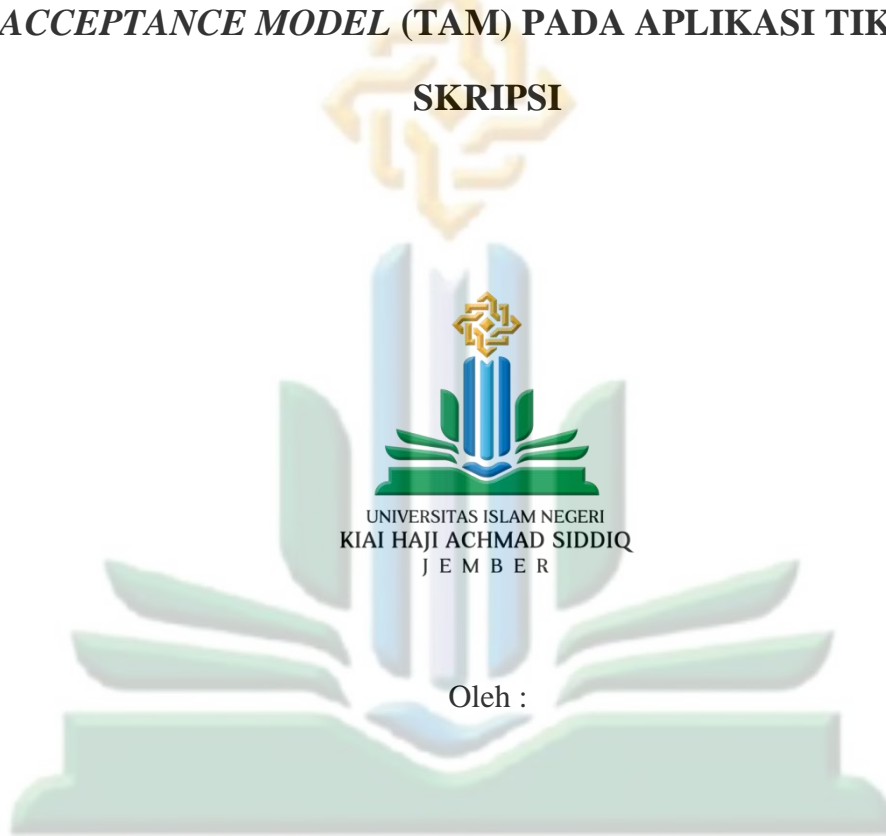


**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI
BERBASIS *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM)* PADA APLIKASI TIKTOK**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :

UNIVERSITAS Melisa ISLAM NEGERI
NIM : 201105030030
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MEI 2024**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI
BERBASIS *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM)* PADA APLIKASI TIKTOK**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:

Melisa
NIM : 201105030030

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MEI 2024**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI
BERBASIS *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM)* PADA APLIKASI TIKTOK**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

Oleh:

Melisa

NIM : 201105030030

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Disetujui Pembimbing



Nur Alifah Fajariyah, S.E., M.S.A
NIP. 198012222023212009

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI
BERBASIS *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM)* PADA APLIKASI TIKTOK**

SKRIPSI

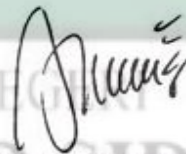
telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

Hari : Rabu
Tanggal : 05 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M
NIP.196905231998032001

Hikmatul Hasanah, M.E
NIP.198006262023212023

Anggota :

1. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si.
2. Nur Alifah Fajariyah, S.E., M.Si.



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag
NIP.196812261996031001

MOTTO

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ

الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٤٤﴾

Artinya: "Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung."¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan (Jakarta: Al-Mujama', 1971), 84.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kita kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya. Alhamdulillah karya ini bisa terselesaikan walaupun masih banyak kekurangan. Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, bapak Purwanto dan ibu Buati tercinta serta kakak saya Devi Nor Masita dan adek saya Muhammad Rian Abdullah yang telah memberikan kasih sayang, doa, pengorbanan, motivasi, dan tak henti-hentinya memberikan semangat yang luar biasa yang tiada henti agar saya berhasil.
2. Seluruh keluarga besar yang senantiasa menjadi supporter dalam setiap proses kehidupan saya.
3. Teman-teman ku Lailatul Nur Faizah, Izzatul Mufardisa Ikmilala, Erma Eva Lutfiana, Rosyidatul Azizah, Anandea Sholeha Fitri, Siti Zulaiha yang selalu menemani, membantu, mensupport penulis dalam melakukan penelitian.
4. Rekan-rekan sejawat Akuntansi Syariah 1 serta masih banyak pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah bersedia untuk selalu saling menemani, menguatkan dan memberi semangat.
5. Almamater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu sehingga memberikan pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan hanya kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

Sholawat dan salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada utusan Allah sekaligus Nabi panutan kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang senantiasa telah mencerahkan peradaban dunia ke yang lebih baik seperti apa yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) PADA APLIKASI TIKTOK” ini penulis susun untuk memenuhi persyaratan Sarjana Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah bersukarela dan ikhlas membantu ataupun yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini, baik moril dan materi sehingga penyusunan skripsi ini selesai. Secara khusus penulis sampaikan rasa terima kasih tersebut kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM selaku Rektor Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan sekaligus Dosen Pembimbing Akademik.

2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M. F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Dr. Nur Ika Mauliyah, SE., M.Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Nur Alifah Fajariyah, S.E., M.S.A selaku dosen pembimbing yang telah berkenan mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penulisan skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan akademik dengan baik.

Semoga segala amal baik dan ilmu yang telah diberikan kepada peneliti akan mendapat balasan kebaikan yang berlimpah dari Allah SWT dan dapat bermanfaat bagi kita semua. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segenap saran sangat penulis harapkan untuk perbaikan.

Jember, 06 Mei 2024

Melisa

ABSTRAK

Melisa, Nur Alifah Fajariyah 2024. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Aplikasi Tiktok.

Kata kunci : Sistem Informasi Akuntansi, *Technology Acceptance Model*.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan pada dunia bisnis dan pemasaran, terutama dalam era digital saat ini. *E-commerce* menjadi salah satu *platform* yang memungkinkan perdagangan barang dan jasa secara *online*, memungkinkan interaksi langsung antara pelanggan dan produsen, serta mengurangi biaya promosi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Apakah *ease of use* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok, 2) Apakah *usefulness* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok, 3) Apakah risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok, 4) Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok, 5) Apakah *attitude towards using* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok, 6) Apakah *ease of use*, *usefulness*, risiko, kepercayaan, dan *attitude towards using* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu: 1) Untuk menganalisa pengaruh *ease of use* terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok, 2) untuk menganalisa pengaruh *usefulness* terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok, 3) untuk menganalisa pengaruh risiko terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok, 4) untuk menganalisa pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok, untuk menganalisa pengaruh *attitude towards using* terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok, 5) untuk menganalisa pengaruh *ease of use*, *usefulness*, risiko, kepercayaan, dan *attitude towards using* terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah kampus Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dengan perolehan sampel sebanyak 30 orang. Analisis data yang digunakan yaitu *statistic* deskriptif dan regresi linier berganda dengan SPSS 22.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan: 1) *ease of use* berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan, 2) *usefulness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan, 3) risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan, 4) kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan, 5) *attitude towards using* berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan, 6) *ease of use*, *usefulness*, risiko, kepercayaan, dan *attitude towards using* berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
F. Definisi Operasional.....	10
G. Asumsi Penelitian.....	14
H. Hipotesis	15
I. Sistematika Pembahasan	26
BAB II KAJIAN PUSTAKA	28
A. Penelitian Terdahulu	28

B. Kajian Teori	43
BAB III METODE PENELITIAN	62
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	62
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	63
1. Populasi	63
2. Sampel.....	63
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	64
1. Teknik Pengumpulan Data	64
2. Instrumen Pengumpulan Data	65
D. Analisis Data	67
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	76
A. Gambaran Objek Penelitian	76
B. Penyajian Data	80
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis	80
D. Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indikator Penelitian	9
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1 Skala Likert	66
Tabel 4.1 Pemberian Data Skala Likert	78
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Ajaran	80
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistic Deskriptif	81
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	83
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test..	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	87
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients	89
Tabel 4.11 Hasil Uji T (Parsial)	90
Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan)	92
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual	14
Gambar 2.1 Tujuan Sistem Informasi Akuntansi.....	53
Gambar 2.2 Desain Alur Flowchart	61



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin bertambah telah menyebabkan perkembangan teknologi internet yang berdampak pada beberapa aspek kehidupan, termasuk perkembangan dunia bisnis dan pemasaran. Kemudahan periode digital momen memudahkan perdagangan barang dan jasa melalui internet. Pemanfaatan media digital dalam strategi pemasaran semakin populer karena pengusaha menyadari pentingnya memperkuat citra merek produk mereka di *platform online* untuk menarik perhatian konsumen. Dengan menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk atau layanan, bisnis dapat mencapai audiens yang lebih luas, berinteraksi dengan pelanggan secara langsung, dan mengurangi biaya promosi.² Komunikasi dan pertukaran informasi dalam bisnis yang dilakukan melalui internet semakin berkembang, hal ini memudahkan konsumen dan produsen untuk melakukan koneksi kerjasama dalam bisnis *online* atau yang lebih sering disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* adalah lapak yang menyediakan proses penjualan belanja *online* yang menggunakan jaringan komunikasi dan komputer untuk melakukan proses bisnis melalui *browser web* untuk memperkenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk. Pertumbuhan belanja *online* di Indonesia relatif tinggi, menandakan bahwa konsumen Indonesia telah merasakan manfaat belanja *online*, sehingga

² Nayla Syafaatal Husna, Luluk Saputri, Agung Parmono, "Strategi *Digital Marketing* Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen di PT Benih Citra Asia Ajung," *Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)* 2, no.1 (Februari 2024): 229.

mereka sudah mulai menerima belanja *online*. *E-commerce* yang relatif populer adalah Tiktok *Shop*.³ Tiktok *Shop* merupakan fitur terbaru dari Tiktok yang diperkenalkan sejak awal tahun 2021. Fitur ini mengubah Tiktok menjadi *platform* media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja secara digital. Dengan adanya Tiktok *Shop*, dapat mengunggah foto produk beserta harga. Konsumen juga dapat dengan mudah membeli produk dengan mengklik gambar keranjang yang tersedia di Tiktok *Shop*.⁴

Sistem informasi akuntansi adalah sistem yang terdiri dari berbagai elemen di dalam suatu entitas dengan tujuan mencapai hasil tertentu. Sistem ini bertugas mengelola data dan transaksi untuk menghasilkan informasi yang bermanfaat dalam perencanaan, pengendalian, dan operasional bisnis.⁵ Sistem Informasi Akuntansi merupakan suatu kumpulan sumber daya, termasuk tenaga kerja dan perangkat, yang diatur secara terstruktur untuk mengubah data menjadi informasi yang berguna.⁶ Menurut Steven A. Moscovice, Sistem Informasi Akuntansi adalah bagian dari struktur organisasi yang mengumpulkan, mengelompokkan, mengolah, menganalisis, dan menyampaikan informasi keuangan yang relevan kepada pihak eksternal (seperti pemeriksa pajak, investor, dan kreditur) dan internal, terutama

³ Alfi Rizki Hady's Utami, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce*," *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi* 1, no.6 (2020): 79-93.

⁴ Hidayatullah et al., "Strategi *Digital Marketing* Dengan Instagram dan Tiktok Pada Butik Dot.Id," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 10, no.1 (2023):132.

⁵ Munir Is'adi, Dewi Erma Yunitasari, Shinta Fahma Diana, "Sistem Informasi Akuntansi Pendapatan Penjual Listrik Pascabayar Pada PT. PLN (Persero) ULP Banyuwangi Kota," *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2, no.2 (Februari 2024): 291.

⁶ Nur Ika Mauliyah, Dwindi Agus Prastiwi, "Analysis Of Accounting Information System Distribution Of BOP RA Fund (Case Study On RA Perwanida Karangrejo 02)," *Jurnal Ilmu Ilmu Ekonomi* 12, no.1 (2019): 96.

manaje, untuk mendukung pengambilan keputusan. Fungsi utama sistem ini adalah memproses transaksi keuangan dan nonkeuangan yang berdampak langsung pada proses transaksi keuangan.⁷

Sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce merupakan sistem informasi akuntansi yang menggunakan teknologi internet dalam proses transaksi. Secara umum, kelebihan dari penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* adalah meningkatkan interaksi antara perusahaan dan berbagai pihak. *E-commerce* merujuk pada penggunaan internet, jaringan, dan aplikasi untuk melakukan transaksi bisnis. Dengan demikian, *e-commerce* merupakan *platform* penjualan perusahaan yang memfasilitasi interaksi antara penjual dan pembeli untuk mempromosikan dan menjual produk kepada konsumen melalui aplikasi *mobile* dan internet.⁸

Technology Acceptance Model (TAM) adalah model yang tepat untuk memperkirakan minat atau keinginan individu dalam menerima teknologi. Dalam TAM, terdapat dua konstruk utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebergunaan. Meskipun ada konstruk sikap dalam menggunakan dalam TAM, namun jarang digunakan untuk meramalkan minat. Selain TAM, terdapat faktor-faktor eksternal lain seperti risiko dan kepercayaan yang dapat digunakan untuk memperkirakan minat individu terhadap teknologi.⁹

⁷ Faiz Zamzami, *Sistem Informasi Akuntansi* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2021), 3-4.

⁸ Alfi Rizki Hady's Utami, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce*," 83.

⁹ Angela Deananda Putri Budiastuti, Dul Muid, "Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee dengan

Fenomena yang terjadi pada aplikasi tiktok yaitu seberapa jauh pengguna mempercayai terkait penggunaan sebuah aplikasi memiliki kebermanfaatan bagi mereka untuk melakukan aktivitas akuntansi, pengaruh interaksi sosial dan tren viral di tiktok yang mungkin mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan aplikasi untuk keperluan akuntansi.

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Budiastuti yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* pada Aplikasi Shopee dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) tahun 2020”. Temuan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kenyamanan penggunaan, kepercayaan, dan sikap terhadap penggunaan memiliki dampak positif terhadap minat penggunaan, sementara manfaat dan risiko tidak memiliki dampak yang signifikan pada minat penggunaan. Minat penggunaan *platform* Shopee dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan sikap positif terhadap *platform* tersebut. *Usefulness* tidak berpengaruh secara signifikan, namun risiko dalam penggunaan Shopee dapat menghambat minat pengguna untuk menggunakan *platform* tersebut.¹⁰

Berdasarkan konteks yang diberikan, penelitian yang dilakukan akan membahas pengaruh/respon dari pengguna akun bisnis aplikasi tiktok terhadap *ease of use*, *usefulness*, risiko, kepercayaan, dan *attitude towards using* pada Sistem Informasi Akuntansi yang ada di aplikasi tiktok. Penelitian

Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM),” *Journal Of Accounting* 9, no.4 (2020): 1-10.

¹⁰ Angela Deananda Putri Budiastuti, Dul Muid, “Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM),” 1.

yang dilakukan menentukan pengaruh yang berdampak negatif atau positif, serta seberapa jauh konsumen percaya bahwa penggunaan aplikasi bermanfaat bagi mereka dalam melakukan aktivitas akuntansi, pengaruh interaksi sosial dan tren viral di tiktok yang mungkin mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan aplikasi untuk keperluan akuntansi. Oleh karena itu, peneliti melakukan analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi pengguna dalam memanfaatkan Sistem Informasi Akuntansi yang disediakan melalui aplikasi TikTok. Berdasarkan konteks yang telah dijelaskan, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Aplikasi Tiktok”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu

1. Apakah *ease of use* (X_1) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok (Y)?
2. Apakah *usefulness* (X_2) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok (Y)?
3. Apakah risiko (X_3) berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok (Y)?
4. Apakah kepercayaan (X_4) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok (Y)?

5. Apakah *attitude towards using* (X_5) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok (Y)?
6. Apakah *ease of use* (X_1), *usefulness* (X_2), risiko (X_3), kepercayaan (X_4), dan *attitude towards using* (X_5) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok (Y)?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagaimana mengacu pada penjabaran rumusan masalah diatas sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa pengaruh *ease of use* (X_1) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok (Y).
2. Untuk menganalisa pengaruh *usefulness* (X_2) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok (Y).
3. Untuk menganalisa pengaruh risiko (X_3) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok (Y).
4. Untuk menganalisa pengaruh kepercayaan (X_4) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok (Y).
5. Untuk menganalisa pengaruh *attitude towards using* (X_5) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok (Y).

6. Untuk menganalisa pengaruh *ease of use* (X_1), *usefulness* (X_2), risiko (X_3), kepercayaan (X_4), dan *attitude towards using* (X_5) terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi tiktok (Y).

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yaitu dampak yang direalisasikan dari sebuah tujuan. Oleh karena itu, peneliti dapat memberikan kontribusi manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang dapat dikontribusikan penelitian ini adalah menambah kajian tentang pengaruh *ease of use*, *usefulness*, risiko, kepercayaan, dan *attitude towards using* terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pengguna Aplikasi Tiktok

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rekomendasi pada aplikasi tiktok untuk memperbaiki kinerja sistem yang dikeluhkan oleh pengguna.

- b. Bagi Pengambil keputusan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi serta memberikan kontribusi terhadap *ease of use*, *usefulness*, risiko, kepercayaan, dan *attitude towards using*.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka (kuantitatif) atau juga dapat diartikan variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, berupa kuantitatif maupun kualitatif yang dapat berubah-ubah nilainya.¹¹ Penelitian ini memiliki dua variabel yang terdiri dari variabel independen (X) dan Variabel dependen (Y) yang akan peneliti uraikan sebagai berikut:

a. Variabel Independen (X)

Variabel Independen atau variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab atau merubah/memengaruhi variabel lain (variabel dependent).¹² Variabel Independen pada penelitian ini adalah

: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

- 1) *Ease of use* (X₁)
- 2) *Usefulness* (X₂)
- 3) Risiko (X₃)
- 4) Kepercayaan (X₄)
- 5) *Attitude towards using* (X₅)

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel

¹¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Kencana, 2017), 10.

¹² Syofian Siregar, 10.

lain (variabel bebas).¹³ Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

2. Indikator Variabel (tabel)

Indikator variabel adalah rujukan empiris dari variabel yang diteliti, indicator empiris ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar dalam membuat butir-butir atau item pertanyaan dalam angket, wawancara, dan observasi.¹⁴ Adapun indikator variabel dalam penelitian ini:

Tabel 1.1
Indikator Variabel

Variabel	Indikator Pertanyaan
<i>Ease of use</i> (Budiastuti dan Muid, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan melakukan pembelian 2. Kemudahan memahami teknologi dalam prosedur pembelian dan penjualan. 3. Kemudahan mengakses web/aplikasi. 4. Kemudahan memahami proses transaksi keuangan melalui aplikasi. 5. Fleksibilitas dalam pembelian melalui aplikasi. 6. Intensitas pertolongan orang lain dalam pemakaian aplikasi.
<i>Usefulness</i> (Budiastuti dan Muid, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efektivitas dan efisiensi. 2. Membandingkan harga produk yang sama dari beberapa penjual yang berbeda. 3. Mendapatkan informasi mengenai produk. 4. Memperlancar proses jual beli produk. 5. Penghematan waktu. 6. Ketelitian perhitungan transaksi melalui sistem yang disediakan.
Risiko (Budiastuti dan Muid, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Risiko transaksi. 2. Keamanan dalam pembayaran. 3. Keamanan informasi pribadi. 4. Kekhawatiran memberikan informasi pribadi. 5. Ketersediaan membaca peraturan dan kebijakan.

