

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PERILAKU
PENGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE
PADA APLIKASI SHOPEE**

**(Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Malang & Universitas
Negeri Malang)**

Riski Lasiba*, Nur Diana, Afifudin*****

Email : lasibarizky@gmail.com

Universitas Islam Malang

ABSTRACT

This study aims to analyze factors that influence the behavioral interest of users of e-commerce-based accounting information systems on the shopee application. This research is a quantitative study using primary data obtained from questionnaires and measured using a Likert Scale 1-5. The population in this study were students of the Islamic University of Malang and the State University of Malang. Sampling using purposive sampling with as many as 100 respondents. This data uses SPSS 25 analysis technique for windows. The results showed that Perceived ease of use, usefulness, and risk have a Simultaneous effect (F) on the behavioral interest of users of e-commerce-based accounting information systems in the Shopee application. Perceived ease of use positively impacts the behavioral interest of users of e-commerce-based accounting information systems on the Shopee application. Perceived usefulness positively affects the behavioral interest of users of e-commerce-based accounting information systems in the Shopee application. Perceived risk does not affect the behavioral interest of users of e-commerce-based accounting information systems in the Shopee application.

Keywords: *perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, interest in user behavior, and accounting information systems*

PENDAHULUAN

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih mampu membantu untuk memudahkan segala pekerjaan atau aktivitas yang diperlukan oleh manusia. Salah satunya masyarakat dapat merasakan fasilitas dalam berkegiatan sehari-hari seperti belanja di *e-commerce* dan kegiatan lain seperti komunikasi, penelitian, transaksi komersial, dan masih banyak lagi. Sebagian besar masyarakat Indonesia mulai menyadari bahwa memiliki akses internet cukup membantu karena dapat diakses kapan saja dan dari lokasi mana saja (Sarastila & Kustanti, 2021).

E-commerce adalah bagian dari *e-lifestyle* yang memungkinkan transaksi perdagangan dilakukan secara online dari berbagai perspektif (Hidayat, 2008). *E-commerce* adalah kegiatan bisnis yang menggunakan teknologi elektronik untuk menghubungkan bisnis, konsumen, dan masyarakat umum melalui transaksi elektronik dan penjualan barang, jasa, dan informasi (Munawar, 2009).

Penggunaan media jual beli online dalam melakukan transaksi sangat diminati masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswi yang melakukan kegiatan bisnis online. Menurut laporan AppsFlyer, 'The State of Shopping App Marketing Edisi 2020', waktu yang dihabiskan pelanggan Indonesia di *platform e-commerce* naik 70%. Vietnam dan Thailand masing-masing berada di urutan kedua dan ketiga, dengan tingkat pertumbuhan 30 persen pada Februari-Juni. Saat ini terjadi bersamaan dengan pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Pentingnya penelitian ini bermula dari perkembangan transaksi bisnis berbasis *e-commerce*. Karena pelanggan mengirimkan informasi pribadi mereka ke dalam catatan informasi *e-commerce* dan menggunakannya untuk melakukan transaksi online, sangat penting untuk membangun kepercayaan klien. Oleh karena itu, diperlukan sistem pencatatan akuntansi berbasis teknologi baru dengan keamanan yang kuat, sehingga klien tidak perlu khawatir bertransaksi melalui *e-commerce*. Catatan akuntansi yang telah memasukkan teknologi internet dalam transaksinya dikenal sebagai catatan akuntansi keuangan dalam *e-commerce* berbasis teknologi informasi.

Sistem informasi akuntansi yang terlihat pada media *e-commerce* dapat membantu pengguna menjadi lebih produktif. Sistem informasi akuntansi merupakan salah satu bidang akuntansi yang banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi (Kurnia, 2015). Menurut Dagiliene (2019) Perilaku manusia dalam sistem informasi akuntansi tidak selalu menerima sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Penelitian ini diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat perilaku pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi shopee.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang efektif untuk memprediksi kesediaan individu untuk menerima teknologi (Davis, 1989). Ada dua konstruksi utama dalam model TAM yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) (Jogiyanto, 2007). Adapun berbagai elemen eksternal, seperti risiko, yang dapat digunakan untuk mengetahui minat perilaku pengguna selain *Technology Acceptance Model*

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Oktapiani dan Rosario (2020) melakukan penelitian dengan yang berjudul " Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)". Menunjukkan hasil variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* & *Actual Use* tidak berpengaruh terhadap minat pengguna Brimo. Sedangkan variabel *Perceived Enjoyment* berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi Brimo.

