju dengan rata-rata mencapai 4,02. Indikator *learning skills* (LD 2) memiliki persentase tertinggi 64% responden yang setuju, disertai nilai rata-rata 4,15. Untuk indikator *ICT literacy* (LD 3), 58% responden mayoritas menjawab setuju dengan rata-rata 4,03. Pada indikator manajemen privasi (LD 4), dengan respons mencapai 56% responden setuju dan rata-rata 3,91. Indikator *Communication and Collaboration* (LD 5) didominasi oleh 57% responden yang setuju, dengan rata-rata 4,04, sementara indikator *Media Literacy* (LD 6) menunjukkan 68% responden setuju dan rata-rata 4,05. Secara keseluruhan, hasil distribusi frekuensi variabel literasi digital menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa akuntansi di Kota Malang menyatakan setuju dengan nilai rata-rata sebesar 4,03.

4.1.2.5 Ditribusi frekuensi variabel dukungan sosial

Distribusi frekuensi berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh 196 mahasiswa akuntansi di Kota Malang untuk variabel dukungan sosial disajikan dalam tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel Dukungan Sosial

Item	Keterangan										Jumlah		Rata-rata
	STS		TS		N		S		SS				
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
DS1	3	2%	8	4%	42	21%	88	45%	55	28%	196	100%	3,94
DS2	2	1%	5	3%	29	15%	120	61%	40	20%	196	100%	3,97
DS3	2	1%	5	3%	47	24%	101	52%	41	21%	196	100%	3,89
DS4	3	2%	1	1%	44	22%	117	60%	31	16%	196	100%	3,88
DS5	1	1%	4	2%	28	14%	128	65%	35	18%	196	100%	3,98
DS6	1	1%	8	4%	38	19%	91	46%	58	30%	196	100%	4,01
Rata - rata distribusi frekuensi variabel dukungan sosial													3,94

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.8, distribusi frekuensi responden pada variabel dukungan sosial pada indikator memberikan semangat (DS1), persentase tertinggi berada pada kategori setuju sebesar 45% dengan nilai rata-rata 3,94. Indikator memberikan bantuan (DS2) didominasi oleh jawaban setuju sebesar 61% dengan rata-rata 3,97. Selanjutnya, pada indikator memberikan perhatian (DS3), mayoritas responden juga memilih setuju sebesar 52% dengan nilai rata-rata 3,89. Untuk indikator mendukung apa yang digagas (DS4), sebanyak 60% responden menyatakan setuju dengan rata-rata sebesar 3,88. Pada indikator menerima pendapat yang diberikan (DS5), persentase tertinggi sebesar 65% berada pada kategori setuju dengan nilai rata-rata 3,98. Sementara itu, indikator meningkatkan kesejahteraan hidup (DS6) sebesar 46% responden memilih setuju dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,01. Secara keseluruhan, hasil distribusi frekuensi variabel dukungan sosial menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi di Kota Malang menyatakan setuju terhadap variabel dukungan sosial dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,94.

4.1.2.6 Distribusi frekuensi pengambilan keputusan berwirausaha

Distribusi frekuensi berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh 196 mahasiswa akuntansi di Kota Malang untuk variabel pengambilan keputusan berwirausaha disajikan dalam tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Item	Keterangan										Jumlah		Rata-rata
	STS		TS		N		S		SS				
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
PKB1	4	2%	7	4%	48	24%	97	49%	40	20%	196	100%	3,83
PKB2	2	1%	1	1%	18	9%	107	55%	68	35%	196	100%	4,21
PKB3	2	1%	0	0%	19	10%	90	46%	85	43%	196	100%	4,31
PKB4	1	1%	5	3%	39	20%	98	50%	53	27%	196	100%	4,01
PKB5	2	1%	3	2%	43	22%	98	50%	50	26%	196	100%	3,97

PKB6	1	1%	2	1%	10	5%	63	32%	120	61%	196	100%	4,53
Rata - rata distribusi frekuensi variabe pengambilan keputusan berwirausaha													4,14

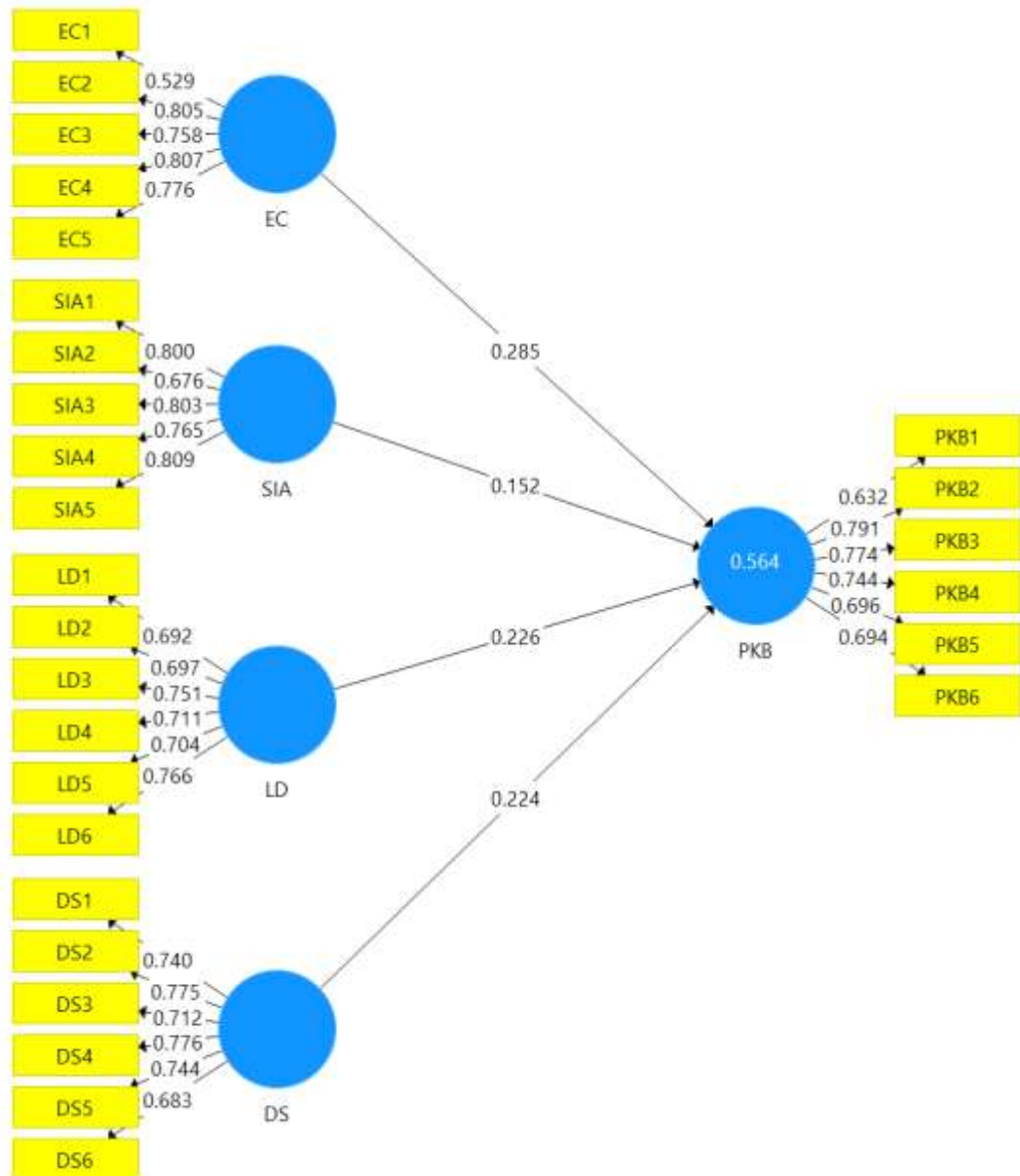
Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.9, distribusi frekuensi responden variabel pengambilan keputusan berwirausaha pada indikator kemandirian dalam bertindak (PKB 1) responden memilih setuju sebesar 49% dengan rata-rata 3,83. Indikator kontribusi bagi lingkungan sosial (PKB 2) memilih setuju (55%) dengan rata-rata 4,21. Pada indikator kemampuan kepemimpinan (PKB 3), persentase tertinggi terdapat pada kategori sangat setuju sebesar 43% dengan rata-rata 4,31. Sementara itu, indikator orientasi jangka panjang (PKB 4) dan minat berwirausaha (PKB 5) sama-sama didominasi oleh jawaban setuju sebesar 50% dengan rata-rata masing-masing 4,01 dan 3,97. Adapun indikator tekad memulai usaha (PKB 6) memiliki nilai tertinggi, dengan 61% responden memilih sangat setuju dan rata-rata 4,53. Secara keseluruhan, nilai rata-rata variabel pengambilan keputusan berwirausaha sebesar 4,14 yang menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi di Kota Malang memiliki kecenderungan yang baik dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha.

4.1.3 Analisa Measurement Model (*Outer Model*)

4.1.3.1 Analisa *convergent validity*

Menurut Hair Jr et al. (2021) *convergent validity* digunakan untuk mengukur tingkat validitas indikator pada masing-masing variabel, berdasarkan nilai loading factor dari setiap indikator. Kriteria uji ini terpenuhi bila nilai loading factor mencapai di atas 0,7 atau nilai AVE (*Average Variance Extracted*) lebih dari 0,5. Menurut Ghozali & Latan (2015) nilai *outer loading* dalam rentang 0,50 hingga 0,60 masih bisa dianggap layak diterima.



Gambar 4. 1 Uji Outer Loading

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan pengujian outer model, diperoleh nilai *loading factor* yang disajikan dalam tabel 4.10.

