

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*
DAN SIKAP TERHADAP MINAT PERILAKU SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE***

(Studi empiris pada PT Lazada Indonesia)

Tiara Ayu Anjani

11150000215

Jurusan Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

STIE INDONESIA

ayuanjanitiara19@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan Sikap terhadap Minat Perilaku Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif pendekatan kuantitatif deskriptif. Aplikasi olah data yang digunakan adalah SPSS versi 22.00. Populasi dari penelitian ini adalah semua pihak atau karyawan yang bekerja bagian sistem informasi akuntansi di Lazada. Sampel ditentukan berdasarkan metode *non probability sampling* dengan jumlah 35 responden dan analisis data diukur dengan menggunakan metode berbasis regresi linier berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner.

Hasil penelitian membuktikan bahwa (1) *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat perilaku sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*; (2) *Perceived Ease Of Use* terbukti memberi pengaruh terhadap minat perilaku sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*; (3) Sikap terbukti memberi pengaruh terhadap minat perilaku sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*; (4) *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, dan sikap berpengaruh secara simultan terhadap minat perilaku sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*.

Kata Kunci : Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use , Sikap, dan Minat Perilaku Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce.

1. PENDAHULUAN

Sistem informasi merupakan serangkaian prosedur formal pengumpulan data untuk diproses menjadi informasi dan didistribusikan kepada para pengguna (Hall, 2009:9). Salah satu jenis dari sistem informasi adalah Sistem Informasi Akuntansi (SIA). SIA adalah kumpulan (integritas) dari sub-sub sistem/komponen baik fisik maupun nonfisik yang saling berhubungan dan bekerja sama satu sama lain secara harmonis untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan. Penggunaan SIA dapat dibagi dalam dua kelompok besar, yaitu penggunaan eksternal dan internal. Pengguna eksternal mencakup pemegang saham, investor, kreditor, pemerintah, pelanggan, pemasok, dan masyarakat secara keseluruhan (Susanto 2017:80).

Masyarakat memilih bertransaksi dengan menggunakan *e-commerce* karena berbagai macam alasan. Masyarakat sebagai pengguna eksternal, melakukan *e-commerce* dapat membuat waktu bertransaksi menjadi lebih singkat. Gaya hidup yang praktis dan jadwal yang padat merupakan beberapa faktor pendorong penggunaan *e-commerce* (Dolatabadi dan Ebrahimi, 2010) dalam Hardanti, dan Sarawati (2013).

E-commerce baru dikenal pada tahun 1996 dan sekarang tumbuh di Indonesia menjadi kekuatan ekonomi baru yang semakin berkembang. Rachadian (2012:89) mengemukakan peluang berkembangnya *e-commerce* sangat terbuka di Indonesia. Pertama, jumlah penduduk yang banyak, sehingga menjadi potensi pasar yang sangat luas. Kedua, geografis Indonesia yang berbentuk kepulauan dan tersebar membuat *e-commerce* berkembang menjadi sistem yang memungkinkan setiap orang di Indonesia dapat melakukan transaksi tanpa harus meninggalkan kota tempat tinggalnya. Satu-satunya cara agar dapat bertransaksi menggunakan *e-commerce* adalah dengan penggunaan internet.

Hardanti dan Saraswati (2012) berpendapat bahwa minat berperilaku seseorang untuk menggunakan SIA berbasis *e-commerce* ditentukan oleh kontrol perilaku persepsian dan kegunaan persepsian. Kegunaan persepsian mempengaruhi minat berperilaku dikarenakan keyakinan persepsi seseorang, dengan menggunakan SIA berbasis *e-commerce* akan meningkatkan kinerjanya.

Berdasarkan masalah pokok penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *perceived usefulness* (kegunaan persepsian) berpengaruh terhadap minat perilaku sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
2. Apakah *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan persepsian) berpengaruh terhadap minat perilaku sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
3. Apakah sikap berpengaruh terhadap minat perilaku sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?
4. Apakah *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan sikap berpengaruh terhadap minat perilaku sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*?

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Review Hasil Penelitian Terdahulu*

Monica dan Tama (2017) melakukan penelitian mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, norma subjektif dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *electronic commerce* mengemukakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-commerce*. Hal ini dapat diartikan kemanfaatan penggunaan teknologi informasi dapat diketahui dari kepercayaan penggunaan teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi, dengan suatu kepercayaan bahwa teknologi informasi tersebut memberikan kontribusi positif untuk penggunaannya. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *ecommerce*. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem dibuat bukan untuk menyulitkan penggunaannya.

