

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT DAN
PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE*
DENGAN *ATTITUDE TOWARD USING* SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**
(Studi Empiris pada Nasabah UMKM Bank BRI Unit Lemabang di Kota
Palembang)

SKRIPSI



**Nama : Hikma Azzahara
NIM : 222020069**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT DAN
PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE*
DENGAN *ATTITUDE TOWARD USING* SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

(Studi Empiris pada Nasabah UMKM Bank BRI Unit Lemabang di Kota Palembang)

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Hikma Azzahara

NIM : 222020069

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hikma Azzahara
NIM : 222020069
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : Akuntansi
Konsentrasi : Perpajakan
Mata Kuliah : Sistem Informasi Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Dengan *Attitude Toward Using Sebagai Variabel Moderasi* (Studi Empiris pada Nasabah UMKM Bank BRI Unit Lemabang di Kota Palembang)

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan saya ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Mei 2024



Hikma Azzahara

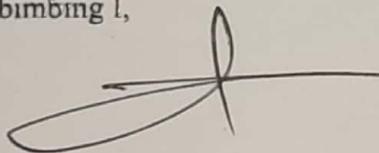
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Dengan *Attitude Toward Using* Sebagai Variabel Moderasi
Nama : Hikma Azzahara
NIM : 222020069
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Perpajakan
Mata Kuliah : Sistem Informasi Akuntansi

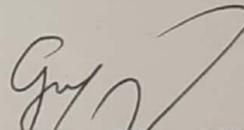
Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Mei 2024

Pembimbing I,



Dr. Betri., S.E., M.Si., AK., C.A.
NIDN/NBM: 0216056801/944806

Pembimbing II,



Gumulya Senny Marcel K., SE., M.Si
NIDN/NBM: 022608802/1241431

Mengetahui,
Dekan

u.b. Ketua Program Studi Akuntansi




Dr. Betri., S.E., M.Si., AK., CA.
NIDN/NBM: 0216056801/944806

MOTTO

“You’re on your kid, you can face this”

(Taylor Swift)

“Kerjakan dan lupakan”

Ku persembahkan skripsi ini kepada:

- **Diriku Sendiri**
- **Ayah dan Ibu Tercinta**
- **Sahabat-Sahabat SMA dan kuliah**
- **Dosen Pembimbing Skripsi dan Akademik**
- **Almamaterku Tercinta**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji syukur penulis penjabarkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* dengan *Attitude Toward Using* sebagai variabel moderasi”. Skripsi ini disusun sebagai syarat menyelesaikan jenjang strata 1 (satu) guna meraih gelar sarjana pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penelitian skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu bab pendahuluan, bab kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis, bab metode penelitian, bab hasil penelitian dan pembahasan serta bab simpulan dan saran. Meskipun dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mencurahkan segenap kemampuan yang dimiliki, tetapi penulis yakin tanpa adanya saran, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak mungkin dapat tersusun sebagaimana mestinya.

Ucapkan terima kasih penulis juga sampaikan terutama kepada ayah Harmain (Alm) dan ibuku Aisyah serta keluargaku beserta sahabat-sahabatku yang memberikan doa dan bantuan dalam menjalani proses ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada Bapak Dr. Betri Sirajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA dan Bapak Gumulya Sonny Marcel K, SE, AK, M.Si yang telah

membimbing dan memberikan masukan guna menyelesaikan skripsi ini. Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Abid Djazuli, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak Dr. Betri Sirajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA, selaku Dosen Pembimbing Akademik, Dosen Pembimbing 1 dan Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Nina Sabrina, S.E., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak Gumulya Sonny Marcel K, SE, AK, M.Si, selaku Dosen Pembimbing 2 Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta para staf dan karyawan.
7. Bank BRI Unit Lemabang kota Palembang yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
8. Ayah, ibu dan keluarga tercinta yang selalu mendukung baik segi materi maupun moral penulis.
9. Sahabat-sahabat SMA ica, miftha, ayu dan yolanda yang selalu membantu dan memberikan dorongan motivasi serta teman-teman kelas CA 2 seperjuangan.

10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT. Membalas budi baik atas segala bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan serta kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca dan berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukkan saya ucapkan terima kasih.