Tabel 4. 10 Nilai *Loading Factor*

Variabel	Item	Nilai <i>Loading Factor</i>	Keterangan
E-Commerce (EC)	EC 1	0,529	Valid
	EC 2	0,805	Valid
	EC 3	0,758	Valid
	EC 4	0,807	Valid
	EC 5	0,776	Valid
Sistem Informasi Akuntansi (SIA)	SIA 1	0,800	Valid
	SIA 2	0,676	Valid
	SIA 3	0,803	Valid
	SIA 4	0,765	Valid
	SIA 5	0,809	Valid
Literasi Digital (LD)	LD 1	0,692	Valid
	LD 2	0,697	Valid
	LD 3	0,751	Valid
	LD 4	0,711	Valid
	LD 5	0,704	Valid
	LD 6	0,766	Valid
Dukungan Sosial (DS)	DS 1	0,740	Valid
	DS 2	0,775	Valid
	DS 3	0,712	Valid
	DS 4	0,776	Valid
	DS 5	0,744	Valid
	DS 6	0,683	Valid
Pengambilan Keputusan Berwirausaha (PKB)	PKB 1	0,632	Valid
	PKB 2	0,791	Valid
	PKB 3	0,774	Valid
	PKB 4	0,744	Valid
	PKB 5	0,696	Valid
	PKB 6	0,694	Valid

Sumber: Data penelitian diolah 2026

Berdasarkan Tabel 4.10 nilai *loading factor* untuk setiap item yang mengukur variabel *e-commerce* adalah sebagai berikut EC 1 (0,529), EC 2 (0,805), EC 3 (0,758), EC 4 (0,807), EC 5 (0,776). Untuk variabel sistem informasi akuntansi, nilai *loading factor* masing-masing item adalah sebesar untuk SIA 1 (0,800), SIA 2 (0,676), SIA 3 (0,803), SIA 4 (0,765), SIA 5 (0,809). Selanjutnya nilai

loading factor untuk item-item yang mengukur variabel literasi digital adalah LD 1 (0,692), LD 2 (0,697), LD 3 (0,751), LD 4 (0,711), LD 5 (0,704), LD 6 (0,766). Untuk variabel dukungan sosial, nilai *loading factor* masing-masing item adalah sebesar DS 1 (0,740), DS 2 (0,775), DS 3 (0,712), DS 4 (0,776), DS 5 (0,744), DS 6 (0,683). Sedangkan nilai *loading factor* untuk item-item yang mengukur variabel pengambilan keputusan berwirausaha adalah PKB 1 (0,632), PKB 2 (0,791), PKB 3 (0,774), PKB 4 (0,744), PKB 5 (0,696), PKB 6 (0,694). Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa seluruh item yang mengukur setiap variabel dalam penelitian ini valid, karena memiliki nilai *loading factor* lebih dari 0,5

Selain nilai *outer loading* atau *loading factor* untuk menilai *convergent validity*, evaluasi juga bisa dilakukan dengan memerhatikan pembebanan luar indikator beserta *Average Variance Extracted* (AVE). Model dianggap memiliki *convergent validity* yang memadai jika nilai AVE melebihi 0,50. Kondisi ini mengindikasikan bahwa, secara rata-rata konstruk mampu menjelaskan lebih dari separuh varian indikatornya.

Tabel 4. 11 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
EC	0,551	Valid
SIA	0,597	Valid
LD	0,519	Valid
DS	0,546	Valid
PKB	0,524	Valid

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian dalam Tabel 4.11, nilai AVE untuk variabel *e-commerce* (EC) adalah 0,551, nilai AVE untuk variabel sistem informasi akuntansi (SIA) adalah 0,597, nilai AVE untuk variabel literasi digital (LD) adalah 0,519, nilai AVE untuk variabel dukungan sosial (DS) adalah 0,546, dan nilai AVE untuk variabel pengambilan keputusan berwirausaha (PKB) adalah 0,524. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini valid, karena nilai AVE masing-masing lebih dari 0,5.

4.1.3.2 Analisa *discriminant validity*

Analisis *discriminant validity* digunakan untuk memastikan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memiliki perbedaan yang jelas satu sama lain, yang dibuktikan melalui nilai korelasi antar variabel. Penilaian tersebut mencakup pemeriksaan *cross loading*, yaitu dengan memverifikasi bahwa nilai item pernyataan pada suatu variabel lebih tinggi daripada pada variabel lainnya, sehingga validitas diskriminan dinyatakan valid atau terpenuhi. Selain itu, analisis ini juga mencakup pemeriksaan nilai *Fornell-Larcker criterion*, dengan memastikan bahwa nilai suatu variabel pada itu sendiri harus lebih tinggi daripada nilai terhadap variabel lainnya. Hasil dari pengujian ini disajikan pada Tabel 4.12.

Tabel 4. 12 Nilai *Cross Loading*

	EC	SIA	LD	DS	PKB
EC1	0,529	0,338	0,351	0,341	0,308
EC2	0,805	0,534	0,523	0,432	0,559
EC3	0,758	0,394	0,443	0,431	0,466
EC4	0,807	0,483	0,466	0,432	0,535
EC5	0,776	0,576	0,543	0,411	0,493
SIA1	0,532	0,800	0,541	0,405	0,501
SIA2	0,494	0,676	0,431	0,376	0,363
SIA3	0,408	0,803	0,533	0,432	0,470
SIA4	0,503	0,765	0,548	0,436	0,486
SIA5	0,518	0,809	0,679	0,514	0,551
LD1	0,330	0,494	0,692	0,497	0,434
LD2	0,567	0,489	0,697	0,395	0,495
LD3	0,426	0,510	0,751	0,377	0,480
LD4	0,415	0,576	0,711	0,417	0,463
LD5	0,493	0,474	0,704	0,445	0,396

LD6	0,491	0,548	0,766	0,561	0,542
DS1	0,398	0,360	0,501	0,740	0,481
DS2	0,411	0,386	0,457	0,775	0,421
DS3	0,341	0,333	0,383	0,712	0,320
DS4	0,419	0,479	0,439	0,776	0,440
DS5	0,424	0,487	0,525	0,744	0,482
DS6	0,426	0,425	0,431	0,683	0,500
PKB1	0,332	0,416	0,444	0,398	0,632
PKB2	0,544	0,519	0,541	0,483	0,791
PKB3	0,563	0,407	0,491	0,445	0,774
PKB4	0,396	0,479	0,443	0,406	0,744
PKB5	0,362	0,448	0,487	0,446	0,696
PKB6	0,571	0,427	0,431	0,455	0,694

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.12 nilai *cross loading* yang mengukur variabel itu sendiri lebih besar daripada nilai *cross loading* variabel lain. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan dalam instrumen penelitian ini valid secara diskriminan.

Adapun nilai *fornell-larcker criterion* pada penelitian ini disajikan dalam tabel 4.13.

Tabel 4. 13 Nilai *Fornell-Larcker Criterion*

	DS	EC	LD	PKB	SIA
DS	0,739				
EC	0,551	0,743			
LD	0,624	0,632	0,721		
PKB	0,608	0,648	0,655	0,724	
SIA	0,564	0,634	0,716	0,621	0,772

Sumber: Data Penelitian diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel dukungan sosial memiliki nilai sebesar (0,739) terhadap dirinya sendiri, nilai tersebut lebih besar dibandingkan nilai terhadap variabel lain seperti variabel *e-commerce* (0,551), variabel literasi digital (0,624), variabel pengambilan keputusan berwirausaha (0,608), dan variabel sistem informasi akuntansi (0,564). Begitu juga besaran nilai variabel *e-commerce* terhadap variabel *e-commerce* sendiri (0,743) lebih besaar dibandingkan dengan variabel literasi digital (0,632), variabel pengambilan keputusan berwirausaha (0,648), dan variabel sistem informasi akuntansi (0,634).

Besaran nilai variabel literasi digital terhadap literasi digital sendiri sebesar (0,721), yang mana angka tersebut lebih besar dibandingkan terhadap variabel pengambilan keputusan berwirausaha (0,655), dan variabel sistem informasi akuntansi (0,716). Nilai variabel pengambilan keputusan berwirausaha terhadap pengambilan keputusan berwirausaha sendiri sebesar (0,724) lebih besar dibandingkan nilai terdapat variabel lain seperti variabel sistem informasi akuntansi sebesar (0,621). Sedangkan nilai variabel sistem informasi akuntansi terhadap variabel sistem informasi akuntansi memiliki nilai (0,772), ini lebih besar dibandingkan dengan nilai variabel lainnya. Berdasarkan nilai *fornell-larcker criterion*, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang diajukan dalam penelitian ini terbukti valid secara diskriminan.

4.1.3.3 Analisis Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana tingkat keterkaitan antar indikator pada setiap variabel, berdasarkan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Variabel tersebut dinyatakan reliabel apabila kedua nilai tersebut melebihi 0,7. Hasil dari uji reliabilitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel 4.14

Tabel 4. 14 Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
EC	0,792	0,858	Reliabel
SIA	0,831	0,880	Reliabel
LD	0,815	0,866	Reliabel
DS	0,835	0,878	Reliabel
PKB	0,817	0,868	Reliabel

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.14, besaran nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* variabel *e-commerce* masing-masing sebesar 0,792 dan 0,858. Adapun nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* variabel sistem informasi akuntansi sebesar 0,831 dan 0,880, untuk variabel literasi digital sebesar 0,815 dan 0,866, besaran nilai variabel dukungan sosial sebesar 0,835 dan 8,78, serta untuk variabel pengambilan keputusan berwirausaha sebesar 0,817 dan 8,68. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.1.4 Analisa Model Struktural (Structural Model / *Inner Model*)

Analisis model struktural dilakukan untuk menguji model yang digunakan dalam penelitian ini serta menguji hipotesis yang diajukan. Analisis inner model baru dilakukan setelah outer model terbukti valid dan reliabel. Analisis tersebut meliputi pemeriksaan nilai *R-Square* (R^2), uji signifikansi melalui *T-Statistics* dan *P-Values*, serta nilai *effect size f square* (F^2) dan Q^2 .