¹³ Syofian Siregar, 10.

¹⁴ Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember : IAIN Jember, 2020), 79.

Variabel	Indikator Pertanyaan
Kepercayaan (Budhiastuti dan Muid, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan pada keamanan transaksi. 2. Jaminan kesesuaian produk. 3. Keyakinan pada aplikasi dalam menjaga informasi pribadi. 4. Kepercayaan penyimpanan uang pada aplikasi. 5. Kepercayaan untuk keseluruhan aplikasi.
<i>Attitude Towards Using</i> (Budhiastuti dan Muid, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik tampilan aplikasi. 2. Sikap terhadap otorisasi penggunaan. 3. Sikap terhadap model penyimpanan kata sandi. 4. Tanggapan para pengguna mengenai aplikasi 5. Sikap terhadap pihak yang tidak berkepentingan.
Minat Penggunaan (Y) (Budhiastuti dan Muid, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intensitas penggunaan aplikasi. 2. Penawaran yang diberikan. 3. Niat penggunaan di masa depan. 4. Rekomendasi kepada rekan dan kerabat. 5. Kenyamanan, kesenangan, dan kepuasan pada aplikasi.

Sumber : Penelitian terdahulu

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang digunakan sebagai pijakan pengukuran secara empiris terhadap variabel penelitian dengan rumusan yang didasarkan pada indikator variabel.

1. *Ease of use*

Menurut Davis, persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*) merupakan tingkat keyakinan dari pengguna terhadap suatu usaha dalam menggunakan sebuah sistem. Kemudahan dalam menggunakan sistem menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian online. Kemudahan akan dirasakan apabila seseorang dapat memahami dan dengan mudah menggunakan suatu sistem atau teknologi.

Faktor kemudahan ini terkait tentang operasional dalam bertransaksi secara online dan juga terkait kemudahan dalam penggunaannya. Suatu kemudahan akan memberikan dorongan bagi perilaku penggunanya, dimana semakin mudah suatu sistem digunakan maka akan semakin tinggi keinginan seseorang untuk menggunakan sistem tersebut.¹⁵

2. *Usefulness*

Davis tahun 1989 menjelaskan kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Kegunaan yang dirasakan mengacu pada probabilitas subyektif calon pengguna yang akan menggunakan sistem aplikasi tertentu dalam meningkatkan kinerja pekerjaannya dalam suatu konteks. Selain itu, kegunaan yang dirasakan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan layanan akan berkontribusi untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁶

3. Risiko

Risiko adalah kombinasi dari ketidakpastian ditambah keseriusan hasil yang terlibat yang mengacu pada tipe tertentu dari keuangan, kinerja produk, sosial, psikologis, fisik dan risiko waktu ketika konsumen melakukan transaksi *online*. Risiko juga digunakan sebagai keyakinan konsumen tentang potensi hasil negatif yang tidak pasti dari transaksi

¹⁵ Hasdani, Mohammad Nasir, Burhanuddin, "Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada *Users* Di Kabupaten Bungo," *Jurnal Manajemen Sains* 1, no.3 (September 2021): 190.

¹⁶ Hapzi Ali, Hamdan Hamdan, M. Rizky Mahaputra, "Faktor Eksternal *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* Pada Aplikasi Belanja *Online*: Adopsi *Technology Acceptance Model*," *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 1, no.3 (2022): 590.

online. Peter dan Olson tahun 2013 mengemukakan bahwa risiko merupakan konsekuensi yang tidak diharapkan dan ingin dihindari konsumen saat melakukan pembelian dan menggunakan sebuah produk atau jasa.¹⁷

4. Kepercayaan

Mayer tahun 1995 menyatakan bahwa kepercayaan yaitu dorongan atau keinginan seseorang untuk pasrah dan menerima perlakuan dari pihak lain yang berdasar sebuah pengharapan bahwa pihak lain itu akan menguntungkan dan berguna bagi pihak yang memberikan kepercayaan dalam kemampuan memonitor, mengontrol dan mengendalikan pihak lain.¹⁸

5. *Attitude Towards Using*

Sikap (*attitude towards using*) merupakan pro atau kontra terhadap pengaplikasian sebuah produk. Sikap pro atau kontra terhadap suatu produk ini dapat diaplikasikan guna memprediksi tingkah laku ataupun niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya. Joubert dan Prihantoko tahun 2015, mendefinisikan sikap terhadap penggunaan adalah sikap terhadap penggunaan sistem

¹⁷ Viorendra Anggi Irvania, Ida Bagus Nyoman Udayana, Muinah Fadhilah, "Pengaruh *Perceived Usefulness, Trust* dan *Perceived Risk* Terhadap *Purchase Intention* Pengguna Shopee," *Jurnal Akmenika* 19, no.1 (April 2022): 624.

¹⁸ Desvronita, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran *E-Wallet* Menggunakan *Technology Acceptance Model*," *Jurnal Akmenika* 18, no.2 (Oktober 2021): 3.

yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya.¹⁹

6. Sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*

Sistem Informasi Akuntansi adalah sistem yang dirancang untuk menyimpan informasi keuangan dan akuntansi, serta menyediakan data keuangan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan manajemen.²⁰ Sedangkan *e-commerce* merupakan transaksi jual beli suatu produk dengan menggunakan media internet sehingga terwujud otomatisasi prosedur pada proses bisnis sehingga meningkatkan efisiensi dan bisa menjadi sumber pendapatan utama bagi suatu perusahaan dan menjadi solusi bagi pembeli untuk memenuhi kebutuhannya secara mudah dan praktis.²¹

Kesimpulan dari sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* adalah suatu sistem yang mengintegrasikan proses akuntansi dengan teknologi *e-commerce*. Sistem ini dirancang untuk mengelola dan mencatat transaksi keuangan yang terjadi dalam lingkungan bisnis online. Dengan menggunakan sistem ini, perusahaan dapat secara efisien melacak dan mengelola data keuangan, termasuk pembelian, penjualan, pembayaran, dan pelaporan keuangan secara *real-time*. Sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* juga dapat mengotomatisasi proses

¹⁹ Ovie Auliya'atul Faizah, Suparti Suparti, Abdul Hoyyi, "Analisis *Technology Acceptance Model* Pada Aplikasi Platform Shopee Dengan Pendekatan *Partial Least Square* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)," *Jurnal Gaussian* 10, no.3 (2021): 424.

²⁰ Muhammad Afifudin, Khairunnisa' Musari, "Sinergi *Double Helix* Sistem Informasi Akuntansi Pelayanan Akta Kematian Di Kantor Kecamatan Ranuyoso," *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2, no.2 (Februari 2024): 316.

²¹ Dewi Hernikawati, "Analisa Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Jumlah Kunjungan Pada Situs *E-Commerce* Di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan," *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 25, no.2 (Desember 2021): 191-202.

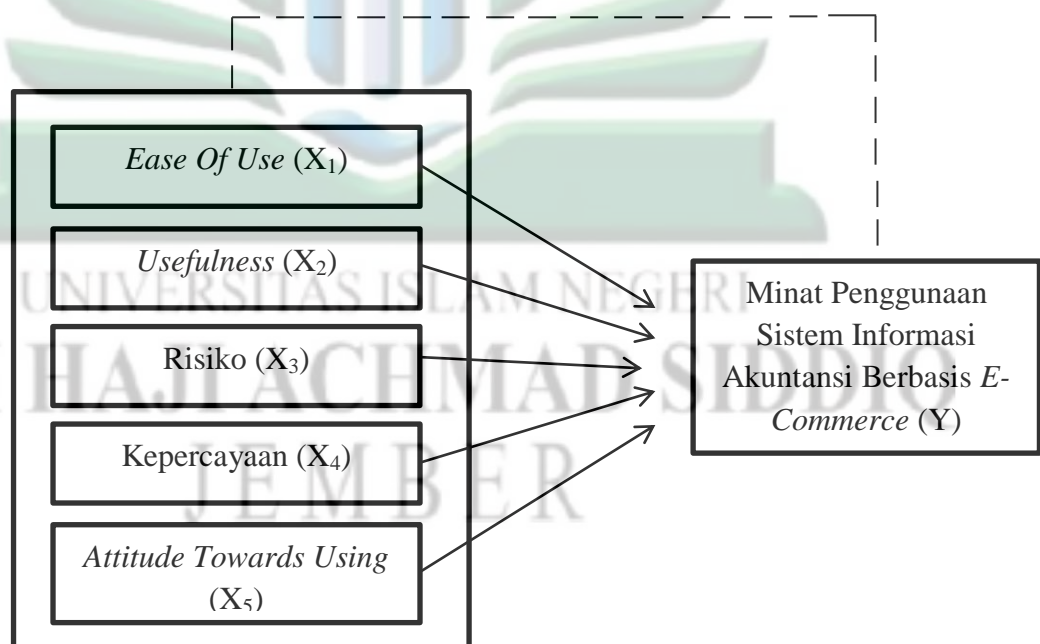
akuntansi, meningkatkan akurasi dan efisiensi dalam pengelolaan informasi keuangan.

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian biasa disebut juga sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah mengumpulkan data.

Maka dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Konseptual



Keterangan :

—————>= Berpengaruh secara parsial

----->= Berpengaruh secara simultan

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

Pada penelitian ini yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Tiktok Dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)”, maka hipotesis yang digunakan ialah :

1. Pengaruh *Ease Of Use* terhadap Minat Penggunaan

Ease of use memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk minat penggunaan suatu sistem informasi. Kesederhanaan antarmuka pengguna, kejelasan instruksi, dan kemudahan navigasi menjadi faktor-faktor kunci yang dapat memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan. Pentingnya *ease of use* terletak pada dampaknya terhadap niat pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan sistem, menciptakan hubungan yang erat antara kemudahan penggunaan dan minat penggunaan. Dengan memahami dan meningkatkan faktor *ease of use*, organisasi atau pengembang sistem dapat menciptakan lingkungan yang mendukung penggunaan sistem informasi dengan efektif. Selain itu, dampak positif *ease of use* dapat membawa kontribusi terhadap penggunaan berkelanjutan sistem, dengan pengguna yang memiliki pengalaman positif cenderung tetap setia dan mendorong orang lain untuk

menggunakan sistem tersebut. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan *ease of use* tidak hanya dapat meningkatkan minat penggunaan tetapi juga menghasilkan pengalaman pengguna yang lebih positif secara keseluruhan²².

Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan *ease of use* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan suatu sistem. Kurangnya persepsi kemudahan penggunaan, kesulitan dalam pembelajaran, pengalaman pengguna yang menyulitkan, prioritas fungsionalitas lain, konteks penggunaan yang tidak cocok, dan ketidakpastian atau risiko dapat menjadi penyebab kurangnya minat pengguna. Dalam konteks ini, perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk memahami secara lebih mendalam mengapa pengguna tidak merasa sistem mudah digunakan dan mengapa hal tersebut tidak mempengaruhi minat mereka. Pengembang sistem atau organisasi dapat mempertimbangkan perbaikan pada aspek-aspek tersebut, seperti menyederhanakan antarmuka pengguna, meningkatkan pelatihan, atau menyelaraskan fungsionalitas dengan kebutuhan pengguna.²³

Ha: Ada pengaruh positif antara *ease of use* terhadap minat penggunaan.

Ho: Ada pengaruh negatif antara *ease of use* terhadap minat penggunaan.

²² Debby Cynthia Kumala, Joshua Wilson Pranata, Sienny Thio, "Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security* Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya," *Jurnal Manajemen Perhotelan* 6, no.1 (2020): 19-29.

²³ Debby Cynthia Kumala, Joshua Wilson Pranata, Sienny Thio, 19-29.

2. Pengaruh *Usefulness* terhadap Minat Penggunaan

Usefulness (persepsi kegunaan) memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk minat penggunaan suatu sistem informasi. Persepsi bahwa penggunaan sistem tersebut memberikan manfaat dan kegunaan yang jelas menjadi pendorong utama bagi pengguna untuk memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan sistem tersebut. Kejelasan manfaat, relevansi informasi, serta kontribusi sistem terhadap pencapaian tujuan pengguna menjadi faktor-faktor kunci yang memengaruhi *usefulness*. Pengguna yang merasa bahwa sistem itu berguna dan memberikan nilai tambah akan cenderung lebih aktif dan terlibat dalam menggunakan sistem tersebut. Selain itu, hubungan antara *usefulness* dan minat penggunaan erat terkait. *Usefulness* menciptakan dorongan intrinsik bagi pengguna untuk terus menggunakan sistem, dan hal ini dapat berdampak positif pada penggunaan berkelanjutan sistem. Dengan memahami dan meningkatkan faktor *usefulness*, organisasi atau pengembang sistem dapat menciptakan lingkungan yang mendukung adopsi sistem informasi dan meningkatkan minat penggunaan. Upaya untuk mengkaji dan meningkatkan kegunaan sistem dapat menjadi strategi yang efektif untuk merangsang minat dan partisipasi pengguna dalam penggunaan sistem informasi tersebut.

Dalam konteks di mana *usefulness* (persepsi kegunaan) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan suatu sistem, pengguna mungkin tidak melihat sistem sebagai alat yang memberikan manfaat atau kegunaan yang memadai. Keberhasilan suatu

sistem informasi sangat tergantung pada kemampuannya untuk memberikan solusi konkret atau manfaat yang jelas bagi pengguna. Adanya kesalahan dalam mengkomunikasikan nilai dan manfaat sistem kepada pengguna dapat menyebabkan ketidakpahaman atau kurangnya pemahaman tentang kegunaan sistem. Informasi yang kurang jelas atau kurang ditekankan secara memadai dapat menghambat minat pengguna. Sistem mungkin tidak sepenuhnya memenuhi kebutuhan atau tujuan pengguna. Jika sistem tidak relevan atau tidak memberikan solusi yang sesuai dengan tugas atau masalah yang dihadapi oleh pengguna, maka persepsi kegunaan bisa rendah. Pengguna mungkin lebih memprioritaskan faktor-faktor lain seperti kemudahan penggunaan atau kehandalan sistem daripada kegunaan. Jika pengguna menilai aspek-aspek lain lebih tinggi, minat mereka untuk terus menggunakan sistem mungkin rendah meskipun sistem dianggap berguna. Dalam menghadapi kondisi tersebut, penting untuk melakukan evaluasi mendalam terhadap fitur-fitur sistem, strategi komunikasi, serta memahami secara lebih baik kebutuhan dan preferensi pengguna. Tindakan perbaikan dan penyesuaian mungkin diperlukan agar sistem dapat lebih relevan, berguna, dan menarik minat pengguna²⁴.

Ha: Ada pengaruh positif antara *usefulness* terhadap minat penggunaan.

Ho: Ada pengaruh negatif antara *usefulness* terhadap minat penggunaan.

²⁴ Debby Cynthia Kumala, Joshua Wilson Pranata, Sienny Thio, 19-29.

3. Pengaruh Risiko terhadap Minat Penggunaan

Terdapat pengaruh positif antara risiko dan minat penggunaan suatu sistem, risiko dianggap sebagai suatu peluang dan tantangan yang meningkatkan minat pengguna untuk terus berinteraksi dengan sistem. Pandangan positif terhadap risiko menciptakan dorongan untuk mengatasi hambatan, mencapai hasil yang lebih baik, dan meningkatkan pengalaman pengguna. Keberanian, kesiapan untuk pembelajaran, serta keyakinan pada manfaat potensial sistem menjadi faktor-faktor yang mendorong minat pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan sistem secara aktif. Oleh karena itu, manajemen risiko yang baik dan dukungan terhadap pengguna dalam menghadapi risiko dapat menjadi strategi yang efektif untuk membangun minat penggunaan yang berkelanjutan terhadap suatu sistem.²⁵

Dalam konteks di mana terdapat pengaruh negatif antara risiko dan minat penggunaan suatu sistem, Risiko dianggap sebagai faktor yang mengancam dan dapat merugikan minat pengguna untuk menggunakan sistem. Persepsi ini menciptakan ketidakpastian dan kekhawatiran di kalangan pengguna, yang dapat mengurangi antusiasme mereka terhadap sistem. Pengguna memberikan prioritas tinggi pada keamanan dan keterjaminan sistem. Risiko yang diidentifikasi sebagai potensi ancaman terhadap faktor-faktor tersebut menjadi penghambat utama dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap sistem. Pengalaman negatif

²⁵ Endang Wulandari, Mira Septiani, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet OVO*," *Jurnal Economina* 3, no.1 (2024): 87-95.

yang terkait dengan risiko memiliki dampak besar terhadap minat penggunaan. Risiko yang menghasilkan konsekuensi merugikan, seperti kerugian finansial atau masalah keamanan, dapat menciptakan persepsi yang negatif dan menurunkan minat pengguna. Risiko menciptakan rasa ketidaknyamanan dan ketidakpastian, yang dapat memperkuat sikap resistensi terhadap perubahan. Pengguna cenderung menunjukkan ketidakminatan untuk mengadopsi sistem baru yang dianggap membawa risiko. Dengan demikian, manajemen risiko yang baik, komunikasi transparan, serta upaya untuk meningkatkan faktor keamanan dan keterjaminan menjadi kunci dalam mengatasi pengaruh negatif risiko terhadap minat penggunaan. Strategi yang fokus pada mengurangi ketidaknyamanan dan meningkatkan kepercayaan pengguna dapat membantu meminimalkan hambatan terhadap adopsi sistem.²⁶

Ha: Ada pengaruh positif antara risiko terhadap minat penggunaan.

Ho: Ada pengaruh negatif antara risiko terhadap minat penggunaan.

4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan

Dalam konteks hubungan positif antara kepercayaan dan minat penggunaan suatu sistem, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pengguna adalah elemen kunci yang mempengaruhi minat mereka terhadap sistem. Fondasi kepercayaan dibangun melalui keandalan, keamanan, dan transparansi sistem, menciptakan keyakinan dan motivasi untuk terlibat secara aktif. Responsivitas sistem terhadap masalah, rekomendasi positif, dan keyakinan bahwa sistem memberikan manfaat

²⁶ Endang Wulandari, Mira Septiani, 87-95.

yang diinginkan semakin memperkuat minat pengguna. Oleh karena itu, strategi yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan kepercayaan menjadi esensial dalam mencapai adopsi sistem yang berkelanjutan. Faktor-faktor seperti transparansi, keandalan, dan responsivitas memainkan peran kunci dalam menciptakan lingkungan yang mendukung partisipasi aktif pengguna dalam penggunaan sistem.