Palembang, Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	14
A. Landasan Teori	14
1. Teori Umum (<i>Grand Theory</i>)	14
a. <i>Theory of Reasoned Action</i> atau Teori Aksi Rencana	14
b. Technology Acceptance Model (TAM)	15
2. Persepsi Kemudahan	16
3. Persepsi Manfaat	17
4. Persepsi Kepercayaan	19
5. Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>e-Commerce</i>	20
6. <i>Attitude Toward Using</i>	22
B. Penelitian Sebelumnya	23
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODELOGI PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian	37
C. Operasionalisasi Variabel	37
D. Populasi dan Sampel	39
E. Data yang Diperlukan	41

F. Metode Pengumpulan Data.....	42
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Hasil Penelitian.....	58
1. Gambaran singkat tentang Bank Rakyat Indonesia Unit Lemabang di Kota Palembang.....	58
2. Gambaran Umum Responden Penelitian.....	59
3. Jawaban Responden.....	60
4. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	65
5. Hasil Pengolahan Data	81
a) Uji Validitas.....	81
b) Uji Reliabilitas	85
c) Statistik Deskriptif	86
d) Uji Asumsi Klasik	87
1) Uji Normalitas.....	87
2) Multikolinearitas	88
3) Uji Heteroskedastisitas.....	89
e) Pengujian Hipotesis	90
1) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	90
2) Pengujian Hipotesis Secara Bersama	91
3) Pengujian Hipotesis Secara Parsial	92
4) Pengujian Hipotesis Secara Moderasi	98
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	105
1. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-Commerce</i>	105
2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-commerce</i>	107
3. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-commerce</i>	108
4. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-commerce</i>	110

5. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-commerce</i> yang dimoderasi <i>Attitude Toward Using</i>	111
6. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-commerce</i> yang dimoderasi <i>Attitude Toward Using</i>	113
7. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-commerce</i> yang dimoderasi <i>Attitude Toward Using</i>	114
BAB V	116
KESIMPULAN DAN SARAN	116
A. KESIMPULAN	116
B. SARAN.....	117
DAFTAR PUSTAKA	118

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data pengguna e-commerce yang ada di Indonesia Tahun 2019-2023	3
Tabel I.2	Survei Pendahuluan	9
Tabel II.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya.....	26
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel.....	37
Tabel III.2	Pembagian Sampel Pada Pelaku UMKM Nasabah Bank BRI Unit Lemabang Kota Palembang	40
Tabel IV.1	Daftar Wilayah Kecamatan Bank Rakyat Indonesia.....	57
Tabel IV.2	Jumlah Responden	58
Tabel IV.3	Jumlah Responden Penelitian	58
Tabel IV.4	Deskripsi Karakteristik Responden	59
Tabel IV.5	Hasil Total Jawaban Responden	61
Tabel IV.6	Hasil Total Jawaban Responden (Lanjutan)	62
Tabel IV.7	Hasil Total Jawaban Responden (Lanjutan)	63
Tabel IV.8	Hasil Total Jawaban Responden (Lanjutan)	64
Tabel IV.9	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kemudahan Untuk Dipelajari	65
Tabel IV.10	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kemudahan Melakukan Apa yang Diinginkan	66
Tabel IV.11	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kejelasan dan Kemudahan Dipahami	67
Tabel IV.12	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Fleksibilitas Interaksi	67
Tabel IV.13	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kemudahan	

	Menguasai	68
Tabel IV.14	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kemudahan Menggunakan.....	68
Tabel IV.15	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Bekerja Cepat.....	70
Tabel IV.16	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Peningkatan Kinerja Pekerjaan.....	70
Tabel IV.17	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Peningkatan Produktivitas	71
Tabel IV.18	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Peningkatan Efektivitas	71
Tabel IV.19	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kemudahan Melakukan Pekerjaan.....	72
Tabel IV.20	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kegunaan Dalam Pekerjaan	73
Tabel IV.21	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Dapat Dipercaya	74
Tabel IV.22	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Dapat Memberi Perlindungan	74
Tabel IV.23	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Memberi Keamanan	75
Tabel IV.24	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Dapat Menepati Janji	75
Tabel IV.25	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Good Idea To Use	76
Tabel IV.26	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Positive Opinion To Use	77
Tabel IV.27	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Pleasant	

	Experience Of Use	77
Tabel IV.28	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Keinginan Untuk Menggunakan.....	78
Tabel IV.29	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Selalu Mencoba Menggunakan.....	79
Tabel IV.30	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Berlanjut Dimasa yang Akan Datang.....	79
Tabel IV.31	Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X1)	81
Tabel IV.32	Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Manfaat (X2)	82
Tabel IV.33	Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Kepercayaan (X3).....	82
Tabel IV.34	Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Attitude</i> <i>Toward Using</i> (X4)	83
Tabel IV.35	Hasil Pengujian Validitas Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce (Y)	83
Tabel IV.36	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	84
Tabel IV.37	Hasil Pengujian Deskriptif Descriptive Statistics	85
Tabel IV.38	Hasil Output Spss Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	87
Tabel IV.39	Hasil Pengujian Multikolinearitas	88
Tabel IV.40	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	89
Tabel IV.41	Hasil Koefisien Determinasi.....	90
Tabel IV.42	Hasil Uji F.....	91
Tabel IV.43	Hasil Uji t.....	92
Tabel IV.44	Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Terhadap Minat Penggunaan	

	Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce yang dimoderasi <i>Attitude Toward Using</i>	98
Tabel IV.45	Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce yang dimoderasi <i>Attitude Toward Using</i>	98
Tabel IV.46	Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce yang dimoderasi <i>Attitude Toward Using</i>	100
Tabel IV.47	Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce yang dimoderasi <i>Attitude Toward Using</i>	101
Tabel IV.48	Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce yang dimoderasi <i>Attitude Toward Using</i>	102
Tabel IV.49	Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce yang dimoderasi <i>Attitude Toward Using</i>	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Pemikiran	33
---------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner Penelitian
Lampiran	2	Hasil Validitas dan Reabilitas
Lampiran	3	Tabel R
Lampiran	4	Tabel F
Lampiran	5	Tabel T
Lampiran	6	Hasil Uji Moderasi
Lampiran	7	Fotokopi Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran	8	Fotokopi Surat Keterangan Riset Tempat Penelitian
Lampiran	9	Fotokopi Sertifikat Membaca Menghafal Al-Quran
Lampiran	10	Fotokopi Sertifikat SPSS
Lampiran	11	Fotokopi Sertifikat Aplikasi Komputer
Lampiran	12	Fotokopi Sertifikat Komputer Akuntansi
Lampiran	13	Fotokopi Sertifikat Perpajakan Lanjutan
Lampiran	14	Plagiarism
Lampiran	15	Biodata Penulis
Lampiran1	16	Jurnal

ABSTRAK

Hikma Azzahara/222020069/Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Dengan *Attitude Toward Using* Sebagai Variabel Moderasi, (Studi Empiris pada Nasabah UMKM Bank BRI Unit Lemabang di Kota Palembang)

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Dengan *Attitude Toward Using* Sebagai Variabel Moderasi Studi Empiris pada Nasabah UMKM Bank BRI Unit Lemabang Kota Palembang. Jenis penelitian asosiatif. Responden penelitian adalah Nasabah Bank BRI Unit Lemabang yang mempunyai UMKM sebanyak 112 responden. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan *moderated regression analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*. Secara parsial Persepsi Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*. Persepsi Manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*. Persepsi Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*. Secara moderasi *Attitude Toward Using* tidak memoderasi secara *predictor moderator* Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*, tidak memoderasi secara *predictor moderator* Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*, *Attitude Toward Using* memoderasi secara *quasi moderator* Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, *Attitude Toward Using*, Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*

ABSTRACT

Hikma Azzahara/222020069/The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and Perceived Trust on Interest in Using E-Commerce Based Accounting Information Systems with Attitude Toward Using as a Moderation Variable, (Empirical Study on Customers of Bank BRI Lemabang Unit in Palembang City)

The formulation of the problem in this study is how the Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and Perceived Trust on Interest in Using E-Commerce Based Accounting Information Systems with Attitude Toward Using as a Moderation Variable Empirical Study on SMEs Customers of Bank BRI Lemabang Unit in Palembang City. The type of research is associative. The respondents in this study were customers of Bank BRI Lemabang Unit which has 112 SMEs respondents. Data collection technique is questionnaires. The data analysis method is a quantitative method. The hypothesis test conducted in this study is multiple linear regression and moderated regression analysis. The results of this study show that Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and Perceived Trust together affect the Interest in Using E-Commerce Based Accounting Information Systems. Partially, Perceived Ease of Use has a significant effect on the interest in using E-Commerce-based accounting information systems. Perceived Usefulness has a significant effect on the Interest in Using E-Commerce Based Accounting Information Systems. Perceived of Trust does not affect the Interest in Using E-Commerce Based Accounting Information Systems. Attitude Toward Using is predictor moderator toward Perceived Ease of Use to interest in Using E-Commerce Based Accounting Information Systems, Attitude Toward Using is predictor moderator toward Perceived Usefulness to Interest in Using E-Commerce Based Accounting Information Systems, Attitude Toward Using is quasi moderator Perceived of Trust in Interest in Using E-Commerce Based Accounting Information Systems.

Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived of Trust, Attitude Toward Using, Interest in Using E-Commerce-Based Accounting Information Systems.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, teknologi berkembang dengan cepat dan memainkan peran penting dalam memperoleh informasi dan melakukan aktivitas lainnya. Kemajuan teknologi dalam bidang ekonomi juga diperdebatkan, salah satunya adalah transaksi barang dan jasa melalui internet melalui aplikasi yang disebut e-commerce. Sebagian besar masyarakat Indonesia sekarang mulai menyadari bahwa memiliki kemampuan untuk terhubung ke internet sangat membantu karena tersedia kapan saja dan di mana saja (Sarastila, dkk 2021).

Keberadaan internet dan meningkatnya pemakaian internet di kalangan masyarakat Indonesia juga berdampak pada meningkatnya kegiatan bisnis. Banyak pelaku bisnis yang saat ini mulai memanfaatkan internet untuk melakukan kegiatan jual beli. *e-commerce* merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan melalui dunia internet. E-commerce merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, *World Wide Web (WWW)*, atau jaringan komputer lainnya (Andhini, 2017). Berbelanja melalui e-commerce saat ini menjadi pilihan bagi banyak orang karena dianggap lebih mudah dan praktis. Menurut pernyataan Septriana Tangkary, Direktur Pemberdayaan Informatika dari Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo, nilai perdagangan elektronik di Indonesia meningkat 78%, menjadi yang tertinggi di dunia (Indonesia, 2019).

Perkembangan teknologi pada era digital saat ini membuat *e-commerce* menjadi salah satu platform yang sangat membantu dalam memasarkan produk UMKM. *E-commerce* dapat meningkatkan pendapatan dan penjualan UMKM, serta berperan sebagai strategi pemasaran dan media promosi bagi UMKM. Selain itu, biaya operasional yang lebih rendah menjadi keuntungan bagi UMKM yang ingin memulai bisnis online (Purnama, dkk 2021).

UMKM telah mendapatkan banyak kemudahan dari adanya digital marketing karena UMKM dapat dengan leluasa berinteraksi secara langsung dengan konsumen yang jaraknya berjauhan, memperluas pangsa pasar, menarik perhatian konsumen, hingga meningkatkan penjualan. Sarana dari digital marketing adalah *e-commerce* yang saat ini berkembang di Indonesia terdiri dari Tokopedia, Shopee, Lazada, JD ID, Bukalapak, Zalora, Blibli.com dan sebagainya (Dermawan & Primawanti, 2020).

Dengan bertambahnya platform aplikasi *e-commerce*, sehingga masyarakat mempertimbangkan minat penggunaannya. Minat penggunaan adalah bagaimana perilaku seseorang dalam menggunakan atau memakai suatu layanan atau produk tertentu dengan berbagai kondisi yang dapat mengubah minat mereka dalam menggunakan aplikasi *e-commerce* mereka (Handayani & Rianto, 2021). Munculnya minat seseorang dalam penggunaan teknologi baru dapat diukur dengan menggunakan teori yang dapat menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi tersebut (Soegiastuti & Anggraeni, 2022).

Bertambahnya persaingan pada era globalisasi menyebabkan banyak perusahaan bergantung pada sistem informasi terbaru agar tetap bisa ikut bersaing hingga mencapai pasar internasional. Sistem informasi yang terdapat pada aplikasi *e-commerce* dapat membuat produktivitas pada pengguna menjadi baik. Sistem informasi akuntansi menghasilkan informasi bagi pengambil keputusan dengan mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan mengolah data. Sistem ini mencakup orang, data, perangkat lunak, infrastruktur teknologi informasi, pengendalian internal, dan persyaratan keamanan. (Romney & Steinbart, 2019:10). Sistem informasi akuntansi adalah suatu bentuk keintegrasian dan keharmonisan dari Kumpulan sub-sub sistem/komponen/sumber daya baik fisik maupun non fisik yang bekerja sama untuk mengolah/memproses data transaksi menjadi informasi keuangan (Ladewi, 2023:25).

Masyarakat Indonesia terus menggunakan internet, terutama di era digital saat ini. Hal ini memiliki potensi besar bagi para pelaku *e-commerce*. Pada era saat ini, sebagian besar bisnis, baik besar maupun kecil, akan bergantung pada *e-commerce* untuk menjalankan bisnisnya. Berikut data pengguna *e-commerce* yang ada di Indonesia tahun 2019-2023:

Tabel I. 1
Data pengguna e-commerce yang ada di Indonesia
Tahun 2019-2023

No	Tahun	Per juta
1.	2019	112,1
2.	2020	129,9
3.	2021	148,5
4.	2022	166,1
5.	2023	180,6

Sumber: Tempo.co, 2020

Data di atas menurut Tempo 2020, terlihat bahwa seiring berjalannya waktu penggunaan *e-commerce* mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir. Terlihat pada tahun 2019 tercatat pengguna *e-commerce* sebanyak 112,1, pada tahun 2020 sebanyak 129,9 dan pada tahun 2021 pengguna *e-commerce* kembali meningkat sebanyak 148,5, pada tahun berikutnya pengguna *e-commerce* sebanyak 166,1 dan tahun 2023 tercatat 180,6 pengguna *e-commerce*. Hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi serta permintaan pengguna untuk transaksi yang lebih cepat dan mudah. Aplikasi *e-commerce* ini menarik banyak orang dari berbagai golongan dan usia karena kemudahan penggunaannya.