4.1.4.1 Analisa nilai *R-Square* (R^2)

Analisis *R-Square* (R^2) dilakukan dengan PLS-Algorithm, yang menunjukkan besaran nilai *R-Square* pada setiap hubungan antar variabel, sebagaimana disajikan dalam tabel 4.15.

Tabel 4. 15 Nilai *R-Square* (R^2)

	R Square	Keterangan
PKB	0,564	Moderat

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai R-Square untuk variabel *e-commerce*, sistem informasi akuntansi, literasi digital dan dukungan sosial terhadap pengambilan keputusan berwirausaha sebagai variabel dependen sebesar 0,564. Hal ini menggambarkan bahwa adanya hubungan yang moderat di antara variabel tersebut.

4.1.4.2 Path coefficient

Uji signifikansi hubungan antar variabel dilakukan dengan meninjau nilai *T-Statistics* dan *P-Values* melalui uji *bootstrapping*. Hipotesis dinyatakan diterima jika nilai *T-Statistics* lebih besar dari 1,96, sedangkan hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai *P-Values* kurang dari 0,05. Nilai *T-Statistics* dan *P-Values* tersebut dapat dilihat pada tabel 4.16.

Tabel 4. 16 Nilai *T-Statistics* dan *P-Values*

	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>	Keterangan
<i>E-Commerce</i> → Pengambilan Keputusan Berwirausaha	3,739	0,000	Berpengaruh Signifikan
Sistem Informasi Akuntansi → Pengambilan Keputusan Berwirausaha	2,289	0,022	Berpengaruh Signifikan
Literasi Digital → Pengambilan Keputusan Berwirausaha	2,696	0,007	Berpengaruh Signifikan
Dukungan Sosial → Pengambilan Keputusan Berwirausaha	2,819	0,005	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa pengaruh *e-commerce* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha ditunjukkan dengan nilai *T-Statistics* (3,739) dan *P-Values* (0,000). Hasil ini menggambarkan adanya pengaruh yang signifikan, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha ditunjukkan dengan nilai *T-*

Statistics (2,289) dan *P-Values* (0,022). Ini juga menggambarkan adanya pengaruh signifikan, sehingga H2 dinyatakan diterima dan H0 ditolak.

Hubungan antar literasi digital sosial terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha memiliki *T-Statistics* (2,696) dan *P-Values* (0,007). Hal itu menunjukkan pengaruh yang signifikan, sehingga H3 diterima dan H0 ditolak. Sementara itu, pengaruh dukungan sosial terhadap pengambilan keputusan berwirausaha memiliki nilai *T-Statistics* (2,819) dan *P-Values* (0,005) yang juga menggambarkan pengaruh signifikan, sehingga H4 diterima dan H0 ditolak.

4.1.4.3 Analisa *f-square effect size*

Analisa *F-Square* dilakukan untuk melihat sejauh mana pengaruh antar variabel, yang dapat dilihat pada tabel 4.17

Tabel 4. 17 Nilai *F-Square Effect Size*

	PKB	Keterangan
EC	0,095	Pengaruh kecil
SIA	0,023	Pengaruh kecil
LD	0,046	Pengaruh kecil
DS	0,064	Pengaruh kecil

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.17, pengaruh *e-commerce* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha memiliki pengaruh kecil dengan nilai *F-Square* (0,095). Pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha memiliki pengaruh kecil dengan *F-Square* (0,023). Demikian juga pengaruh literasi digital terhadap pengambilan keputusan berwirausaha memiliki pengaruh kecil dengan *F-Square* (0,046), dan pengaruh dukungan sosial terhadap pengambilan keputusan berwirausaha memiliki pengaruh kecil dengan *F-Square* (0,064).

4.1.4.4 Analisa *predictive relevance* (Q^2)

Analisa *predictive relevance* (Q^2) bertujuan untuk menilai validitas model struktural, yang diperoleh melalui uji *blindfolding*. Dalam hal ini, nilai Q^2 pada variabel dependen harus lebih dari 0,02 agar model struktural yang digunakan dapat dianggap baik. Adapun hasil pengujian yang telah dilakukan disajikan pada tabel 4.18.

Tabel 4. 18 Nilai *Predictive Relevance* (Q^2)

	Q^2	Keterangan
<i>E-Commerce</i> (EC)		
Sistem Informasi Akuntansi (SIA)		
Literasi Digital (LD)		
Dukungan Sosial (DS)		
Pengambilan Keputusan Berwirausaha (PKB)	0,270	Baik

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.18, nilai Q^2 untuk variabel Pengambilan Keputusan Berwirausaha (PKB) yang dipengaruhi oleh *e-commerce* (EC), sistem informasi akuntansi (SIA), literasi digital (LD) dan dukungan sosial (DS) adalah 0,270. Nilai tersebut lebih dari 0,02, ini menunjukkan bahwa model struktural yang digunakan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model struktural dalam penelitian ini sudah baik.

4.1.4.5 Model fit

Analisi model fit dilakukan untuk mengetahui kelayakan model penelitian, pengujian model fit dapat dilihat melalui beberapa kriteria seperti SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) dan NFI (*Normed Fit Index*). Nilai SRMR yang $< 0,10$ atau lebih baik jika $< 0,08$ menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Selain itu, nilai NFI yang mendekati angka 1 menandakan bahwa model penelitian semakin sesuai dengan data yang digunakan mendekati, sebagaimana disajikan dalam tabel 4.19

Tabel 4. 19 Nilai *Model Fit*

	Nilai Parameter	Keterangan
SRMR	0,074	Fit
NFI	0,709	Fit

Sumber: Data penelitian diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.19, diperoleh nilai SRMR sebesar 0,074 yang menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kecocokan yang baik karena berada di bawah batas ketentuan 0,10 dan nilai idealnya dibawah 0,08. Selanjutnya, nilai NFI sebesar 0,709 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kecocokan yang cukup baik. Nilai NFI yang mendekati angka 1 menandakan bahwa model semakin baik dalam menjelaskan data empiris. Dengan demikian, hasil pengujian model fit menunjukkan bahwa model penelitian telah memenuhi kriteria kelayakan model atau memiliki kecocokan yang baik (fit) dan dapat digunakan untuk pengujian hipotesis serta analisis lebih lanjut.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *e-commerce* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang?

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman dan pemanfaatan *e-commerce* oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. *E-commerce* memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam memasarkan produk, memperluas jangkauan pasar, serta mempermudah proses transaksi tanpa harus memiliki toko fisik. Kondisi tersebut membuat mahasiswa lebih tertarik untuk memulai usaha karena dinilai lebih fleksibel, praktis, dan efisien. Mahasiswa akuntansi di Kota Malang cenderung memiliki ketertarikan memanfaatkan *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, dan platform digital lainnya karena dapat membantu meningkatkan efektivitas pemasaran serta menekan biaya operasional usaha. Dengan

adanya *e-commerce*, mahasiswa dapat menjalankan usaha sambil tetap melaksanakan kegiatan akademik. Hal ini menjadikan *e-commerce* sebagai salah satu faktor penting dalam mendukung pengambilan keputusan berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Syaharani & Mayangsari (2022), Selvia et al. (2023), dan Sulistyio (2021) yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa penggunaan *e-commerce* mampu memberikan peluang usaha yang lebih luas serta meningkatkan minat mahasiswa untuk menjalankan bisnis secara mandiri.

Dalam perspektif Islam, aktivitas *e-commerce* diperbolehkan selama dilakukan sesuai dengan prinsip syariah. Islam membolehkan transaksi jual beli selama tidak mengandung unsur gharar, riba, penipuan, maupun ketidakjelasan informasi. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt. dalam QS. An-Nisa ayat 29. Ayat tersebut menegaskan bahwa transaksi perdagangan, termasuk melalui media digital, diperbolehkan apabila dilakukan secara jujur, transparan, dan saling ridha antara penjual dan pembeli. Dalam konteks *e-commerce*, mahasiswa yang menjalankan usaha online harus menjunjung tinggi nilai amanah, kejujuran, serta memberikan informasi produk secara jelas agar tidak merugikan konsumen. Dengan demikian, penggunaan *e-commerce* dalam kegiatan berwirausaha dapat menjadi sarana memperoleh rezeki yang halal dan bermanfaat.

4.2.2 Pagaruh sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang?

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang. Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memahami dan mampu menggunakan sistem informasi akuntansi cenderung lebih siap dalam mengambil keputusan untuk memulai usaha. Sistem informasi akuntansi merupakan suatu sistem yang dirancang untuk mengumpulkan, mengelola, dan menyampaikan informasi keuangan secara sistematis guna mendukung kebutuhan informasi perusahaan. Melalui proses pencatatan transaksi, pengolahan data, serta penyajian

laporan keuangan, sistem ini menghasilkan informasi yang relevan bagi para pengambil keputusan. Keberadaan sistem informasi akuntansi yang memadai memungkinkan wirausahawan memperoleh informasi keuangan yang akurat sebagai dasar dalam merumuskan berbagai keputusan strategis, termasuk penetapan harga, pengendalian persediaan, perencanaan investasi, ekspansi usaha, maupun kebijakan keuangan lainnya. Informasi keuangan yang tersusun dengan baik dapat mempermudah mahasiswa dalam melakukan perencanaan usaha, mengontrol arus kas, dan mengambil keputusan bisnis secara tepat. Mahasiswa akuntansi memiliki keterkaitan yang erat dengan penggunaan sistem informasi akuntansi karena selama perkuliahan mereka telah mempelajari pencatatan transaksi dan pengelolaan laporan keuangan. Bekal tersebut menjadi modal penting dalam menjalankan usaha sehingga mahasiswa merasa lebih siap untuk berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurabiah et al. (2021), Lestari (2021), dan Salviano (2025) yang menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Sistem informasi akuntansi dianggap mampu membantu pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara lebih terstruktur dan professional.