Novitasari (2016) melakukan penelitian mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi minat perilaku menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* mengemukakan bahwa kegunaan persepsian berpengaruh terhadap minat berperilaku menggunakan sistem berbasis *e-commerce* hasil ini dapat dijelaskan bahwa, sebagian responden berasumsi dengan menggunakan sistem berbasis *e-commerce* akan meningkatkan produktivitasnya, sehingga sebagian besar responden menggunakan sistem untuk mendapatkan penghasilan atau mempermudah kinerja.

Arisman dan Monica (2018) menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap penggunaan akhir *software* akuntansi disebabkan hal ini menunjukkan bahwa jika pengguna sistem informasi merasakan manfaat atas sistem yang digunakan sistem tersebut, maka mereka akan merasa puas menggunakan sistem tersebut, dan semakin tinggi *perceived usefulness*, akan semakin meningkat kepuasan pengguna *software* akuntansi.

Pahlevi, Nurhayati dan Elly (2017) melakukan penelitian mengenai pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap kualitas sistem informasi akuntansi yang diteliti mengemukakan bahwa penggunaan *e-commerce* pada UKM di Kota Bandung berdasarkan analisis deskriptif tergolong dalam katagori baik. Kualitas sistem informasi akuntansi yang digunakan oleh UKM di Kota Bandung berdasarkan analisis deskriptif tergolong dalam kategori baik. Penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas sistem informasi akuntansi, artinya semakin baik penggunaan *e-commerce* maka kualitas sistem informasi akuntansi akan meningkat.

2.2 Landasan Teori

2.2.1. *Technology Acceptance Model*

Tujuan TAM lebih dikhususkan untuk menjelaskan perilaku para pengguna komputer (*computer usage behavior*). TAM menggunakan TRA sebagai dasar teorikal untuk menspesifikasi hubungan kausal antara dua kunci kepercayaan

(*belief*) yaitu persepsi manfaat (*Perceive Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceive Ease of Use*).

Pada intinya model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pemakai akan menentukan sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi informasi. TAM yang orisinal sesungguhnya menyatakan bahwa penerimaan pemakai itu ditentukan oleh dua hal, yakni kesadaran akan kegunaan dan kesadaran akan kemudahan dari penggunaan. Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh kemanfaatan dan kemudahan penggunaan (Fradana, 2011).

2.2.2. *Perceived Usefulness*

Jogiyanto (2007:114) mengemukakan bahwa *Perceived usefulness* (persepsi kegunaan) secara umum didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

2.2.3. *Perceived Ease of Use*

Davis (1989:320) mengemukakan bahwa *Perceived Ease of Use* (Persepsi kemudahan penggunaan) merupakan suatu tingkat atau keadaan di mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). Hal ini merujuk pada definisi dari “kemudahan” yaitu bebas dari kesulitan atau usaha yang berat. Usaha merupakan sumber yang terbatas yang akan dialokasikan seseorang pada sebuah aktivitas sebagai bentuk dari tanggung jawab.

Brown (2002) dalam Aditya Fradana (2011) mengemukakan bahwa teknologi yang mempunyai perintah-perintah yang mudah ditemukan dan mudah dimengerti akan mempengaruhi persepsi seseorang bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Beberapa penelitian dalam konteks TAM, persepsi kemudahan penggunaan akan terlihat mempengaruhi perilaku melalui dua jalur, berpengaruh langsung pada perilaku dan berpengaruh secara tidak langsung pada perilaku melalui persepsi kemanfaatan.

2.2.4. Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* dan Perilaku

Wong (2010:53) mengemukakan bahwa SIA berbasis *e-commerce* adalah SIA yang sudah memanfaatkan teknologi internet dalam pemrosesan transaksi. Secara umum keuntungan dari penggunaan SIA berbasis *e-commerce* dapat meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan berbagai pihak.

2.2.5. Sikap

Sikap adalah sebagai jumlah dari *afeksi* (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual dalam skala evaluatif dua kutub, misalnya baik atau jelek; setuju atau menolak, dan lainnya. (Jogiyanto 2008:65).

2.2.6. Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi merupakan kumpulan sumber daya, seperti manusia dan peralatan, yang dirancang untuk mengubah data keuangan dan data

lainnya ke dalam informasi. Informasi tersebut dikomunikasikan kepada para pembuat keputusan (George dan William 2006:1).

2.2.7. E-commerce

E-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. (Wong 2010:33).

2.3 Pengaruh antar Variabel Penelitian dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Pengaruh *Perceived usefulness* Terhadap Minat Keperilakuan

Yutadi (2015) mengemukakan bahwa minat penggunaan *e-commerce*, persepsian kegunaan berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan *e-commerce*.