Dalam konteks di mana terdapat pengaruh negatif antara kepercayaan dan minat penggunaan suatu sistem, Kepercayaan pengguna memegang peran sentral dalam membentuk minat mereka terhadap penggunaan sistem. Faktor-faktor kritis seperti keamanan, transparansi, dan responsivitas sistem memainkan peran penting dalam membentuk tingkat kepercayaan tersebut. Ketidakpercayaan terhadap sistem, apakah terkait keamanan, manfaat yang dijanjikan, atau reputasi sistem, menjadi hambatan utama yang mengurangi minat pengguna untuk berinteraksi dengan sistem tersebut. Peningkatan kepercayaan memerlukan langkah-langkah perbaikan konkret, seperti peningkatan keamanan, responsivitas yang lebih baik, dan upaya untuk membangun atau memulihkan reputasi sistem. Transparansi dalam operasional sistem menjadi kunci dalam membangun kepercayaan pengguna. Informasi yang jelas dan keterbukaan membantu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan. Dengan langkah-langkah perbaikan yang tepat dan fokus pada elemen-elemen kunci yang membangun kepercayaan, diharapkan

dapat mengatasi pengaruh negatif dan menciptakan lingkungan yang mendukung minat penggunaan sistem secara berkelanjutan.²⁷

Ha: Ada pengaruh positif antara kepercayaan terhadap minat penggunaan.

Ho: Ada pengaruh negatif antara kepercayaan terhadap minat penggunaan.

5. Pengaruh *Attitude Towards Using* terhadap Minat Penggunaan

Sikap terhadap penggunaan mencakup evaluasi positif atau negatif yang dimiliki seseorang terhadap suatu produk. Ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman sebelumnya, opini orang lain, fitur produk, dan nilai-nilai personal. Minat penggunaan mencerminkan tingkat ketertarikan atau keinginan seseorang untuk menggunakan suatu produk atau layanan. Ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk manfaat yang diharapkan, kepuasan pengguna sebelumnya, dan relevansi produk dengan kebutuhan atau gaya hidup pengguna. Hubungan antara sikap terhadap penggunaan dan minat penggunaan bersifat saling mempengaruhi. Jika seseorang memiliki sikap positif terhadap suatu produk, kemungkinan besar mereka akan memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakannya. Sebaliknya, sikap negatif dapat menghambat minat penggunaan. Faktor-faktor penentu seperti pengalaman pengguna sebelumnya, persepsi nilai, dan faktor sosial dan budaya dapat memainkan peran penting dalam membentuk sikap dan minat penggunaan. Dalam strategi pemasaran dan komunikasi, upaya dapat difokuskan pada membangun sikap positif terhadap penggunaan melalui informasi yang jelas tentang manfaat produk,

²⁷ Endang Wulandari, Mira Septiani, 87-95.

testimonial positif, dan strategi komunikasi lainnya. Analisis riset pasar dan data perilaku pengguna dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika hubungan antara sikap dan minat penggunaan²⁸.

Ha: Ada pengaruh positif antara *attitude towards using* terhadap minat penggunaan.

Ho: Ada pengaruh negatif antara *attitude towards using* terhadap minat penggunaan.

6. Pengaruh *Ease of use*, *Usefulness*, Risiko, Kepercayaan dan *Attitude Towards Using* terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa *ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko *online*. *Ease of use* mempengaruhi minat beli konsumen pada toko *online* JD.id di Kota Padang. Hal ini menandakan bahwa adanya kemudahan yang dirasakan konsumen ketika mengakses dan menggunakan toko *online* JD.id. Kemudian menurut Jogiyanto dalam Dewi tahun 2016, *ease of use* merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam penggunaan teknologi terbebas dari usaha yang besar. Jika dikemudian konsumen merasa yakin bahwa sistem yang digunakan terasa mudah, maka hal ini merupakan suatu kepercayaan seseorang mengenai proses pengambilan keputusan. Semakin tinggi *ease*

²⁸ Alsa Regita Aprilia, Thomas Santoso, "Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* Dan *Attitude Towards Using* Terhadap *Behavioural Intention to Use* Pada Aplikasi Ovo," *Agora* 8, no.1 (2020): 1-6.

of use yang dirasakan seseorang sebelumnya, maka akan semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap toko *online*.²⁹

Usefulness adalah tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan prestasi kerja mereka. Perilaku seseorang merupakan ekspresi dari keinginan atau kepentingan seseorang, dimana keinginan tersebut dipengaruhi oleh faktor sentimen dan konsekuensi yang dirasakan. Adanya manfaat yang dirasakan pengguna teknologi akan meningkatkan minat. Konsumen mereka menginginkan manfaat dari aktivitas transaksi yang dilakukan. Salah satu kegunaan *website* bagi pengguna adalah konsumen tidak perlu datang langsung ke toko konvensional, cukup menggunakan internet, sehingga dapat melakukan transaksi produk yang dibutuhkan.³⁰

Dalam hubungan khususnya dengan *e-commerce* persepsi risiko diartikan sebagai perkiraan subjektif individu untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan. Dalam konteks transaksi *online*, individu akan cenderung untuk melihat risiko yang mungkin akan muncul dari transaksi yang akan dilakukan. Informasi mengenai penjual dan produk yang akan sangat penting ketika akan melakukan transaksi jual beli melalui media *online* hal ini dilakukan untuk meminimalisir berbagai risiko yang dihadapi pembeli. Hasil penelitian menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh

²⁹ Nadya Nyssa, Rose Rahmidani, "Pengaruh *Perceived Trustworthines*, *Perseived Risk* dan *Perseived Ease Of Use* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko *Online JD.ID* di Kota Padang," *Jurnal Ecogen* 2, no.3 (September 2019) : 249-258.

³⁰ Viorendra Anggi Irvania, Ida Bagus Nyoman Udayana, Muinah Fadhilah, "Pengaruh *Perseived Usefulness*, *Trust* dan *Perseived Risk* Terhadap *Purchase Intention* Pengguna Shopee," 622-630.

signifikan terhadap minat pembelian *online*. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pavlou.³¹

Penelitian yang dilakukan oleh Abadi menunjukkan bahwa kepercayaan mempengaruhi minat *customer* OVO secara positif dalam menggunakan aplikasi. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna pada teknologi *e-commerce*, maka semakin besar minat pengguna pada aplikasi tersebut. Jika para pengguna merasa percaya dan yakin bahwa aplikasi shopee aman dan memenuhi harapan mereka, maka hal ini dapat meningkatkan minat penggunaan aplikasi tersebut. Vijayasarathy menunjukkan bahwa sikap berpengaruh kuat terhadap *intention*. Sikap dalam menggunakan berupa persepsi pengguna dalam menerima maupun menolak pada model teknologi yang ada pada sebuah sistem. Jika para pengguna semakin menerima hal yang positif dan menolak hal yang negatif sesuai kebijakan dan peraturan yang ada pada aplikasi shopee, maka hal ini dapat meningkatkan minat mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut.³²

Ha: Ada pengaruh antara *Ease of Use*, *Usefulness*, Risiko, Kepercayaan dan *Attitude Towards Using* Terhadap Minat Penggunaan.

Ho: Ada pengaruh antara *Ease of Use*, *Usefulness*, Risiko, Kepercayaan dan *Attitude Towards Using* terhadap minat penggunaan.

³¹ Dewi Hernikawati, "Analisa Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Jumlah Kunjungan Pada Situs *E-Commerce* Di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan," 191-202.

³² Viorendra Anggi Irvania, Ida Bagus Nyoman Udayana, Muinah Fadhilah, "Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Trust* dan *Perceived Risk* Terhadap *Purchase Intention* Pengguna *Shopee*," 4.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif bukan seperti daftar isi.³³

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Pustaka

Dalam bab ini berisi tentang kajian penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan serta memuat tentang kajian teori yang membahas tentang Sistem Informasi Akuntansi dan *Technology Acceptance Model* (TAM).

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian yang akan digunakan. Selain itu dijabarkan mengenai populasi, sampel, teknik, dan instrumen dalam pengumpulan data serta analisis data yang digunakan.

BAB IV Penyajian Data dan Analisis

Bab ini menjelaskan tentang gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis serta pembahasan.

BAB V Penutup

³³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 80.

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran oleh peneliti.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Dina Aulia, Elan Eriswanto (2023)

Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* pada Aplikasi Penjualan *Online* dengan Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM)” dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh norma subjektif, persepsi kenyamanan, persepsi manfaat, dan persepsi kompleksitas terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online* di kalangan pelaku bisnis di kota Sukabumi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi kompleksitas tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online (studi kasus pada pelaku bisnis di kota Sukabumi).³⁴

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini terdapat pada populasi. Dalam penelitian terdahulu

³⁴ Dina Aulia, Elan Eriswanto, ”Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Penjualan *Online* Dengan Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM),” *Jurnal Akuntansi Unihaz* 6, no.1, (juni 2023): 1.

adalah masyarakat kota sukabumi yang termasuk pelaku usaha. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik yang mengacu pada ketentuan Roscoe, bahwa ukuran sampel yang baik minimal 5-10 kali dan jumlah variabel yang diteliti. Sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Akuntansi Syariah angkatan 2020 dan 2021 yang sudah menempuh mata kuliah sistem informasi akuntansi dan memiliki bisnis/usaha *online* di aplikasi tiktok.

2. Yongki Alfa Rizi, Fitra Dharma, Yunia Amelia, dan Tri Joko Prasetyo (2023)

Penelitian ini berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dan Minat Transaksi Penjual UMKM Indonesia Di *E-Commerce*” dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan minat bertransaksi *e-commerce* di kalangan pelaku UMKM di Indonesia. Oleh karena itu, dilakukan penelitian mengenai pengaruh variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel kepercayaan dan minat bertransaksi *e-commerce* bersifat mendukung dan signifikan, namun terdapat dua hipotesis yang tidak mendukungnya (H3 dan H6). Hal ini menunjukkan bahwa secara empiris UMKM belum tentu tertarik menggunakan *e-commerce* untuk transaksi bisnisnya.³⁵

³⁵ Yongki Alfa Rizi et al., “Factors Affecting Trust And Interest In Transaction By Indonesian MSME Sellers In E-Commerce,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 38, no. 1, (2023): 19-42.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama menggunakan menggunakan metode penelitian kuantitatif melalui penyebaran kuesioner. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini terdapat pada teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah *snowball sampling*., Sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini adalah *purposive sampling*.

3. Nadia Nila Sari (2022)

Penelitian ini berjudul “Penggunaan Model Penerimaan Teknologi Untuk Menjelaskan Sikap Merek dan Niat Loyalitas dalam *E-Commerce*: Kasus Gamifikasi” dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis peran *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kenikmatan, persepsi pengaruh social, niat konsumen untuk terlibat, dan loyalitas merek dalam konteks gamifikasi di *e-commerce*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi pengaruh sosial, dan persepsi kenikmatan mempunyai pengaruh positif terhadap sikap merek, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap sikap merek. Sikap merek ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat loyalitas.³⁶

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama menggunakan metode survei melalui kuesioner.

³⁶ Nadia Nila Sari, "The Use Of Technology Acceptance Model To Explain Brand Attitude And Loyalty Intention In E-Commerce: The Gamification Case," *ASEAN Marketing Journal* 14, no.1, (Juni 2022): 72-96.

Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini terdapat pada variabel. Penelitian terdahulu adalah variabel observasi dan variabel laten, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini adalah independen.

4. Sayyed Khawar Abbas (2022)

Penelitian ini berjudul “*Shopping Using Mobile Applications And The Role Of The Technology Acceptance Model: Purchase Intention And Social Factors*” dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh niat membeli pelanggan (PIN) dengan mempertimbangkan kombinasi faktor sosial dan model penerimaan teknologi (TAM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PI dan persepsi kegunaan (PU) lebih efektif dibandingkan persepsi kemudahan penggunaan (PEOU), serta sikap terhadap penggunaan aplikasi seluler (ATMAU) dan SI. Apalagi ATMAU menjalin hubungan yang signifikan dengan PIN. Selain itu PU dan PI mempunyai hubungan tidak langsung yang lebih efektif dibandingkan PEOU dan SI dengan PIN dalam mediasi ATMAU.³⁷

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner formal dan skala *fitting*. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini terdapat pada teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah *snowball* dan *purposive sampling*, untuk

³⁷ Sayyed Khawar Akbar, “Shopping Using Applications And The Role Of The Technology Acceptance Model: Purchase Intention And Social Factors,” *Hungarian Statistical Review* 5, no. 2 (2022): 54-81.

populasinya adalah pengguna aplikasi *mobile phone banking*, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini adalah *purposive sampling*, untuk populasinya adalah mahasiswa yang sudah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi serta pengguna *e-marketplace* tiktok.

5. Rasmon (2022)

Penelitian ini berjudul “Akuntan di era digital: Pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*) pada Software berbasis akuntansi *accurate online*”. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui penerimaan dan penggunaan *accurate online* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kemampuan menggunakan komputer berpengaruh terhadap persepsi kegunaan, (2) kemampuan menggunakan komputer berpengaruh terhadap persepsi kegunaan, (3) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan, (4) persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap pengguna, (5) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap pengguna.³⁸

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan data primer yaitu kuesioner. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini terdapat pada pengumpulan data. Pada penelitian terdahulu penyebaran kuesioner dilakukan dengan melalui *WhatsApp Messenger* dalam bentuk *google*

³⁸ Rasmon, ”Akuntan di Era Digital: Pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*) pada Software Berbasis Akuntansi *Accurate Online*,” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 11, no.2 (2022): 72-80.

form, sedangkan pada penelitian yang dilakukan saat ini penyebaran kuesioner dilakukan dengan melalui *offline* / dengan bertemu langsung dengan pihak yang bersangkutan.

6. Desvronita (2021)

Penelitian ini berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran *E-Wallet* Menggunakan *Technology Acceptance Model*” dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kepercayaan dan sikap penggunaan terhadap minat dalam menggunakan sistem pembayaran *E-Wallet*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kepercayaan dan sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Electronic Wallet* pada pengguna sistem pembayaran *E-Wallet* di Daerah Istimewa Yogyakarta.³⁹

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM). Jenis dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan kuisioner. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini terdapat pada populasi. Di dalam penelitian terdahulu yaitu pengguna sistem pembayaran *Electronic Wallet* di Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan pada penelitian yang dilakukan saat ini adalah pengguna tiktok di Jember tepatnya Universitas

³⁹ Desvronita, ”Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran *E-Wallet* Menggunakan *Technology Acceptance Model*,” 1.

Kiai Haji Achmad Siddiq Jember serta mahasiswa aktif jurusan akuntansi syariah, angkatan 2020 dan 2021.

7. Ovie Auliya'atul Faizah, Suparti, Abdul Hoyyi (2021)

Penelitian ini berjudul “Analisis *Technology Acceptance Model* Pada Aplikasi *Platform* Shopee Dengan Pendekatan *Partial Least Square* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas DiPonegoro)” dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan Aplikasi Shopee pada mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang. Analisisnya didasarkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 28 indikator valid, 5 model deal inner, dan 8 jalur signifikan. Seluruh kausalitas antar variabel laten yang terdapat pada *Technology Acceptance Model* (TAM) berpengaruh positif dan signifikan, hanya saja hasil pengintegrasian variabel kepercayaan pada TAM yaitu variabel laten antara kepercayaan dengan minat perilaku penggunaan tidak berpengaruh signifikan.⁴⁰

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama dengan menyebarkan kuesioner. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini terdapat pada populasi, teknik sampel, dan skala. Populasi pada penelitian terdahulu adalah mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *judgmental sampling* serta menggunakan data primer dengan skala interval 1-10. Sedangkan

⁴⁰ Ovie Auliya'atul Faizah, Suparti Suparti, Abdul Hoyyi, “Analisis *Technology Acceptance Model* Pada Aplikasi *Platform* Shopee Dengan Pendekatan *Partial Least Square* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro),” 423.

penelitian yang dilakukan saat ini populasinya adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* serta menggunakan data primer dengan skala interval 1-5.

8. Angela Deananda Putri Budiastuti dan Dul Muid (2020)

Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)” penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* di Shopee dengan *Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use*, *Trust*, dan *Attitude Towards* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, sedangkan *Perceived Usefulness* dan *Risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Minat penggunaan shopee dipengaruhi oleh kemudahan, kepercayaan, dan sikap penerimaan dalam menggunakan shopee. *Perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam bunga, sedangkan adanya risiko di shopee akan menghambat minat untuk menggunakan shopee.⁴¹

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada

⁴¹ Angela Deananda Putri Budiastuti, Dul Muid, “Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM),” 1.

responden, responden diperoleh dengan metode *purposive sampling*. Data pengukuran menggunakan analisis regresi berganda dalam SPSS. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini terdapat pada tujuan penelitian. Penelitian terdahulu memiliki tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis *e-commerce* di Shopee dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini fokus untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis *e-commerce* di aplikasi tiktok dengan *Technology Acceptance Model* (TAM).

9. Suyanto, Taufan Adi Kurniawan (2019)

Penelitian ini berjudul “Faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan penggunaan *FinTech* pada UMKM dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)”. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh bagi UMKM dalam memanfaatkan *FinTech* yang berbasis teknologi sebagai sumber modal alternatif dengan menggunakan model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kemampuan Menggunakan Komputer (CSE), tidak berpengaruh terhadap Persepsi Kegunaan (POU) pada Perangkat Lunak *FinTech*. Kemampuan menggunakan komputer (CSE) berpengaruh Positif terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEU) pada Perangkat Lunak *FinTech*. Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEU) Berpengaruh Positif terhadap

Persepsi Kegunaan (POU) Perangkat Lunak *FinTech*. Persepsi Kegunaan (POU) Berpengaruh Positif terhadap Sikap Pengguna (ATU) Perangkat Lunak *FinTech*. Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEU) tidak Berpengaruh terhadap Sikap Pengguna (ATU) Perangkat Lunak *FinTech*. Sikap Pengguna (ATU) Perangkat Lunak *FinTech* Berpengaruh Positif terhadap Minat Perilaku (BEI). Minat perilaku (BEI) tidak Berpengaruh Positif terhadap Penggunaan Senyatanya (ACU) Perangkat Lunak *FinTech*.⁴²

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini terdapat pada populasi. Penelitian terdahulu adalah para pegiat UMKM di daerah Yogyakarta. Untuk sampel penelitian ini mengambil para pegiat UMKM yang telah mengetahui tentang *FinTech*, baik yang telah memanfaatkan perangkat lunak *FinTech* sebagai sumber modal alternatif maupun para pegiat UMKM yang telah mengetahui *FinTech* namun belum memanfaatkan *FinTech* sebagai sumber modal alternatif. Pengambilan sampel menggunakan *purposive random sampling*. Sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini adalah pengguna tiktok dikalangan mahasiswa lebih tepatnya jurusan akuntansi angkatan 2020 dan 2021, Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.