Dalam perspektif Islam, pencatatan transaksi keuangan sangat dianjurkan untuk menjaga kejelasan, kejujuran, dan akuntabilitas dalam kegiatan muamalah. Hal ini dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 282 yang memerintahkan umat Islam untuk mencatat transaksi utang piutang secara benar. Penerapan sistem informasi akuntansi mencerminkan nilai amanah dan tanggung jawab dalam mengelola harta. Islam mengajarkan bahwa setiap harta yang dimiliki harus dikelola secara jujur dan transparan agar tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Oleh karena itu, penggunaan sistem informasi akuntansi dalam kegiatan usaha tidak hanya membantu pengambilan keputusan bisnis, tetapi juga menjadi bentuk implementasi nilai-nilai kejujuran dan keterbukaan sesuai ajaran Islam.

4.2.3 Pengaruh literasi digital terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang?

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan, dapat dilihat bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan mahasiswa dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk mengambil keputusan berwirausaha. Literasi digital membantu mahasiswa dalam mengakses informasi bisnis, memahami strategi pemasaran digital, menggunakan media sosial sebagai sarana promosi, serta memanfaatkan berbagai platform digital untuk mendukung kegiatan usaha. Kemampuan tersebut membuat mahasiswa lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan peluang bisnis berbasis digital. Mahasiswa akuntansi di Kota Malang umumnya telah terbiasa menggunakan teknologi digital dalam kegiatan akademik maupun aktivitas sehari-hari. Pengalaman tersebut memudahkan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana berwirausaha, seperti pemasaran online, pengelolaan transaksi digital, hingga komunikasi dengan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Handoyo (2021), Khoiriyah et al., (2022), serta Putri & Jayatri (2021) yang menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap keputusan dan minat berwirausaha mahasiswa. Semakin tinggi kemampuan digital seseorang, maka semakin besar peluang individu tersebut untuk memanfaatkan teknologi dalam menjalankan usaha.

Dalam perspektif Islam, literasi digital berkaitan dengan kewajiban menuntut ilmu dan menggunakan teknologi secara bijaksana. Islam mengajarkan umatnya untuk mencari informasi yang benar dan melakukan tabayyun terhadap setiap informasi yang diterima, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Hujurat ayat 6. Penggunaan teknologi digital harus dilakukan secara bertanggung jawab dan tidak digunakan untuk hal-hal yang merugikan orang lain. Dalam konteks kewirausahaan, mahasiswa harus menggunakan media digital secara jujur, etis, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Literasi digital yang baik dapat membantu mahasiswa dalam

mengembangkan usaha yang bermanfaat, inovatif, dan tetap menjunjung tinggi moralitas Islam.

4.2.4 Pengaruh dukungan sosial terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang?

Hasil pengolahan data menunjukkan temuan bahwa dukungan sosial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi di Kota Malang. Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa hipotesis keempat (H4) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi dukungan yang diterima mahasiswa dari keluarga, teman, maupun lingkungan sekitar, maka semakin tinggi pula keyakinan mahasiswa dalam mengambil keputusan berwirausaha. Dukungan sosial memberikan motivasi, semangat, perhatian, serta bantuan kepada mahasiswa dalam menghadapi berbagai tantangan usaha. Mahasiswa yang mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar cenderung merasa lebih percaya diri dan berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha. Sebaliknya, kurangnya dukungan sosial dapat menurunkan motivasi mahasiswa untuk memulai usaha. Dukungan sosial juga dapat berupa bantuan informasi, modal, motivasi, maupun relasi bisnis yang membantu mahasiswa dalam mengembangkan usaha. Lingkungan kampus yang mendukung kegiatan kewirausahaan melalui seminar, *workshop* dan pelatihan turut memperkuat minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Karna & Donna (2023), Wijaya & Handoyo (2022), dan Aryanti et al.(2024) yang menunjukkan bahwa dukungan sosial berpengaruh positif terhadap minat dan keputusan berwirausaha mahasiswa.

Dalam perspektif Islam, dukungan sosial merupakan bentuk tolong-menolong dalam kebaikan sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Maidah ayat 2. Ayat tersebut menjelaskan bahwa umat Islam dianjurkan untuk saling membantu dan memberikan dukungan kepada sesama dalam hal kebaikan, termasuk dalam kegiatan usaha. Dukungan sosial yang diberikan keluarga, teman, dan lingkungan kepada mahasiswa dapat menjadi motivasi untuk berkembang dan mencapai keberhasilan usaha. Islam juga mengajarkan pentingnya ukhuwah, kepedulian, dan saling memberikan semangat agar individu mampu menghadapi kesulitan dengan lebih baik. Oleh

karena itu, dukungan sosial dalam kegiatan berwirausaha tidak hanya memberikan manfaat secara psikologis, tetapi juga menjadi bentuk implementasi nilai-nilai kebersamaan dan kepedulian dalam Islam.

BAB V

PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh selama pelaksanaan penelitian, penulis menyusun beberapa kesimpulan yang menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Adapun kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. *E-Commerce* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Pemanfaatan *e-commerce* memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan dan mengolah usahanya secara lebih efektif, seperti dengan memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi proses transaksi, serta mempermudah promosi. Semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap *e-commerce*, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan dalam berwirausaha.
- b. Sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan sistem informasi akuntansi membantu mahasiswa dalam mengelola pencatatan keuangan, menyusun laporan keuangan, serta melakukan pengawasan terhadap aktivitas usaha secara lebih efektif dan efisien. Kemampuan tersebut meningkatkan keyakinan mahasiswa dalam memulai dan mengelola usaha.
- c. Literasi digital berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Dalam hal ini, kemampuan mahasiswa dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital membantu mereka dalam mengakses informasi bisnis, melakukan pemasaran digital, serta menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Semakin baik literasi digital mahasiswa, maka semakin besar peluang mahasiswa untuk mengambil keputusan berwirausaha.
- d. Dukungan sosial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan dari keluarga, teman, dan lingkungan sekitar memberikan motivasi, semangat, serta rasa percaya diri kepada mahasiswa dalam menjalankan usaha. Adanya dukungan sosial

membuat mahasiswa lebih berani menghadapi risiko dan tantangan dalam berwirausaha.

5.2 Saran

Peneliti menyadari adanya sejumlah keterbatasan dalam penelitian ini yang masih memerlukan perbaikan. Oleh sebab itu, beberapa saran diajukan sebagai bentuk kontribusi bagi peneliti selanjutnya, dengan harapan dapat menjadi bahan evaluasi serta acuan dalam mengembangkan penelitian yang lebih baik di masa mendatang. Adapun saran yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Bagi Mahasiswa

Diharapkan lebih aktif mengikuti pelatihan, seminar, *workshop*, dan kegiatan kewirausahaan agar mampu melihat peluang usaha serta meminimalisir risiko dalam berwirausaha. Mahasiswa perlu meningkatkan kemampuan dalam menggunakan teknologi digital seperti *platform e-commerce*, pembayaran digital, media sosial, serta aplikasi akuntansi digital agar lebih siap menjalankan usaha secara efektif dan efisien. Selain itu, dukungan sosial dari keluarga, teman, maupun lingkungan sekitar juga perlu dimanfaatkan sebagai sumber motivasi untuk meningkatkan rasa percaya diri dalam memulai usaha.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Diharapkan perguruan tinggi menyelenggarakan pelatihan, *workshop*, seminar, serta program pendampingan bisnis secara rutin guna meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam bidang kewirausahaan digital. Perguruan tinggi dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengikuti magang, *studi tour* kewirausahaan, maupun praktik bisnis langsung pada perusahaan startup atau UMKM berbasis digital agar mahasiswa memperoleh pengalaman praktis dalam dunia usaha. Selain itu, diharapkan menyediakan dukungan berupa incubator business, program pendanaan usaha, maupun fasilitas pengembangan bisnis mahasiswa untuk meningkatkan keberanian mahasiswa dalam memulai usaha.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan variabel tambahan yang berpotensi memengaruhi proses pengambilan keputusan kewirausahaan dapat ditambahkan. Penelitian di masa mendatang dapat memperluas cakupannya dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai fakultas maupun dari daerah yang berbeda untuk memperkaya hasil temuan penelitian. Selanjutnya, untuk mengoptimalkan hasil, metode pengumpulan data yang lebih beragam, seperti wawancara langsung dan observasi lapangan, serta pelaksanaan penelitian dalam rentang waktu yang lebih panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Al-Quran. (2020). *Al-Quran dan Maknanya*. Lentera Hati.
- Anggraeni, W. D. (2023). *PENGARUH E-COMMERCE, SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, DUKUNGAN KELUARGA, DUKUNGAN KAMPUS DAN KETERSEDIAAN MODAL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA ITS MANDALA)*. 2(4), 31–41.
- Anggraeni, W. D., Firdaus, M., & Ilmi, M. (2023). Pengaruh E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi, Dukungan Keluarga, Dukungan Kampus Dan Ketersediaan Modal Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Its Mandala). *Riemba - Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 166–182. <https://doi.org/10.31967/riemba.v1i1.944>
- Apidana, Y. H. (2021). Pengaruh Literasi Digital, Internal Locus of Control dan Dukungan Akademik Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(5), 666–682. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i5.176>
- Arsakiyana, Dyah Sulistyowati, R. (2022). *Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan , Entrepreneurial Traits , dan Literasi Digital terhadap Rintisan Bisnis Mahasiswa*. 182–193.
- Aryanti, Z., Agustiani, H., & Cahyadi, S. (2024). *Strengthening Adolescent ' s Entrepreneurial Behavior through Social Support*. 10, 67–78.
- B, R. S. (2023). *Pengaruh Dukungan Sosial Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha*. 2(4).
- Bawden, D. (2008). Origins and concepts of digital literacy. *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices*, 30(2008), 17–32.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). Technology acceptance model. *J Manag Sci*, 35(8), 982–1003.
- Destyana, D., & Mareta, S. (2025). The Influence of Entrepreneurship Education, Social Media, E-commerce, and Accounting Information Systems on Entrepreneurial Decision Making in Accounting Students at Dian Nusantara University. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(6), 1291–1301. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i6.1057>
- F. A. Salviano, M. D. Y. (2025). THE INFLUENCE OF UNDERSTANDING E-COMMERCE, ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS, AND BUSINESS CAPITAL ON DECISION MAKING IN ENTREPRENEURSHIP. *THE INFLUENCE OF UNDERSTANDING E-COMMERCE, ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS, AND BUSINESS CAPITAL ON DECISION MAKING IN ENTREPRENEURSHIP*, 5(1), 1026–1047. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2>

