

**PENGARUH SIKAP PENGGUNA, NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL
PERILAKU PERSEPSIAN TERHADAP MINAT KEPERILAKUAN
PENGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS
E-COMMERCE DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Kasus pada UMKM Berbasis *E-Commerce* Kecamatan Seberang Ulu 2)**

SKRIPSI



Nama : M. Rif'at Qintara

NIM : 222021024

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2025**

SKRIPSI

**PENGARUH SIKAP PENGGUNA, NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL
PERILAKU PERSEPSIAN TERHADAP MINAT KEPERILAKUAN
PENGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS
E-COMMERCE DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Kasus pada UMKM Berbasis *E-Commerce* Kecamatan Seberang Ulu 2)**

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



Nama : M. Rif'at Qintara

NIM : 222021024

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2025**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Rifat Qintara
NIM : 222021024
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Sikap Pengguna, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Dengan *Perceived Usefulness* Sebagai Variabel Moderasi

Dengan ini menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata satu 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 ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran 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, 2025



M. Rifat Qintara

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Sikap Pengguna, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Dengan *Perceived Usefulness* Sebagai Variabel Moderasi

Nama : M. Rif'at Qintara

NIM : 222021024

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Akuntansi

Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi

Mata Kuliah : *E-Commerce*

Diterima dan Disahkan
Pada 2025

Pembimbing I,

Dr. Betri, S.E., M.Si, Ak. CA, CTT.
NIDN: 0216106902

Pembimbing II,

Dewi Puspa Sari, S.E., M.Si.
NIDN: 0203128505

Mengetahui,
Dekan

u. h. Kamila Program Studi Akuntansi



Apriyanti, S.E., M.Si.
NIDN: 0216087201

MOTTO

*To me, thank you for staying alive until now
For now, I may not be able to make others happy, nor even myself,
But the moment I still feel the desire to live,
that alone is enough to keep me going,
make me smile, and keep moving forward.
Everything you expected to happen,
turns out not to work the way you wanted it to.
I know it hurts sometimes but,
you'll get over it.*

-Author-

Choices have consequences

-Ghost-

Persembahan :

Untuk diri sendiri

Ibu, Ayah, dan Keluarga Besar

Teman-teman seperjuang di kuliah

Dosen Pembimbing Skripsi dan Akademik

Almamater



PRAKATA

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji syukur penulis penjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Sikap Pengguna, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Persepsian terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* dengan Variabel *Perceived Usefulness* 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. Meski 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 Ibu saya Faurizah dan keluarga saya, teman-teman yang memberikan semangat dan bantuan dalam menjalani proses ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada Bapak Dr. Betri Sirajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., CTT dan Ibu Dewi Puspa Sari, S.E., M.Si yang telah membimbing dan memberikan masukan guna menyelesaikan skripsi ini.

Selain itu, ucapan terima kasih juga diberikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Abid Djazuli, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak Aprianto, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Fenty Asterina, S.E., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak Dr. Betri Sirajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., CTT, selaku Pembimbing I saya.
6. Ibu Dewi Puspa Sari, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II saya.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta para staf dan karyawan.
8. Teman-teman 1 *circle* “Titipan Tuhan” yang selalu memberikan bantuan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Diri sendiri sebagai penulis yang sudah tetap bertahan sampai saat ini meskipun banyak hal yang tidak mudah untuk dilalui.
10. Ibu, ayuk, kakak, adek dan keluarga tercinta yang selalu mendoakan dan mendukung saya selama kuliah hingga menyelesaikan skripsi ini.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah subhanahu wata'ala membalas kebaikan kalian semua atas terselesainya penulisan skripsi ini. Penulis menyadari dengan segala keterbatasan yang ada dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif dan membangun sangat diharapkan baik dari pembaca maupun dari berbagai pihak agar kedepannya lebih sempurna dalam penulisan skripsi ini. Semoga penyusunan skripsi ini dapat memberi manfaat bagi para pembaca.

Palembang,

2025

M. Rif'at Qintara

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	I
HALAMAN JUDUL	II
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	III
HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	IV
HALAMAN MOTTO.....	V
HALAMAN PRAKATA.....	VI
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN.....	XV
ABSTRAK.....	XVI
ABSTRACT.....	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian	17
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	17
A. Kajian Kepustakaan	17
1. Landasan Teori (<i>Grand Theory</i>)	17
2. Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-Commerce</i>	24
3. Sikap Pengguna	27
4. Norma Subjektif	29
5. Kontrol Perilaku Persepsian	31
6. <i>Perceived Usefulness</i>	32
B. Penelitian Sebelumnya	34
C. Kerangka Pemikiran.....	39
D. Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	75
A. Jenis Penelitian.....	75
B. Lokasi Penelitian.....	52
C. Operasionalisasi Variabel.....	55

D. Populasi dan Sampel	57
E. Data yang diperlukan	60
F. Metode Pengumpulan Data	61
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	80
A. Hasil Penelitian	80
1. Gambaran Singkat tentang UMKM Kecamatan Seberang Ulu 2 Kota Palembang.....	80
2. Gambaran Umum Responden Penelitian	83
3. Jawaban Responden.....	84
B. Hasil Pengolahan Data	90
1. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	90
2. Uji Validitas.....	124
3. Uji Reliabilitas.....	129
4. Statistik Deskriptif	130
5. Uji Asumsi Klasik.....	131
6. Uji Hipotesis	143
C. Pembahasan Hasil Penelitian	160
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	172
A. Kesimpulan	172
B. Saran.....	173
DAFTAR PUSTAKA	175
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Survey Pendahuluan	12
Tabel I. 2 Survey Pendahuluan (Lanjutan)	13
Tabel II. 1 Kriteria UMKM Berdasarkan Aset dan Omzet	24
Tabel II. 2 Penelitian Sebelumnya	37
Tabel II. 3 Penelitian Sebelumnya (Lanjutan)	38
Tabel II. 4 Penelitian Sebelumnya (Lanjutan)	39
Tabel III. 1 Daftar UMKM Berbasis E-Commerce di Kecamatan Seberang Ulu 2	52
Tabel III. 2 Daftar UMKM Berbasis E-Commerce di Kecamatan Seberang Ulu 2 (Lanjutan)	53
Tabel III. 3 Daftar UMKM Berbasis E-Commerce di Kecamatan Seberang Ulu 2 (Lanjutan)	54
Tabel III. 4 Daftar UMKM Berbasis E-Commerce di Kecamatan Seberang Ulu 2 (Lanjutan)	55
Tabel III. 5 Operasionalisasi Variabel	55
Tabel III. 6 Operasionalisasi Variabel (Lanjutan).....	56
Tabel III. 7 Seleksi Sampel Data Dinas Koperasi dan UMKM di Kecamatan Seberang Ulu 2	58
Tabel III. 8 Daftar UMKM Berbasis E-Commerce dan Jumlah Responden di Kecamatan Seberang Ulu 2	59
Tabel III. 9 Daftar UMKM Berbasis E-Commerce dan Jumlah Responden di Kecamatan Seberang Ulu 2 (Lanjutan)	60
Tabel III. 10 Skala Likert	64
Tabel IV. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	82
Tabel IV. 2 Tingkat Pengembalian Kuesioner (Lanjutan)	83
Tabel IV. 3 Profil Responden.....	83
Tabel IV. 4 Profil Responden (Lanjutan).....	84
Tabel IV. 5 Hasil Total Jawaban Responden	87
Tabel IV. 6 Hasil Total Jawaban Responden (Lanjutan)	88
Tabel IV. 7 Hasil Total Jawaban Responden (Lanjutan)	89
Tabel IV. 8 Hasil Total Jawaban Responden (Lanjutan)	90
Tabel IV. 9 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Keyakinan Perilaku	91
Tabel IV. 10 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Evaluasi Subjektif terhadap Konsekuensi.....	93
Tabel IV. 11 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Keyakinan Atributif	94
Tabel IV. 12 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Perasaan	95
Tabel IV. 13 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Respon.....	97
Tabel IV. 14 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Percaya	98