Budiastuti & Muid (2020) melakukan penelitian yang berjudul " Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)". Menunjukkan hasil *Perceived Usefulness*, *Perceived risk* menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut tidak berpengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna sistem informasi akuntansi sedangkan *Perceived Ease of Use*, *Attitude Towards Using* memiliki pengaruh positif yang signifikan.

Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model adalah salah satu model yang telah dikembangkan untuk mengevaluasi dan memahami elemen-elemen yang telah mempengaruhi penerimaan teknologi tersebut. Fred D. Davis pertama kali mengusulkan model penerimaan teknologi (TAM) pada tahun 1986 (Sarce, 2019)

Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Weygandt et al (2007:395) Sistem informasi akuntansi menggabungkan dan mengolah data transaksi dan mengkomunikasikan informasi keuangan kepada penerima tertentu. Sistem ini dianggap sebagai komponen penting dari lembaga keuangan di seluruh dunia. Solusi ini terutama berbasis perangkat lunak dan dapat diintegrasikan ke dalam solusi teknologi informasi (TI) perusahaan.

Perceived Ease of Use

Davis et al (2000) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan bahwa dalam penggunaan teknologi tersebut adalah sebagai tingkat keyakinan individu bahwa dalam menggunakan suatu sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang sungguh – sungguh atau *effort* yang tinggi ketika menggunakannya.

Perceived Usefulness

Menurut Jogiyanto (2008) persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan manfaat penggunaan yang diartikan jika pengguna percaya bahwa teknologi tersebut berharga, sehingga para pengguna teknologi tersebut akan ketergantungan dalam menggunakannya ketika beraktifitas .

Perceived Risk

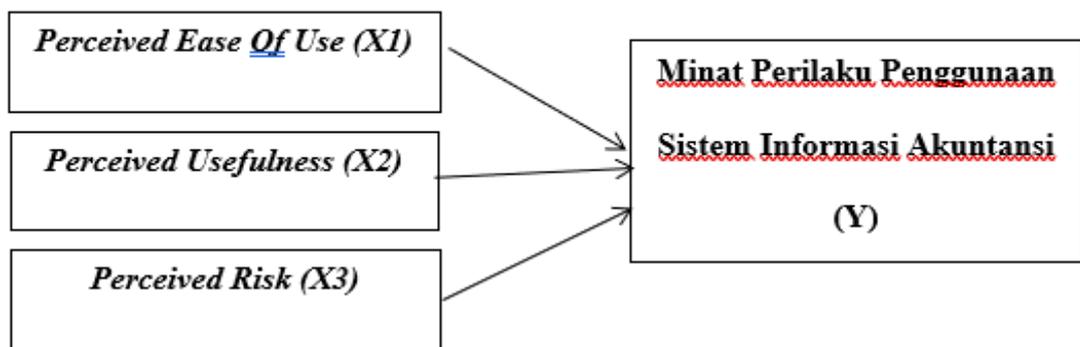
Menurut Hartono (2012:63) persepsi risiko (*perceived risk*) didefinisikan sebagai suatu keyakinan konsumen tentang ketidakpuasan dan dampak negatif ketika terlibat dalam aktivitas tertentu.

Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

Minat perilaku, menurut (Farizi (2016) didefinisikan sebagai tingkat keinginan seseorang untuk terlibat dalam berbagai perilaku. Sejauh mana seseorang menggunakan suatu teknologi dapat ditentukan oleh sikap dan perhatiannya terhadap teknologi, yang menginspirasinya untuk terus menggunakannya serta berkeinginan untuk memotivasi pengguna lain untuk menggunakan teknologi tersebut (Sarce, 2019).