008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PE
MBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

- Frisnoiry, S., Sihotang, H. M. W., Indri, N., & Munthe, T. (2024). *Analisis Permasalahan Pengangguran Di Indonesia*. 17(1).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). Partial least square: Konsep, teknik dan aplikasi SmartPLS 2.0 M3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 115–126.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications using SmartPLS 3*.
- Ghunayanto, A. (2024). *PENGARUH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, E COMMERCE, DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA, DENGAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA SEBAGAI VARIABEL MODERASI (SURVEI MAHASISWA AKUNTANSI DI KOTA MALANG)*.
- Ginting, N. A. (2022). *PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA (studi kasus jurusan manajemen stambuk 2018)*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2019). *Multivariate data analysis*. Cengage learning Hampshire.
- Hair Jr, J. F., M.Hult, G. T., M.Ringle, C., Sarstedt, Ma., P.Danks, N., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Handoyo, F. E. (2021). PENGARUH LITERASI DIGITAL, MEDIA SOSIAL, DAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA. *Jurnal Komunikasi Dan Manajemen*, 15(2), 75–89.
- Hardisman, M. (2021). *Analisis Partial Least Square Structurral Equation Modelling (PLS-SEM): Bintang Pustaka*. Bintang Pustaka Madani.
- Karna, U., & Donna, E. (2023). *Building Entrepreneurial Intention : The Moderating Role of Social Support*. 4(2).
- Khoiriyah, R., Sudarno, S., & Setyowibowo, F. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri dan Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha E-Business Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 10(3), 181–193. <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p181-193>
- Khuluq, H., Purwanti, L., & Baridwa, Z. (2024). The Influence Of Accounting Information Systems In Improving The Effectiveness Of SMEs Financial Planning. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 14(4), 1023–1043. <https://doi.org/10.22219/jrak.v14i4.37000>
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2012). *Marketing Management*. 14e Global Edition, Person. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Latumahina, O., & Oktariyana, M. D. (2024). Pengaruh E-Commerce, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Kupang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 9(2), 103–112. <https://doi.org/10.38043/jiab.v9i2.5620>

- Lesmana, H. (2021). *Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Di Kelurahan Pasarbatang*. 1(1), 29–37.
- Lestari, I. G. A. K. (2021). *PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUNTANSI DI UNIVERSITAS TRIATMA MULYA*. 02(02), 73–81.
- Lestari, S., & Santoso, A. (2019). *The Roles of Digital Literacy , Technology Literacy , and Human Literacy to Encourage Work Readiness of Accounting Education Students in the Fourth Industrial Revolution Era*. 2019, 513–527. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i11.4031>
- Margareta, Jessica, Y. A. (2021). *THE INFLUENCE OF E-COMMERCE, SOCIAL MEDIA, ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS, AND INCOME EXPECTATIONS ON ENTREPRENEURIAL DECISION-MAKING OF ACCOUNTING STUDENTS AT UPN VETERAN EAST JAVA*. 8(3), 167–186.
- Maryati, S. (2015). *DINAMIKA PENGANGGURAN TERDIDIK: TANTANGAN MENUJU BONUS DEMOGRAFI DI INDONESIA* Sri Maryati. *Journal of Economic and Economic Education*, 3(2).
- Mufida, L. L. A., & Nasir, M. S. (2023). *Analisis Dinamis Tingkat Pengangguran di Indonesia*. *Journal of Macroeconomics and Social Developmen*, 1(1), 1–14.
- Muhammad Taufiq, I. (2022). *PENGARUH E-COMMERCE, SELF EFFICACY DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA*. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 418–431.
- Nanda Dwi, A., & Sudiana, K. (2022). *Pengaruh Digital Literacy dan Locus of Control terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom*. 7(April), 49–55. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i1.366>
- Nurabiah, Pusparini, H., & Mariadi, Y. (2021). *E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Berwirausaha*. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 238–253.
- Nurlaila, C., & Fitriyah, H. (2021). *Effect of E-Commerce, Use of Accounting Information Systems and Business Capital in Student Decision Making for Entrepreneurship*.
- Punch, K. F. (2013). *Introduction to social research: Quantitative and qualitative approaches*.
- Putri, D. Y., & Jayatri, F. (2021). *PENGARUH PENGUASAAN LITERASI DIGITAL SERTA MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA STKIP PGRI LUMAJANG*. 9(2), 1–7.
- Putri, Y. N., Zaharuddin, & Purwasih, I. (2021). *The Relationship of Social Support with Optimism in Cancer Survivors in RS. Moh. Hoesin Palembang*. 1(3), 290–296.
- Rapika, S. (2021). *PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)*.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting Information Systems*. Pearson.

<https://books.google.co.id/books?id=Y7cXvgAACAAJ>

- Sa'Diyyah, K., & Yuliati, Y. (2025). *E-COMMERCE, ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS, FINANCIAL LITERACY AND ACCOUNTING KNOWLEDGE: KEY DRIVERS OF MSME SUCCESS IN MALANG CITY*. 6(2), 286–300.
- Salwa, A. M., Nurainun, Aina'Naz, & Terfiandi, S. Y. (2024). Pengaruh Mentoring Dan Dukungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh*, 3(3), 387–399.
- Selvia, Nusantara, J., & Darmayanti, E. F. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha*. 2(3), 322–335.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d* (Issue January).
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*.
- Sulistyo, M. J. S. dan H. (2021). *PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA*. 1(April), 309–321.
- Sunarka, P. S., Mahesan, D., Yuniarti, N. A., & Pamudya, R. A. (2024). Pengaruh E-Commerce, Social Media Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *EQUILIBRIA: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 11(1), 1–9.
- Syafrial, H. (2023). *Literasi digital*. Nas Media Pustaka.
- Syahrani, E. P., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh E-Commerce, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Ketersediaan Modal, Dan Dukungan Keluarga Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1189–1202. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14781>
- T.S, K., S.K, O., & F. F, O. (2014). Electronic Commerce and Business Performance: An Empirical Investigation of Business Organizations in Nigeria. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(8), 215–223. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v4-i8/1090>
- Teresia, D. M., Retno, D., Hastuti, D., Rahim, A., Astuty, S., & Rajab, A. (2025). *Jurnal E-Bis : Ekonomi-Bisnis Dampak Faktor-Faktor Ekonomi Terhadap Pengangguran Terdidik : Studi*. 9(2), 1094–1113.
- Wijaya, F. E. W. A. (2024). Pengaruh Dukungan Sosial Dan Dukungan Finansial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Universitas Tarumanegara. *Jurnal Ilmu*, 30(2), 1–21.
- Wijaya, W., & Handoyo, E. S. (2022). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Empati Dan Dukungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha sosial Mahasiswa*. 04(02), 546–555.
- Zacharakis, A., Corbett, A. C., & Bygrave, W. D. (2025). *Entrepreneurship*. John Wiley & Sons.

Lampiran 1 Lembar Kuesioner

LEMBAR KUESIONER

PENGARUH *E-COMMERCE*, SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, LITERASI DIGITAL, DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA

(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang)

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, perkenalkan saya Amanda Ayu Wijayanti selaku mahasiswa Jurusan Akuntansi (2022) Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam rangka penyusunan skripsi, saya memohon kesediaan saudara/I untuk berpartisipasi dalam mengisi seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner penelitian saya yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce*, Sistem Informasi Akuntansi, Literasi Digital, dan Dukungan Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang)”.

Adapun saudara/I yang menjadi responden dalam penelitian ini harus sesuai dengan beberapa kriteria berikut:

1. Responden mahasiswa aktif jurusan akuntansi di Kota Malang
2. Responden telah mengambil mata kuliah sistem informasi akuntansi
3. Responden telah mengambil mata kuliah kewirausahaan
4. Responden telah menggunakan media *elektronik commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, Tiktok Live, Bhinneka, Orami, Ralali, JD.ID, Zalora, Evermos.

Semua data yang terkumpul akan bersifat RAHASIA dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian saja. Akhir kata saya ucapkan terima kasih atas perhatian dan kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Lampiran 2 Identitas Responden

1. Nama (opsional) :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki – Laki ☐ Perempuan
3. Usia :
4. Semester :
5. Universitas :
6. Apakah anda pernah terlibat : ☐ Ya ☐ Tidak
dalam kegiatan wirausaha
(misalnya bisnis kecil-kecilan)?

1. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Responden mahasiswa aktif jurusan akuntansi di Kota Malang, telah mengambil mata kuliah sistem informasi akuntansi dan kewirausahaan, serta telah menggunakan media *elektronik commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, Tiktok Live, Bhinneka, Orami, Ralali, JD.ID, Zalora, Evermos.
2. Dimohon untuk menjawab setiap pertanyaan pada kolom jawaban yang paling sesuai menurut Saudara/i. Pendapat anda dinyatakan dalam skala 1 s/d 5 yang memiliki makna
1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2 = Tidak Setuju (TS)
3 = Netral (N)
4 = Setuju (S)
5 = Sangat Setuju (SS)
3. Kuisisioner terdapat 5 bagian: Identifikasi Responden, *E-Commerce*, Sistem Informasi Akuntansi, Literasi Digital, Dukungan Sosial, dan Pengambilan Keputusan Berwirausaha
4. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

E-Commerce (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Dalam menjalankan bisnis usaha, pemasaran digital melalui <i>e-commerce</i> dapat meminimalkan biaya pengeluaran.					
2	<i>E-commerce</i> mudah diakses untuk menemukan informasi produk atau layanan yang dibutuhkan					
3	Penilaian (rating) yang tinggi dari konsumen pada <i>e-commerce</i> dapat meningkatkan minat beli konsumen					
4	<i>E-commerce</i> dapat memperluas jangkauan pemasaran yang lebih luas					
5	Kemudahan pelanggan dalam memperoleh informasi melalui <i>e-commerce</i> dapat meningkatkan penjualan usaha.					