Tabel IV. 15 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Keyakinan Bahwa Orang Penting Mendukung Perilaku	100
Tabel IV.16 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Keyakinan Bahwa Ada Tekanan Sosial untuk Berperilaku.....	101
Tabel IV. 17 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Motivasi Untuk Memenuhi Harapan Orang Penting	103
Tabel IV. 18 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Pengalaman Teman...	104
Tabel IV.19 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kemampuan Dalam Menggunakan	106
Tabel IV. 20 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Pengetahuan yang Memadai	108
Tabel IV. 21 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Ketersediaan Sumber Daya	109
Tabel IV. 22 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Keyakinan Mampu Mengorbankan Waktu dan Tenaga.....	110
Tabel IV. 23 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Mempercepat Pekerjaan	112
Tabel IV. 24 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Pekerjaan Lebih Mudah	114
Tabel IV. 25 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Meningkatkan Produktivitas.....	115
Tabel IV. 26 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Mempertinggi Efektivitas.....	116
Tabel IV. 27 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kinerja Pekerjaan.....	118
Tabel IV. 28 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Komunikasi	120
Tabel IV. 29 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Pemrosesan Data.....	121
Tabel IV. 30 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Online dan Interaktivitas.....	122
Tabel IV. 31 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kemudahan Akses	123
Tabel IV. 32 Hasil Pengujian Validitas Variabel Sikap Pengguna (X1)	125
Tabel IV. 33 Hasil Pengujian Validitas Variabel Norma Subjektif (X2)	126
Tabel IV. 34 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kontrol Perilaku Persepsian (X3).....	127
Tabel IV. 35 Hasil Pengujian Validitas Variabel Perceived Usefulness (X4)....	127
Tabel IV. 36 Hasil Pengujian Validitas Variabel Perceived Usefulness (X4) (Lanjutan)	128
Tabel IV. 37 Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce (Y).....	128
Tabel IV. 38 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	129
Tabel IV. 39 Hasil Pengujian Deskriptif.....	130

Tabel IV. 40 Hasil Output SPSS Uji Normalitas (<i>Kolmogorov-Smirnov</i>).....	132
Tabel IV. 41 Hasil Output SPSS Uji Normalitas (<i>Kolmogorov-Smirnov</i>) Setelah Outliers	139
Tabel IV. 42 Hasil Uji Multikolinearitas	141
Tabel IV. 43 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	143
Tabel IV. 44 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	144
Tabel IV. 45 Hasil Koefisien Determinasi	146
Tabel IV. 46 Hasil Uji F (Simultan)	147
Tabel IV. 47 Hasil Uji t (Parsial)	149
Tabel IV. 48 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Pengaruh Sikap Pengguna Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce	154
Tabel IV. 49 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Pengaruh Sikap Pengguna Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce	154
Tabel IV. 50 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce	156
Tabel IV. 51 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce	156
Tabel IV. 52 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Pengaruh Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce	158
Tabel IV. 53 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Pengaruh Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce	158

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Pemikiran	48
Gambar IV. 1 Hasil Output SPSS Uji Normalitas <i>Probability Plot</i> (P-Plot).....	132
Gambar IV. 2 Hasil Output SPSS Uji Normalitas Histogram	133
Gambar IV. 3 Hasil Data Outlier Variabel Sikap Pengguna (X1)	134
Gambar IV. 4 Hasil Data Outlier Variabel Norma Subjektif (X2)	135
Gambar IV. 5 Hasil Data Outlier Variabel Kontrol Perilaku Persepsian (X3) ...	136
Gambar IV. 6 Hasil Data Outlier Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (X4).....	137
Gambar IV. 7 Hasil Data Outlier Variabel Minat Keperilakuan Pernggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce (y)	138
Gambar IV. 8 Hasil Output SPSS Uji Normalitas <i>Probability Plot</i> (P-Plot) Setelah Outlier	140
Gambar IV. 9 Hasil Output SPSS Uji Normalitas Histogram Setelah Outlier ...	140
Gambar IV. 10 Hasil Output SPSS Uji Heterokedastisitas.....	142

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuisisioner (Skala Ordinal)

Lampiran 3 Hasil Kuisisioner (Skala Interval)

Lampiran 4 Tabel Statistik

Lampiran 5 Hasil Output SPSS

Lampiran 6 Fotokopi Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 7 Fotokopi Surat Keterangan Selesai Riset Dari Tempat Penelitian