Persepsi kemudahan pengguna adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tidak membutuhkan usaha. Jika seseorang merasa sistem informasi mudah digunakan, mereka akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa sistem informasi rumit, mereka tidak akan menggunakannya (Santi & Erdani, 2021:11). Teknologi informasi yang menawarkan potensi untuk meningkatkan kinerja dari pihak pengguna teknologi informasi itu sendiri, akan tetapi keengganan pengguna untuk menggunakan dan menerima sistem yang tersedia sering kali menjadi penghambat dalam pencapaian kinerja. Penggunaan teknologi informasi ditentukan oleh persepsi manfaat dari pengguna bahwa dengan penggunaan teknologi informasi tersebut akan membantu mereka melakukan pekerjaan dengan baik.

Persepsi kegunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Santi & Erdani, 2021:11). Persepsi kegunaan menjelaskan seberapa yakin seseorang terhadap penggunaan teknologi yang dapat memaksimalkan pekerjaan mereka (Wallace & Sheetz, 2014). Faktor lain yang mempengaruhi minat penggunaan sistem *e-commerce* adalah kepercayaan. Kepercayaan merupakan salah satu pertimbangan untuk menentukan penggunaan layanan *e-commerce*. Pengguna yang percaya pada layanan *e-commerce*, akan menggunakan *e-commerce* dan menganggapnya sebagai dampak positif bagi pengguna.

Kepercayaan (*trust*) adalah kesediaan pelanggan dalam menerima kekurangan ketika melakukan sebuah transaksi online berdasarkan perkiraan positif si pelanggan sehubungan dengan perilaku toko online dimasa yang akan datang (Nursea & Islamuddin, 2022). Bagaimana penjual dapat memastikan bahwa pelanggan aman saat melakukan transaksi dipengaruhi oleh kepercayaan pelanggan terhadap penjual. Hal ini dikarenakan penipuan online semakin marak saat ini. Penjual juga harus bijak dalam meyakinkan pelanggan bahwa toko online mereka dapat dipercaya. Namun *e-commerce* tidak hanya kepercayaan saja yang dirasakan tetapi harus juga memperhatikan bagaimana sikap pengguna terhadap teknologi (*attitude toward using*) tersebut. Dari segi sikap pengguna, apabila sistem *e-commerce* dapat meningkatkan kinerjanya maka dapat mendorong perilaku penerimaan terhadap sistem dalam pekerjaannya.

Attitude toward using (sikap) didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang ditentukan (Santi & Erdani, 2021). *Attitude Toward Using* merupakan Sikap penggunaan teknologi dalam teori TAM yang dikonsepsikan sebagai suatu sikap seseorang terhadap penggunaan suatu sistem teknologi yang dapat berbentuk penerimaan atau penolakan seseorang sebagai dampak apabila menggunakan suatu sistem teknologi dalam memenuhi kebutuhan pekerjaannya (Setyawati, 2020).

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja tanggal 16 Desember 1895. Tugas Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah menghimpun dan menyalurkannya dana pada masyarakat, menyediakan alat pembayaran yang praktis dalam, menciptakan pembayaran kredit dan investasi, menyediakan jasa pengelolaan dana kepada individu dan Perusahaan, menyediakan layanan untuk perdagangan internasional, memfasilitasi jasa-jasa keuangan seperti kartu kredit, ATM, transfer dan lain-lain.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) unit Lemabang merupakan salah satu unit BRI di Kota Palembang yang bergerak di sektor mikro di bawah naungan BRI Kanca Sriwijaya Palembang. Berdasarkan survey pendahuluan jumlah nasabah UMKM simpanan dan pinjaman di yang terdaftar di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Lemabang, Palembang pada tanggal 4 november 2023 sebanyak 1,729 nasabah (PT.Bank Rakyat Indonesia, 2023).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Angela (2020), Aryanti, dkk (2021), Virginia & Puspitasari (2023), Pratiwi dkk (2022), dan Lasiba dkk (2022) hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi *e-commerce*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rini & As'ari (2023) persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem akuntansi. Kemudahan adalah suatu persepsi yang ada dari pengguna bahwa penerapan SIA telah memberikan kemudahan dalam menjalankan pekerjaan guna membentuk informasi akuntansi yang lebih cepat.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yanti & Yusuf (2020) hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi *e-commerce*. Hasil ini didukung oleh penelitian Wiratama & Sulindawati (2022), Dewi & Warmika (2016), menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andini dkk (2023) hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi *e-commerce*. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Utami (2020), Monica & Tama (2017) yang menyatakan persepsi kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi

akuntansi *e-commerce*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rini & As'ari (2023) persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem akuntansi.