2.3.2. Pengaruh *Perceived ease of use* Terhadap Minat Keperilakuan

Mubiyantoro dan Syaafullah (2014) mengemukakan bahwa pengaruh persepsi terhadap sikap penggunaan *mobile banking*, menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*.

2.3.3. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Keperilakuan

Engel *et. al* dalam Latief (2011) mengemukakan bahwa dalam memutuskan merek apa yang akan dibeli, atau toko mana untuk dijadikan langganan, konsumen secara khas memilih merek atau toko yang dievaluasi secara paling menguntungkan. Minat untuk menggunakan kembali dan membentuk perilaku untuk menggunakan kembali dan membentuk perilaku untuk menggunakan suatu barang atau jasa dapat tercapai apabila konsumen telah membentuk sikap yang positif terhadap suatu barang atau jasa

2.4. Hipotesis Penelitian

Ketika suatu proposi dirumuskan untuk pengujian empiris, kita menyebutnya sebagai hipotesis. Sebagai sebuah pernyataan deklaratif mengenai hubungan antara dua variabel atau lebih, sebuah hipotesis bersifat tentatif dan terkaan. Hipotesis juga bisa digambarkan sebagai pernyataan di mana kita menetapkan variabel pada kasus (Cooper dan Schindler, 2006).

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan, maka penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

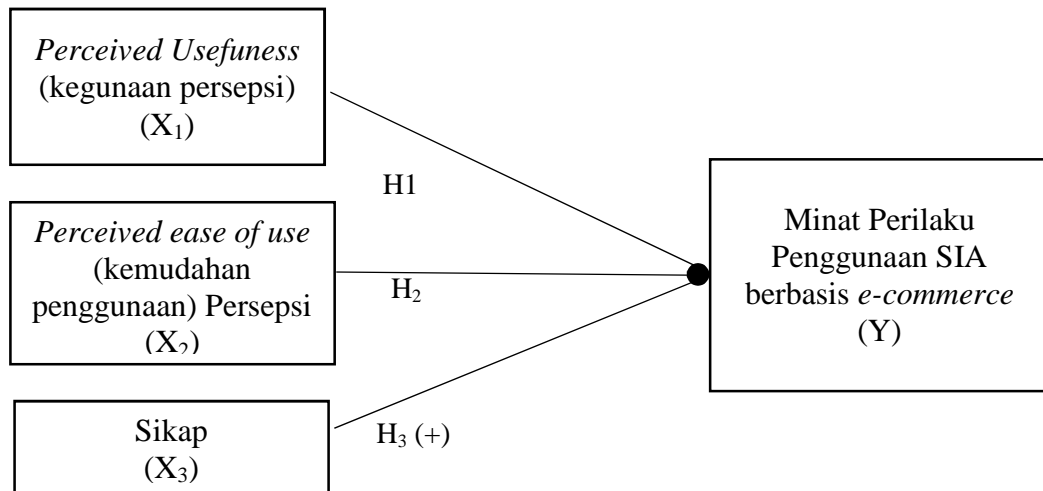
H₁ : Kegunaan persepsian berpengaruh terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*

H₂ : Kemudahan penggunaan persepsian berpengaruh terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*

H₃ : Sikap berpengaruh terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*

2.5. Kerangka Konseptual Penelitian

Secara sistematis kerangka pemikiran berdasarkan landasan teori di atas dapat dilihat pada gambar 2.3 sebagai berikut:



Gambar 2.3. Kerangka Konseptual

3. METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif atau jenis penelitian lapangan dengan maksud untuk menguji hipotesis yaitu mengungkap situasi atau variabel sesuai dengan keadaan yang ada pada saat penelitian ini dilaksanakan. Hubungan Kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang mempunyai hubungan sebab akibat terhadap variabel lainnya (Sugiyono, 2012:59).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pihak atau karyawan yang bekerja bagian sistem informasi akuntansi di Lazada sebanyak 35 orang.

3.2.2. Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh, sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus (Sugiyono 2002: 61 - 63).

3.3. Data Dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Peneliti memilih kuesioner sebagai alat yang digunakan, diperoleh dari terjun langsung kelapangan dengan objek penelitian.

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Sumber data penelitian berasal dari observasi dan kuesioner. Penelitian dilakukan di Kantor PT Lazada di Jakarta. Waktu penelitian dilakukan mulai sejak penyebaran kuesioner hingga pengumpulan kembali kuesioner.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah minat perilaku penggunaan, sedangkan variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah *perceived usefullnes*, *perceived ease of use*, dan sikap.