Lampiran 8 Fotokopi Sertifikat Membaca dan Menghafal Al-Qur'an

Lampiran 9 Fotokopi Sertifikat SPSS

Lampiran 10 Fotokopi Sertifikat Aplikasi Komputer

Lampiran 11 Fotokopi Sertifikat Komputer Akuntansi

Lampiran 12 Fotokopi Sertifikat Aplikasi ACL

Lampiran 13 Fotokopi Sertifikat Aplikasi ATLAS

Lampiran 14 Fotokopi Sertifikat ERP DAN BLUD

Lampiran 15 Fotokopi Sertifikat ESAS

Lampiran 16 Pengecekan Plagiarisme Turnitin

Lampiran 17 Biodata Penulis

ABSTRAK

M. Rif'at Qintara / 222021024 / Pengaruh Sikap Pengguna, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Dengan *Perceived Usefulness* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada UMKM Berbasis *E-Commerce* Kecamatan Seberang Ulu 2)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Sikap Pengguna, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Dengan *Perceived Usefulness* Sebagai Variabel Moderasi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif. Tempat penelitian ini dilakukan di UMKM berbasis *e-commerce* di Kecamatan Seberang Ulu 2 Kota Palembang. Kuisioner didistribusikan sebanyak 102 Responden. Sampel yang di gunakan yaitu *purposive sampling* dan yang dapat digunakan hanya 91 kuisioner. Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan data di lakukan dengan wawancara dan kuisioner. Hasil penelitian ini menunjukkan Sikap Pengguna, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Persepsian secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*. Secara Parsial Sikap Pengguna berpengaruh terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*, Norma Subjektif tidak berpengaruh terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*, Kontrol Perilaku Persepsian tidak berpengaruh terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*. Pengujian hipotesis MRA menunjukkan hasil *Perceived Usefulness* mampu memoderasi (*pure moderator*) pengaruh Sikap Pengguna terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*, *Perceived Usefulness* mampu memoderasi (*quasi moderator*) pengaruh Norma Subjektif terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*, *Perceived Usefulness* tidak mampu memoderasi (*predictor moderator*) pengaruh Kontrol Perilaku Persepsian terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*.

Kata Kunci : Sikap Pengguna, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian, *Perceived Usefulness*, Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*

ABSTRACT

M. Rif'at Qintara / 222021024 / Pengaruh Sikap Pengguna, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada UMKM Berbasis E-Commerce Kecamatan Seberang Ulu 2)

This study aims to determine the influence of User Attitude, Subjective Norms, and Perceived Behavioral Control on Behavioral Intention to Use E-Commerce-Based Accounting Information Systems with Perceived Usefulness as a Moderating Variable. This research adopts an associative research type. The study was conducted on e-commerce-based MSMEs in Seberang Ulu 2 District, Palembang City. A total of 102 questionnaires were distributed, with 91 valid responses collected using a purposive sampling technique. The data used in this study are primary data, collected through interviews and questionnaires. The results of this study indicate that User Attitude, Subjective Norms, and Perceived Behavioral Control collectively have a significant effect on Behavioral Intention to Use E-Commerce-Based Accounting Information Systems. Partially, User Attitude positively influences Behavioral Intention to Use E-Commerce-Based Accounting Information Systems, while Subjective Norms and Perceived Behavioral Control do not significantly affect Behavioral Intention to Use E-Commerce-Based Accounting Information Systems. The MRA hypothesis testing results show that Perceived Usefulness is able to moderate (pure moderator) the influence of User Attitude on Behavioral Intention to Use E-Commerce-Based Accounting Information Systems. Perceived Usefulness is also able to moderate (quasi moderator) the influence of Subjective Norms on Behavioral Intention to Use E-Commerce-Based Accounting Information Systems. However, Perceived Usefulness is not able to moderate (predictor moderator) the influence of Perceived Behavioral Control on Behavioral Intention to Use E-Commerce-Based Accounting Information Systems.

Keywords: *User Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Perceived Usefulness, Behavioral Intention, E-Commerce-Based Accounting Information Systems*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi terus diadaptasi oleh perkembangan Sistem Informasi Akuntansi. Salah satu model yang berkembang saat ini adalah Sistem Informasi Akuntansi yang berbasis *e-commerce*. *E-commerce* mengubah perilaku penggunanya untuk pindah dari aktivitas yang dominan manual ke aktivitas berbasis digital. Sistem Informasi Akuntansi juga tidak ketinggalan dalam menggunakan teknologi *e-commerce*. Kinerja Perkembangan teknologi informasi yang pesat saat ini telah menjadikan informasi sebagai salah satu aset terpenting dalam kehidupan individu maupun organisasi (Sriwardany et al., 2023).

Dalam konteks organisasi, sistem informasi berperan krusial dalam meningkatkan efisiensi operasional dan mendukung pengambilan keputusan yang tepat. *E-commerce* memberikan manfaat besar bagi kemajuan suatu bisnis. Namun, banyak bisnis baru, khususnya *e-commerce*, beroperasi dengan buruk. Salah satu alasan utama perusahaan gagal mendapatkan manfaat dari adopsi *e-commerce* adalah karena mereka tidak menetapkan sasaran yang tepat. Banyak perusahaan langsung menyiapkan *e-tools* taktis, seperti membuat situs web atau iklan banner online, tanpa terlebih dahulu merumuskan tujuan dan strategi yang jelas. Oleh karena itu, penting untuk memahami tujuan atau alasan mengapa perusahaan perlu mengadopsi sistem bisnis online. Perusahaan yang menyiapkan dan juga

merumuskan tujuan serta sasaran yang jelas akan lebih mampu mendorong *e-commerce* berjalan dengan efektif (Betri, 2023).

Sistem Informasi Akuntansi berbasis *e-commerce* saat ini tidak hanya diterapkan di dunia bisnis skala nasional maupun manca negara seperti gojek, grab, alibaba dan lainnya, namun juga pada perkantoran, lembaga pendidikan, penyedia jasa bahkan sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). UMKM disebut sebagai salah satu sektor usaha yang memiliki imunitas yang lebih baik terhadap krisis, terlepas dari produktivitas yang rendah. Hal ini dikarenakan struktur organisasi dan sumber daya manusia pada UMKM bersifat lebih fleksibel dalam beradaptasi dengan perubahan pasar (Deva Ariyani et al., 2022) dalam Adik Candra et al., 2022).

Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berbasis *e-commerce* pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki beberapa manfaat utama. Sistem ini mendukung efisiensi operasional dengan mengurangi kesalahan manusia, meningkatkan kecepatan proses transaksi, dan mempermudah akses ke data keuangan secara *real-time*. Selain itu, integrasi SIA dengan *platform e-commerce* memberikan kemampuan UMKM untuk memonitor persediaan, mengelola pembayaran digital, dan meningkatkan keamanan data pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi ini, UMKM dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan memperluas jangkauan pasar melalui saluran digital yang lebih luas. Dengan integrasi antara sistem akuntansi dan *platform e-*

commerce, perusahaan atau UMKM dapat memproses transaksi secara otomatis, memantau persediaan secara *real-time*, serta menghasilkan laporan keuangan yang relevan untuk pengambilan keputusan strategis. Selain itu, SIA berbasis *e-commerce* membantu meningkatkan keamanan data keuangan dan mempermudah akses ke pasar yang lebih luas melalui saluran *online*. Hal ini sangat relevan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, di mana kecepatan dan ketepatan data menjadi keunggulan kompetitif (Chandra Saputra et al., 2024).