Shopee termasuk salah satu software *e-commerce* yang populer di Indonesia. Namun banyak pengguna Shopee yang mengeluhkan masalah pada aplikasinya. Permasalahan yang terkait dengan sistem informasi akuntansi pada aplikasi shopee ini yaitu terdapat kendala sistem yang menyebabkan banyak pengguna shopee mengalami masalah saat melakukan top up atau pengisian dana shopeepay (Hitekno.com, 2021).

Fenomena yang terjadi pada sistem aplikasi *e-commerce* adalah seringnya terjadi kendala yaitu banyak sekali pengguna mengalami beberapa permasalahan pada saat pesan makanan maupun minuman di *e-commerce*, beberapa kerap terjadi seperti sering error dan layanan tidak muncul . Kejadian seperti tersebut tidak hanya terjadi satu kali ataupun dua kali, tetapi sering terjadi dan ini membuat pengguna semakin geram karena kejadian seperti tersebut. Seperti halnya yang sering dialami oleh mitra driver aplikasi layanan pesan antar makanan juga sama, bahkan banyak mitra mengalami permasalahan seperti aplikasi *log out* sendiri dan beberapa permasalahan lagi lainnya (Putri, 2023).

Fenomena yang terjadi pada penggunaan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* pada UMKM menurut CEO BJtech, Diatce G. Harahap, mengungkapkan untuk meningkatkan penjualan UMKM melalui *e-commerce*, perlu dicarikan solusi atas masalah yang seringkali dihadapi pelaku UKM.

Kebanyakan UMKM kesulitan saat menangani pelanggan. Karena harus membalas chat pelanggan tentang informasi produk, ketersediaan barang, tarif pengiriman, konfirmasi saat pelanggan telah membayar, hingga informasi resi pengiriman, dan pertanyaan lainnya. "Ini karena sebagian besar UMKM masih mengandalkan fitur chatting dan fitur di sosial media," tegasnya (Chrisbiyanto, 2019). Berikut ini beberapa permasalahan yang terjadi pada nasabah pelaku UMKM yang terdaftar di bank BRI unit Lemabang kota Palembang terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* berdasarkan hasil survei pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel I. 2
Survei Pendahuluan

Nasabah UMKM Bank BRI Unit Lemabang Kota Palembang	Hasil Survei Pendahuluan
Dedi Irawan (Penjual alat dapur melalui Aplikasi Tokopedia)	Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan SIA <i>e-commerce</i> , dimana pelaku UMKM kesulitan dalam memahami beberapa fitur yang disediakan oleh sistem informasi akuntansi yang berbasis <i>e-commerce</i>
Iwanita Trianu Lumpa (Penjual ayam geprek melalui Aplikasi GoFood)	Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah pada persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan SIA <i>e-commerce</i> , dimana pelaku UMKM sering mengalami kesulitan pada saat mengelola diskon secara akurat, sering terjadi keterlambatan perubahan harga pada sistem offline dan sistem informasi akuntansi <i>e-commerce</i> karena pembaruan data yang tidak sinkron secara real-time.
Cikal dinda (Penjual bakso melalui Aplikasi GoFood)	Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan SIA <i>e-commerce</i> , dimana saat melakukan transaksi menggunakan sistem informasi akuntansi <i>e-commerce</i> sangat rentan terjadinya pembobolan informasi pelanggan dan informasi pribadi yang seharusnya dilindungi dengan baik agar tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang.

