

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *COMPUTER SELF EFFICACY*, PERSEPSI MANFAAT
DAN RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* MEMASUKI ERA
REVOLUSI INDUSTRI 4.0**

(Studi Pada Perusahaan *E-Commerce* GO-JEK Indonesia Wilayah Jawa Timur)

**Imelda Dian Rahmawati dan Mohammad Nasih, Erviyani Mufita
Universitas Airlangga Surabaya dan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of lifestyle, computer self-efficacy, as well as perceived benefits and perceptions of risk on interest in using e-commerce-based accounting information systems at PT. GO-JEK Indonesia partially and simultaneously.

This research approach method is a quantitative approach. The study was conducted at fourteen GO-JEK Indonesia branch offices located in East Java. The population in this study are representatives of staff and employees, especially the accountant staff of PT. GO-JEK Indonesia who served in the fourteen branch offices, namely 34. Due to the minimal population, the sampling technique used was saturated sampling technique, so that the sample of this study was as much as the existing population, namely 34 staff employees. GO-JEK accountants spread across the East Java area. Data was collected by questionnaire method. Furthermore, the data were analyzed using a simple linear regression analysis technique.

The results of this study indicate that lifestyle, computer self-efficacy, perceived benefits, and perceived risk affect the interest in using an e-commerce-based accounting system at PT. GO-JEK Indonesia. The strategy undertaken by PT. GO-JEK Indonesia in anticipating the development of the industrial revolution 4.0, is to increase the insight, skills, knowledge and capabilities of human resources in order to have an adaptive lifestyle, have high computer self-efficacy, good perception of benefits and risk perceptions, by providing education and training on transformation technology.

Key words: Lifestyle, Computer Efficacy, Perceived Benefits, Perceived Risk, Interest in Use, E-Commerce Based Accounting Information Systems.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa mengenai pengaruh *lifestyle*, *computer self efficacy*, serta persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada PT. GO-JEK Indonesia secara parsial dan simultan.

Metode pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan pada empat belas kantor cabang GO-JEK Indonesia yang berada di wilayah Jawa Timur. Populasi dalam penelitian ini yaitu perwakilan staff dan karyawan, khususnya staff akuntan PT. GO-JEK Indonesia yang bertugas di empat belas kantor cabang tersebut, yakni sebanyak 34. Oleh karena jumlah populasi yang minim tersebut, maka teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh, sehingga sampel penelitian ini sebanyak jumlah populasi yang ada, yakni 34 orang karyawan staff akuntan GO-JEK yang tersebar di area Jawa Timur. Data dikumpulkan dengan metode kuesioner. Selanjutnya data dianalisis dengan teknik analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *lifestyle*, *computer self efficacy*, persepsi manfaat, dan persepsi resiko berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* pada PT. GO-JEK Indonesia. Strategi yang dilakukan PT. GO-JEK Indonesia dalam mengantisipasi perkembangan revolusi industri 4.0, adalah dengan meningkatkan wawasan, skill, pengetahuan dan kemampuan SDM agar memiliki *lifestyle* yang adaptif, mempunyai *computer self efficacy* yang tinggi, persepsi manfaat dan persepsi risiko yang baik, dengan cara memberikan pendidikan dan pelatihan tentang transformasi teknologi.

Kata Kunci: *Lifestyle*, *Computer Self Efficacy*, Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko, Minat Penggunaan, Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat. Fase perkembangannya memasuki era revolusi industri 4.0. Dampak perkembangan teknologi secara tidak langsung membuka peluang bisnis dan investasi baru pada berbagai bidang. Termasuk perkembangan pada bidang transportasi. Transportasi menjadi salah satu komponen penting dalam kehidupan masyarakat, sebab dalam hidup dituntut untuk terus berkembang dan berpindah dari satu fase ke fase berikutnya dan dari satu tempat ke tempat berikutnya (Saputra, 2018). Kemajuan di bidang teknologi dan komunikasi memberikan peluang kepada para pelaku bisnis di bidang transportasi untuk dapat mengembangkan bisnisnya melalui transportasi berbasis *online*. Kehadiran transportasi berbasis *online* ini adalah solusi tepat terkait masalah-masalah transportasi yang terjadi seperti kemacetan, sulitnya lahan parkir kendaraan, hingga pelanggaran lalu lintas. Layanan transportasi online dapat menunjang tingginya mobilitas masyarakat yang memerlukan solusi moda transportasi yang efektif dan efisien. (Priawala, 2016).