Adapun Teori-teori akuntansi keperilakuan yang dikembangkan dari riset empiris atas perilaku manusia dalam organisasi. Teori psikologi yang mempunyai pandangan mendalam tentang perilaku manusia adalah *Theory of Reason Action* yang kemudian menjadi *Theory of Planned Behaviour* (TPB). (Madden et al., 1992). TPB menjelaskan bahwa perilaku akan terjadi karena adanya minat dan kontrol perilaku persepsian dan minat dibentuk oleh sikap pengguna, norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian (Awaluddin et al., 2023). Minat keperilakuan merupakan indikator utama dari *Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penggunaan teknologi karena Minat keperilakuan dipengaruhi secara langsung oleh dua variabel utama TAM, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) (Davis, 1989) dalam Hardanti Novi & Sarawasti, 2012). Davis melakukan studi berdasarkan konstruk dari Ajzen dan Fishbein (Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Persepsian) dengan alasan untuk mengetahui determinan

minat berperilaku untuk menggunakan sistem informasi berbasis teknologi *e-commerce*.

Minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* sangat berguna dalam upaya pengambilan keputusan bisnis UMKM. Namun, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*, seperti pengaruh sikap pengguna, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku individu dalam menggunakan sistem informasi, terutama dalam konteks *e-commerce*. Penelitian ini akan mengeksplorasi pengaruh sikap pengguna, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dengan *perceived usefulness* sebagai variabel moderasi (Awaluddin et al., 2023).

Minat Berperilaku merupakan faktor motivasi yang mempengaruhi sebuah perilaku melalui indikasi dari seberapa banyak usaha yang telah direncanakan untuk melakukan sebuah perilaku. Minat berperilaku juga dapat diartikan sebagai keinginan seseorang untuk menggunakan suatu barang atau jasa yang dapat membuatnya tertarik (Ajzen dalam Andrean & Fitria, 2020). Minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yang dipengaruhi oleh sikap pengguna menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Hal yang sama juga ditemukan pada minat perilaku penggunaan SIA berbasis e-

commerce yang dipengaruhi oleh norma subjektif, yang mana juga menunjukkan hasil positif dan signifikan. Penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa faktor-faktor psikologis seperti sikap pengguna dan pengaruh sosial melalui norma subjektif dapat berperan penting dalam keputusan untuk mengadopsi teknologi *e-commerce* dalam konteks sistem informasi akuntansi (Dharmawan et al., 2021). Minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yang dipengaruhi oleh kontrol perilaku persepsian. Faktor kontrol perilaku persepsian dalam menentukan adopsi dan minat penggunaan teknologi berbasis *e-commerce*, yang mencakup keyakinan individu mengenai kemampuannya dan mudah atau tidaknya untuk mengoperasikan sistem tersebut dengan efektif (Awaluddin et al., 2023).

Sikap pengguna merupakan bentuk evaluasi atau reaksi perasaan individu terhadap suatu objek. Sikap pengguna juga merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil suatu keputusan. Sikap seseorang yang merasakan atau menilai suatu sistem *online* yang menurut mereka dapat dipercaya, layanan *E-Commerce* yang cukup baik serta memberikan beberapa manfaat maka individu akan cenderung mengikutinya. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ketika individu merasa dengan menerima penggunaan *e-commerce* adalah ide yang baik, dan individu merasa tenang, merasa mudah, merasa nyaman, maka individu akan memiliki keinginan atau minat untuk menggunakan *e-commerce* dalam kegiatannya (Lestari & Baridwan, 2023).

Norma Subjektif merupakan faktor eksternal atau pengaruh orang lain dimana faktor tersebut dapat mempengaruhi pemikiran seseorang dalam melakukan maupun tidak melakukan suatu tindakan tertentu. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sebagian besar orang menggunakan *E-Commerce* dikarenakan dukungan dari pihak luar (norma subjektif) di mana individu mendapat dorongan dari orang-orang di sekitarnya yang pernah menggunakan *e-commerce* sehingga berpengaruh terhadap minat individu tersebut untuk menggunakan *E-Commerce* (Awaluddin et al., 2023).

Kontrol Perilaku Persepsian merupakan persepsi individu mengenai kesulitan dan kemudahan untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Kontrol perilaku persepsian dapat memberikan pemahaman terhadap seseorang mengenai mudah atau tidaknya suatu informasi yang diberikan. Hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa sama halnya dengan layanan *E-Commerce*, apabila teknologi tersebut dianggap mudah digunakan maka minat seseorang untuk menggunakan layanan tersebut semakin meningkat dan baik. Hal itu berarti Kontrol Perilaku Persepsian mempengaruhi terhadap minat perilaku penggunaan *E-Commerce* (Awaluddin et al., 2023).

Faktor lain dalam penerimaan teknologi baru yakni *perceived usefulness*. *Perceived Usefulness* atau persepsi manfaat merupakan kegunaan yang dirasakan oleh konsumen digunakan untuk mengetahui apakah sebuah teknologi baru yang akan diadopsi, diterima, dan diterapkan dapat meningkatkan efektivitas dan kinerja dari tugas-tugas yang mereka

lakukan (Davis, 1989). Seorang pelanggan enggan dan tidak ingin menggunakan suatu produk atau teknologi baru, jika produk dan teknologi baru tersebut tidak dapat meningkatkan kinerja dan memberi nilai tambahan dalam pekerjaan mereka. Dengan meningkatkan *perceived usefulness* yang didapatkan oleh konsumen, hal tersebut akan meningkatkan kepercayaan. Menanamkan rasa percaya seorang pelanggan terhadap UMKM adalah hal yang cukup penting dilakukan. Karena hal tersebut dapat menjadi alat yang digunakan UMKM untuk mengembangkan, meningkatkan, memperluas pasar, dan mempertahankan konsumennya (Faizah & Sanaji, 2022).

Berdasarkan uraian di atas, untuk meningkatkan sikap pengguna, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian, diperlukan penerapan *perceived usefulness* yang harus diterapkan oleh UMKM. Dengan diterapkannya *perceived usefulness* dalam minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*, UMKM dapat menekan penurunan yang terjadi dalam sikap pengguna, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian.