Tabel 3.2.
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	No. Kuesioner	Skala	
Perceived Usefulness (Kegunaan Persepsi) (X ₁)	Pekerjaan lebih cepat selesai	1	<i>Skala Likert</i>	
	Meningkatkan Produktivitas yaitu kemampuan untuk menghasilkan sesuatu	2		
	Sumber : Davis, 1989 dalam Jogiyanto 2007	Meningkatkan Efektivitas yaitu ketepatan penggunaan sistem akuntansi		3
	Mempermudah pekerjaan	4		
	Berguna	5		
Perceived Ease of Use (Kemudahan Penggunaan Persepsi) (X ₂)	Mudah untuk dipelajari	6 - 7	<i>Skala Likert</i>	
	Dapat dikendalikan	8		
	Sumber: Davis 1989 dalam Jogiyanto 2007	Jelas dipahami		9
	Fleksibel	10		
Sikap (X ₃)	Menyukai menggunakan sistem akuntansi untuk mendukung kelancaran kegiatan bisnis.	11	<i>Skala Likert</i>	
	Penggunaan sistem akuntansi adalah ide yang baik	12		
Sumber : Hung et al., 2006 dalam Dreana 2012	Penggunaan sistem akuntansi dapat berkontribusi pada pemecahan masalah pembukuan keuangan	13 - 14		

	Penggunaan sistem akuntansi membantu memahami pembukuan.	15	Skala Likert
	Penggunaan sistem akuntansi sangat penting digunakan	16	
Minat Perilaku Penggunaan (Y)	Berkeinginan menggunakan aplikasi akuntansi untuk menyajikan laporan keuangan bisnis yang lebih baik.	17	
	Menggunakan aplikasi akuntansi keuangan dalam jangka waktu yang panjang	18	
Sumber: Ajzen 1991 dalam Dreana 2012	Mempunyai ketertarikan untuk terus menggunakan aplikasi akuntansi di masa yang akan datang	19	
	Lebih memilih menggunakan aplikasi akuntansi dibandingkan menggunakan sistem pencatatan transaksi bisnis secara manual	20	

3.5 Metoda Analisis Data

Metoda analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2013:244). Data diolah dengan bantuan komputer menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* versi 22.00.

3.5.1. Statistik Deskriptif

Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2017:147). Statistik deskriptif itu sendiri terdiri dari penyajian data demografi responden penelitian, seperti jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir dan lama pengalaman bekerja melalui tabel, diagram lingkaran, grafik.

3.5.2. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrument digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur Sugiyono (2007:363). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk degree of freedom (df) = n-2 dimana n adalah jumlah sample. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis butir. Ketentuan pengambilan keputusan:

1. Jika r_{hitung} positif atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan valid
2. Jika r_{hitung} negatif atau $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tidak valid

2. Uji Realibilitas

Sugiyono (2007:364) mengemukakan bahwa reliabilitas adalah berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Untuk menilai reliabel

tidaknya suatu instrument dilakukan dengan mengkonsultasikan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Sedangkan reliabel yaitu kemampuan kuesioner memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Surjaweni (2014) menjelaskan bahwa uji rehabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan koesioner penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji realibilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka koesioner dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha < 0,60 maka koesioner dinyatakan tidak reliabel.

3.5.3. Uji Asumsu Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Penyebab terjadinya kasus normalitas umumnya dikarenakan:

1. Terdapat data residual dari model regresi dengan nilai yang jauh dari himpunan data sehingga penyebaran data menjadi tidak normal.
2. Terdapat kondisi alam dari data yang pada dasarnya tidak berdistribusi normal.

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *Test Kolmogorov-Smirnov*. Dasar uji K-S adalah:

- a. Angka signifikansi > 0,05, maka data berdistribusi normal.
- b. Angka signifikansi < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 10% (0,10) dan memiliki nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* kurang dari 10, maka model regresi tersebut bebas dari masalah multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik yaitu bila tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika signifikan t dari hasil meregresi nilai *absolute residual* terhadap variabel bebas lebih dari 0,05 maka model regresi tidak mengandung heteroskedastistas.