Kerangka Konseptual

Gambar 1 Kerangka Konseptual



H₁ : *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk* berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*

H_{1a} : Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*

H_{1b} : Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*

H_{1c} : Persepsi Risiko (*Perceived Risk*) berpengaruh signifikan terhadap minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis *E-commerce*

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian yaitu mahasiswa aktif angkatan 2018 prodi akuntansi FEB Universitas Islam Malang & Universitas Negeri Malang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif angkatan 2018 prodi akuntansi FEB Universitas Islam Malang & Universitas Negeri Malang
2. Mahasiswa yang sudah menempuh mata kuliah sistem informasi akuntansi
3. Mahasiswa yang telah melakukan transaksi menggunakan *marketplace* pada aplikasi shopee.

Sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yang dimaksud pada penelitian ini yaitu penggunaan aplikasi shopee mulai dari proses pemesanan barang sampai barang diterima oleh pengguna.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdapat variabel dependen & variabel independen. Variabel dependen pada penelitian yaitu minat perilaku pengguna sistem informasi akuntansi (Y) dan variabel independen adalah *Perceived Ease Of Use* (X1), *Perceived Usefulness* (X2), *Perceived Risk* (X3).

Metode Analisis Data

Metode analisis yang mendukung dalam penelitian ini yaitu: Analisis Regresi Linier Berganda, Statistik Deskriptif, Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Normalitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas) dan Uji Hipotesis (Uji Simultan (F), Uji Determinasi (R^2), dan Uji Parsial (t)) dengan menggunakan aplikasi data SPSS 25

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Analisis Data

Mahasiswa Aktif Angkatan 2018 Program Studi Akuntansi Universitas Islam Malang dan Universitas Negeri Malang dengan jumlah total sampel yang diperoleh dari mengisi kuesioner *Google Form* sebanyak 83 sampel. Dengan rincian sebanyak 51 responden dari Universitas Islam Malang & 32 responden Universitas Negeri Malang.

Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
perceived ease of use	83	2	5	4.27	.523
perceived usefulness	83	2	5	4.29	.539
perceived risk	83	1	5	3.49	.654
minatperilakupenggunasia	83	1	5	4.44	.489
Valid N (listwise)	83				

(Sumber: Data primer olahan SPSS, 2022)

Kesimpulan dari hasil analisis deskriptif tersebut adalah:

1. Variabel *Perceived ease of use* yaitu memiliki nilai rata-rata 4.27; standar deviasi 0,523; nilai minimum 2; dan nilai maksimum 5.
2. Variabel *Perceived usefulness* yaitu memiliki nilai rata-rata 4.29; standar deviasi 0,539; nilai minimum 2; dan nilai maksimum 5.
3. Variabel *Perceived risk* yaitu memiliki nilai rata-rata 3.49 standar deviasi 0,654; nilai minimum 1; dan nilai maksimum 5.
4. Variabel Minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi yaitu

memiliki nilai rata-rata 4.44 standar deviasi 0,489 ; nilai minimum 1; dan nilai maksimum 5.

Hasil Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dapat dikatakan valid apabila nilai $R_{hitung} >$ dari R_{tabel} . Berdasarkan hasil uji validitas semua item pernyataan dari variabel *perceived ease of use*, variabel *perceived usefulness*, variabel *perceived risk* dan variabel minat perilaku pengguna sia yang menunjukkan hasil sebanyak 22 butir pernyataan dan hasil setiap butir pernyataan menunjukkan nilai $r_{hitung} >$ r_{tabel} (0,215) sehingga semua data valid.

2. Uji Reliabilitas

Dengan metode koefisien *Cronbach's alpha* variabel data dikatakan reliabel jika nilai koefisien *Cronbach's alpha* $>$ 0,6. Sehingga berdasarkan hasil uji dari variabel *perceived ease of use* 0,823, variabel *perceived usefulness* 0,808, variabel *perceived risk* 0,783, dan variabel minat perilaku pengguna sia 0.801 memiliki *Cronbach's alpha* $>$ 0,6. sehingga disimpulkan data tersebut reliabel.