Hasil penelitian sebelumnya oleh Awaluddin et al., (2023), Dharmawan et al., (2021) dan Binalay et al., (2016), menunjukkan bahwa sikap pengguna memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Sikap positif terhadap penggunaan *e-commerce* dapat meningkatkan minat perilaku untuk menggunakan SIA berbasis *e-commerce*. Dengan demikian, sikap yang baik terhadap sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dapat

mendorong minat pengguna untuk menggunakannya. Namun hasil ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian Andrean & Fitria, (2020), Hardanti Novi & Sarawasti, (2012), dan Alotaibi, (2024), menunjukkan bahwa sikap pengguna tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

Hasil penelitian sebelumnya oleh Binalay et al., (2016), Imelda et al., (2014) dan Marhaini, (2022), menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap minat membeli secara *online*. Hasilnya menjelaskan bahwa norma subjektif (faktor eksternal) memiliki pengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan dan membeli secara *online* melalui *e-commerce*. Namun hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Monica & Tama, (2017), Andrean & Fitria, (2020) dan Hardanti Novi & Sarawasti, (2012), menunjukkan bahwa norma subjektif tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan transaksi *e-commerce*.

Hasil penelitian oleh Kinanti & Baridwan, (2007), Karami, (2006), Manzari, (2008) dan Cahyaning Arini, (2010), menunjukkan bahwa kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi berbasis akuntansi *e-commerce* melalui *e-ticketing*. Hasil ini tidak konsisten dengan hasil penelitian oleh Andrean & Fitria, (2020), Khalifa & Shen, (2008) dan Puspaningtiyas, (2016), yang menunjukkan bahwa kontrol perilaku persepsian tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi dengan *e-commerce*.

Hasil penelitian sebelumnya oleh Monica & Tama, (2017), Yuni Rasniati et al., (2022) dan Sriwardany et al., (2023), menunjukkan bahwa *perceived usefulness* (persepsi manfaat) berpengaruh terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Hasilnya mengatakan bahwa semakin tinggi *perceived usefulness*, maka akan semakin tinggi minat dalam menggunakan *e-commerce*. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Namun hasil ini tidak konsisten dengan hasil penelitian oleh Putri Budiastuti & Muid, (2020), Khoiriah et al., (2023), dan Zudiah et al., (2024), yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

Terdapat berita yang mengatakan bahwa UMKM masih memiliki banyak masalah internal. Pada September 2013, terdapat pelaku sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) saat ini tengah menghadapi dua masalah, yakni masalah internal dan eksternal. "Fokus harus pada masalah internal, karena eksternal itu susah karena itu urusan dengan pemegang kebijakan," kata Pendamping UMKM dan penggiat Komunitas UMKM BSD Niko Budianto dalam acara Free Klinik Bisnis yang digelar Komunitas *Dare To Dare* Indonesia di *Grand* Indonesia Jakarta. Namun, masalah yang paling utama yang harus diselesaikan pelaku UMKM adalah masalah internal. Dia mengatakan, dengan mengurangi masalah internal UMKM bisa lebih mandiri, kuat dan bisnisnya bisa bertumbuh positif sehingga naik

kelas. Sementara, masalah eksternal yang dihadapi UMKM, yakni kebijakan yang kontra produktif yakni Peraturan perbankan yang menyulitkan permodalan, keamanan dan kenyamanan berusaha. Sementara untuk masalah internal yang dihadapi pelaku UMKM, antara lain banyak yang bisnisnya belum legal, struktur organisasi sederhana, kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan, jarang memiliki rencana usaha dan model bisnis yang tidak jelas. "Selain itu, pelaku UMKM kurang inovasi dan kreativitas. Misalnya ada penjual lele gratis, dia ingin buat usaha itu, akhirnya jadi persaingan harga akhirnya sakit semua dan masih banyak yang gagap teknologi," tukas dia (Hutauruk, 2013).

Kemudian juga pada Maret 2023, Gubernur Sumatera Utara, Edy Rahmayadi kesal dengan Kadis Koperasi dan UMKM, Dia bahkan menyebut pelaku UMKM di Sumut (Sumatera Utara) masih gagap teknologi atau gaptek. Edy awalnya bercerita soal UMKM di Sumut masih kalah dengan UMKM Jogja. Ia menyebut UMKM di Sumut belum mampu untuk mengelola penjualan dengan strategis. Jumlah masyarakat di Sumut, kata dia, mencapai 16 juta orang. Namun, pelaku UMKM masih memiliki ketertinggalan terkait digitalisasi. Terkait hal ini, Edy menuturkan bahwa gapteknya UMKM ini menjadi dosa bagi Kadis Koperasi dan UKM. Tak hanya itu, Edy menyebut banyak UMKM di Sumut yang belum dapat mengelola bahan baku secara kreatif. Sehingga, tidak ada nilai tambah dari bahan baku tersebut (Kartika Sari, 2023).

Selanjutnya pada Mei 2021, Roy Krisdianto, dari 99% Usahaku Telkomsel, menjelaskan bahwa salah satu tantangan besar dalam digitalisasi UMKM adalah usia pelaku usaha yang lebih tua, yang cenderung kesulitan beradaptasi dengan teknologi. Dia menambahkan bahwa generasi muda lebih mudah beradaptasi dan cepat memanfaatkan teknologi, seperti berjualan di *marketplace*, tanpa harus memiliki keterampilan bisnis khusus. Roy juga menekankan pentingnya peran anak muda dalam membantu UMKM yang masih gagap teknologi, dan berharap adanya upaya dari pemerintah dan swasta untuk memberi contoh kesuksesan digitalisasi, agar pelaku UMKM yang lebih tua mau mengikuti transformasi digital (Faqir, 2021).

Berdasarkan berita yang dilampirkan, permasalahan dalam UMKM seperti keterlambatan adaptasi terhadap teknologi *e-commerce* dapat dipengaruhi oleh minat dan sikap pengguna (karyawan) UMKM terhadap pentingnya digitalisasi untuk mengembangkan bisnis, norma subjektif atau faktor eksternal yang mendukung untuk menggunakan teknologi, dan persepsi kontrol perilaku atas mudah atau sulitnya penerapan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Ketika karyawan memiliki sikap yang kurang mendukung terhadap pentingnya teknologi atau merasa tidak perlu untuk menerapkan penggunaan teknologi, hal ini dapat menghambat keberhasilan transformasi digital. Norma yang kurang mendukung dan kurangnya persepsi kontrol perilaku karyawan dalam penerapan teknologi dapat meningkatkan risiko kegagalan atau bangkrutnya bisnis UMKM.

Dengan demikian, menerapkan digitalisasi teknologi dengan benar dapat membuat potensi UMKM untuk berkembang dan bersaing di pasar digital.