Diadaptasi dari Sumber (Ghunayanto, 2024)

Sistem Informasi Akuntansi (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya yakin bahwa sistem informasi akuntansi memiliki manfaat yang signifikan					
2	Saya percaya bahwa penggunaan sistem informasi akuntansi lebih efisien dari segi biaya					
3	Saya yakin sistem informasi akuntansi dapat diandalkan dalam proses pengolahan data					
4	Saya yakin sistem informasi akuntansi dapat digunakan kapan pun sesuai kebutuhan					
5	Saya percaya sistem informasi akuntansi mampu menyediakan informasi penting secara tepat waktu					

Diadaptasi dari Sumber (Rapika, 2021)

Literasi Digital (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mampu mencari dan memahami informasi bisnis dari media digital untuk mendukung keputusan berwirausaha.					
2	Saya dapat memanfaatkan teknologi digital untuk belajar dan meningkatkan kemampuan dalam berwirausaha.					
3	Saya mampu menggunakan dan beradaptasi dengan berbagai aplikasi atau platform digital dalam menjalankan usaha.					
4	Saya dapat mengelola dan melindungi data pribadi serta informasi bisnis saat menggunakan media digital.					
5	Saya mampu berkomunikasi dan bekerja sama secara efektif melalui media digital dalam kegiatan usaha.					
6	Saya dapat memilah dan menilai informasi di media digital secara kritis sebelum digunakan dalam pengambilan keputusan berwirausaha.					

Diadaptasi dari Sumber (Khoiriyah et al., 2022)

Dukungan Sosial (X4)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa termotivasi ketika berkumpul bersama teman-teman di lingkungan universitas.					
2	Saya memperoleh bantuan dari teman-teman saat menghadapi kesulitan.					
3	Saya merasakan adanya perhatian dari teman-teman di sekitar saya.					
4	Teman-teman mampu menerima dan menghargai pendapat yang saya sampaikan.					
5	Saya dapat memahami maksud dari saran yang diberikan oleh teman di lingkungan universitas.					
6	Saya mendapatkan lebih banyak relasi ketika berada di lingkungan universitas.					

Diadaptasi dari Sumber (Ginting, 2022)

Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya yakin bahwa dengan menjadi wirausaha, saya dapat lebih mandiri tanpa bergantung pada orang lain.					
2	Saya percaya bahwa dengan berwirausaha dapat berkontribusi kepada lingkungan sosial, seperti menciptakan lapangan pekerjaan.					
3	Saya percaya bahwa memiliki jiwa kepemimpinan penting untuk seorang wirausaha.					
4	Saya yakin bahwa berwirausaha dapat meningkatkan kualitas kehidupan saya di masa depan.					
5	Saya yakin bahwa karir sebagai wirausaha sangat menarik dan memotivasi saya untuk memulainya.					
6	Saya percaya bahwa perlu tekad kuat untuk memulai usaha.					

Diadaptasi dari Sumber (Anggraeni, 2023)

Lampiran 2: Data Responden

E-COMMERCE (X1)				
EC1	EC2	EC3	EC4	EC5
5	5	4	5	4
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
3	5	5	5	4
4	5	4	4	4
4	5	5	5	5
2	5	5	5	5
4	5	5	4	4
4	5	5	5	5
5	4	4	4	4
5	5	4	5	4
5	5	5	5	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
3	5	5	5	5
4	5	4	5	4
3	5	5	5	5
3	5	5	4	4
4	4	5	5	5
3	4	3	4	3
4	5	5	4	4
4	4	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	5	5	5

4	4	4	4	4
5	4	5	4	5
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	5	5	4	4
5	4	5	5	5
4	4	4	5	5
5	5	5	4	4
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
5	5	2	4	4
4	5	5	4	5
4	4	5	5	5
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
3	5	5	5	4
3	5	5	5	5
3	4	4	5	5
4	4	5	4	4
3	5	5	4	4
5	4	4	5	4
5	5	5	5	5
3	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	4	4	5
4	5	4	5	4
4	5	4	5	5
4	4	5	4	4
5	5	5	5	4

5	5	5	5	5
4	5	5	4	5
4	4	5	5	5
5	5	5	5	4
4	4	5	4	4
4	5	5	5	4
4	4	4	4	4
4	5	5	5	4
4	5	4	3	5
4	4	4	4	4
4	4	5	5	5
3	4	5	5	4
5	5	4	5	4
4	4	4	4	4
3	5	5	4	5
4	4	5	4	4
5	4	4	4	4
3	5	4	4	4
1	4	4	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4
4	4	4	4	4
3	3	4	4	4
5	5	4	5	5
4	4	4	4	4
3	5	4	5	4
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	4	4	3	2

4	4	5	5	5
4	4	4	3	4
4	4	3	4	3
5	5	4	5	5
4	4	4	4	4
4	5	5	5	5
4	4	3	4	4
5	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	5	5	5	4
4	5	4	5	4
4	4	5	5	5
4	5	4	5	4
3	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
2	4	5	5	5
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
3	4	4	4	4
4	4	3	5	4
4	4	4	5	4
5	5	5	5	5
4	4	4	5	4
3	5	5	5	4
4	4	4	4	4
4	4	3	4	4
4	5	4	5	4
4	4	5	5	4

4	4	4	4	4
2	3	4	5	2
5	3	5	4	2
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
3	4	5	5	4
4	5	5	5	5
5	5	4	5	5
4	4	5	5	4
4	5	4	5	4
4	5	5	5	4
4	5	4	5	4
4	5	5	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	3	5	5	4
4	3	4	3	4
2	5	4	5	4
5	5	5	5	5
1	1	1	1	1
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4
4	5	5	4	5
3	5	5	5	3
2	4	2	2	5
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	4	4
3	4	4	4	4
3	4	5	4	3

5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
3	4	5	4	4
4	5	5	4	4
3	3	4	3	3
4	4	5	5	4
4	5	4	5	4
4	4	4	4	4
4	5	5	5	5
4	5	5	5	5
3	5	5	5	4
5	5	5	5	5
3	4	4	4	4
4	5	4	4	4
4	5	5	4	4
5	4	5	5	5
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
4	5	5	5	4
3	2	2	4	4
5	5	4	5	3
4	4	5	5	4
3	3	3	3	3
3	4	3	5	4
4	4	4	5	4
4	5	5	5	4
3	5	4	4	3
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5

5	5	5	5	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	5	5	5	4
4	5	5	4	4
3	4	5	4	4
3	4	4	4	3
3	4	5	4	4
5	5	5	5	5
3	4	4	4	4
4	5	4	5	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	5	5	5
4	5	4	5	4
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	5	3	5	4

SISTEM INFORMASI AKUNTANSI(X2)				
SIA1	SIA2	SIA3	SIA4	SIA5
5	4	5	4	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	4	3	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	4	4	5
5	5	4	4	3
5	5	4	5	4
4	4	4	4	3
4	4	3	4	2
5	5	5	5	5
5	4	4	4	4
4	3	4	4	4
5	5	5	5	5
4	5	3	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5
5	3	5	4	4
4	4	4	4	4
5	4	2	4	2
4	3	4	4	3
4	4	4	4	4
3	3	4	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	3	3	2	3

5	4	4	4	4
4	4	3	4	4
3	4	3	4	3
5	5	5	4	4
4	4	4	4	4
5	4	5	4	4
4	4	4	4	4
5	4	5	5	4
4	4	4	4	4
4	3	4	3	4
4	4	4	5	4
3	4	3	4	4
4	3	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	4	5	4	4
5	4	4	4	4
5	4	4	4	4
3	3	4	4	3
4	4	4	5	5
5	5	5	5	5
5	4	4	4	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	4
4	3	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	4	3
5	5	5	5	5

4	3	4	3	4
4	4	4	4	4
5	4	5	4	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	5	4	4	4
3	2	3	2	4
4	4	4	4	4
3	3	4	5	2
4	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	4	4	4
5	3	5	5	5
4	4	4	5	4
4	5	4	4	4
5	3	4	4	4
5	3	5	4	4
4	5	5	4	5
4	4	4	4	4
4	4	4	5	5
4	4	4	4	4
4	5	4	4	4
4	3	4	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
2	3	4	4	2
5	5	5	5	5

5	5	3	5	3
4	3	4	4	3
5	5	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	4
4	4	4	4	3
4	5	4	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	3
4	5	4	4	4
3	4	3	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	4	5	5
5	5	5	5	5
4	3	4	4	5
4	5	5	4	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
3	4	4	4	3
4	4	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	3	4	4	4
4	4	4	5	5
4	3	4	4	4
4	3	4	4	3
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4

3	2	3	4	3
3	2	3	4	3
5	5	5	5	5
4	4	3	3	3
4	3	3	3	4
4	4	5	5	4
4	4	4	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	5	5	4	3
4	2	5	5	4
5	5	5	5	5
1	1	1	1	1
4	4	4	3	4
3	4	4	4	4
4	3	4	5	4
5	3	5	5	5
4	2	5	4	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	4	4
3	3	3	4	3
5	5	5	5	5

4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	3	4	4	4
4	4	4	5	5
3	3	3	3	3
4	3	4	4	4
4	4	4	5	4
5	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	2	5	5	5
5	4	4	4	4
5	5	5	4	4
3	3	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
4	4	4	2	2
3	5	5	3	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4
5	3	4	3	5
5	5	5	5	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4