3.5.4. Uji Analisis Data

1. Regresi Linear Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$= + 1 \cdot X_1 + 2 \cdot X_2 + 3 \cdot X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Minat Perilaku Penggunaan SIA berbasis *E-commerce*
 = Konstanta
 X_1 = *Perceived Usefulness*
 X_2 = *Perceived Ease of Use*
 X_3 = Sikap

$$1 - 3 = \text{Koefisien Regresi}$$
$$e = \text{Error}$$

2. Uji Parsial (Uji t-Test)

Uji statistik t ini untuk menguji keberhasilan koefisien regresi secara parsial. Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

1. Jika t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$) atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan ($\text{Sig} < 0,05$), maka secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika t hitung lebih kecil dari t tabel ($t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$) atau probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan ($\text{Sig} > 0,05$), maka secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

3. Uji Statistik F

Uji statistik ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan antar variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh tersebut memiliki tingkat signifikan pada *alpha* 5%.

1. Jika F hitung lebih besar dari F tabel ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$) atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan ($\text{Sig} < 0,05$), maka secara simultan variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika F hitung lebih kecil dari F tabel ($t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$) atau probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan ($\text{Sig} > 0,05$), maka secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (r^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji determinasi digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen.

$$\text{KD} = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.2. Statistik Deskriptif

Tabel 4.1 : Karakteristik Responden

	Umur				Jenis Kelamin		Pendidikan Terakhir				Lama Pengalaman		
	18-25	25-30	31-40	> 40	Laki - Laki	Perempuan	S2	S1	D3	SMA/SMK	< 3 Tahun	3-5 Tahun	> 5 Tahun
Kriteria	11	18	5	1	17	18	0	14	13	8	13	20	2
Jumlah	11	18	5	1	17	18	0	14	13	8	13	20	2

Sumber : Data diolah, 2019

Jenis kelamin laki-laki sebanyak 17 orang dan perempuan 18 orang. Umur 18-25 tahun sebanyak 11 orang, umur 25-30 sebanyak 18 orang, sedangkan umur 31-40 sebanyak 5 orang. Tingkat pendidikan tertinggi adalah S1 sebanyak 14 orang, D3 sebanyak 13 orang, sedangkan SMA sebanyak 8 orang. Lama bekerja responden tertinggi <3 tahun sebanyak 13 orang, 3-5 tahun sebanyak 20 orang, dan >5 tahun sebanyak 2 orang.

Tabel 4.2 : Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PerceivedUsefulness	35	11.00	25.00	21.4857	2.86327
PerceivedEaseOfUse	35	14.00	25.00	21.5714	2.22665
Sikap	35	21.00	29.00	24.3429	1.93942
SistemInformasiAkuntansi	35	12.00	20.00	18.4000	2.06084
Valid N (listwise)	35				

Sumber : SPSS versi 22.00, data dioalah 2019

Hasil statistics deskriptif pada tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa variabel independen *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan sikap menunjukkan nilai minimum sebesar 11,00, 14,00, dan 21,00 dan nilai maksimum sebesar 25,00, 25,00, dan 29,00. serta rata-rata masing sebesar 21,4857, 21,5714, dan 24,3429.

Variabel *perceived usefulness* memiliki standar deviasi sebesar 2,86327, sedangkan variabel *perceived ease of use* dan sikap memiliki standar deviasi sebesar 2,22665 dan 1,93942. Dan variabel dependen sistem informasi akuntansi menunjukkan nilai minimum 12,00, maksimum sebesar 20,00, dan rata-rata sebesar 18,4000 serta standar deviasi sebesar 2,06084.

4.2 Uji Instrumen Data

4.2.1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Nilai DF dalam penelitian ini sebesar 33 ($DF = 35 - 2$), jadi R tabel (dilihat pada lampiran) pada DF 33 probabilitas 0,05 sebesar 0,344.

Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas

No	Indikator	Item	Nilai <i>r</i> hitung	Nilai <i>r</i> tabel	Keterangan
1	<i>Perceived Usefulness</i>	X1.1	0,868	0,344	VALID
		X1.2	0,704	0,344	
		X1.3	0,665	0,344	
		X1.4	0,761	0,344	
		X1.5	0,759	0,344	
2	<i>Perceived Ease of Use</i>	X2.1	0,692	0,344	VALID
		X2.2	0,630	0,344	
		X2.3	0,719	0,344	
		X2.4	0,722	0,344	
		X2.5	0,656	0,344	
3	Sikap	X3.1	0,400	0,344	VALID
		X3.2	0,563	0,344	
		X3.3	0,488	0,344	
		X3.4	0,479	0,344	
		X3.5	0,433	0,344	
		X3.6	0,638	0,344	
4	Minat Perilaku Penggunaan SIA berbasis E-commerce	X4.1	0,792	0,344	VALID
		X4.2	0,863	0,344	
		X4.3	0,823	0,344	
		X4.4	0,821	0,344	

Sumber: SPSS versi 22.00, data diolah 2019 (data diolah)

Berdasarkan hasil data, nilai *r* hitung setiap butir pertanyaan yang ada $>0,344$ (*r* tabel) maka dapat ditarik kesimpulan setiap butir pertanyaan dinyatakan valid.