Tabel I. 1
Survey Pendahuluan

Nama UMKM	Hasil Survey
Ayam Geprek Lemak Nian Sinta	Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM, menyatakan bahwa dirinya sudah paham sekali pentingnya menggunakan SIA berbasis <i>e-commerce</i> untuk mempermudah pencatatan transaksi dan keuangan. Namun, sikap pegawai kami yang merasa lebih nyaman dengan cara manual yang sudah biasa dilakukan, membuat saya berfikir untuk tetap menggunakan cara manual dibanding menggunakan teknologi yang malah akan tidak konsisten. Selain itu, kami juga sering kesulitan untuk fokus mengelola <i>e-commerce</i> karena banyaknya hal lain yang harus dikerjakan, sehingga laporan keuangan dan pengelolaan stok barang jadi kurang teratur.
D'best chicken & buger Rian	Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM, Owner mengatakan bahwa dirinya menyadari pentingnya penggunaan SIA berbasis <i>e-commerce</i> untuk kelancaran operasional dan pencatatan keuangan. Namun, tantangan terbesar yang kami hadapi adalah faktor eksternal (norma subjektif) yaitu dari beberapa teman atau keluarga yang mengatakan kalau menggunakan teknologi itu sulit dan rawan akan kehilangan data, hal itu membuat kami merasa ragu atau kurang percaya dengan penggunaan teknologi ini. Lalu kami berfikir bahwa cara manual yang sudah biasa dilakukan lebih aman dan dapat dipercaya, sehingga penggunaan SIA dan <i>e-commerce</i> kadang dianggap tidak begitu perlu.

Tabel I. 2
Survey Pendahuluan (Lanjutan)

Nama UMKM	Hasil Survey
Bubur Ayam Umami Izzah Rena	Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai bagian penjualan online UMKM, disimpulkan bahwa mereka menyadari betul pentingnya penggunaan SIA berbasis <i>e-commerce</i> untuk memperlancar operasional dan keuangan. Namun, tantangan utama yang kami hadapi adalah terkait dengan kontrol perilaku dalam tim. Beberapa dari kami masih merasa ragu dan berpikir bahwa menggunakan teknologi ini sulit, terutama karena kebiasaan lama yang sudah lebih nyaman dijalankan. Mereka khawatir bahwa teknologi justru akan mempersulit atau mengganggu kelancaran pekerjaan.
Ayam Geprek Pak De 03 Febri	Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai bagian administrasi UMKM, dirinya melihat bahwa penggunaan SIA berbasis <i>e-commerce</i> sebenarnya sangat bermanfaat untuk membantu pencatatan keuangan dan mempermudah pengelolaan bisnis secara keseluruhan. Namun, tantangannya adalah masih ada anggota tim yang merasa bahwa manfaat sistem ini tidak terlalu besar untuk usaha kecil seperti kami. Mereka cenderung berpikir bahwa cara manual sudah cukup untuk mencatat transaksi sehari-hari.

Sumber : Penulis, 2024

Berdasarkan fenomena dan hasil survei pendahuluan di atas, dapat disimpulkan bahwa banyak UMKM menghadapi tantangan utama dalam pengelolaan keuangan dan pemanfaatan teknologi digital. Kurangnya pemahaman tentang SIA berbasis *e-commerce* mengakibatkan pencatatan keuangan yang tidak terstruktur, yang pada gilirannya menghambat pengambilan keputusan bisnis yang efektif. Meskipun sebagian besar UMKM telah memanfaatkan platform *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan, pengelolaannya masih belum optimal, sehingga potensi

keuntungan dari platform digital tersebut belum sepenuhnya terwujud. Kendala ini menunjukkan bahwa pentingnya peningkatan pemahaman dan pengelolaan yang lebih baik terhadap teknologi dan akuntansi dalam rangka mendukung pertumbuhan bisnis UMKM.

Oleh karena itu penulis memiliki ketertarikan akan hal-hal yang mempengaruhi penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dan termotivasi mengambil judul penelitian perihal **“Pengaruh Sikap Pengguna, Norma Subjektif Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Dengan *Perceived Usefulness* Sebagai Variabel Moderasi”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari Latar Belakang, maka permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Pengaruh Sikap Pengguna, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* secara bersama?
2. Bagaimana Pengaruh Sikap Pengguna Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*?
3. Bagaimana Norma Subjektif Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*?
4. Bagaimana Pengaruh Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*?
5. Bagaimana Pengaruh Sikap Pengguna Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* dengan *Perceived Usefulness* sebagai pemoderasi?
6. Bagaimana Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* dengan *Perceived Usefulness* sebagai pemoderasi?
7. Bagaimana Pengaruh Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* dengan *Perceived Usefulness* sebagai pemoderasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Sikap Pengguna, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* secara bersama
2. Untuk mengetahui Sikap Pengguna Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*
3. Untuk mengetahui Norma Subjektif Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*
4. Untuk mengetahui Kontrol Perilaku Subjektif Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*
5. Untuk mengetahui Pengaruh Sikap Pengguna Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* dengan *Perceived Usefulness* sebagai pemoderasi
6. Untuk mengetahui Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* dengan *Perceived Usefulness* sebagai pemoderasi
7. Untuk mengetahui Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* dengan *Perceived Usefulness* sebagai pemoderasi

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka peneliti diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya :

1. Bagi Penulis

Penulis dapat menambah ilmu pengetahuan akan penerapan sistem informasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat keperilakuan penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

2. Bagi Tempat Penelitian

Membantu karyawan di UMKM untuk lebih memperhatikan Sikap Pengguna, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Persepsian, dan Minat Keperilakuan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* dengan melakukan *Perceived Usefulness* untuk memenuhi persyaratan standar penggunaan sistem informasi akuntansi yang diinginkan UMKM agar dapat meningkatkan performa dan minat keperilakuan penggunaan sistem informasi akuntansi UMKM menjadi semakin baik.

3. Bagi Almamater

Diharapkan dapat menjadi referensi tambahan pengetahuan dalam perkembangan teori terutama yang berkaitan dengan minat keperilakuan penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* serta dapat menjadi acuan kajian bagi penulis yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Achadi, A., Surveyandini, M., & Prabawa, A. (2021). Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Norma Subyektif terhadap Minat Beli Secara Online di bukalapak.com. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1207. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i3.1628>
- Adik Candra, Hendri Sucipto, Dwi Harini, Nasiruddin, N., Roni, R., & Alim Mutaqin. (2022). Pemberdayaan UMKM Angkringan Milenial melalui Legalitas Usaha di Desa Cikuya, Kecamatan Banjarharjo, Kabupaten Brebes. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(2), 76–84. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i2.688>
- Aditya, I. M. F., & Dwiana Putra, I. M. P. (2021). Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Norma Subjektif, Kualitas Informasi dan Minat Penggunaan: Studi pada Pengguna E-commerce. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(5), 1318. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i05.p18>
- Ajzen, I. (1991). Reporting Behaviour of People with Disabilities in relation to the Lack of Accessibility on Government Websites: Analysis in the light of the Theory of Planned Behaviour. *Disability, CBR and Inclusive Development*, 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1, July*, 438–459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Alotaibi, H. M. (2024). Factors Affecting Acceptance of Cloud-Based Computer-Assisted Translation Tools Among Translation Students. *Theory and Practice in Language Studies*, 14(4), 1057–1068. <https://doi.org/10.17507/tpls.1404.14>
- Amalia Apriliani, N., & Amaliah, I. (2023). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Minat Mahasiswa Unisba Dalam Menggunakan Shopee Paylater. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 3(2), 307–315. <https://doi.org/10.29313/bcses.v3i2.7759>
- Amin, M. K., Munira, S., Azhar, A., Amin, A., & Karim, M. T. (2017). Factors affecting employees' behavioral intention to adopt accounting information system (AIS) in Bangladesh. *19th International Conference on Computer and Information Technology, ICCIT 2016, December*, 501–505. <https://doi.org/10.1109/ICCITECHN.2016.7860249>
- Andrean, T., & Fitria, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Bertransaksi Dengan E-Commerce. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi ...*. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/3589%0Ahttp://ju>

rnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/3589/3605

- Asiati, D. I., Dencik, A. B., & Fauzi, F. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*.
- Aulia, M. (2018). Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Nucleic Acids Research*, 6(1), 1–7.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.gde.2016.09.008><http://dx.doi.org/10.1007/s00412-015-0543-8><http://dx.doi.org/10.1038/nature08473><http://dx.doi.org/10.1016/j.jmb.2009.01.007><http://dx.doi.org/10.1016/j.jmb.2012.10.008><http://dx.doi.org/10.1038/s4159>
- Awaluddin, I., Fitriaman, & Rizki, A. (2023). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Persepsi Terhadap Minat Perilaku Penggunaan E-Commerce (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 08(01).
<http://jak.uho.ac.id/index.php/journal>
- Ayu, I., Jayantari, A. U., Ayu, G., Giantari, K., & Setiawan, Y. (2021). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Consumer Satisfaction on Repurchase Intention of Digital Wallet Service (e-wallet). *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 23(6), 56–61. <https://doi.org/10.9790/487X-2306015661>
- Betri. (2023). *E-Commerce*.
- Binalay, A. G., Mandey, S. L., & ... (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal ...*, 4(1), 395–406.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11607><https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/11607/11203>
- Cahyaning Arini, A. (2010). *Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Persepsi Resiko, dan Pengalaman Terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online*.
- Chandra Saputra, N., Rikah, Evayani, Rochdiana Hadiyat, Y., R. Aprilyani Dewi, P. P., Septiawan, B., Kosadi, F., Fatah, K., Budiadnyani, N. P., Herliansyah, Y., Martina Dinata Putri, K., Michael Musyaffi, A., & Rahmawati, I. (2024). Sistem Informasi Akuntansi. In *Academia.Edu* (Issue January).
<http://www.academia.edu/download/35169358/Bab10.pdf>
- Daneji, A. A., Ayub, A. F. M., & Khambari, M. N. M. (2019). The effects of perceived usefulness, confirmation and satisfaction on continuance intention in using massive open online course (MOOC). *Knowledge Management and E-Learning*, 11(2), 201–214. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2019.11.010>
- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji

- Reliabilitas, Re. In *Guepedia*. Guepedia.
https://www.google.co.id/books/edition/STATISTIKA_PENELITIAN_MENGGUNAKAN_SPSS_U/acpLEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+validitas+dan+reliabilitas&printsec=frontcover%0Ahttps://www.google.co.id/books/edition/STATISTIKA_PENELITIAN_MENGGUNAKAN_SPSS_U/acpLEAAQBAJ?
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology*, 13(3), 1–23.
- Deva Ariyani, Slamet Bambang Riono, & Hendri Sucipto. (2022). Pelatihan Branding Equity untuk Membangun Brand Image pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(3), 100–106. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i3.493>
- Dharmawan, B., Yanto, M., & Vidyasari, R. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Fintech. *Account*, 8(1), 1437–1445.
<https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3876>
- Faizah, N., & Sanaji, S. (2022). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Loyalitas Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Terhadap Penggunaan Aplikasi Warung Pintar. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(3), 946–959.
- Faqir, A. AL. (2021). *Generasi Gagap Teknologi Jadi Akar Masalah Transformasi Digital di UMKM - Bisnis Liputan6.com*. Liputan6.Com.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4561772/generasi-gagap-teknologi-jadi-akar-masalah-transformasi-digital-di-umkm>
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>
- Fitri, F., Abdul, B. D., & Diah, I. A. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akutansi*. Salemba 4. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=28863>
- Ghazali, I., & Ratmono, D. (2017). *Ghazali, I., & Ratmono, D. (2017). Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EViews 10*. Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Vol. 5, Issue 3).
- Gunawan, C. (2020). Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian. In *Mahir Menguasai SPSS . Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Deepublish.
www.deepublish.co.id%0Awww.penerbitdeepublish.com

- Halim, D., & Rodhiah, R. (2024). Faktor Penentu Niat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(3), 672–680. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i3.31600>
- Hardanti Novi, K., & Sarawasti, E. (2012). Faktor Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce. *Riset Pengelolaan Das ...*, 2007. http://www.forda-mof.org/files/2012P_Pro siding_Semiloka.pdf#page=277
- Hariani, F., & Susilowati, L. (2021). *Sistem Informasi Akuntansi Untuk Transaksi E-Commerce*.
- Hutauruk, D. M. (2013). *UMKM Masih Punya Banyak Masalah Internal*. Oke Finance. <https://economy.okezone.com/read/2013/09/16/320/866499/umkm-masih-punya-banyak-masalah-internal>
- Imelda, S., Rofi'i, & Huwaida, H. (2014). Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Minat Konsumen. *Jurnal SMART - Study & Management Research*, 11(2), 39–51.
- Juairiah, J., Busono, G. A., & Fadeli, D. (2019). Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan pembelian Online Di Sungai Lilinmusi Banyuasin. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2), 164. <https://doi.org/10.32502/jimn.v6i2.1587>
- Karami, M. (2006). Master thesis -Factors incluencing adoption of online ticketing. *Theses Master*, 84. <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1028065&dswid=-3220>
- Kartika Sari. (2023). *Gubsu Edy Semprot Kadis gegara UMKM Gaptek: Goblok Kau Ini!*. Detik.Com. <https://www.detik.com/sumut/bisnis/d-6616335/gubsu-edy-semprot-kadis-gegara-umkm-gaptek-goblok-kau-ini>
- Khalifa, M., & Shen, K. N. (2008). Drivers for transactional B2C M-commerce adoption: Extended theory of planned behavior. *Journal of Computer Information Systems*, 48(3), 111–117.
- Khoiriah, W. I. N., Erliana, E., Koswara, I., Fuady, I., & Maitsi, H. N. (2023). Model motif penggunaan dan perilaku membagikan informasi dari aplikasi Tiktok. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.44808>
- Kinanti, F., & Baridwan, Z. (2007). *Analisis determinan sistem informasi e-Tikecting: Pendekatan Extended Theory of Planned Behaviour*. 235, 245. [http://digilib.unila.ac.id/4949/15/BAB II.pdf](http://digilib.unila.ac.id/4949/15/BAB%20II.pdf)
- Kristiani, N., & Putri, S. W. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Playfulness Terhadap Intention To Use Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Masa Pandemi Covid 19. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 162. <https://doi.org/10.25273/capital.v5i2.12021>
- Kurniawan, L., Anggraeni, L., Haryanto, P., & Suratman, A. (2022). Penggunaan E-

- Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha ditengah Pandemi Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 287–294. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2486>
- Kusuma, C. K. (2015). Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Marketing Mix Hospitality. *Telaah Bisnis*, 16(2), 55–64.
- Lasiba, R. (2022). *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee*. 11(02), 20–29. http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/4968%0Ahttp://repository.unisma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/4968/1/S1_FEB_21801082168_RISKI_LASIBA.pdf
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.13550>
- Lestari, D. P., & Baridwan, Z. (2023). Faktor Yang Menentukan Sikap Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Keperilakuan Dalam Menggunakan E-Commerce. *Reviu Akuntansi, Keuangan, Dan Sistem Informasi*, 2(1), 111–125.
- Linda Novita, N., & Giantari, I. (2016). Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Niat Menggunakan Internet Banking Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1513–1541.
- Lutfi, A., Alkelani, S. N., Al-Khasawneh, M. A., Alshira'h, A. F., Alshirah, M. H., Almaiah, M. A., Alrawad, M., Alsyoud, A., Saad, M., & Ibrahim, N. (2022). Influence of Digital Accounting System Usage on SMEs Performance: The Moderating Effect of COVID-19. *Sustainability (Switzerland)*, 14(22), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su142215048>
- Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3–9. <https://doi.org/10.1177/0146167292181001>
- Manzari, M. (2008). Intention to Use Internet Reservation Systems by Iranian Airline Passengers. *Technology*.
- Marhaini. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Komputer Merek Acer* 2. 16(1), 1–23.
- Monica, N., & Tama, A. I. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 8(1), 29–44. <https://doi.org/10.33558/jrak.v8i1.803>
- Nicholas Otu Mantey, Rene Charlotte Nkrumah, & Massouko Traore. (2024). Factors

- influencing the adoption of Electronic Commerce among Small and Medium Scale Enterprises in Ghana. *Wisconsin Journal of Arts and Sciences*, 6(1), 25–38. <https://wiuc-ghana.edu.gh/wisconsin-journal>
- Panjawa, J. L., & Sugiharti, R. (2021). Pengantar Ekonometrika Dasar Teori dan Aplikasi Praktis untuk Sosial-Ekonomi. In *Pengantar Ekonometrika Dasar Teori dan Aplikasi Praktis untuk Sosial-Ekonomi*. Pustaka Runah C1nta. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Ekonometrika_Dasar_Teori_dan_A/iRdbEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Priyatma, J. E. (2022). The Impact of Perceived Usefulness and Perceived Ease-Of-Use on Repurchase Intention of Online Shopping App User. *International Journal of Social Science And Human Research*, 05(10), 4764–4769. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v5-i10-49>
- Puspaningtiyas, I. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce*. http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/51398%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/51398/16/NASKAH_PUBLIKASI.pdf
- Putri Budiastuti, A. D., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9, 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/29074%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/download/29074/24586>
- Rahadi, D. R., & Farid, M. (2021). Analisis Variabel Moderating. In *CV. Lentera Ilmu Mandiri* (Vol. 7, Issue 2).
- Rahayu, P. M. F., & Dharma Suputra, I. D. G. (2019). Pengaruh Penggunaan SIA dan TI Terhadap Kinerja Individual dengan Kemampuan Teknik Pemakai sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 1. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p01>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6 ed.). Salemba Empat. <http://library.usd.ac.id/web/index.php?pilih=search&p=1&q=0000138401&go=Detail>
- Setiadewi, D., & Kaukab, M. E. (2022). Faktor Determinan Perilaku Bertransaksi Pada E-Commerce. ... *Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan* ..., 2, 1–19. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/view/3460%0Ahttps://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/download/3460/1959>
- Setiawan, Y., & Sugiharti, H. (2024). *Analisis Minat Menggunakan E-Commerce Pada Wirausaha Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia*. 15(1), 21–27.

- Siwi, M. K., Ritonga, M., Sofia, N., & Santoso, M. H. (2023). *The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Internet Self-efficacy, Subjective Norms and Behavioral Control on Online Purchasing Decisions* (Vol. 1). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-158-6_46
- Sriwardany, S., Fadhillah, D. D., & Ichsan, F. (2023). Peran Perceived Usefulness dalam Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce Terhadap Performa UMKM Milenial Kota Medan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 08(01), 1–13. <http://jak.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/25>
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Manajemen* (3rd ed.). Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta Pustaka Baru. <https://lib.atim.ac.id/opac/detail-opac?id=2148>
- Suyono. (2015). Analisis Regresi Untuk Penelitian. In *Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- Ustman, & Sri Wahyuni, D. (2023). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Kepatuhan Pajak Umkm Di Pamekasan. *Aktiva : Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 8(2), 134–143. <https://doi.org/10.53712/aktiva.v8i2.2235>
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Issue March). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Wulandari, R., & Susanti, D. N. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Product Features dan Reference Group Terhadap Keputusan Penggunaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(2), 199–211. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i2.442>
- Yolanda, A. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce. In *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi dan Komputerisasi Akuntansi* (Vol. 8, Issue 1). <https://doi.org/10.33558/jrak.v8i1.803>
- Yuni Rasniati, N. N., Ayu Kusumawati, N. P., & Andayani W, R. D. (2022). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Dan Perceived of Usefulness Terhadap Penggunaan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android. *Hita Akuntansi Dan Keuangan*, 3(3), 260–269. <https://doi.org/10.32795/hak.v3i3.2922>
- Yuscintara, B. A., & Hendrani, A. (2022). Pengaruh e-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap efektivitas kinerja keuangan pada pelaku UMKM di Tangerang. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 257–263. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2265>
- Zudiah, H. A. R., Tyroni Mursityo, Y., & Cahya Astriya Nugraha, D. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intention To Use Pada Aplikasi Tokopedia

Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Termodifikasi. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi, Dan Edukasi Sistem Informasi*, 5(1), 50–61. <https://doi.org/10.25126/justsi.v5i1.398>