5	5	5	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	4	5	4
4	3	4	4	4
4	4	5	4	3
5	3	4	4	4
4	4	5	5	4
4	4	4	4	4
4	3	4	4	3
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4
5	5	5	4	4
5	4	4	4	4
5	4	4	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	3	5	5	3

LITERASI DIGITAL (X3)					
LD1	LD2	LD3	LD4	LD5	LD6
5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	4	5
4	4	5	5	5	4
3	4	4	4	3	4
2	4	4	4	2	3
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4
4	4	5	5	5	4
3	4	3	4	3	4
1	4	1	4	5	3
3	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3
4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	4	4
4	4	4	3	3	4

4	5	5	3	4	4
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3
4	5	4	4	4	4
3	4	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	5	4	3	5	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
3	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	3	4
4	5	3	3	4	4
4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	5	4	3	5	5
3	4	3	3	3	3

5	5	3	4	3	5
4	4	5	4	4	4
5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5
4	4	4	3	5	4
4	4	4	4	4	4
1	5	3	3	5	4
4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4
3	3	4	3	4	3
3	5	3	4	4	4
5	5	4	4	4	4
5	4	4	3	4	4
5	5	3	3	4	4
4	4	4	4	4	3
5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5
4	4	3	3	3	4
3	4	4	3	2	3
5	5	5	5	5	4

5	5	3	3	3	4
3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	4	4	3	4	4
4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4
5	4	5	4	4	5
4	4	4	3	5	4
4	4	3	3	4	3
5	4	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5
5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	4
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5
5	4	3	3	4	4
4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4

4	1	5	2	5	3
4	4	3	3	5	4
5	5	5	5	5	5
4	5	5	3	4	3
3	4	3	3	3	4
4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	4	4
4	4	4	4	4	3
4	4	5	5	4	4
4	4	4	3	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	2	4	4	4	5
4	4	5	4	2	4
4	4	4	5	4	4
1	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4
5	4	4	4	3	5
3	2	1	5	4	4
4	3	4	4	5	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5

5	5	5	4	5	4
5	5	5	4	5	5
4	4	3	4	3	4
5	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	3	5	4	5	4
3	3	3	3	3	4
5	4	4	3	4	4
4	4	3	4	3	4
3	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4
4	4	4	2	2	2
5	3	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4
4	4	5	3	5	4
1	5	4	5	5	4
5	4	4	4	4	4
4	4	3	4	5	3

3	3	3	4	3	4
4	4	4	4	3	4
4	5	5	5	5	4
4	3	4	4	3	5
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3
4	4	5	4	4	4
5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4
5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4
5	5	3	3	3	3

DUKUNGAN SOSIAL (X4)					
DS1	DS2	DS3	DS4	DS5	DS6
5	4	4	4	3	5
4	4	4	4	4	4
5	3	3	4	3	3
5	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	3
4	4	4	4	4	5
4	5	5	4	4	3
2	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	3
5	5	3	3	4	4
5	5	3	3	5	5
3	4	3	4	5	5
5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4
3	4	1	1	2	4
4	4	3	4	4	3
3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4
5	3	3	3	4	5

3	3	3	4	4	3
4	4	3	4	4	3
4	3	3	3	3	3
4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	3
3	4	4	4	3	4
3	2	2	4	4	4
4	3	3	3	4	5
3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	3
4	4	5	4	4	5
5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	5
4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4
4	4	5	4	3	5
2	4	4	4	3	4

4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4
3	2	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4
1	4	5	1	4	5
4	4	3	3	4	4
5	3	3	3	4	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	2	3
3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	5	5
3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	4
5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5
3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4
4	5	4	4	5	2
5	5	5	5	5	5
3	2	3	3	3	4
3	4	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4

4	4	3	3	4	3
3	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	4	3
3	5	5	5	4	4
4	4	4	3	3	4
5	4	4	4	5	5
3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	3
4	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	3
4	4	4	4	4	4
2	4	2	3	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	2
4	4	5	3	5	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5
3	4	3	4	4	5
4	5	5	5	5	4
4	3	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5
5	4	4	3	4	5
5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4

2	4	4	4	3	2
3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5
5	5	4	4	3	5
4	5	5	5	5	5
3	4	5	3	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3
4	3	3	4	4	4
5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	3	2	3	4	3
5	5	4	3	4	4
3	4	3	4	2	3
5	4	4	4	5	4
1	1	1	1	1	1
4	5	5	4	4	5
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	3	4	4	5
2	3	5	4	4	3
5	3	3	3	3	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4
5	5	5	4	5	5

5	5	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	4
5	3	3	4	4	5
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5
5	5	4	5	4	5
3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	3
2	2	4	2	2	2
4	4	4	3	3	3
3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3
3	3	4	3	5	2
1	1	2	4	4	5
4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	4	3
4	3	3	3	3	4
4	4	3	3	3	3
5	4	5	3	4	5
5	5	5	4	4	5
3	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4
5	4	5	4	5	4
3	4	3	3	3	3
4	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	3
4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4
5	5	3	5	5	5

PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA(Y)					
PKB1	PKB2	PKB3	PKB4	PKB5	PKB6
3	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	3	5
4	4	4	3	2	5
5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
3	4	4	4	4	3
4	5	5	4	3	5
4	4	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
4	5	5	3	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	3	5
1	5	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	5
3	2	4	3	4	2
4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4
3	3	5	5	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	5	5	4	4	5

3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	3	5
3	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5
5	5	5	3	3	5
3	4	4	4	4	4
2	5	5	2	4	3
4	4	4	2	3	4
5	5	5	4	5	5
5	4	4	5	4	5
4	4	5	4	4	5
2	5	5	4	4	5
3	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	5
5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	3	5
3	3	3	3	3	5
4	5	3	3	4	5
4	3	3	3	4	5
3	5	5	4	4	5
4	4	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5
5	5	5	5	3	5

2	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5
4	5	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	5	4	4	5
3	4	5	3	3	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	1	5
5	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4
3	3	4	4	3	5
3	4	3	5	5	4
4	5	5	4	5	5
4	4	4	5	5	4
4	4	3	4	4	5
4	4	5	5	4	5
5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	5
3	4	4	4	4	5
4	5	4	4	3	5
3	5	5	2	3	5
3	5	5	5	5	5
4	3	5	3	3	5
4	3	3	2	2	4
4	4	4	4	4	4

4	5	3	4	3	5
4	4	4	3	4	4
4	4	5	4	4	5
3	4	4	4	4	3
3	4	4	3	3	4
3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5
5	4	5	4	5	4
4	3	3	3	5	5
3	4	3	4	3	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5
3	3	4	3	3	4
5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	3	5
4	4	5	5	4	5
3	4	5	4	4	5
3	5	5	3	3	5
4	4	5	4	4	5
1	4	3	3	3	5
4	5	4	4	4	5
4	4	3	3	3	5
4	4	4	4	4	3

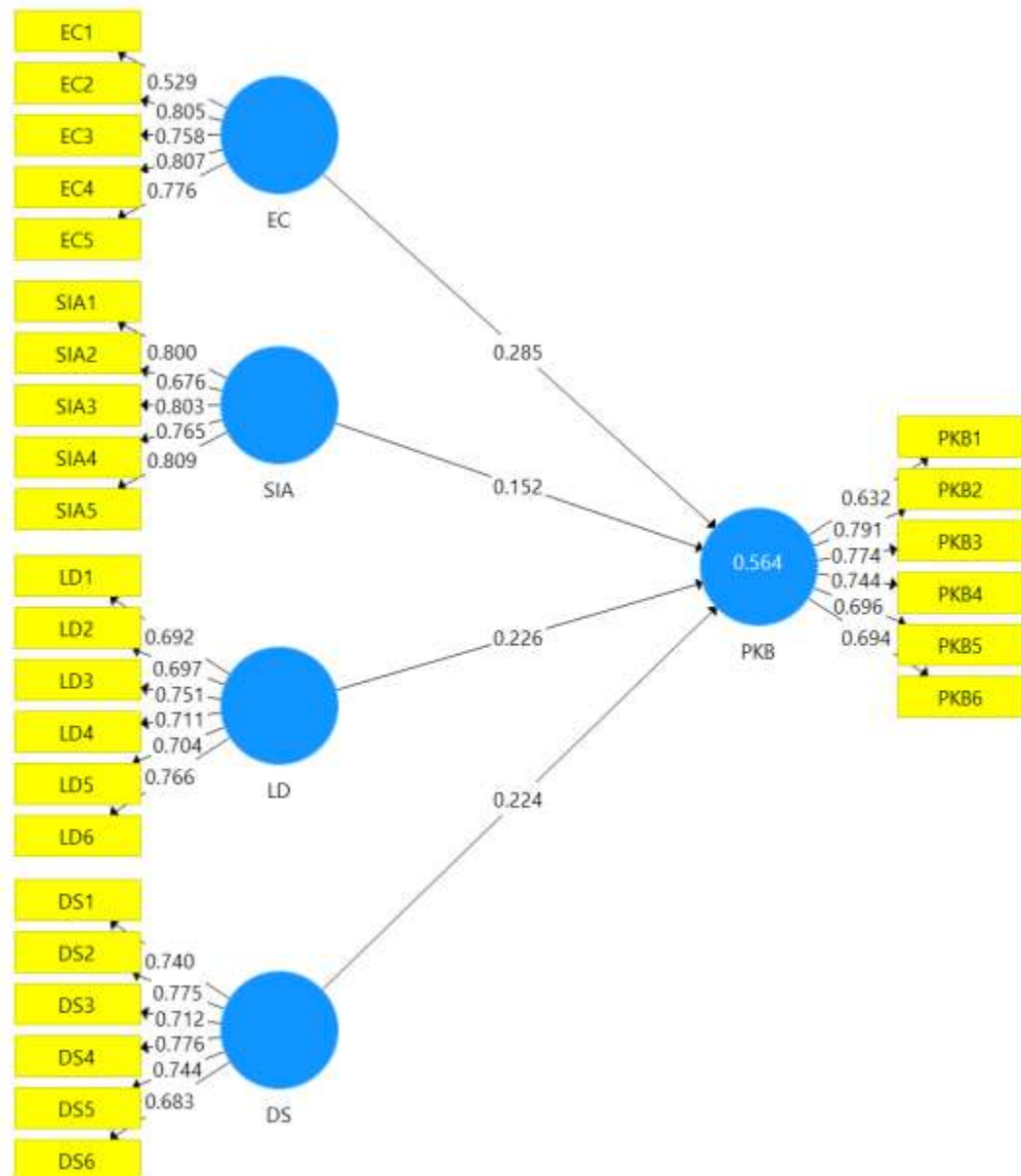
2	5	4	3	3	5
4	3	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5
3	5	5	4	4	5
4	4	4	5	5	5
4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5
3	4	5	3	4	5
4	4	4	4	4	5
5	5	4	5	5	4
2	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5
4	4	4	3	4	3
4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1
3	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	3
3	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5
4	5	5	5	5	5
4	5	5	3	4	5
3	5	5	3	5	5
3	4	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4
5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	5
2	1	1	4	4	2
4	4	4	3	3	3
3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	5
4	5	4	3	4	5
1	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5