PT. GO-JEK Indonesia menjadi salah satu perusahaan pertama yang hadir dengan menawarkan jasa transportasi *online* di Indonesia yang bertujuan untuk menekan angka kemacetan dan menekan angka pengangguran di Indonesia. Perusahaan penyedia jasa berbasis *online* merupakan bentuk dari *e-commerce*. *E-commerce* merupakan sistem perdagangan elektronik yang memanfaatkan kecanggihan komputer dan telekomunikasi sebagai media

utamanya. Perusahaan penyedia jasa layanan transportasi *online* merupakan perusahaan yang menjadikan sistem informasi berbasis komputer sebagai alat pengendalian internal perusahaan. Sistem informasi berbasis komputer bukan hanya membantu dan memudahkan bisnis perusahaan namun juga menjadi komponen utama dalam meningkatkan efisiensi aktivitas bisnis di setiap siklus perusahaan yang akan saling berinteraksi untuk menghasilkan informasi (Saputra, 2018). GO-JEK menggunakan aplikasi berbasis internet pada *smartphone* dengan menawarkan berbagai fitur seperti pemesanan ojek, pembelian dan pengantaran makanan, pembelian dan pengantaran barang di awal kemunculannya. (Aziah & Adawia, 2018). Dalam aplikasi GO-JEK diperlukan upaya *controlling* perusahaan terkait dengan sistem informasi akuntansinya. Layanan transportasi secara online ini, di mulai dengan pemesanan, mencari driver, map area penjemputan sampai dengan tujuan pelanggan semuanya dalam aplikasi yang sama bahkan biaya yang dibayarkan pelangganpun juga tertera. Hal ini menuntut praktek sistem informasi akuntansi yang saling terintegrasi.

Untuk membentuk sistem informasi akuntansi yang terintegrasi diperlukan yang namanya *computer self efficacy* dari setiap individu yang berperan sebagai pengguna internal dalam sistem akuntansi *e-commerce*. *Computer self efficacy* tersebut dapat menjadi komponen yang mendorong minat individu dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. (Rasmen Adi & Purnama Yanti, 2018). Dengan berbagai kemudahan transaksi yang ditawarkan, *e-commerce* memiliki peluang yang besar untuk dapat menarik minat para generasi muda untuk menggunakannya. Banyak manfaat yang dirasakan oleh individu maupun perusahaan dengan adanya sistem perdagangan elektronik *e-commerce*. *Lifestyle* baru berupa sistem perdagangan *e-commerce* tersebut memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku belanja masyarakat. Dengan berbagai pertimbangan akan manfaat dan resiko yang terdapat dalam sistem perdagangan *e-commerce*. *E-commerce* tetap tumbuh dan berkembang menjadi sistem perdagangan yang banyak diminati semua orang baik muda maupun tua. Kebanyakan dari mereka memilih *e-commerce* karena dirasa sesuai dengan aktivitasnya yang padat dan dengan waktu terbatas untuk melakukan berbagai aktivitas transaksi secara *online*. (Widyantami, 2017).

Sistem akuntansi yang terdapat dalam perdagangan elektronik *e-commerce* berbeda dengan sistem akuntansi perdagangan langsung atau *face to face*. Karena dalam perdagangan elektronik *e-commerce* dibutuhkan jaminan keamanan bertransaksi yang lebih ketat baik terhadap penjual maupun terhadap pembeli. (Puspaningtyas, 2016). *Kolektifitas* dalam proses *recruitment* atau pemilihan sumberdaya manusia sangat diperlukan untuk mendapatkan sumberdaya manusia (SDM) yang unggul dan mampu untuk terus berinovasi mengikuti perkembangan zaman. Untuk membentuk SDM yang unggul diperlukan dorongan atau faktor pendukung dari luar maupun dari dalam. Faktor dari luar seperti pemberian materi yang berisi pemahaman dan praktik secara menyeluruh mengenai sistem akuntansi berbasis *e-commerce* kepada masyarakat. Selain itu faktor psikologis yakni, faktor diri dari setiap individu juga diperlukan. Salah satunya adalah *Computer Self Efficacy* (CSE). (Rasmen Adi & Purnama Yanti, 2018).

Pada penelitian sebelumnya oleh Rasmen Adi dan Purnama Yanti (2018) mengungkapkan bahwa *Computer Self Efficacy* berpengaruh terhadap minat individu menggunakan *software* akuntansi. Pernyataan tersebut diungkapkan dengan alasan karena terdapat tiga indikator yang mempengaruhi penggunaan sebuah sistem (Setyowati, 2017). Dijelaskan oleh Compeau dan Higgins 1995 terdapat tiga dimensi *computer self efficacy* sebagai berikut :

1. *Magnitude*, mengacu pada level kapabilitas seseorang dalam penggunaan komputer. Apakah dapat menyelesaikan tugas komputasi dengan baik dengan sedikit bantuan atau tanpa bantuan orang lain.