⁴² Suyanto, Taufan Adi Kurniawan, "Faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan penggunaan *FinTech* pada UMKM dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*," *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Akmenika* 16, no.1, (April 2019): 175-186.

10. Imas Nurzanah, Adila Sosianika (2019)

Penelitian ini berjudul “Promosi Penjualan Dan Minat Beli: Penerapan Modifikasi *Technology Acceptance Model* Di *E-Marketplace* Shopee Indonesia” dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat membuat konsumen memiliki minat pembelian ketika mereka mengunjungi *e-marketplace* shopee. Hasil penelitian ini menunjukkan promosi penjualan secara signifikan mempengaruhi minat pembelian, tetapi salah satu komponen dari TAM yaitu *perceived ease of use* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian.⁴³

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama menggunakan data kuantitatif dan data yang dikumpulkan merupakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini terdapat pada fokus penelitian. Penelitian terdahulu dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat membuat konsumen memiliki minat pembelian ketika mereka mengunjungi *e-marketplace* Shopee, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis *e-commerce* di aplikasi tiktok dengan *Technology Acceptance Model* (TAM).

⁴³ Imas Nurzanah, Adila Sosianika, ”Promosi Penjualan Dan Minat Beli: Penerapan Modifikasi *Technology Acceptance Model* Di *E-Marketplace* Shopee Indonesia,” *Industrial Research Workshop and National Seminar* 10, no.1, (2019): 706-714.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Dina Aulia, Elan Eriswanto (2023), Universitas Atma Jaya Yogyakarta	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-Commerce</i> Pada Aplikasi Penjualan <i>Online</i> Dengan Menggunakan Metode <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	Populasi dalam penelitian terdahulu adalah masyarakat kota sukabumi yang termasuk pelaku usaha. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik yang mengacu pada ketentuan Roscoe, bahwa ukuran sampel yang baik minimal 5-10 kali dan jumlah variabel yang diteliti.	Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner.
2	Yongki Alfa Rizi, Fitra Dharma, Tri Joko Prasetyo (2023), Universitas Lampung	<i>Factors Affecting Trust And Interest In Transactions By Indonesian MSME Sellers In E-Commerce</i>	Teknik pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah <i>snowball sampling</i> .	Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif melalui penyebaran kuesioner.
3	Nadia Nila Sari (2022)	Penggunaan Model Penerimaan Teknologi Untuk Menjelaskan Sikap Merek dan Niat Loyalitas dalam <i>E-Commerce</i> :	Variabel penelitian terdahulu adalah variabel observasi dan variabel laten.	Penelitian terdahulu menggunakan metode survei melalui kuesioner. Penelitian survei adalah pengumpulan informasi mengenai atau

No.	Penulis	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
		Kasus Gamifikasi		dari seseorang untuk menggambarkan, membandingkan, atau menjelaskan pengetahuan, sikap, dan perilakunya melalui kuesioner.
4	Sayyed Khawar Abbas (2022), Universitas Corvinus, Budapest	<i>Shopping Using Mobile Applications And The Role Of The Technology Acceptance Model: Purchase Intention And Social Factors</i>	Teknik pengambilan sampel pada penelitian terdahulu adalah <i>snowball</i> dan <i>purposive sampling</i> , untuk populasinya adalah pengguna aplikasi <i>mobile phone banking</i> .	Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner formal dan skala <i>fitting</i> .
5	Rasmon (2022)	Akuntan di Era Digital: Pendekatan TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>) pada <i>Software Berbasis Akuntansi Accurate Online</i>	Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan <i>WhatsApp Messenger</i> dalam bentuk <i>google form</i> .	Metode penelitian terdahulu adalah kuantitatif yang dilakukan dengan data primer yaitu kuesioner.
6	Desvronita (2021), Universitas PGRI Yogyakarta	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem	Populasi didalam penelitian terdahulu yaitu pengguna sistem	Metode yang digunakan didalam penelitian ini adalah metode <i>Technology</i>

No.	Penulis	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
		Pembayaran <i>E-Wallet</i> Menggunakan <i>Technology Acceptance Model</i>	pembayaran <i>Electronic Wallet</i> di Daerah Istimewa Yogyakarta.	<i>Acceptance Model</i> (TAM). Jenis dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan kuisioner.
7	Ovie Auliya'atul Faizah, Suparti, Abdul Hoyyi (2021), Universitas Diponegoro	Analisis <i>Technology Acceptance Model</i> Pada Aplikasi <i>Platform</i> Shopee Dengan Pendekatan <i>Partial Least Square</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)	Populasi penelitian terdahulu adalah mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>judgmental sampling</i> dan menggunakan data primer dengan skala interval 1-10.	Jenis data yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.
8	Angela Deananda Putri Budiati, Dul Muid (2020), Universitas Diponegoro	Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-Commerce</i> Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	Penelitian terdahulu memiliki tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> di Shopee dengan <i>Technology</i>	Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden, responden diperoleh dengan metode <i>purposive sampling</i> . Data pengukuran menggunakan

No.	Penulis	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
			<i>Acceptance Model</i> (TAM).	analisis regresi berganda dalam SPSS.
9	Suyanto, Taufan Adi Kurniawan (2019)	Faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan penggunaan <i>FinTech</i> pada UMKM dengan menggunakan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	Populasi penelitian terdahulu adalah para pegiat UMKM di daerah Yogyakarta. Untuk sampel penelitian ini mengambil para pegiat UMKM yang telah mengetahui tentang <i>FinTech</i> , baik yang telah memanfaatkan perangkat lunak <i>FinTech</i> sebagai sumber modal alternatif maupun para pegiat UMKM yang telah mengetahui <i>FinTech</i> namun belum memanfaatkan <i>FinTech</i> sebagai sumber modal alternatif. Pengambilan sampel menggunakan <i>purposive random sampling</i> .	Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif.

No.	Penulis	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
10	Imas Nurzanah, Adila Sosianika (2019), Politeknik Negeri Bandung	Promosi Penjualan dan Minat Beli: Penerapan Modifikasi <i>Technology Acceptance Model</i> di <i>E-Marketplace</i> Shopee Indonesia	Penelitian terdahulu dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat membuat konsumen memiliki minat pembelian ketika mereka mengunjungi <i>e-marketplace</i> Shopee.	Penelitian terdahulu menggunakan data kuantitatif dan data yang dikumpulkan merupakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner.

Sumber : Penelitian Terdahulu, data diolah

B. Kajian Teori

Pembahasan secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

1. *Technology Accepted Model* (TAM)

a. Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah model penelitian yang dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan (*acceptance*) penggunaan teknologi informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986, dibuat khusus untuk memodelkan efek penerimaan (*acceptance*) yang dirasakan pengguna terhadap sebuah teknologi informasi. Menurut Davis tahun 1989, tujuan utama *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah

memberikan acuan untuk menganalisa pengaruh eksternal berupa faktor keyakinan (*trust*), *intention*, dan tujuan pengguna. *Technology Acceptance Model* (TAM) menggambarkan bahwa ada dua faktor yang dominan yang mempengaruhi penerimaan (*acceptance*) teknologi informasi yaitu yang *pertama*, persepsi pengguna tentang manfaat yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi tersebut, dan *kedua*, persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan teknologi informasi. Kedua faktor ini yang akan mempengaruhi keinginan atau *intention* pengguna untuk menggunakan teknologi informasi.⁴⁴

Model *Technology Acceptance Model* (TAM) diadopsi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang pertama kali diperkenalkan oleh Martin Fishbein dan Ajzen tahun 1980. Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), minat (*intention*) dan perilaku (*behavior*). Minat merupakan prediktor utama perilaku pengguna, artinya jika ingin mengetahui apa yang seseorang akan lakukan, yang terpenting adalah mengetahui minat orang tersebut. Meskipun seseorang dapat membuat keputusan berdasarkan alasan-alasan yang lain, artinya tidak selalu berdasarkan minat, namun konsep utama dalam teori ini adalah fokus untuk memperhatikan dan mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting oleh pengguna. Model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan dari teori psikologis, menjelaskan bahwa perilaku pengguna teknologi

⁴⁴ Edi Purwanto, *Technology Adoption: A Conceptual Framework* (Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia, 2020), 32-33.

informasi yaitu berdasarkan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), minat (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Model ini digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan (*acceptance*) teknologi informasi.⁴⁵

b. Manfaat *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) memiliki manfaat yang signifikan dalam pengembangan teknologi, antara lain:

1) Dapat menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat membantu organisasi dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna, seperti *usefulness* (persepsi kegunaan), *ease of use* (persepsi kemudahan

penggunaan), *social influence* (pengaruh sosial), *trust* (kepercayaan), *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), *subjective norm* (norma subjektif), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), dan *price value* (nilai harga).

Dengan memahami faktor-faktor tersebut, organisasi dapat merancang teknologi yang lebih baik dan dapat memastikan bahwa teknologi tersebut dapat diterima dengan baik oleh pengguna.

2) Dapat meningkatkan adopsi dan penggunaan teknologi Dengan memperhatikan faktor-faktor pada *Technology Acceptance Model*

⁴⁵ Edi Purwanto, 33.

(TAM), organisasi dapat merancang teknologi yang lebih mudah digunakan, lebih bermanfaat bagi pengguna, dan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini dapat meningkatkan adopsi dan penggunaan teknologi oleh pengguna.

3) Dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategis *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat membantu organisasi dalam pengambilan keputusan strategis terkait teknologi yang akan dikembangkan dan diterapkan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna, organisasi dapat memilih teknologi yang paling cocok untuk pengguna dan dapat memastikan bahwa teknologi tersebut dapat diterima dengan baik oleh pengguna.

4) Dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi penggunaan teknologi Dengan memperhatikan faktor-faktor pada *Technology Acceptance Model* (TAM), organisasi dapat merancang teknologi yang lebih efektif dan efisien bagi pengguna. Teknologi yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja pengguna dalam melakukan tugas-tugas mereka.

5) Dapat meminimalkan risiko kegagalan penggunaan teknologi Dengan mempertimbangkan faktor-faktor pada *Technology Acceptance Model* (TAM), organisasi dapat meminimalkan risiko kegagalan penggunaan teknologi. Teknologi yang dirancang dengan baik dan dapat diterima dengan baik oleh pengguna dapat

mengurangi kemungkinan kegagalan dalam penggunaan teknologi tersebut.

c. Indikator-Indikator *Technology Acceptance Model* (TAM)

Pada model TAM tersebut terdapat dua variabel utama yaitu *ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *usefulness* (persepsi kebergunaan). Terdapat variabel *attitude towards using* atau sikap dalam menggunakan juga dalam model TAM yang dapat digunakan untuk memprediksi minat, tetapi variabel ini masih jarang digunakan. Selain *Technology Acceptance Model* (TAM), terdapat beberapa faktor eksternal yang dapat digunakan untuk memprediksi minat, seperti risiko dan kepercayaan.⁴⁶ Sesuai dengan deskripsi dan penjelasan yang telah dijabarkan berikut pengertian dari variabel-variabel di atas:

1) *Ease of use*

Menurut Davis tahun 1989, *Ease of use* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna dalam menggunakan suatu teknologi informasi dan dalam proses penggunaannya tidak memerlukan *effort* banyak. Meskipun *effort* yang dikeluarkan oleh setiap orang berbeda-beda tetapi umumnya sebuah teknologi informasi harus mudah digunakan. *Ease of use* menjadi salah satu faktor yang diuji dalam penelitian Fred Davis tahun 1989, dan hasilnya menunjukkan bahwa *ease of use* dapat menjelaskan alasan

⁴⁶ Angela Deananda Putri Budiastuti, Dul Muid, "Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)," 2.

seseorang tertarik untuk menggunakan sebuah sistem. Intensitas penggunaan teknologi informasi yang tinggi dan dengan adanya interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah untuk digunakan. Menurut Adams, Nelson, dan Todd tahun 1992, sistem yang sering digunakan dapat membuktikan bahwa sistem tersebut mudah dipahami.⁴⁷

Menurut Budiastuti *et al.*, tahun 2020, ada 6 indikator *ease of use* yaitu :

- a) Kemudahan melakukan pembelian.
- b) Kemudahan memahami teknologi dalam prosedur pembelian dan penjualan.
- c) Kemudahan mengakses *web/aplikasi*.
- d) Kemudahan memahami proses transaksi keuangan melalui aplikasi.
- e) Fleksibilitas dalam pembelian melalui aplikasi.
- f) Intensitas pertolongan orang lain dalam pemakaian aplikasi.

2) *Usefulness*

Usefulness didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. *Usefulness* merupakan suatu ukuran yang

⁴⁷ Edi Purwanto, *Technology Adoption: A Conceptual Framework*, 35.

mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya.⁴⁸

Menurut Budiastuti *et al.*, tahun 2020, ada 6 indikator *usefulness* yaitu :

- a) Efektivitas dan efisiensi.
- b) Membandingkan harga produk yang sama dari beberapa penjual yang berbeda.
- c) Mendapatkan informasi mengenai produk.
- d) Memperlancar proses jual beli produk.
- e) Penghematan waktu.
- f) Ketelitian perhitungan transaksi melalui sistem yang disediakan.

3) Risiko

Menurut Nurdin dkk, tahun 2020, risiko didefinisikan sebagai ambiguitas yang akan diperoleh pengguna (*user*) dalam melakukan kegiatan tertentu. Rodiah dan Melati tahun 2020 mendefinisikan risiko sebagai kepercayaan akan adanya ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan oleh pengguna dalam melakukan transaksi dengan menggunakan layanan. Risiko memiliki dua efek yaitu efek positif atau disebut

⁴⁸ Ivan Rifqi Ramadya, "Pengaruh *Perseived Ease Of Use* dan *Perseived Usefulness* Terhadap *Attitude Towards Using* Serta Dampaknya Terhadap *Behavioral Intention*," *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* 1, no.4 (2022): 555.

juga dengan peluang atau *opportunity*, dan efek negatif atau yang disebut juga dengan ancaman atau *threat*.⁴⁹

Menurut Budiastuti et al., tahun 2020, ada 5 indikator risiko yaitu :

- a) Risiko transaksi.
 - b) Keamanan dalam pembayaran.
 - c) Keamanan informasi pribadi.
 - d) Kekhawatiran memberikan informasi pribadi.
 - e) Ketersediaan membaca peraturan dan kebijakan
- 4) Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu pemikiran pada individu terhadap teknologi yang akan mempengaruhi persepsi mereka tentang manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi, yang pada gilirannya akan mempengaruhi niat dan kemauan mereka untuk menggunakannya. Faktor individu seperti pengalaman sebelumnya dengan teknologi serupa, pengetahuan tentang teknologi, sikap terhadap teknologi, persepsi tentang manfaat teknologi, dan keterkaitan teknologi dengan tugas dapat mempengaruhi kepercayaan individu terhadap teknologi. Individu yang memiliki pengalaman positif dengan teknologi serupa sebelumnya, memiliki pengetahuan yang baik tentang teknologi, memiliki sikap yang positif terhadap teknologi, dan memiliki persepsi tentang manfaat

⁴⁹ Muhammad Farid Iffat, Ayu Chairina Laksmi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Elektronik," *National Conference On Accounting and Finance 5*, (2023): 441-449.

teknologi yang tinggi cenderung memiliki kepercayaan yang kuat terhadap teknologi baru. Di sisi lain, individu yang memiliki pengalaman negatif dengan teknologi serupa sebelumnya, memiliki pengetahuan yang terbatas tentang teknologi, memiliki sikap yang negatif terhadap teknologi, dan memiliki persepsi tentang manfaat teknologi yang rendah cenderung memiliki kepercayaan yang rendah terhadap teknologi baru.⁵⁰

Menurut Budiastuti *et al.*, tahun 2020, ada 5 indikator untuk mengukur kepercayaan sebagai berikut :

- a) Kepercayaan pada keamanan transaksi.
- b) Jaminan kesesuaian produk.
- c) Keyakinan pada aplikasi dalam menjaga informasi pribadi.
- d) Kepercayaan penyimpanan uang pada aplikasi.
- e) Kepercayaan untuk keseluruhan aplikasi.

5) *Attitude Towards Using*

Pada konsep *technology acceptance model*, *attitude toward using* adalah sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Sikap menjelaskan penerimaan seseorang terhadap teknologi informasi, yang terdiri atas beberapa unsur diantaranya kognitif/cara pandang

⁵⁰ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Malang: Seribu Bintang, 2022), 77.

(*cognitive*), afektif (*affective*), dan komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioral components*).⁵¹

Menurut Budiastuti *et al.*, tahun 2020, ada 5 indikator untuk mengukur *attitude towards using* sebagai berikut :

- a) Daya tarik tampilan aplikasi.
- b) Sikap terhadap otorisasi penggunaan.
- c) Sikap terhadap model penyimpanan kata sandi.
- d) Tanggapan para pengguna mengenai aplikasi.
- e) Sikap terhadap pihak yang tidak berkepentingan.

2. Sistem Informasi Akuntansi

a. Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Istilah Sistem Informasi Akuntansi baru mulai dipopulerkan sekitar tahun 1980-an. Sebelumnya bidang ilmu ini lebih dikenal dengan nama Sistem Akuntansi. Menurut Mulyadi tahun 2001, Sistem Akuntansi adalah organisasi formulir, catatan, dan laporan yang dikoordinasikan sedemikian rupa untuk menyediakan informasi keuangan yang dibutuhkan oleh manajemen guna memudahkan pengelolaan perusahaan. Menurut Bodnar & Hopwood tahun 2010, Sistem Informasi Akuntansi adalah sekumpulan sumber dana dan daya (*resources*), seperti orang dan peralatan yang dirancang untuk mentransformasi data keuangan dan data lainnya menjadi informasi.

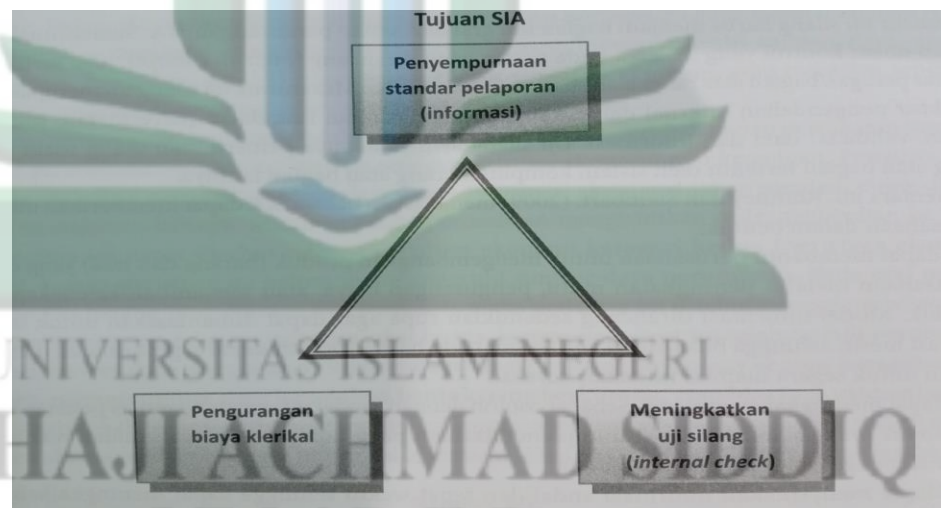
⁵¹ Ivan Rifqi Ramadya, "Pengaruh *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Attitude Towards Using* Serta Dampaknya Terhadap *Behavioral Intention*," 555.