3. Uji Normalitas

		<i>perceived ease of use</i>	<i>perceived usefulness</i>	<i>perceived risk</i>	Minat perilaku pengguna sia
N		83	83	83	83
Normal Parameters ^a	Mean	4.27	4.29	3.49	4.44
	Std. Deviation	.523	.539	.654	.489
Most Extreme Differences	Absolute	.120	.111	.130	.142
	Positive	.098	.095	.121	.123
	Negative	-.120	-.111	-.130	-.142
Kolmogorov-Smirnov Z		1.089	1.012	1.187	1.295
Asymp. Sig. (2-tailed)		.186	.258	.120	.070

a. Test distribution is Normal.

Pada penelitian ini menunjukkan hasil pada setiap variabel yaitu *Perceived ease of use*(X1) mempunyai nilai kolmogorov-smirnov Z yaitu 1,089 dan nilai sig sebesar 0,186, *Perceived usefulness* (X2) mempunyai nilai kolmogorov-smirnov Z yaitu 1,012 dan nilai sig sebesar 0,258, *Perceived risk* (X3) mempunyai nilai kolmogorov-smirnov Z yaitu 1,187 dan nilai sig sebesar 0,120, dan Minat perilaku penggunaan sia (Y) mempunyai nilai kolmogorov-smirnov Z yaitu 1,295 dan nilai sig sebesar 0,070 sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas diperoleh nilai *tolerance* dan VIF yaitu :

1. Perceived ease of use 0,991 dan 1,009
2. Perceived usefulness 0,907 dan 1,103
3. Perceived risk 0,913 dan 1,095

Sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF <10 maka analisis regresi tersebut dapat dilanjutkan karena tidak terjadi Multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Dengan menggunakan uji Glejser maka nilai signifikansi dari masing-masing variabel yaitu :

1. *Perceived ease of use* (X1) 0,948
2. *Perceived usefulness* (X2) 0,066
3. *Perceived risk* (X3) 0,105

Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai dari masing-masing variabel independen tersebut memiliki nilai lebih dari 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

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

$$Y = 10,340 + 0,196X_1 + 0,233 X_2 + 0,045 X_3 + e$$

Sign 0,021 sign 0,008 sign 0,595

Keterangan :

Y = Minat perilaku penggunaan sia

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi *perceived ease of use*

b₂ = Koefisien regresi *perceived usefulness*

b₃ = Koefisien regresi *perceived risk*

X₁ = *Perceived ease of use*

X₂ = *Perceived Usefulness*

X₃ = *Perceived risk*

e = *error*

Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.211	3	30.404	5.414	.002 ^a
	Residual	443.680	79	5.616		
	Total	534.892	82			

a. Predictors: (Constant), perceived risk, perceived ease of use, perceived usefulness

Sumber: Data primer olahan SPSS, 2022)

Berdasarkan hasil tabel tersebut diperoleh nilai F hitung sebesar 5.414 dengan nilai sig 0,002 nilai sig lebih kecil dari 0,05 yang artinya H₀ ditolak dan H₁ diterima.

2. Hasil Uji R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.413 ^a	.171	.139	2.370

(Sumber: Data primer olahan SPSS, 2022)

Nilai *Adjusted R square* yaitu 0,139 atau sebesar 13,9%. Dapat diartikan bahwa variabel bebas (*perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived risk*) dalam menjelaskan variabel terikat (minat perilaku pengguna sistem informasi

akuntansi) sebesar 13,9%. Sedangkan persentase 86,1% dijelaskan oleh variabel lain.

3. Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	10.340	2.959		3.494	.001
	perceived ease of use	.196	.083	.242	2.346	.021
	perceived usefulness	.233	.086	.291	2.702	.008
	perceived risk	.045	.084	.057	.533	.595

a. Dependent Variable: minat perilaku pengguna sia
 (Sumber: Data primer olahan SPSS, 2022)

a. Pengaruh persepsi kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) (X1) terhadap Minat perilaku pengguna sistem informasi akuntansi (Y)

Hasil uji variabel persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) (X1) nilai t uji sebesar 2,346 dan nilai signifikan $0,021 < 0,05$ maka H1a di teriman dan H0 ditolak. Dengan pernyataan bahwa variabel persepsi kemudahan(*perceived ease of use*) (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat perilaku pengguna sistem informasi akuntansi pada aplikasi shopee (Y). Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tyas & Darma, 2017)

b. Pengaruh persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) (X2) terhadap Minat perilaku pengguna sistem informasi akuntansi (Y)

Hasil uji variabel persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) (X2) nilai t uji sebesar 2,702 dan nilai signifikan $0,008 < 0,05$ maka H1b diterima dan H0 ditolak. Dengan pernyataan bahwa variabel persepsi kegunaan(*perceived usefulness*) (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat perilaku pengguna sistem informasi akuntansi pada aplikasi shopee (Y). Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Bangkara et al, 2016).

c. Pengaruh persepsi risiko (*Perceived Risk*) (X3) terhadap minat perilaku pengguna sistem informasi akuntansi (Y)

Hasil uji variabel persepsi risiko (*perceived risk*) (X3) nilai t uji sebesar 0,533 dan nilai signifikan $0,595 > 0,05$ maka H1c ditolak dan H0 di terima. Dengan pernyataan bahwa variabel persepsi risiko (*perceived risk*) (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat perilaku pengguna sistem informasi akuntansi pada aplikasi shopee (Y). Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Budiastuti, 2020)

SIMPULAN

Secara simultan :

Perceived ease of use, *perceived usefulness*, dan *perceived risk* berpengaruh secara simultan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

Secara parsial :

1. *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.
2. *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.
3. *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

KETERBATASAN

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya menggunakan tiga variabel sehingga pasti masih banyak faktor lain yang bisa lebih di eksplor oleh peneliti lain.
2. Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner yang masih mempunyai kelemahan yaitu seperti kurang telitnya responden dalam menjawab dan jawaban tersebut sering tidak valid.
3. Nilai adjusted R Square pada penelitian ini hanya sebesar 0,139 atau 13,9% dengan Variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived risk* yang digunakan untuk mengetahui terhadap pengaruh minat perilaku pengguna sistem informasi akuntansi pada aplikasi shopee.

SARAN

Berdasarkan dari keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini, maka saran-saran yang bisa diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya tidak memakai hanya tiga variabel karena masih banyak variabel yang bisa mempengaruhi minat perilaku pengguna sistem informasi akuntansi pada aplikasi shopee seperti kepercayaan, *attitude towards using* dan variabel faktor eksternal yang lain seperti kerumitan, kompatibilitas, jenis kelamin dan sebagainya.
2. Diharapkan pihak shopee dapat meningkatkan penjelasan mengenai kebijakan aplikasi shopee agar para pengguna aplikasi shopee tertarik untuk membaca kebijakan tersebut sehingga terhindar dari risiko nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikara, M. A. ., Maslichah, Diana, N. ., & Basjir, M. . (2022). Organizational Performance in Environmental Uncertainty on the Indonesian Healthcare Industry: A Path Analysis. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 11(2), 365. <https://doi.org/10.36941/ajis-2022-0058>
- Anugrah, I. M. A., & Prianthara, I. B. T. (2018). Pengaruh Bisnis E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Terhadap Kebutuhan Jasa Audit E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Akuntansi & Bisnis*, 3(2), 197–208..
- Budiasuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1–10. <http://ejournal.s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Budiantara, M.; Gunawan, Hamzah; Utami, Endang Sri. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust in Online Store, Perceived Risk sebagai Pemicu Niat Beli Online pada Produk UMKM “Made in Indonesia” Melalui Penggunaan E-Commerce Marketplace. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 2019, 5.1: 19-27.
- Bodnar, George H dan William S. Hopwood. 2006. *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi 9, Andi, Yogyakarta