2. *Strength*, mengacu pada level keyakinan dirinya tentang kemampuan seseorang itu sendiri apakah mampu menyelesaikan tugas komputasinya dengan baik.
3. *Generalibility*, mengacu pada domain perbedaan konfigurasi *software* atau sistem yang berbeda-beda dalam menyelesaikan tugas komputasi.

Dari CSE yang telah terbentuk tersebut dapat menjadi faktor yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* menyesuaikan dengan era yang telah memasuki revolusi industri 4.0. (Rustiana, 2016).

Segala bentuk perubahan zaman dan kecanggihan teknologi membawa dampak berupa dampak positif dan negatif dari perubahan yang terjadi. Dampak positif dan negatif tersebut berupa manfaat dan resiko yang dibawa oleh perubahan dan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Pada penerapannya penggunaan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* memberikan manfaat yang cukup besar bagi penggunanya, dengan adanya sistem seluruh aktivitas mulai dari penginputan hingga pengelolaan data menjadi lebih mudah dan efektif. Namun resiko adanya teknologi *komputasi* berbasis awan dan *otomatisasi* yakni, dapat mengancam keberadaan profesi akuntan. Dengan kecanggihan teknologi komputerisasi sistem dan *robotics* hal tersebut dapat menggeser tugas dari seorang akuntan. (Puspaningtiyas, 2016).

Berbagai dampak berupa manfaat dan resiko yang ditimbulkan tersebut harus disikapi secara bijak. Pengguna *e-commerce*, baik sebagai pembeli maupun pengelola perusahaan harus mampu dalam mengelolanya, dalam arti sebagai pengguna internal kita harus bisa menempatkan diri dalam mengaplikasikan berbagai bentuk kecanggihan teknologi tersebut. Perkembangan *lifestyle* mau tidak mau memang harus diikuti seiring dengan perkembangan zaman, akan tetapi alangkah baiknya jika kita tetap bijak dalam menyikapi arus perkembangan zaman memilih mana gaya hidup yang berdampak positif untuk diikuti dan mana gaya hidup yang berdampak negatif untuk tidak perlu diikuti. (Puspaningtiyas, 2016).

Pada penelitian sebelumnya oleh Mutiaraharja (2016) tentang pengaruh kepercayaan, pengalaman, manfaat dan resiko terhadap minat pembeli untuk menggunakan sistem akuntansi *e-commerce*. Hasilnya diungkapkan bahwa kepercayaan, pengalaman, manfaat dan resiko pada individu mempengaruhi minat individu sebagai pembeli untuk menggunakan sistem *e-commerce*.

Banyak opini mengenai pengaruh persepsi manfaat dan resiko terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* yang telah berkembang di masyarakat. Oleh karena itu peneliti mencoba melakukan analisis baru melalui penggabungan variabel *lifestyle*, *computer self efficacy*, serta manfaat dan resiko terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* memasuki era revolusi industri 4.0.

TINJAUAN TEORETIS

Aspek Akuntansi Keperilakuan

Akuntansi keperilakuan ini tentu saja memiliki berbagai aspek penting seperti cabang-cabang ilmu lainnya. Oleh Schiff dan Lewin (1974), ada 5 aspek penting dalam bidang ilmu akuntansi ini. Diantaranya sebagai berikut : (a) **Teori Organisasi dan Keperilakuan Manajemen**. Perhatian teori organisasi modern ini menjelaskan tentang perilaku mereka sebagai dasar untuk melihat motif atas berbagai tindakan yang mereka lakukan. Dalam teori organisasi modern ini dapat dilihat bahwa ada pengaruh dari interaksi antar masing-masing elemen dalam upaya untuk mendukung tujuan sebuah organisasi atau perusahaan. Teori organisasi modern ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Schiff dan Lewin

lebih menitikberatkan pada perilaku masing-masing komponen dalam mengarahkan tujuan organisasi, memberikan motivasi hingga menampilkan karakteristik dalam penyelesaian masalahnya. (b) **Penganggaran dan Perencanaan.** Selain itu, tujuan organisasi atau perusahaan juga harus diformulasikan dan menjadikannya sebagai fokus dari penganggaran dan perencanaan. Selain tujuan, penganggaran dan perencanaan juga harus difokuskan untuk melihat adanya interaksi perilaku dari masing-masing individu. Keselarasan antara dua bagian penting ini nantinya bisa menjadi pondasi pengembangan organisasi atau perusahaan oleh tim manajemen. (c) **Pengambilan Keputusan.** Aspek lainnya adalah tentang pengambilan keputusan yang menjadi fokus dari teori organisasi modern. (d) **Pengendalian.** Aspek lainnya yang tidak kalah penting dalam sebuah organisasi atau perusahaan adalah aspek pengendalian. Besarnya tingkat pengendalian berbanding lurus dengan besarnya sebuah organisasi atau perusahaan. Sehingga tingkat pengendalian akan semakin intensif seiring dengan semakin berkembangnya suatu organisasi atau perusahaan tersebut. Aspek ini banyak menghubungkan kinerja dan kemampuan adaptasi individu terhadap lingkungan sekitarnya. Bagian yang penting dalam aspek pengendalian adalah struktur organisasi yang jelas, hirarki administrasi hingga pengendalian internal. (e) **Pelaporan Keuangan** Aspek perilaku dalam bidang akuntansi ini juga meliputi bagaimana pelaporan keuangan yang mencakup perataan laba, keandalan informasi akuntansi hingga kaitannya informasi akuntansi kepada investor.