Informasi ini dikomunikasikan kepada para pengambil keputusan yang sangat beragam.⁵²

b. Tujuan Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Gillespie tahun 1981, dengan gamblang mengemukakan bahwa dalam merancang suatu Sistem Informasi Akuntansi, selalu harus diperhatikan tiga sudut pandang, atau tiga dimensi sebagai mana dijelaskan pada gambar 2.1.

Gambar 2.1
Tujuan Sistem Informasi Akuntansi



Sumber : Sistem Informasi Akuntansi

1) Penyempurnaan Standar Pelaporan (Informasi)

Tujuan utama Sistem Informasi Akuntansi adalah agar mampu menghasilkan laporan akuntansi (informasi akuntansi) yang berkualitas. Sistem Informasi Akuntansi harus mampu mengintegrasikan sub-sistem pelaporan akuntansi keuangan

⁵² Cenik Ardana, Hendro Lukman, *Sistem Informasi Akuntansi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 45.

(*financial statements*) dengan sub-sistem pelaporan akuntansi manajemen (*management accounting report*).

Bentuk, isi dan format dari laporan keuangan pada umumnya sudah bersifat standar karena harus mengacu kepada pedoman Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang telah dikeluarkan oleh lembaga pemegang otoritas (di Indonesia, dalam hal ini adalah Ikatan Akuntan Indonesia, dan atau Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sedangkan untuk subsistem pelaporan akuntansi manajemen dapat bervariasi dan selalu mengalami perubahan, disesuaikan dengan sifat, jenis dan skala perusahaan serta sifat kebutuhan manajemen yang selalu berubah.

Akuntan dapat lebih leluasa dalam merancang subsistem pelaporan akuntansi manajemen disesuaikan dengan sifat dan perubahan kebutuhan informasi yang diminta oleh pihak manajemen. Perkembangan dalam teknologi informasi, dan komunikasi, di samping sifat kebutuhan manajemen, juga menjadi faktor pendorong utama untuk selalu mengkaji ulang rancangan Sistem Informasi Akuntansi dalam rangka meningkatkan ragam dan kualitas laporan akuntansi yang dihasilkan.⁵³

2) Pengurangan Biaya Klerikal

Unsur biaya akan selalu menjadi kendala dan pertimbangan utama untuk meningkatkan kualitas informasi yang

⁵³ Cenik Ardana, Hendro Lukman, 46-47.

diinginkan. Para analis sistem selalu harus menyadari bahwa upaya peningkatan kualitas (manfaat) informasi akan membawa konsekuensi meningkatnya biaya/sumber daya yang digunakan. Jangan lupa bahwa untuk meningkatkan Sistem Informasi Akuntansi juga memerlukan penambahan biaya investasi, oleh karena itu selalu harus dipertimbangan manfaat yang diperoleh dengan biaya yang ditimbulkannya (*cost and benefit analysis*).⁵⁴

3) Peningkatan Uji Silang (*Internal Check*)

Adanya unsur uji silang harus menjadi bagian integral dari setiap perancangan Sistem Informasi Akuntansi. Semaksimal mungkin diciptakan unsur kontrol yang melekat pada sistem yang dirancang (*built-in control*), juga mekanisme uji silang antar petugas/bagian atas rangkaian suatu transaksi usaha. Mekanisme uji silang ini merupakan bagian dari struktur pengendalian internal dalam rangka meningkatkan keandalan (kecermatan, kelengkapan, keabsahan, validitas) data dan informasi. Uji silang artinya adanya pemeriksaan ulang suatu pekerjaan seseorang atau bagian tertentu oleh sistem komputer, orang atau bagian lainnya.

55

⁵⁴ Cenik Ardana, Hendro Lukman, 47.

⁵⁵ Cenik Ardana, Hendro Lukman, 48.

c. Manfaat Sistem Informasi Akuntansi

Sementara itu, menurut Romney dan Steinbart tahun 2009, menjelaskan bahwa Sistem Informasi Akuntansi dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam bentuk:

- 1) Sistem Informasi Akuntansi dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan produk (barang dan jasa) yang dihasilkan perusahaan melalui peningkatan mutu, pengurangan biaya, atau menambah kelengkapan (fitur) produk. Model informasi dirancang sedemikian rupa agar dapat dimanfaatkan untuk memantau operasi mesin sehingga bila timbul kerusakan pada hasil produksi dapat segera dilacak oleh mandor mesin untuk segera diambil tindakan koreksi.
- 2) Sistem Informasi Akuntansi dapat meningkatkan efisiensi. Sebagai contoh dengan model informasi kuantitas pesanan ekonomis (*economic order quantity*) dapat diimplementasikan pada komputer dengan tujuan meningkatkan efisiensi pengelolaan persediaan barang.
- 3) Sistem Informasi Akuntansi dapat menyediakan informasi andal dan tepat waktu sehingga dapat meningkatkan kualitas keputusan. Keunggulan pengolahan data akuntansi dengan komputer dibandingkan dengan cara manual antara lain dari kecepatan dan keakuratannya yang sangat tinggi. Kualitas keputusan sangat ditentukan oleh kualitas sistem informasi (akuntansi) ini.

- 4) Sistem Informasi Akuntansi mampu memberikan keunggulan daya saing (*competitive advantages*) bagi perusahaan.⁵⁶

d. Cara kerja Sistem Informasi Akuntansi

Setiap Sistem Informasi Akuntansi melaksanakan lima fungsi utama, yaitu pengumpulan data, pemrosesan data, manajemen data, pengendalian data (termasuk *security*), dan penghasil informasi.

1) Pengumpulan Data

Fungsi pengumpulan data terdiri atas memasukkan data transaksi melalui formulir, mensyahkan, serta memeriksa data untuk memastikan ketepatan dan kelengkapannya. Jika data bersifat kuantitatif, data dihitung dahulu sebelum dicatat. Jika data jauh dari lokasi pemrosesan, maka data harus ditransmisikan lebih dahulu.

2) Pemrosesan Data

Pemrosesan data terdiri atas proses perubahan input menjadi output Fungsi pemrosesan data terdiri atas langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Pengklasifikasian atau menetapkan data berdasar kategori yang telah ditetapkan.
- b) Menyalin data ke dokumen atau media lain.
- c) Mengurutkan, atau menyusun data menurut karakteristiknya.
- d) Mengelompokkan atau mengumpulkan transaksi sejenis.

⁵⁶ Cenik Ardana, Hendro Lukman, 48.

- e) Menggabungkan atau mengombinasikan dua atau lebih data atau arsip.
- f) Melakukan penghitungan.
- g) Peringkasan, atau penjumlahan data kuantitatif.
- h) Membandingkan data untuk mendapatkan persamaan atau perbedaan yang ada.

3) Manajemen Data

Fungsi manajemen data terdiri atas tiga tahap, yaitu: penyimpanan, pemutakhiran, dan pemunculan kembali (*retrieving*). Tahap penyimpanan merupakan penempatan data dalam penyimpanan atau basis data yang disebut arsip. Pada tahap pemutakhiran, data yang tersimpan diperbaharui dan disesuaikan dengan peristiwa terbaru. Kemudian pada tahap *retrieving*, data

yang tersimpan diakses dan diringkas kembali untuk diproses lebih lanjut atau untuk keperluan pembuatan laporan. Manajemen data dan pemrosesan data mempunyai hubungan yang sangat erat. Tahap pengelompokan data dan pengurutan data dari fungsi pemrosesan data, misalnya sering dilakukan sebagai pendahuluan sebelum dilakukan tahap pemutakhiran dalam fungsi manajemen data. Manajemen data dapat dipandang sebagai bagian dari pemrosesan data. Manajemen data akan menunjang pencapaian efisiensi aktivitas dalam proses menghasilkan informasi dan

mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen terutama mengenai informasi aktivitas dan informasi kebijakan manajemen.

4) Pengendalian Data

Fungsi pengendalian data mempunyai dua tujuan dasar:

- a) Untuk menjaga dan menjamin keamanan aset perusahaan, termasuk data.
- b) untuk menjamin bahwa data yang diperoleh akurat dan lengkap serta diproses dengan benar. Berbagai teknik dan prosedur dapat dipakai untuk menyelenggarakan pengendalian dan keamanan yang memadai.

5) Penghasil Informasi

Fungsi penghasil informasi ini terdiri atas tahapan pemrosesan informasi seperti penginterpretasian, pelaporan, dan pengomunikasian informasi.⁵⁷

e. Proses Bisnis dan Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi pada suatu perusahaan tidak akan sama untuk setiap perusahaan, walaupun perusahaan tersebut sejenis. Perancangan Sistem Informasi Akuntansi harus menggunakan pendekatan proses bisnis. Umumnya proses bisnis divisualkan dalam bentuk bagan alur (*flowchart*) yang menggambarkan urutan aktivitas bisnis secara berurutan. Gambar 2.2 menggambarkan urutan bisnis *online* yang ada pada aplikasi tiktok.

⁵⁷ Faiz Zamzami, *Sistem Informasi Akuntansi*, 10-12.

1) Pengertian *Flowchart*

Flowchart (Diagram Alir) atau di sebut *Flowchart* merupakan bagan (*Chart*) yang mengarahkan alir (*flow*) di dalam prosedur atau program sistem secara logika. *Flowchart* adalah cara untuk menjelaskan tahap-tahap pemecahan masalah dengan merepresentasikan simbol-simbol tertentu yang mudah dipahami, mudah digunakan dan standar.⁵⁸

2) Pengertian *E-Commerce*

Menurut Hotana, M.S. tahun 2018, *Electronic Commerce* atau disingkat dengan *E-Commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, *service provider*, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer, yaitu internet. *E-commerce* adalah lahan baru untuk membangkitkan dan mengeksplorasi bisnis yang mengutamakan efektifitas dalam pelaksanaannya.⁵⁹

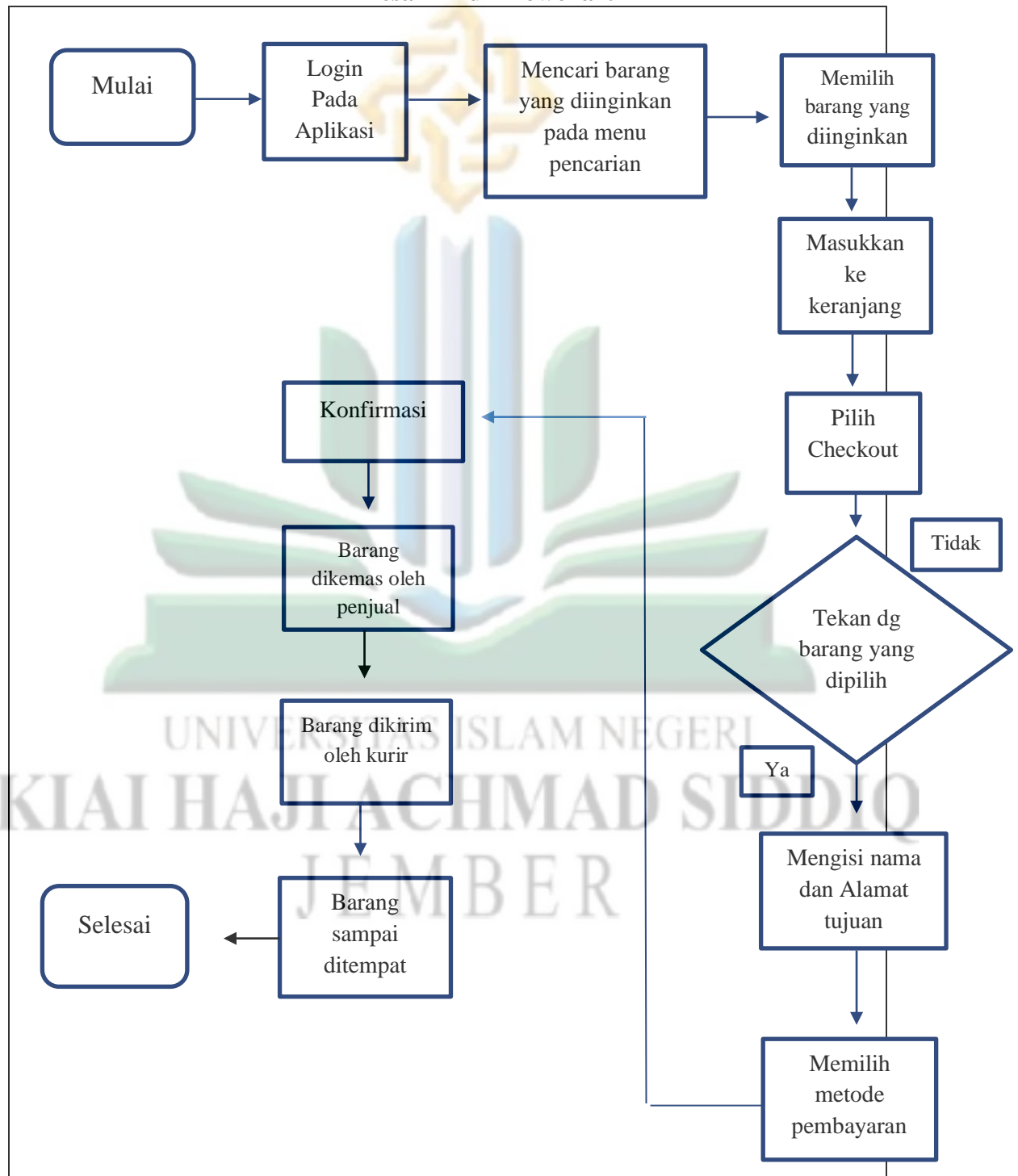
3) Desain *Flowchart* pada *E-commerce*

Salah satu aktivitas yang sering kita lakukan dalam sebuah *e-commerce* yaitu tentunya dengan mencari kebutuhan yang kita inginkan baik itu barang maupun jasa. Berikut merupakan aktivitas pembelian barang pada sebuah *e-commerce* (kita anggap saja pada aplikasi Tiktok) jika dituangkan dalam sebuah flowchart:

⁵⁸ Syamsiah, "Perancangan *Flowchart* dan *Pseudocode* Pembelajaran Mengenal Angka dengan Animasi Untuk Anak Paud Rambutan," *Satuan Tulisan Riset dan Inovasi Teknologi* 4, no.1 (2019): 87.

⁵⁹ Emi Suwarni et al., "Penerapan Sistem Pemasaran Berbasis *E-Commerce* Pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2, no.2 (2022): 188.

Gambar 2.2
Desain Alur Flowchart



Sumber: Tiktok

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Pendekatan

penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁶⁰ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data berupa kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶¹

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif yang menggambarkan suatu objek dan subjek yang sedang diteliti tanpa adanya rekayasa. Penelitian deskriptif meliputi penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan, ataupun prosedur. Termasuk mengenai hubungan tentang kegiatan, pandangan dan proses-proses yang berpengaruh dalam suatu fenomena yang terjadi. Penelitian ini disebut penelitian metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.⁶²

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung : ALFABETA, 2022), 2.

⁶¹ Sugiyono, 8.

⁶² Sugiyono, 7.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶³ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Akuntansi Syariah angkatan 2020 dan 2021 yang sudah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi dan memiliki akun bisnis/usaha *online* di aplikasi tiktok. Adapun jumlah populasi sebanyak 370 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu.⁶⁴ Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampelnya yaitu *purposive sampling*. Dalam menetapkan jumlah sampel yang akan diteliti, maka dipilih menggunakan kriteria pemilihan sampel dengan ketentuan mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Akuntansi Syariah angkatan 2020 dan 2021 yang sudah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi serta memiliki bisnis/usaha *online* di tiktok sehingga menghasilkan sejumlah sampel. Kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat ketelitian 10% dengan penjabaran sebagai berikut :

⁶³ Sugiyono, 80.

⁶⁴ Sugiyono, 81.

$$\begin{aligned}
 n &= N / 1 + Ne^2 \\
 &= 370 / 1 + (370 \times 0,1^2) \\
 &= 370 / 1 + (370 \times 0,01) \\
 &= 370 / 4,7 \\
 &= 78,72 \\
 &= 79 \text{ orang}
 \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini pemilihan sampel yang sesuai kriteria relatif kecil sehingga sampel yang didapat sebanyak 30 orang. Menurut Sugiyono, bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, maka semua anggota populasi bisa dijadikan sebagai sampel penelitian.⁶⁵

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pengumpulan data suatu prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.⁶⁶ Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan metode kuesioner.

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan

⁶⁵ Sugiyono, 85.

⁶⁶ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 17.

tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim pos atau internet.⁶⁷

Ada beberapa jenis kuesioner yang dapat digunakan dalam proses pengumpulan data yaitu kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka. Kuesioner tertutup merupakan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda. Jadi kuesioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat. Kuesioner terbuka merupakan angket atau pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden yang memberikan keleluasaan kepada responden untuk memberikan pendapat sesuai dengan keinginan mereka.⁶⁸ Penelitian ini menggunakan jenis kuesioner tertutup dengan skala likert.

2. Instrumen Pengumpulan Data

Pengukuran *ease of use*, *usefulness*, risiko, kepercayaan dan *attitude towards using* terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dilakukan dengan memberikan angket/kuesioner yang berupa pernyataan dengan 5 kategori, yaitu: Sangat

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 142.

⁶⁸ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 21.

Tidak Setuju (STS). Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Skala Likert untuk pengambilan datanya. Skala Likert digunakan oleh peneliti untuk mengukur *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, risiko, kepercayaan dan *attitude towards using* terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Akuntansi Syariah angkatan 2020 dan 2021 yang sudah menempuh mata kuliah sistem informasi akuntansi dan memiliki akun bisnis/usaha *online* di aplikasi tiktok. Pemberian skor dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1
Skala Likert

Pernyataan	Bobot Penilaian
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Syofian Siregar

Pada tahap analisis data, maka instrumen yang hendak digunakan harus memenuhi standar validitas dan reliabilitas:

a) Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen dimaksudkan untuk mendapatkan alat ukur yang shahih dan terpercaya, untuk mengetahui validitas angket digunakan nilai hasil angket yang disusun oleh peneliti.

Kriteria yang digunakan untuk menentukan valid atau tidaknya instrumen dalam menilai validitas ini adalah berdasarkan rubrik dan memiliki taraf signifikansi 5%. Item pernyataan dianggap valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Item pernyataan dianggap tidak valid jika r_{hitung} kurang dari r_{tabel} . Penentuan r_{tabel} ditentukan dengan menghitung jumlah responden (n).⁶⁹

b) Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini untuk mengukur reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*. Menurut Syofian Siregar rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas yaitu dengan rumus *Alpha Cronbach*. Suatu instrumen dikatakan *reliable* jika memberikan nilai koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$, jika kurang dari itu maka dikatakan tidak *reliable*.⁷⁰

D. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁷¹

⁶⁹ Syofian Siregar, 48.