4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel Penelitian	<i>R Hitung Cronbach's Apha</i>	<i>R Tabel Syarat Cronbach's Apha</i>	Keterangan
1	<i>Perceived Usefulness</i>	0,791	0,60	Reliabel
2	Perceived Ease of Use	0,769	0,60	Reliabel
3	Sikap	0,675	0,60	Reliabel
4	Minat Perilaku Penggunaan SIA berbasis E-commerce	0,823	0,60	Reliabel

Sumber: SPSS versi 22.00, data diolah 2019 (data diolah)

Berdasarkan hasil data diatas untuk setiap pengujian masing-masing variabel, baik variabel independen dan dependen menunjukkan nilai cronbach's alpha > nilai syarat cronbach's alpha, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel yang ada adalah reliabel.

4.3. Uji Asumsi Klasik

4.3.1. Uji Normlitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas -- Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.03343932
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.073
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: SPSS versi 22.00, data diolah 2019

Hasil uji normalitas diatas diketahui bahwa nilai signiikan Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga terima H0 atau yng berarti residual berdistribusi normal.

4.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolinearitas

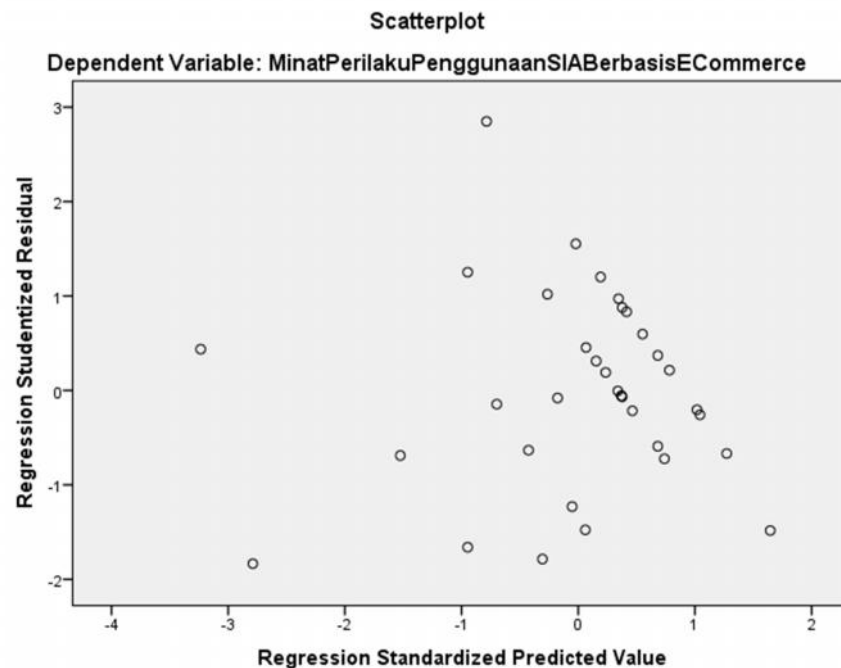
Varibel Independen	Tolarance	VIF	Kesimpulan
<i>Perceived Usefulness</i>	0,496	2,016	Tidak adanya multikolinieritas
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,500	2,002	Tidak adanya multikolinieritas
Sikap	0,976	1,025	Tidak adanya multikolinieritas

Sumber: SPSS versi 22.00, data diolah 2019

Berdasarkan output pada tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa nilai *Tolerance* masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 dan VIF masing-masing variabel lebih kecil dari 10,0. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut terbebas dari multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

4.3.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas – *Scatterplot*



Sumber: SPSS versi 22.00, data diolah 2019

Dari gambar 4.1 di atas grafik *scatterplot* menunjukkan titik-titik yang menyebar secara acak tersebut baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sistem informasi akuntansi.

4.4. Pengujian Hipotesis

4.4.1. Hasil Uji t-Test

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel dibawah, apabila nilai Sig $t < 0,05$ maka hipotesis diterima, namun sebaliknya jika nilai Sig $t > 0,05$ maka hipotesis tersebut ditolak.