- Davis, F. D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology", *MIS Quarterly*. Vol. 13, No. 3, hal.319-339
- Devina, S, 2016 . Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kecepatan, keamanan, dan kerahasiaan serta kesiapan teknologi informasi wajib pajak terhadap penggunaan *e-filing* bagi wajib pajak orang pribadi di Kota Tangerang Kecamatan Karawaci. *Ultima Accounting*, Vol. 8, No1
- Dewi, N., & Warmika, I. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *None*, 5(4), 251442.
- Fahmi Ahmad Burhan. (2020, September 1). *Dipicu Corona, Shopee Cetak 260 Juta Transaksi dalam Tiga Bulan - E-commerce Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f4e3e3c71d4b/dipicu-corona-shopee-cetak-260-juta-transaksi-dalam-tiga-bulan>
- Farizi, H., & Syaefullah. (2014). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2(1), 1–18.
- Fitri Millennia. (2019, September 3). *E-Commerce Memiliki Sistem Informasi Akuntansi yang Sangat Mudah - Kompasiana.com*. <https://www.kompasiana.com/millenniafitri/5d6e780b097f36319d46cf43/e-commerce-memiliki-sistem-informasi-akuntansi-yang-sangat-mudah>
- Febriyanto, N. 2019. "Persepsi Masyarakat Kota Semarang Dalam Menggunakan *E-Money*". Skripsi. Fakultas Ekonomi
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan ed. rev*. Yogyakarta: Andi.
- Davis, F.D. & Venkatesh, V. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model four longitudinal field studies. *Management science*: 46(2), 186-204.
- Kurnia, P., & Irawati, Y. (2014). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Keahlian Komputer Terhadap Sistem Informasi Akuntansi Pada Rumah Sakit Swasta Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 1(2), 1–15.
- Mandasari, C. S., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan kualitas layanan terhadap kepuasan untuk membangun loyalitas. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(6), 3637-3664.
- MF Arrozi Adhikara, Maslichah, Nur Diana, 2014, Qualitative characteristics of accounting information in the belief revision of the users for the securities prospects in Indonesia Stock Exchange (IDX), *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, Volume 7 Issue 1, pp 91-104
- Munawar, 2009, Berdagang Secara Online Atau Direct selling "Get And Deliver", Gava Media, Yogyakarta.
- Nur Diana Adhikara, 2018, Financial accounting standards for micro, small & medium entities (sakekm) implementation and factors that affect it. *JEMA*, Volume 15 Isu 2, pp 134-143
- Nuryahya, E., Ichšana, Y., & Andini, K. M. (2019). Perilaku Pengguna Sistem Informasi Akuntansi E-Commerce. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(3), 502–515. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2019.10.3.29>
- Oktapiani, Y., Rosario, M., & Nehemia, A. (2020). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi*, 2(3), 249-260.

- Pramiswari, D. A. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi*, 2017(1), 261–28
- Santoso, S. A. (2018). *NIAT BELI ULANG KONSUMEN PADA E-MARKETPLACE SHOPEE (STUDI EFEKTIVITAS PENGGUNAAN LIVE CHAT)*.
- Sarastila, C., & Kustanti, A. (2021). Model penerimaan teknologi dan kepercayaan konsumen Terhadap minat beli tanaman hias melalui E-Commerce saat Pandemi Covid *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 17(2), 13–26.
<https://54.254.27.92/index.php/jsep/article/view/14555>
- Sarce, Malisah, A., & Junaidi. (2019). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Intensi Menggunakan Internet Banking Berbasis Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Empiris Terhadap Nasabah Bank BCA di Kota Malang). *E-Jra*, 08(05), 109–119.
- Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment*, dan *Actual Usage* Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 25–35.

*) **Riski Lasiba** adalah Alumni Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

***) **Nur Diana** adalah Dosen Tetap Universitas Islam Malang

****) **Affudin** adalah Dosen Tetap Universitas Islam Malang