⁷⁰ Syofian Siregar, 57.

⁷¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 147.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah suatu analisis yang dilakukan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁷² Statistik deskriptif digunakan untuk mendiskripsi suatu data yang dilihat dari mean, median, deviasi standar, nilai minimum, dan nilai maksimum.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, heterokedastisitas, autokolerasi dan heteroskedastis pada model regresi. Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Harus terpenuhinya asumsi klasik karena agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya.⁷³ Adapun uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah:

a) Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi

⁷² Sugiyono, 147.

⁷³ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo : WADE GROUP, 2017), 107.

normal.⁷⁴ Uji normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data statistik dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov* (1-Sample K-S). Alat uji ini digunakan untuk memberikan angka-angka yang lebih detail untuk menguatkan apakah terjadi normalitas atau tidak dari data-data yang digunakan.

- 1) Jika probabilitas $>0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika probabilitas data $<0,05$ dapat dikatakan bahwa data tidak berdistribusi normal.⁷⁵

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Apabila nilai *tolerance* berada dibawah 0,10 (*tolerance* 0,10) dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) berada

⁷⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2018), 196.

⁷⁵ Imam Ghozali, 199-201.

diatas 10 ($VIF \geq 10$), maka menunjukkan adanya multikolinieritas dan sebaliknya.⁷⁶

c) Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui variance dari data residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, antara lain dengan Uji Park, Uji Glejser dan Grafik Plot.⁷⁷ Uji Park dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan mini intaritma residual yang telah dikandratkan. Jika hasilnya menunjukkan secara statistik tidak signifikan (tingkat signifikansinya 0,05 berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model penelitian tersebut dan sebaliknya).

Sedangkan uji glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heterokedastisitas dengan cara meregres absolud residual. Dengan melihat pada Grafik Plot yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada suatu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak berkumpul pada suatu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

⁷⁶ Imam Ghozali, 157.

⁷⁷ Imam Ghozali, 178-183.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda. Dalam suatu penelitian, saat tahap menganalisis data, bila topik permasalahan (kasus) terdiri dari satu variabel tak bebas (*dependent*) dan dua variabel bebas (*independent*), maka digunakan uji statistik dengan metode regresi linier dengan dua variabel bebas.⁷⁸ Analisis regresi berganda mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel mau lebih, juga menunjukkan arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen.

Rumus regresi yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \epsilon^{79}$$

Keterangan:

Y = Minat Penggunaan

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

X_1 = *Perceived Ease of Use*

X_2 = *Perceived Usefulness*

X_3 = Risiko

X_4 = Kepercayaan

X_5 = *Attitude Towards Using*

ϵ = *error*

⁷⁸ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 301.

⁷⁹ Syofian Siregar, 301.

Terdapat beberapa langkah dan alat uji yang diperlukan dalam melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun langkah pertama yang perlu dilakukan adalah uji statistik deskriptif dan uji asumsi klasik. Dalam proses analisis untuk mempermudah dapat menggunakan software SPSS (*Statistical Package For Social Science*).

a) Pengujian Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dan *Goodness of fit*-nya. Secara statistik dapat diukur dan nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada $< 0,05$. Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai i statistiknya berada $> 0,05$.

1) Uji Statistik T

Uji statistik menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.⁸⁰ Uji statistik t disebut juga uji secara parsial, yaitu menguji variabel independen satu per satu. Untuk melihat apakah koefisien variabel independen memiliki hubungan yang signifikan. Hipotesis nol yang digunakan:

$$H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$$

⁸⁰ Imam Ghozali, 148-149.

Artinya: Tiap variabel X dan bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Y. Adapun hipotesis alternatifnya adalah:

$$H_a: \beta_1, \beta_2 \neq 0$$

Artinya: Tiap variabel X merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel Y. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan melihat *P-value*. Bila *P-value* lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jika *P-value* lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Uji Statistik F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau simultan.⁸¹ Pengujian ini ditentukan dengan

membandingkan nilai F_{hitung} terhadap F_{tabel} dan membandingkan probabilitas terhadap nilai signifikansi yaitu 0,05. Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak dan sebaliknya. Untuk pengambilan atau penolakan hipotesis yaitu :

- a) Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b) Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

⁸¹ Imam Ghozali, 148.

Menurut Sugiono tahun 2019, uji t berfungsi sebagai pengujian hipotesis secara parsial atau sendiri-sendiri. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Maka cara yang dilakukan adalah:

- a) Bila signifikansi $< 0,05$ artinya variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
 - b) Bila signifikansi $> 0,05$ artinya variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 3) Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi (R) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Uji Koefisien Determinasi (R) digunakan untuk mengukur proporsi variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen atau ukuran yang menyatakan kontribusi dari variabel independen dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.⁸² Biasanya nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Semakin banyak informasi yang dapat

⁸² Imam Ghozali, 147.

dijelaskan oleh variabel independen, maka semakin besar nilai koefisien determinasi.

Nilai koefisien determinasi :

$$0 < R^2 < 1$$

Dasar Pengambilan Keputusan:

- a) Nilai R mendekati 0, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel independen amat terbatas.
- b) Nilai R mendekat 1, berarti variabel-variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Pada tanggal 17 April 2021, masyarakat Indonesia disuguhkan dengan fitur baru yang inovatif yaitu TikTok Shop. Diperkenalkan setelah mendapatkan restu dan izin dari pemerintah, *platform* ini tidak hanya bergerak di ranah media sosial tetapi juga *e-commerce*. Menyuguhkan beragam keuntungan bagi para penjual, baik yang masih pemula maupun yang telah memiliki jam terbang tinggi di dunia bisnis. Beberapa manfaat yang ditawarkan meliputi proses registrasi yang praktis, kepraktisan dalam memasang produk, mekanisme belanja yang intuitif, opsi pembayaran COD, serta potensi jangkauan pasar yang sangat luas.⁸³ TikTok Shop merupakan fitur *social commerce* yang memungkinkan pengguna dan kreator mempromosikan, menjual produk dan melakukan aktivitas belanja. Pada TikTok Shop terdapat fitur belanja *online* yang disediakan oleh TikTok. Melalui fitur ini, siapa pun bisa melakukan penjualan dan belanja secara *online*. Melalui penjualan secara *live*, penjual dan pembeli bisa berinteraksi melalui kolom komentar saat itu juga.⁸⁴

Maraknya TikTok Shop juga *booming* di kalangan mahasiswa salah satunya mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Keberadaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

⁸³ Agustin, "Kronologi dan Sejarah TikTok di Indonesia," Fobis.Id, di akses pada 21 Maret 2024.

⁸⁴ Anggi Mardiana, "Apa Itu Tiktok Shop? Ini Definisi dan Alasannya Ditutup di Indonesia," Katadata.co.id, di akses pada 21 Maret 2024.

Islam (FEBI) UIN KHAS Jember tidak dapat dipisahkan dari latar belakang historisnya, proses alih status STAIN Jember menjadi IAIN Jember. Proses transformasi STAIN Jember - IAIN Jember dan ke UIN KHAS Jember melalui proses panjang sebagaimana yang dirumuskan oleh Tim *Taskforce* yang telah dibentuk oleh Ketua STAIN Jember (saat itu), akhirnya pada tahun 2014, berdasarkan Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 142 Tahun 2014 telah terjadi Perubahan STAIN Jember menjadi IAIN Jember. Kemudian IAIN Jember resmi berganti status dan nama menjadi UIN K.H. Achmad Siddiq Jember berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2021 tanggal 11 Mei 2021. UIN Jember diberi nama K.H. Achmad Siddiq, seorang ulama yang pernah menjabat sebagai Rais 'Aam Syuriah Nahdlatul Ulama dan perintis pendirian UIN KHAS Jember. Kemudian ditindak lanjuti dengan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2021 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Adapun program studi yang ada di FEBI UIN KHAS Jember sebagai berikut:

1. Perbankan Syariah
2. Ekonomi Syariah
3. Akuntansi Syariah
4. Manajemen Zakat dan Wakaf.⁸⁵

⁸⁵ Operator Febi, "Sejarah FEBI UIN KHAS Jember," Febi uin khas ac.id, di akses pada 21 Maret 2024.

B. Penyajian Data

Pada penelitian ini instrument yang dipakai dalam penelitian yaitu kuesioner, hasil yang diberikan kepada 30 responden dengan memberikan 32 pertanyaan yang dibagi menjadi 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat yaitu variabel *ease of use* (X1) sebanyak 6 pertanyaan, variabel *usefulness* (X2) sebanyak 6 pertanyaan, variabel risiko (X3) sebanyak 5 pertanyaan, variabel kepercayaan (X4) sebanyak 5 pertanyaan, variabel *attitude towards using* (X5) sebanyak 5 pertanyaan dan variabel minat penggunaan (Y) sebanyak 5 pertanyaan. Jumlah kuesioner yang disebarakan sebanyak 30 eksamplar dan semua kuesioner kembali serta responden yang telah mengisi kuesioner dengan benar dan sesuai dengan petunjuk pengisian. Kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 program studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memiliki bisnis *online* di aplikasi TikTok *Shop* serta telah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi meliputi *ease of use* (X1), *usefulness* (X2), risiko (X3), kepercayaan (X4), *attitude towards using* (X5) terhadap minat penggunaan (Y). Berikut tabel pemberian skala *Likert*:

Tabel 4.1
Pemberian Data Skala Likert

No.	Kode	Pilihan Jawaban	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data primer diolah (2024)

1. Karakteristik responden

Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 program studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang memiliki bisnis *online* di tiktok serta sudah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu 30 responden. Dengan karakteristik responden sebagai berikut:

a. Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	6	20%
Perempuan	24	80%
Total	30	100%

Sumber: Data Olahan 2024

Dari Table 4.2 di atas dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden di Mahasiswa Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Prodi Akuntansi Syariah angkatan 2020 dan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang diambil sebagai sampel yaitu laki-laki sebanyak 6 orang atau 20%, sedangkan responden perempuan sebanyak 24 orang atau 80%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dibanding responden laki-laki.

b. Responden berdasarkan tahun ajaran

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Ajaran

Tahun	Jumlah	Persentase
2020	22	73%
2021	8	27%
Total	30	100%

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa angkatan responden Mahasiswa Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Prodi Akuntansi Syariah angkatan 2020 dan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang diambil sebagai sampel, yaitu angkatan tahun 2020 sebanyak 22 orang atau 73%, sedangkan responden yang angkatan tahun 2021 sebanyak 8 orang atau 27%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Mahasiswa Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Prodi Akuntansi Syariah angkatan 2020 dan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang dijadikan sampel adalah mahasiswa yang angkatan tahun 2020.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Statistik Deskriptif

Untuk memperoleh gambaran umum dari data yang dipakai, maka perlu dilakukan pengukuran *statistic* deskriptif terhadap variabel tersebut, yang terdiri dari *ease of use* (X1), *usefulness* (X2), risiko (X3), kepercayaan (X4), *attitude towards using* (X5) dan minat penggunaan (Y). Pengukuran tersebut terdiri dari nilai rata-rata (Mean), tertinggi (Max),

terendah (Min) dan standar deviasi dari masing-masing variabel Y. Tabel berikut menunjukkan hasil uji *statistic* deskriptif penelitian.

Tabel 4.4
Hasil Uji *Statistic* Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Ease of Use</i> (X1)	30	18	29	23,93	2,778
<i>Usefulness</i> (X2)	30	19	30	24,53	2,674
Risiko (X3)	30	15	24	18,80	2,771
Kepercayaan (X4)	30	15	25	19,83	2,320
<i>Attitude Towards Using</i> (X5)	30	14	25	19,53	2,344
Minat Penggunaan (Y)	30	15	25	21,06	2,851
Valid N (listwise)	30				

Sumber: *Output* SPSS diolah

Berdasarkan hasil uji deskriptif di atas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapatkan oleh peneliti:

- a. Variabel Minat Penggunaan (Y) dihasilkan nilai minimum (Min) 15, sedangkan nilai maximum (Max) sebesar 25, nilai rata-rata (Mean) dihasilkan sebesar 21,06 dan standar deviasi data Minat Penggunaan adalah 2,851. Nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (Mean), hal ini menunjukkan bahwa minat penggunaan memiliki keberagaman yang cenderung kecil.
- b. Variabel *Ease Of Use* (X1) dihasilkan nilai minimum (Min) 18, sedangkan nilai maximum (Max) sebesar 29, nilai rata-rata (Mean) dihasilkan sebesar 23,93 dan standar deviasi data *Ease Of Use* adalah 2,778. Nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (Mean), hal

ini menunjukkan bahwa *ease of use* memiliki keberagaman yang cenderung kecil.

- c. Variabel *Usefulness* (X1) dihasilkan nilai minimum (Min) 19, sedangkan nilai maximum (Max) sebesar 30, nilai rata-rata (Mean) dihasilkan sebesar 24,53 dan standar deviasi data *Usefulness* adalah 2,674. Nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (Mean), hal ini menunjukkan bahwa *usefulness* memiliki keberagaman yang cenderung kecil.
- d. Variabel Risiko (X3) dihasilkan nilai minimum (Min) 15, sedangkan nilai maximum (Max) sebesar 24, nilai rata-rata (Mean) dihasilkan sebesar 18,80 dan standar deviasi data Risiko adalah 2,771. Nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (Mean), hal ini menunjukkan bahwa risiko memiliki keberagaman yang cenderung kecil.
- e. Variabel Kepercayaan (X4) dihasilkan nilai minimum (Min) 15, sedangkan nilai maximum (Max) sebesar 25, nilai rata-rata (Mean) dihasilkan sebesar 19,83 dan standar deviasi data Kepercayaan adalah 2,320. Nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (Mean), hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki keberagaman yang cenderung kecil.
- f. Variabel *Attitude Towards Using* (X5) dihasilkan nilai minimum (Min) 14, sedangkan nilai maximum (Max) sebesar 25, nilai rata-rata (Mean) dihasilkan sebesar 19,53 dan standar deviasi data Minat Penggunaan

adalah 2,344. Nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (Mean), hal ini menunjukkan bahwa minat penggunaan memiliki keberagaman yang cenderung kecil.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan setiap pernyataan dalam kuesioner yang disebarkan kepada responden. Alat ukur uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan perbandingan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} diperoleh melalui *degree of freedom* (df) yang dapat diperoleh dengan rumus, $df = n-2$ dengan tingkat signifikansi 5%. Nilai n merupakan jumlah sampel yang digunakan. Berdasarkan nilai n tersebut dapat diperoleh nilai df sebesar 28 ($30-2 = 28$). Nilai r_{tabel} pada df 28 dengan signifikansi 0,05 sebesar 0,361, sehingga diperoleh ketentuan:

- 1) $r_{hitung} > 0,361$
- 2) $r_{hitung} < 0,361$

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Ease Of Use</i> (X1)	X _{1.1}	0,769	0,361	Valid
	X _{1.2}	0,588	0,361	Valid
	X _{1.3}	0,604	0,361	Valid
	X _{1.4}	0,597	0,361	Valid
	X _{1.5}	0,651	0,361	Valid
	X _{1.6}	0,584	0,361	Valid
<i>Usefulness</i>	X _{2.1}	0,617	0,361	Valid
	X _{2.2}	0,631	0,361	Valid
	X _{2.3}	0,726	0,361	Valid

(X2)	X _{2.4}	0,801	0,361	Valid
	X _{2.5}	0,756	0,361	Valid
	X _{2.6}	0,683	0,361	Valid
Risiko (X3)	X _{3.1}	0,660	0,361	Valid
	X _{3.2}	0,579	0,361	Valid
	X _{3.3}	0,724	0,361	Valid
	X _{3.4}	0,666	0,361	Valid
	X _{3.5}	0,547	0,361	Valid
Kepercayaan (X4)	X _{4.1}	0,875	0,361	Valid
	X _{4.2}	0,582	0,361	Valid
	X _{4.3}	0,739	0,361	Valid
	X _{4.4}	0,609	0,361	Valid
	X _{4.5}	0,744	0,361	Valid
<i>Attitude Towards Using</i> (X5)	X _{5.1}	0,700	0,361	Valid
	X _{5.2}	0,860	0,361	Valid
	X _{5.3}	0,704	0,361	Valid
	X _{5.4}	0,829	0,361	Valid
	X _{5.5}	0,743	0,361	Valid
Minat Penggunaan (Y)	Y _{1.1}	0,733	0,361	Valid
	Y _{1.2}	0,697	0,361	Valid
	Y _{1.3}	0,873	0,361	Valid
	Y _{1.4}	0,864	0,361	Valid
	Y _{1.5}	0,797	0,361	Valid

Sumber: *Output SPSS* diolah

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa setiap item pertanyaan pada variabel *ease of use* (X1), *usefulness* (X2), risiko (X3), kepercayaan (X4), *attitude towards using* (X5) dan minat penggunaan (Y) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini mengartikan bahwa penelitian dengan item variabel dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of item</i>
.905	32

Berdasarkan tabel 4.5 hasil perhitungan uji reliabilitas metode *Cronbach's Alpha* (r_{hitung}) dapat dilihat pada kolom *Cronbach's Alpha*, yaitu 0,905 dengan *N of items* menunjukkan bahwa jumlah dari pertanyaan yang diinput pada *variable view* adalah 32. Sehingga dapat dikatakan bahwa hasil *Cronbach's Alpha* untuk 20 data dari item atau 32 pertanyaan yaitu 0,905. Sesuai dengan jumlah responden atau nilai *N*, yaitu 30 maka diketahui r_{tabel} untuk data tersebut adalah 0,3494. Maka dapat disimpulkan, bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ 5% yaitu $0,905 > 0,3494$ maka data tersebut reliabel.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
<i>Ease Of Use</i> (X1)	0,633	0,60	Reliabel
<i>Usefulness</i> (X2)	0,794	0,60	Reliabel
Risiko (X3)	0,611	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X4)	0,737	0,60	Reliabel
<i>Attitude Towards Using</i> (X5)	0,814	0,60	Reliabel
Minat Penggunaan (Y)	0,842	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS diolah

Berdasarkan tabel 4.7 diperoleh nilai *alpha* masing-masing variabel yaitu *ease of use* sebesar 0,633, *usefulness* sebesar 0,794, risiko sebesar 0,611, kepercayaan sebesar 0,737, *attitude towards using* sebesar 0,814 dan minat penggunaan sebesar 0,842 yang masing-masing dari 6 variabel melebihi nilai standar *reliable* atau 0,60. Oleh

karena itu seluruh variabel dinyatakan *reliable* dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk melihat distribusi atau penyebaran data pada variabel penelitian. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data telah berdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *one sample Kolmogorov Smirnov* yang memiliki ketentuan:

- 1) Signifikansi $> 0,05$ = berdistribusi normal
- 2) Signifikansi $< 0,05$ = tidak berdistribusi normal

Adapun hasil uji normalitas pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.75380065
Most Exstreme Differences	Absolute	.143
	Positive	.063
	Negative	-.143
Test Statistic		.143
Asymp. Sig. (2-tailed)		.122 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction

Sumber: *Output SPSS* diolah

Berdasarkan data pada tabel 4.8 terdapat nilai signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar ($>$) dari 0,05. Hal ini menyatakan nilai residual pada data tersebut terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya keterkaitan antar variabel bebas (independen). Model regresi dapat digunakan jika tidak terjadi korelasi antar variabel bebas atau dengan kata lain tidak terjadi multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance* dengan ketentuan:

- 1) Nilai VIF $<$ 10 dan nilai *tolerance* $>$ 0,10 = tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Nilai VIF $>$ 10 dan nilai *tolerance* $<$ 0,10 = terjadi multikolinearitas.