<p>Nurmala dewi (Penjual gorden dan baju melalui Aplikasi Shopee)</p>	<p>Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM dapat disimpulkan terdapat masalah pada persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan SIA <i>e-commerce</i>, dimana pelaku UMKM sering merasa kesulitan dalam melakukan transaksi menggunakan sistem informasi akuntansi <i>e-commerce</i> dikarenakan kurangnya pemahaman pada fitur yang disediakan sistem informasi akuntansi <i>e-commerce</i>. Selain itu terdapat pada masalah persepsi manfaat terhadap minat penggunaan SIA <i>e-commerce</i>, dimana karena pelaku UMKM sulit memahami fitur yang disediakan hal ini menyebabkan terlambatnya proses penjualan/transaksi yang menggunakan sistem informasi akuntansi <i>e-commerce</i>.</p>
<p>Susan febrianti (Penjual es dan jus melalui Aplikasi GrabFood)</p>	<p>Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah pada persepsi kepercayaan terhadap sistem informasi akuntansi <i>e-commerce</i>, dimana sistem yang pernah digunakan oleh pelaku UMKM sebelumnya yaitu aplikasi GoFood terjadi pembobolan data, dan terjadi scam mengatasnamakan pihak GoFood, sehingga pelaku UMKM berhenti menggunakan sistem informasi akuntansi <i>e-commerce</i> tersebut dan beralih ke sistem <i>e-commerce</i> yaitu GrabFood.</p>

Sumber : Penulis, 2023

Berdasarkan fenomena dan data dari survei sebelumnya, dapat dilihat bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan dapat mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dengan *attitude toward using* dalam penggunaan sistem *e-commerce* yang digunakan oleh pelaku UMKM pada nasabah bank BRI unit di kota Palembang untuk melakukan penjualan barang dan jasa kepada konsumen melalui sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* dengan *Attitude Toward Using* sebagai Variabel Moderasi”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kepercayaan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
3. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
5. Bagaimana Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dengan *Attitude toward using* sebagai variabel moderasi?
6. Bagaimana Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dengan *Attitude toward using* sebagai variabel moderasi?
7. Bagaimana Pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dengan *Attitude toward using* variabel moderasi?

C. Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dengan *Attitude toward using* sebagai variabel moderasi.
6. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dengan *Attitude toward using* sebagai variabel moderasi.
7. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dengan *Attitude toward using* sebagai variabel moderasi.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, diantaranya:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dengan *Attitude toward using* sebagai variabel moderasi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi informasi dan dapat memberikan gambaran mengenai persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dengan *Attitude toward using* sebagai variabel moderasi.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan, menambah ilmu pengetahuan, memberikan ide dan gagasan baru untuk acuan bagi penulis yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley, Boston, MA 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood: Prentice-Hall.
- Andhini, A. (2017). Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(7), 1-23.
- Angela Deananda Putri Budiastuti, D. M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 9(4), 1-10.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2).
- Arbatona, I., Marpaung, J. C., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Sikap Karyawan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 1 No.03, 220-230. Retrieved
- Aryanti, N. C., Sihite, M., & Supriyadi, E. (2021). Analisis Attitude Toward Using Dalam Meningkatkan Customer Analisis Attitude Toward Using Dalam Meningkatkan Customer. *Mabiska Jurnal*, 6(01).
- Bangkara, R. P., & Mimba, N. S. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16.3, 2408-2434.
- Betri, & Handayani, M. A. (2023). *E-Commerce*. Palembang, Indonesia: CV. Amanah.
- Budiyanto, A. (2023). Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Akademik Institut Bisnis Nusantara. *Jurnal Esensi Infokom*, 7(2), 98-102.
- Chandrarini, G. (2018). *Metode Riset Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chrisbiyanto, A. (2019). *UMKM Berpeluang Tingkatkan Penjualan di e-Commerce*. SINDONEWS.COM. Retrieved from <https://ekbis.sindonews.com/berita/1400891/34/umkm-berpeluang-tingkatkan-penjualan-di-e-commerce>

- Christy, F. E. (2020). *Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024*. Tempo.co. Retrieved from <https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Dermawan, W., & Primawanti, H. (2020). Pemanfaatan E-Commerce bagi Pengembangan Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Dewi, N. M., & Warmika, I. K. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(04), 2606-2636.
- Handayani, M., & Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1858-1865.
- Hitekno.com. (2021). *Terdapat Kendala di Sistem, Pengguna Shopee Keluhkan Masalah Ini*. Retrieved from <https://www.hitekno.com/internet/2021/12/02/161608/terdapat-kendala-di-sistem-pengguna-shopee-keluhkan-masalah-ini>
- Indonesia, M. (2019). *Pertumbuhan Nilai Perdagangan E-Commerce Indonesia 78%*. Retrieved from <https://mediaindonesia.com>
- Istikomaroh, I. E., & Estiningrum, S. E. (2022). *Pengendalian Internal Dalam Sistem Kompensasi*. Inspirasi Indonesia.
- Jati, N. J., & Laksito, H. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan Sistem E-Ticket. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 1(02).
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta, Indonesia: endipublisher.
- Kim, D. J., Rao, R., & Ferrin, D. L. (2008). A Trust Based Consumer Decision Making Model in lectronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *ScienceDirect*.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *12(01)*.
- Ladewi, Y. (2023). *Sistem Informasi Akuntansi (Teori dan Praktis)*. Palembang, Indonesia : Univ. Muhammadiyah Palembang.
- Ladewi, Y., & Welly. (2023). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Palembang, Indonesia: NoerFikri Offset.