Tabel 4.7. Hasil Uji t-Test

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.473	3.177		-1.093	.283
PerceivedUseFulness	.377	.092	.524	4.100	.000
PerceivedEaseOfUse	.388	.118	.419	3.287	.003
Sikap	.222	.097	.209	2.291	.029

a. Dependent Variable: MinatPerilakuPenggunaanSIABerbasisECommerce

Sumber: SPSS versi 22.00, data diolah 2019

a. Dependent Variabel *Perceived Usefulness*

Berdasarkan uji t untuk pengujian pengaruh *perceived usefulness* (X1) terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce* (Y) menghasilkan nilai Sig. T (X1) sebesar 0,000 dengan nilai dimana < 0.05 . Hasil ini menyimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Berdasarkan hasil ini H1 yang menduga *perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce* diterima.

Pengujian *perceived ease of use* (X2) terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce* (Y) menghasilkan nilai Sig. t (X2) sebesar 0,003 dengan nilai dimana $< 0,05$. Hasil ini menyimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Berdasarkan hasil ini H2 yang menduga *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce*, diterima.

Pengujian pengaruh sikap (X3) terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce* (Y) menghasilkan nilai Sig. T (X3) sebesar 0,029 dimana $< 0,05$. Hasil ini menyimpulkan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Hasil H3 yang menduga sikap memiliki pengaruh terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce*, diterima.

4.4.2. Hasil Uji F-Test

Tabel 4.8. Hasil Uji F-Test

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	108.088	3	36.029	30.759	,000 ^b
Residual	36.312	31	1.171		
Total	144.400	34			

a. Dependent Variable: MinatPerilakuPenggunaanSIABerbasisECommerce
b. Predictors: (Constant), Sikap, PerceivedEaseOfUse, PerceivedUseFulness

Sumber: SPSS versi 22.00, data diolah 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas, uji nilai F sebesar 30,759 dengan Sig. F hitung sebesar 0,000 dimana $< 0,05$. Berdasarkan hasil ini dapat ditarik kesimpulan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan sikap secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Berdasarkan hasil ini H4 yang menduga *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan sikap berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce*, diterima.

4.4.3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: SPSS versi 22.00, data diolah 2019

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,865 ^a	.749	.724	1.08229	.749	30.759	3	31	.000

a. Predictors: (Constant), Sikap, PerceivedEaseOfUse, PerceivedUseFulness
b. Dependent Variable: MinatPerilakuPenggunaanSIABerbasisECommerce

Dalam penelitian ini nilai r square pada tabel diatas besarnya 0,749, hal ini menunjukkan bahwa proporsi pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan sikap terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce* 75%. Artinya, *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan sikap terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce* memiliki proporsi pengaruh sebesar 75% sedangkan sisanya yaitu 25% (100% - 75%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam peneliyian ini.

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear diatas maka dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

Minat perilaku penggunaan SIA = $- 3,473 + 0,377 \text{ perceived usefulness} + 0,388 \text{ perceived ease of use} + 0,222 \text{ sikap} + e$

4.5. Pembahasan

1. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap minat perilaku penggunaan SIA

Perceived usefulness memiliki pengaruh terhadap minat perilaku penggunaan SIA dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang memiliki nilai lebih kecil dari nilai signifikansinya yang sebesar 0.05 ($0.000 < 0.050$). Hasil ini sejalan dengan Setyowati dan Respati (2017) yang menyatakan bahwa seseorang yang memiliki persepsi kegunaan yang tinggi dalam arti pekerjaan selesai lebih cepat, kinerja meningkat, produktivitas meningkat,

Hasil studi ini sejalan dengan Istianingsih dan Wijanto (2007) yang menyatakan bahwa apabila pengguna sistem informasi mempercayai bahwa sistem informasi yang digunakannya bermanfaat, maka pengguna akan merasa puas dan menggunakan sistem informasi tersebut secara terus menerus.

2. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap minat perilaku penggunaan SIA

Perceived ease of use memiliki pengaruh terhadap minat perilaku penggunaan SIA dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 yang memiliki nilai lebih kecil dari nilai signifikansinya yang sebesar 0.05 ($0.003 < 0.050$) dan nilai koefisien regresi sebesar 0,388. Hasil ini sejalan dengan Monica dan Tama (2017) yang mengemukakan bahwa *perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tidak perlu usaha apapun.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Setyowati dan Respati (2017) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sistem informasi akuntansi yang artinya sistem yang dioperasikan itu mudah dipelajari, dapat dikendalikan dengan mudah, jelas dan dapat dimengerti, fleksibel digunakan, cepat terampil menggunakannya dan secara keseluruhan mudah dipakai maka mereka terus menggunakan sistem tersebut.