3	5	5	3	3	5
4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	4	4
3	4	4	3	5	4
2	4	4	2	2	4
3	4	3	4	3	5
4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	5	5
4	5	4	5	4	5
3	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5

Lampiran 4 Hasil Olah Data

Hasil Uji PLS-Algorithm



Hasil pengujian *loading factor*

	DS	EC	LD	PKB	SIA
DS1	0,74				
DS2	0,775				
DS3	0,712				
DS4	0,776				
DS5	0,744				
DS6	0,683				
EC1		0,529			
EC2		0,805			
EC3		0,758			
EC4		0,807			
EC5		0,776			
LD1			0,692		
LD2			0,697		
LD3			0,751		
LD4			0,711		
LD5			0,704		
LD6			0,766		
PKB1				0,632	
PKB2				0,791	
PKB3				0,774	
PKB4				0,744	
PKB5				0,696	
PKB6				0,694	
SIA1					0,8
SIA2					0,676
SIA3					0,803
SIA4					0,765

SIA5					0,809
------	--	--	--	--	-------

Hasil uji *construct reliability dan validity*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
DS	0,835	0,837	0,878	0,546
EC	0,792	0,817	0,858	0,551
LD	0,815	0,819	0,866	0,519
PKB	0,817	0,823	0,868	0,524
SIA	0,831	0,841	0,880	0,597

Hasil uji *cross loading*

	EC	SIA	LD	DS	PKB
EC1	0,529	0,338	0,351	0,341	0,308
EC2	0,805	0,534	0,523	0,432	0,559
EC3	0,758	0,394	0,443	0,431	0,466
EC4	0,807	0,483	0,466	0,432	0,535
EC5	0,776	0,576	0,543	0,411	0,493
SIA1	0,532	0,800	0,541	0,405	0,501
SIA2	0,494	0,676	0,431	0,376	0,363
SIA3	0,408	0,803	0,533	0,432	0,470
SIA4	0,503	0,765	0,548	0,436	0,486
SIA5	0,518	0,809	0,679	0,514	0,551
LD1	0,330	0,494	0,692	0,497	0,434
LD2	0,567	0,489	0,697	0,395	0,495
LD3	0,426	0,510	0,751	0,377	0,480
LD4	0,415	0,576	0,711	0,417	0,463
LD5	0,493	0,474	0,704	0,445	0,396

LD6	0,491	0,548	0,766	0,561	0,542
DS1	0,398	0,360	0,501	0,740	0,481
DS2	0,411	0,386	0,457	0,775	0,421
DS3	0,341	0,333	0,383	0,712	0,320
DS4	0,419	0,479	0,439	0,776	0,440
DS5	0,424	0,487	0,525	0,744	0,482
DS6	0,426	0,425	0,431	0,683	0,500
PKB1	0,332	0,416	0,444	0,398	0,632
PKB2	0,544	0,519	0,541	0,483	0,791
PKB3	0,563	0,407	0,491	0,445	0,774
PKB4	0,396	0,479	0,443	0,406	0,744
PKB5	0,362	0,448	0,487	0,446	0,696
PKB6	0,571	0,427	0,431	0,455	0,694

Hasil uji *fornell-larcker criterion*

	DS	EC	LD	PKB	SIA
DS	0,739				
EC	0,551	0,743			
LD	0,624	0,632	0,721		
PKB	0,608	0,648	0,655	0,724	
SIA	0,564	0,634	0,716	0,621	0,772

Hasil uji *R-Square*

	R Square	R Square Adjusted
PKB	0,564	0,554

Hasil uji *path coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
DS -> PKB	0,224	0,228	0,080	2,819	0,005
EC -> PKB	0,285	0,281	0,076	3,739	0,000
LD -> PKB	0,226	0,230	0,084	2,696	0,007
SIA -> PKB	0,152	0,149	0,067	2,289	0,022

Hasil uji *F-Square*

	EC	SIA	LD	SIA	PKB
EC					0,095
SIA					0,023
LD					0,046
DS					0,064
PKB					

Lampiran 5 Data Diri Penulis

Nama Lengkap	:	Amanda Ayu Wijayanti
Tempat, Tanggal Lahir	:	Cilacap, 27 Maret 2004
Alamat Asal	:	Jalan Garuda No. 30, Dusun Kutasari Desa Padangjaya RT 001 RW 013, Kecamatan Majenang, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah.
Alamat Domisili	:	Jalan Raya Sumbersari Gang 1A No. 76 Sumbersari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145
Telepon/HP	:	0881026777212
E - mail	:	amandaayuwijayanti@gmail.com
<u>Pendidikan Formal</u>	:	
2022 - 2026	:	Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2019 - 2022	:	SMA Negeri 1 Majenang
2016 - 2019	:	SMP Negeri 3 majenang
2010 - 2016	:	SD Negeri Cilopadang 02
2009 - 2010	:	TK PP El-Bayan
<u>Pendidikan Non Formal</u>	:	
2022 - 2023	:	Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2023-2024	:	Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2019 - 2021	:	Madrasah Diniyah An-Nur Cigulingharjo
<u>Pengalaman Organisasi</u>	:	
2023	:	Anggota Divisi Kaderisasi Organisasi Daerah KM Plat R Malang
2024	:	Anggota Divisi Entrepreneur Himpunan Mahasiswa Prodi Akuntansi
2024	:	Anggota Koperasi Mahasiswa Padang Bulan XXIV
2024	:	Anggota KPSM UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
<u>Aktivitas dan Pelatihan</u>	:	
2022	:	Peserta Accounting Gathering UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
	:	Peserta Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi (PBAK-F) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
	:	Peserta Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK-U) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

2023	:	Panitia Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi (PBAK-F) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2023	:	Panitia Accounting Gathering UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2024	:	Panitia Accounting Gathering UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2024	:	Panitia Accounting Fair UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2024	:	Panitia Maliki Accounting Competitions
2025	:	Panitia Diklatsarkop XXV Kopma Padang Bulan
2025	:	Peserta Seminar Tax Travaganza
2025	:	Peserta Webinar ESGI X UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2025	:	Peserta Certified Accurate Professional (CAP)
2025	:	Peserta Aplikasi ATLAS
2025	:	Peserta Brevet Pajak A&B

Lampiran 6 Bukti Konsultasi

6/19/26, 3:12 PM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



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

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 220502110134
Nama : Amanda Ayu Wijayanti
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Dosen Pembimbing : Zuraidah, M.S.A
Judul Skripsi : **PENGARUH *E-COMMERCE*, SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, LITERASI DIGITAL, DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang)**

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	18 Juli 2025	Pengajuan outline dan ACC judul	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
2	12 September 2025	Konsultasi BAB 1-3	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
3	18 November 2025	Revisi BAB 1-3	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	15 Desember 2025	Proposal penelitian full & ACC seminar proposal	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
5	25 Maret 2026	Konsultasi revisian hasil ujian proposal penelitian skripsi	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	1 Mei 2026	Konsultasi dan bimbingan BAB 4	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	20 Mei 2026	Pengajuan BAB 4 & 5 skripsi	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	1 Juni 2026	Revisi BAB 4 & 5	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
9	12 Juni 2026	Konsultasi PPT sidang skripsi	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
10	15 Juni 2026	Naskah skripsi lengkap & lampiran	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi

<https://accessfe.uin-malang.ac.id/print/bimbingan/2026>

1/2

6/19/26, 3:12 PM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi

Malang, 15 Juni 2026

Dosen Pembimbing



Zuraidah, M.S.A

<https://accessfe.uin-malang.ac.id/print/bimbingan/2026>

2/2

Lampiran 7 Hasil Plagiasi

6/18/26, 3:58 PM

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 : Rohmatulloh Salis, M.Pd
NIP : 198409302023211006
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Amanda Ayu Wijayanti
NIM : 220502110134
Konsentrasi : Sistem Informasi Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH E-COMMERCE, SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, LITERASI DIGITAL, DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang)**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originality report*.

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
22%	16%	10%	20%

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

Malang, 18 Juni 2026

UP2M



Rohmatulloh Salis, M.Pd

Lampiran 8 Pengesahan Seminar Proposal

5/29/25, 10:03 AM

Print Pengesahan

LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

**PENGARUH *E-COMMERCE*, SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI, LITERASI DIGITAL, DAN DUKUNGAN SOSIAL
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRSAUSAHA
(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang)**

Oleh

AMANDA AYU WIJAYANTI

NIM : 220502110134

Telah diseminarkan Pada 19 Desember 2025

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1 Penguji I

**Dr. Yona Octiani Lestari, SE., M.S.A., CSRS.,
CSRA., CFA**

NIP. 197710252009012006



2 Penguji II

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

NIP. 197510302023212004



3 Penguji III

Zuraidah, M.S.A

NIP. 197612102009122001



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Kholilah, M.S.A

NIP. 198707192019032010