Adapun hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini yaitu:

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Undstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	-2.728	4.172		-.654	.519		
Ease of Use	.215	.188	.210	1.145	.263	.471	2.125
Usefulness	-.047	.248	-.044	-.188	.852	.292	3.420
Risiko	.339	.161	.330	2.105	.046	.643	1.556
Kepercayaan	.158	.198	.128	.796	.434	.605	1.654
Attitude Towards Using	.526	.181	.433	2.915	.008	.715	1.399

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: *Output SPSS diolah*

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai VIF *Ease Of Use* (2,125), *Usefulness* (3,420), Risiko (1,556), Kepercayaan (1,654), dan *Attitude Towards Using* (1,399) < 10 , maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas dan nilai *tolerance* dari 5 variabel tersebut $>$ dari 0,10, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui terjadinya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik jika tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas yaitu menggunakan uji glejser dengan melakukan regresi pada absolut residual. Uji glejser ini memiliki ketentuan untuk memastikan ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, yaitu:

- 1) Signifikansi $> 0,05$ = tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Signifikansi $< 0,05$ = terjadi heteroskedastisitas

Adapun hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini yaitu:

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.618	2.377		.260	.797
Ease Of Use	-.057	.107	-.146	-.529	.602
Usefulness	.039	.141	.096	.274	.787
Risiko	.061	.092	.158	.669	.510
Kepercayaan	.142	.113	.305	1.255	.222
Attitude Towards Using	-.144	.103	-.314	-1.403	.174

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: *Output SPSS diolah*

Berdasarkan data Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari *Ease Of Use* ($0,602 > 0,05$), *Usefulness* ($0,787 > 0,05$), Risiko ($0,510 > 0,05$), Kepercayaan ($0,222 > 0,05$), *Attitude Towards Using* ($0,174 > 0,05$), maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel terhadap variabel Y, (H_a diterima H_o ditolak), jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel terhadap variabel Y, (H_a ditolak H_o diterima). Nilai dari t_{tabel} dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus :

$$T_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; \text{jumlah sampel} - \text{jumlah variabel} - 1)$$

$$= t(0,05/2; 30 - 5 - 1)$$

$$= 0,025; 24$$

$$= 2,797$$

Hasil olahan data primer *output* SPSS 22 mengenai uji t sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.728	4.172		-.654	.519
Ease of Use	.215	.188	.210	1.145	.263
Usefulness	-.047	.248	-.044	-.188	.852
Risiko	.339	.161	.330	2.105	.046
Kepercayaan	.158	.198	.128	.796	.434
Attitude Towards Using	.526	.181	.433	2.915	.008

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: *Output* SPSS diolah

Berdasarkan hasil estimasi pada tabel sebelumnya maka hasil uji t dari masing-masing variabel independen sebagai berikut:

1) *Ease Of Use* (X1)

Sesuai dengan tabel 4.11 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh *ease of use* (X1) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,263 > 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 1,145 <$ dari $t_{\text{tabel}} 2,797$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh *ease of use* terhadap minat penggunaan secara signifikan.

2) *Usefulness* (X2)

Sesuai dengan tabel 4.11 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh *usefulness* (X2) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,852 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 0,188 <$ dari $t_{tabel} 2,797$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh *usefulness* terhadap minat penggunaan secara signifikan.

3) Risiko (X3)

Sesuai dengan tabel 4.11 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh risiko (X3) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,046 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,105 <$ dari $t_{tabel} 2,797$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh risiko terhadap minat penggunaan secara signifikan.

4) Kepercayaan (X4)

Sesuai dengan tabel 4.11 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kepercayaan (X4) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,434 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 0,796 <$ dari $t_{tabel} 2,797$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan secara signifikan.

5) *Attitude Towards Using* (X5)

Sesuai dengan tabel 4.11 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh *attitude towards using* (X5) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,008 < 0,05$ dan nilai t_{hitung}

2,915 > dari t_{tabel} 2,797, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh *attitude towards using* terhadap minat penggunaan secara signifikan.

b. Uji F (Simultan)

Uji f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai dari F_{tabel} dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus :

$$F_{\text{tabel}} = f(k ; n-k)$$

$$= f(5 ; 30-5)$$

$$= f(5 ; 25)$$

$$= 2,60$$

Berikut hasil uji f:

Tabel 4.12
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	146.668	5	29.334	7.893	.000 ^b
Residual	89.199	24	3.717		
Total	235.867	29			

a. Dependen Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Attitude Towards Using, Ease Of Use, Kepercayaan, Risiko, Usefulnes

Sumber: *Output SPSS* diolah

Berdasarkan Tabel 4.122 di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh *ease of use* (X1), *usefulness* (X2), risiko (X3), kepercayaan (X4), *attitude towards using* (X5) secara simultan terhadap minat

penggunaan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 6,815 > F_{tabel} 2,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa 5 variabel tersebut secara simultan (bersama-sama) memiliki hubungan terhadap minat penggunaan yang berarti hipotesis ini diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R. Square	Adjusted R. Square	Std. Error of the Estimate	
1	.789 ^a	.622	.543	1.92785	

a. Predictors: (Constant), Attitude Towards Using, Ease Of Use, Kepercayaan, Risiko, Usefulness

Sumber: *Output* SPSS diolah

Dari Tabel 4.13 di atas, didapatkan nilai *adjusted r square* (koefisien determinasi) sebesar 54,3% yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 54,3%.

D. Pembahasan

1. Pengaruh *ease of use* terhadap minat penggunaan

Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan nilai positif sebesar 0,215, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *ease of use* dan minat penggunaan TikTok *Shop* pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah pengguna menggunakan TikTok *Shop*, semakin tinggi minat mereka untuk menggunakannya. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan faktor *ease of use* dalam pengembangan dan pengelolaan TikTok *Shop* agar dapat meningkatkan minat pengguna, khususnya di kalangan mahasiswa.

Sedangkan hasil uji t diketahui nilai signifikansi adalah $0,263 > 0,05$ artinya *ease of use* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis X1 H_a ditolak dan H_o diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *ease of use* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan.

2. Pengaruh *usefulness* terhadap minat penggunaan

Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan nilai negatif sebesar 0,047, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara *usefulness* (kegunaan) dan minat penggunaan TikTok Shop pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kegunaan tidak menjadi faktor utama yang memengaruhi minat pengguna dalam menggunakan TikTok Shop. Meskipun demikian, penting untuk terus memperbaiki dan meningkatkan kegunaan platform tersebut agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna, sehingga dapat meningkatkan minat penggunaan pada masa mendatang.

Sedangkan hasil uji t diketahui nilai signifikansi adalah $0,852 > 0,05$ artinya *usefulness* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis X2 H_a ditolak dan H_o diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *usefulness* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan.

3. Pengaruh risiko terhadap minat penggunaan

Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan nilai positif sebesar 0,339, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara

risiko dan minat penggunaan TikTok Shop pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa adanya persepsi risiko dapat memengaruhi minat pengguna dalam menggunakan TikTok Shop. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan dan mengelola risiko yang mungkin timbul dalam penggunaan *platform* tersebut guna meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna, serta memperkuat minat penggunaan pada masa mendatang.

Sedangkan hasil uji t diketahui nilai signifikansi adalah $0,046 < 0,05$ artinya risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis $X_3 H_a$ diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan.

4. Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan

Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan nilai positif sebesar 0,158, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kepercayaan dan minat penggunaan TikTok Shop pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan pengguna terhadap TikTok Shop dapat memengaruhi minat mereka dalam menggunakan platform tersebut. Oleh karena itu, penting untuk membangun dan memelihara kepercayaan pengguna dengan memberikan layanan yang berkualitas dan transparan guna meningkatkan minat penggunaan TikTok Shop pada kalangan mahasiswa.

Sedangkan hasil uji t diketahui nilai signifikansi adalah $0,434 > 0,05$ artinya kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis X4 H_a ditolak dan H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan.

5. Pengaruh *attitude towards using* terhadap minat penggunaan

Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan nilai positif sebesar 0,526, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *attitude towards using* dan minat penggunaan TikTok Shop pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap penggunaan TikTok Shop dapat memengaruhi minat pengguna dalam menggunakan platform tersebut. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan dan memperkuat sikap positif pengguna terhadap TikTok Shop guna meningkatkan minat penggunaan dan kepuasan pengguna pada platform tersebut.

Sedangkan hasil uji t diketahui nilai signifikansi adalah $0,008 < 0,05$ artinya *attitude towards using* berpengaruh terhadap minat penggunaan, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis X5 H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *attitude towards using* berpengaruh terhadap minat penggunaan.

6. Pengaruh *ease of use*, *usefulness*, risiko, kepercayaan, dan *attitude towards using* terhadap minat penggunaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *ease of use*, *usefulness*, risiko, kepercayaan, dan *attitude towards using* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat penggunaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji f yang menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel X1, X2, X3, X4 dan X5 secara simultan terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *ease of use*, *usefulness*, risiko, kepercayaan, dan *attitude towards using* berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat penggunaan.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,622. Hal ini dapat diartikan bahwa *ease of use*, *usefulness*, risiko, kepercayaan, dan *attitude towards using* berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat penggunaan sebesar 62,2% sedangkan 37,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah didapatkan tentang pengaruh *ease of use*, *usefulness*, risiko, kepercayaan, dan *attitude towards using* terhadap minat penggunaan, maka terdapat beberapa kesimpulan yakni:

1. *Ease of use* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan TikTok *Shop* pada mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 program studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. *Usefulness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan TikTok *Shop* pada mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 program studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan TikTok *Shop* pada mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 program studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan TikTok *Shop* pada mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 program studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

5. *Attitude Towards Using* berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan TikTok *Shop* pada mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 program studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
6. *Ease of use, usefulness, risiko, kepercayaan, dan attitude towards using* berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan TikTok *Shop* mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 program studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

B. Saran

1. Bagi mahasiswa disarankan untuk memperhatikan faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan *ease of use, usefulness, risiko, kepercayaan, dan attitude towards using* terhadap penggunaan TikTok *Shop* dalam mempengaruhi minat penggunaan mereka. Dengan memahami faktor-faktor ini, mahasiswa dapat meningkatkan pengalaman penggunaan mereka dan memperkuat minat mereka dalam menggunakan *platform* tersebut.
2. Bagi aplikasi TikTok *Shop* disarankan untuk terus memperbaiki dan meningkatkan faktor-faktor seperti *ease of use, usefulness, risiko, kepercayaan, dan attitude towards using* pengguna terhadap *platform* tersebut. Dengan demikian, aplikasi dapat memenuhi kebutuhan pengguna, meningkatkan kepuasan, dan memperkuat minat penggunaan.

3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melanjutkan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan TikTok *Shop*, serta memperluas cakupan penelitian untuk memahami faktor-faktor lain yang mungkin juga berperan dalam penggunaan *platform* tersebut. Dengan demikian, penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan bermanfaat bagi perkembangan aplikasi dan kepuasan pengguna.



DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin, Muhammad, Khairunnisa' Musari. "Sinergi *Double Helix* Sistem Informasi Akuntansi Pelayanan Akta Kematian Di Kantor Kecamatan Ranuyoso." *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2, no.2 (Februari 2024): 316-322.
- Agustin. "Kronologi dan Sejarah TikTok di Indonesia." Fobis.Id, diakses pada 13 Oktober 2023.
- Akbar, Sayyed Khawar. "Shopping Using Applications And The Role Of The Technology Acceptance Model: Purchase Intention And Social Factors." *Hungarian Statistical Review* 5, no. 2 (2022): 54-81.
- Ali, Hapzi, Hamdan Hamdan, M. Rizky Mahaputra. "Faktor Eksternal *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* Pada Aplikasi Belanja Online: Adopsi *Technology Acceptance Model*." *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 1, no.3 (2022): 590.
- Aprilia, Alsa Regita, Thomas Santoso. "Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* Dan *Attitude Towards Using* Terhadap *Behavioural Intention to Use* Pada Aplikasi Ovo." *Agora* 8, no.1 (2020) : 1-6.
- Ardana, Cenik, Hendro Lukman, *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- Aulia, Dina, Elan Eriswanto. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Penjualan *Online* Dengan Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM)." *Jurnal Akuntansi Unihaz* 6, no.1, (juni 2023): 1.
- Budiastuti, Angela Deananda Putri, Dul Muid. "Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)." *Journal Of Accounting* 9, no.4 (2020): 1-10.
- Desvronita. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran *E-Wallet* Menggunakan *Technology Acceptance Model*." *Jurnal Akmenika* 18, no.2 (Oktober 2021): 3.
- Febi, Operator. "Sejarah FEBI UIN KHAS Jember." Febi uin khas ac.id, di akses pada 21 Maret 2024.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.

- Hasdani, Mohammad Nasir, Burhanuddin. "Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo." *Jurnal Manajemen Sains* 1, no.3 (September 2021): 190.
- Hernikawati, Dewi. "Analisa Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Jumlah Kunjungan Pada Situs *E-Commerce* Di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 25, no.2 (Desember 2021): 191-202.
- Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, Nur Ika Mauliyah. "Strategi *Digital Marketing* Dengan Instagram dan Tiktok Pada Butik Dot.Id." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 10, no.1 (2023): 126-135.
- Husna, Nayla Syafaatal, Luluk Saputri, Agung Parmono. "Strategi *Digital Marketing* Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen di PT Benih Citra Asia Ajung." *Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)* 2, no.1 (Februari 2024): 228-237.
- Iffat, Muhammad Farid, Ayu Chairina Laksmi. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Elektronik." *National Conference On Accounting and Finance* 5, (2023): 441-449.
- Irvania, Viorendra Anggi, Ida Bagus Nyoman Udayana, Muinah Fadhilah. "Pengaruh *Perceived Usefulness, Trust* dan *Perceived Risk* Terhadap *Purchase Intention* Pengguna Shopee." *Jurnal Akmenika* 19, no.1 (April 2022): 624.
- Is'adi, Munir, Dewi Erma Yunitasari, Shinta Fahma Diana. "Sistem Informasi Akuntansi Pendapatan Penjual Listrik Pascabayar Pada PT. PLN (Persero) ULP Banyuwangi Kota." *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2, no.2 (Februari 2024): 290-292.
- Kahf, Monzer. *Ayat & Hadist Tentang Ekonomi*. Jakarta: KNEKS, 2022.
- Kumala, Debby Cynthia, Joshua Wilson Pranata, Sienny Thio. "Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security* Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya," *Jurnal Manajemen Perhotelan* 6, no.1 (2020): 19-29.
- Mardiana, Anggi. "Apa Itu Tiktok Shop? Ini Definisi dan Alasannya Ditutup di Indonesia." Katadata.co.id, di akses pada 21 Maret 2024.
- Mauliyah, Nur Ika, Dwindi Agus Prastiwi. "Analysis Of Accounting Information System Distribution Of BOP RA Fund (Case Study On RA Perwanida Karangrejo 02)." *Jurnal Ilmu Ekonomi* 12, no.1 (2019): 95-104.

- Nurzanah, Imas, Adila Sosianika. "Promosi Penjualan Dan Minat Beli: Penerapan Modifikasi *Technology Acceptance Model* Di *E-Marketplace* Shopee Indonesia." *Industrial Research Workshop and National Seminar* 10, no.1, (2019): 706-714.
- Nyssa, Nadya, Rose Rahmidani. "Pengaruh *Perceived Trustworthines*, *Perceived Risk* dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online *JD.ID* di Kota Padang." *Jurnal Ecogen* 2, no.3 (September 2019) : 249-258.
- Faizah, Ovie Auliya'atul, Suparti Suparti, Abdul Hoyyi. "Analisis *Technology Acceptance Model* Pada Aplikasi *Platform* Shopee Dengan Pendekatan *Partial Least Square* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)." *Jurnal Gaussian* 10, no.3 (2021): 424.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, Ponorogo: WADE GROUP, 2017.
- Purwanto, Edi. *Technology Adoption: A Conceptual Framework*. Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia, 2020.
- Ramadya, Ivan Rifqi. "Pengaruh *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Attitude Towards Using* Serta Dampaknya Terhadap *Behavioral Intention*." *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* 1, no.4 (2022): 555.
- Rasmon. "Akuntan di era digital: Pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*) pada Software berbasis akuntansi *accurate online*." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 11, no.2 (2022): 72-80.
- Sari, Nadia Nila. "*The Use Of Technology Acceptance Model To Explain Brand Attitude And Loyalty Intention In E-Commerce: The Gamification Case.*" *ASEAN Marketing Journal* 14, no.1, (Juni 2022): 72-96.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2022.
- Suwarni, Emi., Maidiana Astuti, Yusra Fernando, Febrian Eko Saputra, Fitri, Ade Candra. "Penerapan Sistem Pemasaran Berbasis *E-Commerce* Pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2, no.2 (2022): 188.
- Suyanto, Taufan Adi Kurniawan."Faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan penggunaan *FinTech* pada UMKM dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Akmenika* 16, no.1, (April 2019): 175-186.

Syamsiah. "Perancangan *Flowchart* dan *Pseudocode* Pembelajaran Mengenal Angka dengan Animasi Untuk Anak Paud Rambutan." *Satuan Tulisan Riset dan Inovasi Teknologi* 4, no.1 (2019): 87.

Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember, 2020.

Utami, Alfi Rizki Hady's. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce*." *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi* 1, no.6 (2020): 79-93.

Wicaksono, Soetam Rizky. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang: Seribu Bintang, 2022.

Wulandari, Endang, Mira Septiani. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet OVO*." *Jurnal Economina* 3, no.1 (2024): 87-95.

Rizi, Yongki Alfa, Fitra Dharma, Yunia Amelia, Tri Joko Prasetyo. "*Factors Affecting Trust And Interest In Transaction By Indonesian MSME Sellers In E-Commerce*." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 38, no. 1, (2023): 19-42.