- Lasiba, R., Diana, N., & Afifudin. (2022). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee. *E-JRA*, 11(02).
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce*. Pearson Education.
- McKnight, D. H., & Kacmar, C. (2002). Developing and Validating Trust Measure for E-commerce: An Integrative Typology. *Information System Research*.
- Monica, N., & Tama, A. I. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronik Commerce. *JRAK*, 8(01), 27-41.
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2), 928-933.
- Nursea, D., & Islamuddin. (2022). Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Pembelian Secara Online pada Konsumen di Kota Bengkulu. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, 31(02), 18--30.
- Pandaleke, S. E. (2017). *Analisis Pengaruh Perceived Compatibility Lifestyle, Perceived Usefulness, Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Attitude Toward Using Serta Dampaknya Pada Behavior Intention Pada Aplikasi Hipcar, PT Mobindo Teknologi Indonesia*. Universitas Bina Nusantara.
- Pratiwi, S., & Sofwan, A. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk Dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Fintech Shopeepay. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 6(02), 141-154.
- PT.Bank Rakyat Indonesia. (2023). Retrieved from <https://bri.co.id/>
- Purnama, N. I., Putri, L. P., & Bahagia, R. (2021). Analisis E-commerce Dalam Membantu Penjualan UMKM di Tengah Pandemi. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 21(2), 194-200.
- Putri, E. (2023). *Aplikasi Shopee Food Error : Penyebab & Cara Mengatasi*. Gojeker.com. Retrieved from <https://www.gojeker.com/aplikasi-shopee-food-error/>
- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi. (2017). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan SMS Banking. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(01), 36-43.
- Rahmiati, Engriani, Y., & Putri, R. R. (2019). The Influence of Trust, Perceived Usefulness, And Perceived Ease of Using Intensity of E-Money With Attitude Toward Using Intervening Variable in Padang City. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 97.

- Regina, T. M., & Moelino, N. N. (2019). The Effect Of Trust, Perceived Risk, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use to Intention to Use on Tiket.com Mobile Application. *e-Proceeding of Management*, 6(2).
- Rini, D. S., & As'ari, H. (2023). Pengaruh Faktor Sosial, Ekspektasi Kinerja, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Memakai Aplikasi Akuntansi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(05), 471-479.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2019). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santi, I. H., & Erdani, B. (2021). *Technology Acceptance Model (TAM)*. Pekalongan, Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Sarastila, C., Kustanti, A., & Pertiwi, V. A. (2021). Model Penerimaan Teknologi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Tanaman Hias Melalui E-Commerce Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 17(2), 13-26.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(01).
- Soegiastuti, J., & Anggraeni, T. (2022). Analisis Faktor Minat Masyarakat Semarang dalam Penggunaan Gopay Sebagai Digital Payment. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(01), 18-40.
- Sugihanti, W. T. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Wajib Pajak Untuk Menggunakan E-Filling.
- Sulfina, Yuliniar, & Aziz, A. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay). *JRAK*, 17(2).
- Tempo.co. (2020). *Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024*. Retrieved from <https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024>
- Utami, A. R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(06), 79-93.
- Virginia, S. G., & Puspitasari, E. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Dompot Digital. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(01), 643-652.
- Wallace, L. G., & Sheetz, S. D. (2014). The adoption of software measures: A technology acceptance model (TAM) Perspective. *Information & Management*, 249259.

- Widjana, M. A., & Rachmat, B. (2011). Factors Determining Acceptance Level Of Internet Banking Implementation. *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*, 14 (02), 161-174.
- Wijaya, R. A., Agustin, D. A., & Nugrahani, J. A. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Wallet pada Mahasiswa Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi-Bisnis*, 91-103.
- Wiratama, K., & Sulindawati, N. E. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Akuntansi Dan Kompatibilitas Terhadap Minat Umkm Dalam Menggunakan Aplikasi Si Apik. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 13(01), 2614 – 1930.
- Wiratna, V. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Yanti, D., & Yusuf, M. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Sikap Karyawan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Yuesti, A., & Merawati, L. K. (2019). *Akuntansi Keprilakuan*. Bali, Indonesia: CV. Noah Aletheia.
- Zamzami, F., Nusa, N. D., & Faiz, I. A. (2021). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta, Indonesia: Gadjah Mada University Press.