3. Pengaruh Sikap terhadap minat perilaku penggunaan SIA

Sikap memiliki pengaruh terhadap minat perilaku penggunaan SIA dengan nilai signifikansi sebesar 0,029 yang memiliki nilai lebih kecil dari nilai signifikansinya yang sebesar 0.05 ($0.029 < 0.050$) dan nilai koefisien regresi sebesar 0,222. Hasil penelitian ini sesuai dengan Novitasari (2016) yang menyatakan bahwa sikap yang merupakan afeksi yang dirasakan seorang untuk menerima atau menolak objek tertentu sangat mempengaruhi responden untuk meningkatkan minat keperilakuan menggunakan *e-commerce*.

Hal ini tidak sejalan dengan Hardanti (2014) yang menyatakan bahwa sikap tidak berpengaruh yang diduga responden memilih menggunakan sebuah sistem dengan tidak sepenuhnya melibatkan perasaan suka ataupun tidak suka, namun ada faktor yang menyebabkan seseorang menggunakan suatu sistem.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian diatas, maka dapat disimpulkan temuan-temuan dalam penelitian ini:

Secara parsial diketahui *perceived usefulness* yang diuji pada penelitian ini terbukti memiliki pengaruh signifikan pada sistem informasi akuntansi. Secara

parsial diketahui *perceived ease of use* memiliki pengaruh signifikan pada sistem informasi akuntansi. Secara parsial diketahui sikap memiliki pengaruh signifikan terhadap sistem informasi akuntansi.

Secara simultan diketahui *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan sikap secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap sistem informasi akuntansi di PT Lazada.

5.2. Saran

Manajemen pada perusahaan diharapkan dapat mengoptimalkan penggunaan sumber dayanya baik berupa *software*, *hardware*, sisten dan sumber daya manusia yang profesional di bidang teknologi informasi yang mendukungnya serta diimbangi dengan meningkatkan keterampilan para pengguna atau individu sehingga memperoleh manfaat yang potensial yang dapat meningkatkan nilai bisnis (kinerja) dari *e-commerce*.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong dan memotivasi peneliti berikutnya agar memperbanyak sampel dengan memperluas tidak hanya sebatas mahasiswa yang dijadikan objek penelitian. Misalnya seperti pekerja swasta, masyarakat luas lainnya sehingga hasil yang di dapatkan lebih valid, akurat dan tepat.

DAFTAR REFERENSI

- Achjari, Didi. 2000. Potensi Manfaat dan Problem di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol 15. Nomor 3, 388-395.
- Adityasto, Edwin. 2013. Minat Perilaku Dalam Pengadopsian Internet Banking: theory decomposed of TPB. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Brawijaya Malang
- Aisyah dan Baridwan, Zaki. 2012. Determinan Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis Online. *JIMFEB*. Volume 1.Nomor 2.
- Bodnar, George H dan William S. Hopwood. 2003. *Accounting Information System*. Edisi 8 jilid 2. Sistem Informasi Akuntansi: Indeks, Gramedia
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*: MIS Quartely, 13(3): 319-340.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Hall, James A. 2009. *Sistem Informasi Akuntansi*. Buku 2 Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Hall, James A. 2009. *Sistem Informasi Akuntansi*. Buku 1 Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Jonathan Sarwono dan Tutty Martadiredja. 2008. *Teori E-Commerce: Kunci Sukses Perdagangan di Internet*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Jogiyanto, H.M.2008. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, P. 2009. *Marketing Management*, 13th, Prentice Hall International Edition.
- Lee et al. 2010. *Investigating on-line shopping intentions of Vietnam students an extension of theory of planned behavior*. World Transaction on Engineering and Techonology Education Vol.8, Vol No.4.
- Monica, Nina, Annafi Indra Tama. 2017. Pengaruh Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi, Kenyamanan, Norma Subjekif dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Electric Commerce. *JRAK*. Volume 8. Nomor 1.
- Rukmiyati, Ni Made Sri,. I Ketut Budiarta. 2016. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi dan Perceived Usefulness pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Udayana.

- Santoso, Singgih. 2000. *Buku LATIHAN SPSS Startistik Parametris*. Jakarta: PT. Elex Media Computindo.
- Sekran. 2006. *Research Methods for Business*. Edisi 4, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyowati, Elizabeth Octaviana,. Agustini Dyah Respati. 2017. Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Computer Self Efficacy, dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi. *JRAK*. Volume 13. Nomor 1.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wardani, Efrida Ika Kusuma,. Syafullah. 2012. Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Techonology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *JIMFEB*. Volume 1. Nomor 2.
- Yakrub. 2012. *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yolanda, Arabella 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijata*. *JIMFEB*. Volume 1. Nomor 2.
- Yutadi, Krisna Pitra. 2015. Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan E-commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Brawijaya Malang.