Zamzami, Faiz. *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2021.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



LAMPIRAN-LAMPIRAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-Commerce</i> Menggunakan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> Pada Aplikasi Tiktok	<p>1. <i>Ease of use</i></p> <p>2. <i>Usefulness</i></p>	<p>1. Kemudahan melakukan pembelian</p> <p>2. Kemudahan memahami teknologi dalam prosedur pembelian dan penjualan.</p> <p>3. Kemudahan mengakses <i>web/aplikasi</i>.</p> <p>4. Kemudahan memahami proses transaksi keuangan melalui aplikasi.</p> <p>5. Fleksibilitas dalam pembelian melalui aplikasi.</p> <p>6. Intensitas pertolongan orang lain dalam pemakaian aplikasi.</p> <p>1. Efektivitas dan efisiensi.</p> <p>2. Membandingkan harga produk yang sama dari beberapa</p>	<p>1. Informan: Mahasiswa Akuntansi Syariah angkatan 2020 dan 2021 serta mempunyai bisnis <i>online</i> di tiktok.</p> <p>2. Kepustakaan</p> <p>3. Internet</p>	<p>1. Metode kuantitatif</p> <p>2. Pendekatan dan jenis penelitian : kuantitatif dan deskriptif.</p> <p>3. Lokasi penelitian : kampus Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.</p> <p>4. Subjek penelitian : Mahasiswa Akuntansi Syariah angkatan 2020 dan 2021 serta mempunyai bisnis <i>online</i> di tiktok.</p> <p>5. Teknik Pengumpulan Data : Kuesioner.</p> <p>6. Analisis data menggunakan analisis deskriptif.</p> <p>7. Keabsahan data menggunakan teknik :</p> <p>a. Uji statistik deskriptif</p> <p>b. Uji instrumen penelitian</p> <p>1) Uji validitas</p> <p>2) Uji reliabilitas,</p> <p>c. Uji asumsi klasik</p>	<p>1. Apakah <i>ease of use</i> berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> pada aplikasi tiktok?</p> <p>2. Apakah <i>usefulness</i> berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> pada aplikasi tiktok?</p> <p>3. Apakah risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> pada aplikasi tiktok?</p> <p>4. Apakah kepercayaan berpengaruh</p>

		<p>penjual yang berbeda.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Mendapatkan informasi mengenai produk. 4. Memperlancar proses jual beli produk. 5. Penghematan waktu. 6. Ketelitian perhitungan transaksi melalui sistem yang disediakan. 		<ol style="list-style-type: none"> 1) Uji normalitas 2) Uji multikolinearitas 3) Uji heterokedastisitas <p>d. Uji hipotesis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Uji T (parsial) 2) Uji F (simultan) 3) Uji koefisien determinasi (R^2) 	<p>positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> pada aplikasi tiktok?</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Apakah <i>attitude towards using</i> berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> pada aplikasi tiktok? 6. Apakah <i>ease of use, usefulness, risiko, kepercayaan, dan attitude towards using</i> berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> pada aplikasi tiktok?
	3. Risiko	<ol style="list-style-type: none"> 1. Risiko transaksi. 2. Keamanan dalam pembayaran. 3. Keamanan informasi pribadi. 4. Kekhawatiran memberikan informasi pribadi. 5. Ketersediaan membaca peraturan dan kebijakan. 			
	4. Kepercayaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan pada keamanan transaksi. 			

	<p>5. <i>Attitude Towards Using</i></p>	<p>2. Jaminan kesesuaian produk.</p> <p>3. Keyakinan pada aplikasi dalam menjaga informasi pribadi.</p> <p>4. Kepercayaan penyimpanan uang pada aplikasi.</p> <p>5. Kepercayaan untuk keseluruhan aplikasi.</p> <p>1. Daya tarik tampilan aplikasi.</p> <p>2. Sikap terhadap otorisasi penggunaan.</p> <p>3. Sikap terhadap model penyimpanan kata sandi.</p> <p>4. Tanggapan para pengguna mengenai aplikasi</p> <p>5. Sikap terhadap pihak yang tidak berkepentingan.</p>			
--	---	---	--	--	--

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Melisa

NIM : 201105030030

Prodi : Akuntansi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) Pada Aplikasi Tiktok" adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 08 Mei 2024

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Melisa

NIM. 201105030030

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokaatuh

Perkenalkan nama saya Melisa Mahasiswa Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember Angkatan 2020. Saya menyusun kuesioner ini untuk memenuhi tugas penelitian skripsi saya dengan judul “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* Pada Aplikasi Tiktok**” oleh karena itu, peneliti memohon kesediaan saudara/I untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan :

1. Mahasiswa Prodi Akuntansi Syariah angkatan 2020 dan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
2. Mahasiswa Prodi Akuntansi Syariah yang telah menempuh Mata Kuliah Sistem Informasi Akuntansi serta mempunyai bisnis *online* di Tiktok.

Peneliti berharap penelitian ini dapat membuahkan hasil yang bermanfaat, oleh karena itu dimohon untuk kesediaan mengisi dan menjawab kuesioner yang benar. Jawaban yang diberikan oleh saudara/I akan dijamin kerahasiannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan yang berhubungan dengan peneliti ilmiah. Atas perhatian dan waktu yang diberikan untuk mengisi kuesioner penelitian, saya ucapkan terimakasih.

Email

.....

Nama

.....

Angkatan

- 2020
- 2021

Prodi/Kelas

- Akuntansi Syariah 1
- Akuntansi Syariah 2
- Akuntansi Syariah 3
- Akuntansi Syariah 4
- Akuntansi Syariah 5

Pertanyaan


Ease of Use

1. Saya merasa bahwa melakukan pembelian melalui aplikasi mudah.
 - Sangat Setuju
 - Setuju

- 
- Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
2. Saya merasa bahwa saya mudah memahami teknologi yang digunakan dalam prosedur pembelian dan penjualan.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
3. Saya merasa bahwa saya mudah mengakses web/aplikasi untuk melakukan transaksi.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
4. Saya merasa bahwa saya mudah memahami proses transaksi keuangan melalui aplikasi.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
5. Saya merasa bahwa pembelian melalui aplikasi memberikan fleksibilitas yang baik.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
6. Saya jarang membutuhkan pertolongan orang lain dalam menggunakan aplikasi untuk melakukan transaksi.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju

Usefulness

1. Saya menganggap efektivitas dan efisiensi dalam proses jual beli sangat penting.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju

- 
- Sangat Tidak Setuju
 - 2. Saya sering membandingkan harga produk yang sama dari beberapa penjual yang berbeda.
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
 - 3. Saya senang mendapatkan informasi mengenai produk sebelum melakukan pembelian.
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
 - 4. Saya percaya bahwa menggunakan sistem dapat memperlancar proses jual beli produk.
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
 - 5. Saya menghargai penghematan waktu yang diperoleh dari melakukan transaksi secara online.
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
 - 6. Saya mengandalkan ketelitian perhitungan transaksi melalui sistem yang disediakan.
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju

Risiko

- 1. Saya mempertimbangkan risiko transaksi saat melakukan pembelian online.
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju

- 
2. Keamanan dalam pembayaran merupakan hal yang penting bagi saya saat berbelanja online.
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
 3. Saya sangat memperhatikan keamanan informasi pribadi saya saat bertransaksi secara online.
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
 4. Saya memiliki kekhawatiran dalam memberikan informasi pribadi saat berbelanja online.
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
 5. Saya selalu memastikan untuk membaca peraturan dan kebijakan sebelum melakukan transaksi online.
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju

Kepercayaan

1. Saya sangat memperhatikan keamanan transaksi saat menggunakan aplikasi.
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
2. Saya mengharapkan jaminan kesesuaian produk yang saya beli melalui aplikasi.
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
3. Saya percaya bahwa aplikasi dapat menjaga informasi pribadi saya dengan baik.

- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
4. Saya yakin dengan penyimpanan uang saya pada aplikasi yang saya gunakan.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
5. Saya memiliki kepercayaan penuh terhadap keseluruhan aplikasi yang saya gunakan.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju

Attitude Towards Using

1. Saya menganggap tampilan aplikasi sangat menarik.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
2. Saya memiliki sikap yang positif terhadap otorisasi penggunaan dalam aplikasi.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
3. Saya memiliki sikap tertentu terhadap model penyimpanan kata sandi yang digunakan dalam aplikasi.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
4. Saya memperhatikan tanggapan para pengguna mengenai aplikasi sebelum menggunakan.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral

- Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
5. Saya memiliki sikap yang hati-hati terhadap pihak yang tidak berkepentingan dalam aplikasi.

Minat Penggunaan

1. Saya menggunakan aplikasi ini secara intens.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
2. Saya tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh aplikasi.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
3. Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi ini di masa depan.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
4. Saya akan merekomendasikan aplikasi ini kepada rekan dan kerabat.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
5. Saya merasa nyaman, senang, dan puas saat menggunakan aplikasi ini.
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju

Kepada Yth.
Dekan FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember,
Jawa Timur Kode Pos: 68136

Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi, maka dengan ini saya :

Nama	:	Melisa
NIM	:	201105030030
Semester	:	VII (Tujuh)
Prodi	:	Akuntansi Syariah

Mohon izin untuk mengadakan Penelitian/Riset pada tanggal 22 Desember – 22 Maret 2023 mengenai "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Aplikasi Tiktok".

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jumat, 22 Desember 2023
Hormat saya,

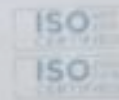


Melisa

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
J. Molek No. 1 Blingsi Jember, Jawa Pos 68136
Telp: (0331) 427322 Fax: (0331) 427203 e-mail: uinkhas@uinkhas.ac.id
Website: www.uin-sidq-jember.ac.id



SURAT KETERANGAN

Nomor: B-328 /Un 22/7 a/PP.00 9/05/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos, M.Si
NIP	197509052005012003
Pangkat, Gol./Ruang	Penata Tk.I/ III d
Jabatan	Wakil Dekan Bidang Akademik
Unit kerja	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menerangkan bahwa nama dibawah ini:

Nama	Melisa
NIM	201105030030
Semester	VIII (Delapan)
Program Studi/ Fakultas	Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, pada tanggal 22 Desember - 22 Maret 2023 dengan judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* Pada Aplikasi Tiktok".

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER, 08 Mei 2024
Wakil Dekan
Bidang Akademik


Nurul Widyawati Islami Rahayu



JURNAL PENELITIAN



No	Tanggal	Kegiatan
1.	22 Desember 2024	Menyerahkan surat permohonan ijin penelitian dan meminta data jumlah mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2.	08 Januari 2024	Mendapatkan surat ijin penelitian
3.	19 Maret 2024	Menyebarkan angket atau kuesioner kepada mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
4.	20 Maret 2024	Menyebarkan angket atau kuesioner kepada mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
5.	22 Maret 2024	Meminta surat keterangan selesai penelitian kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DATA HASIL ANGKET JAWABAN RESPONDEN PER VARIABEL

Varlabel *Ease of Use* (X1)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1.	5	5	3	5	4	2	24
2.	5	4	4	4	5	2	24
3.	4	4	4	4	4	3	23
4.	5	5	4	5	4	2	25
5.	5	5	5	5	5	2	27
6.	4	4	3	4	4	2	21
7.	3	4	4	4	3	2	20
8.	5	5	5	5	4	3	27
9.	5	5	4	4	4	2	24
10.	3	4	4	4	3	2	20
11.	5	5	5	4	5	1	25
12.	5	5	5	4	4	4	27
13.	4	5	3	4	4	3	23
14.	5	4	4	5	5	5	28
15.	4	4	4	3	3	4	22
16.	5	5	4	4	4	5	27
17.	4	4	4	4	3	2	21
18.	4	4	4	4	3	3	22
19.	5	5	5	4	4	4	27
20.	4	5	5	5	4	1	24
21.	4	4	4	4	4	1	21
22.	5	5	4	4	4	5	27
23.	5	5	5	4	5	5	29
24.	4	4	4	4	4	2	22
25.	3	4	3	3	4	3	20
26.	4	4	5	5	5	5	28
27.	5	4	4	5	4	2	24
28.	4	4	4	4	4	4	24
29.	5	4	5	4	3	2	23
30.	4	4	4	4	5	2	23

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER

Variabel Usefulness (X2)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1.	4	5	4	4	3	4	24
2.	4	4	4	3	4	4	23
3.	4	4	4	3	3	3	21
4.	4	4	4	4	4	4	24
5.	5	5	5	5	5	5	30
6.	4	5	5	4	3	4	25
7.	3	4	3	3	3	3	19
8.	3	5	5	5	5	5	28
9.	4	5	4	5	4	5	27
10.	4	4	4	3	3	4	22
11.	5	4	5	4	3	4	25
12.	5	5	5	4	5	5	29
13.	3	5	4	4	4	4	24
14.	5	5	4	5	5	4	28
15.	4	3	4	4	4	3	22
16.	5	5	5	5	5	4	29
17.	4	4	4	4	2	4	22
18.	4	5	4	4	3	3	23
19.	4	4	4	4	4	4	24
20.	4	5	3	3	3	4	22
21.	4	4	4	4	4	4	24
22.	4	4	4	4	4	4	24
23.	4	5	4	4	5	4	26
24.	4	5	5	4	4	4	26
25.	3	4	4	3	3	4	21
26.	5	5	5	5	4	4	28
27.	4	5	4	4	3	4	24
28.	4	4	4	4	4	4	24
29.	4	5	4	3	4	5	25
30.	4	4	3	4	4	4	23

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Varlabel Risiko (X3)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1.	2	4	4	4	4	18
2.	4	4	3	2	4	17
3.	4	3	4	4	4	19
4.	3	4	4	4	4	19
5.	5	5	5	3	5	23
6.	2	4	5	5	5	21
7.	3	4	4	3	3	17
8.	5	5	3	5	5	23
9.	2	4	4	2	5	17
10.	4	3	3	3	4	17
11.	3	5	5	2	4	19
12.	4	4	5	5	5	23
13.	5	5	4	5	4	23
14.	4	5	4	4	4	21
15.	3	4	4	3	4	18
16.	4	4	5	5	5	23
17.	3	4	4	2	4	17
18.	3	4	4	3	4	18
19.	4	4	4	4	4	20
20.	3	3	4	5	2	17
21.	2	4	4	2	4	16
22.	4	3	3	3	3	16
23.	4	5	5	4	4	22
24.	3	2	4	4	4	17
25.	4	1	3	4	3	15
26.	2	5	4	2	4	17
27.	2	4	4	4	4	18
28.	4	4	4	4	4	20
29.	3	5	3	3	5	19
30.	3	4	4	3	4	18

JEMBER

Variabel Kepercayaan (X4)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1.	4	5	4	4	4	21
2.	4	4	5	4	4	21
3.	4	4	3	4	4	19
4.	4	3	3	5	3	18
5.	5	5	5	5	5	25
6.	4	4	5	5	4	22
7.	3	4	4	3	4	18
8.	5	5	4	3	5	22
9.	5	5	5	3	5	23
10.	4	4	4	4	4	20
11.	4	5	5	3	4	21
12.	5	5	4	3	4	21
13.	3	4	3	2	3	15
14.	4	4	3	4	5	20
15.	4	4	4	3	4	19
16.	4	4	4	4	4	20
17.	4	4	4	4	4	20
18.	3	3	4	3	4	17
19.	4	4	4	4	4	20
20.	3	5	4	2	3	17
21.	4	5	4	4	4	21
22.	3	3	3	3	3	15
23.	4	4	4	4	4	20
24.	4	5	4	4	4	21
25.	3	4	4	3	4	18
26.	5	5	5	5	4	24
27.	4	5	4	4	4	21
28.	4	4	4	4	4	20
29.	3	5	3	3	3	17
30.	4	4	4	3	4	19

Varlabel *Attitude Towards Using (X5)*

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1.	3	4	4	4	4	19
2.	4	3	1	3	3	14
3.	4	4	3	4	4	19
4.	4	3	3	3	4	17
5.	5	5	5	5	5	25
6.	4	4	4	4	3	19
7.	4	4	4	4	4	20
8.	4	5	4	4	4	21
9.	5	4	5	4	3	21
10.	3	3	3	3	3	15
11.	4	4	3	4	3	18
12.	4	5	4	4	4	21
13.	4	4	4	5	4	21
14.	5	5	4	5	5	24
15.	4	4	4	3	4	19
16.	4	4	4	4	4	20
17.	4	4	4	4	4	20
18.	4	4	4	4	3	19
19.	4	4	4	4	4	20
20.	4	4	4	3	4	19
21.	4	4	4	4	3	19
22.	3	3	3	3	3	15
23.	5	4	4	4	4	21
24.	4	4	4	4	4	20
25.	4	4	5	5	4	22
26.	4	4	4	5	4	21
27.	4	4	4	4	4	20
28.	4	4	4	4	4	20
29.	3	3	5	3	3	17
30.	4	4	4	4	4	20

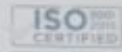
Variabel Minat Penggunaan (Y)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1.	5	4	4	5	4	22
2.	4	4	4	4	4	20
3.	4	4	4	4	4	20
4.	4	4	4	4	4	20
5.	5	5	5	5	5	25
6.	3	3	3	4	4	17
7.	4	4	4	4	4	20
8.	5	5	5	5	5	25
9.	5	4	4	5	5	23
10.	5	3	2	3	3	16
11.	5	3	5	5	5	23
12.	5	5	5	5	5	25
13.	5	5	5	5	4	24
14.	5	5	5	5	5	25
15.	4	4	4	4	4	20
16.	5	4	5	5	5	24
17.	5	5	5	4	4	23
18.	5	3	4	4	4	20
19.	4	4	4	4	4	20
20.	4	3	3	3	4	17
21.	4	4	4	4	4	20
22.	3	4	4	3	3	17
23.	5	5	5	5	5	25
24.	5	4	4	4	5	22
25.	5	3	3	5	4	20
26.	4	4	4	4	4	20
27.	5	5	4	4	5	23
28.	4	4	4	4	4	20
29.	1	4	3	3	4	15
30.	5	4	4	4	4	21



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataran No. 01 Mangli, Kalijales, Jember, Jawa Timur, Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: http://uinkhas.ac.id



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Melisa
NIM : 201105030030
Program Studi : Akuntansi Syariah
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* Pada Aplikasi Tiktok.

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 13 Mei 2024

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Operator Turnitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Martayah Utah, M.E.I

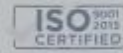
NIP.19720914 20050 1 2004





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>




SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Melisa
NIM : 201105030030
Semester : 8 (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 07 Mei 2024
Pit. Koordinator Prodi. Akuntansi
Syariah,


Nadia Azalia Putri, M.M
NIP. 199403042019032019

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



BIODATA PENULIS



Nama : Melisa
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 16 Februari 2001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Akuntansi Syariah
Institusi : UIN KHAS JEMBER
Alamat : Dsn. Carangkuning, Ds. Jambekumbu, Kec.
Pasrujambe, Kab. Lumajang

Riwayat Pendidikan

- Taman Kanak Kanak RA Muslimat NU Suco Pasrujambe
- SDN Jambekumbu 04
- MTs Walisongo Pasrujambe
- Madrasah Aliyah Miftahul Midad Lumajang
- Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.