Pengertian Lifestyle

Lifestyle berarti gaya hidup. Gaya hidup adalah seni yang dibudayakan oleh setiap orang. Bersumber dari kamus besar Bahasa Indonesia (2008) gaya hidup adalah pola atau tingkah laku manusia dalam bermasyarakat, menurut pandangan ekonomi merupakan perilaku manusia dalam membelanjakan uangnya. Dari beberapa pengertian para peneliti terdahulu diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa *lifestyle* atau gaya hidup adalah suatu pola hidup yang digambarkan dalam berbagai aktivitas, minat dan opini seseorang yang akan terus mengalami perubahan mengikuti perkembangan zaman yang ada. (Muchlisin Riadi, 2018).

Computer Self Efficacy

Didefinisikan sebagai penilaian kapabilitas dan keahlian computer dari seseorang *computer self efficacy* digunakan untuk melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan IT (Compeau dan Higgins, 1995). Menurut Indriantoro (2000) *Computer Self Efficacy* adalah kemampuan individu dalam menggunakan komputer, sistem operasi, penanganan file dan perangkat keras, penyimpanan data dan menggunakan *keyboard*. *Self efficacy* didasarkan pada teori kognitif sosial yang dikembangkan oleh Bandura (1986) yang didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang yang mempunyai kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu. Bandura mengatakan bahwa *self efficacy* memainkan peranan penting dalam mempengaruhi motivasi dan perilaku. Untuk dapat membentuk *computer self efficacy* atau CSE diperlukan keahlian, kemampuan, dan *skills* oleh setiap individu.

Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat menurut Davis (1989) didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi

kerja seseorang. Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja. Manfaat dari kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi tersebut diharapkan dapat memberikan efisiensi dan efektivitas waktu terhadap penggunaannya. Pada penelitian terdahulu (Setyowati & Respati, 2017) mengungkapkan bahwa seseorang yang memiliki persepsi manfaat yang tinggi tentang manfaat kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi berupa sistem akan cenderung termotivasi untuk menggunakan sistem tersebut. Penggunaan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* diharapkan dapat membawa perubahan yang signifikan berupa efektivitas kinerja dan efisiensi waktu.

Persepsi Resiko

Resiko adalah persepsi konsekuensi dan ketidakpastian yang akan terjadi setelah melakukan aktivitas tertentu. Kecanggihan teknologi tidak hanya memberikan manfaat bagi manusia, namun juga akan menimbulkan resiko bagi penggunaannya. Resiko yang terjadi dapat berupa hilangnya aktivitas dan pekerjaan-pekerjaan lama seperti salah satunya profesi akuntan. Dengan hadirnya sistem bukan tidak mungkin aktivitas penginputan dan olah data akan dilakukan secara otomatis oleh sistem komputer. Oleh karena itu manusia dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan kemampuan seiring dengan perkembangan teknologi yang ada. (Setyowati & Respati, 2017).

Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Krismiaji (2010) sistem informasi akuntansi didefinisikan sebagai aktivitas pendukung dari informasi/akuntansi untuk dapat melakukan aktivitas perusahaan secara lebih efektif dan efisien. Pada penelitian tersebut juga diungkapkan bahwa untuk dapat menghasilkan informasi yang dibutuhkan sistem informasi harus melaksanakan tugas-tugas berikut, menghimpun data-data transaksi dan data-data lainnya, memproses data, menyimpan data untuk keperluan selanjutnya, menghasilkan informasi melalui proses produksi laporan untuk melihat data yang tersimpan dalam computer, mengendalikan seluruh proses untuk menjamin informasi yang dihasilkan akurat dan dapat dipercaya.

Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*

Merupakan sistem informasi yang memasukkan unsur teknologi internet pada tahap pemrosesan transaksi SIA *e-commerce* adalah transaksi antara penjual dan pembeli melalui media computer dan telekomunikasi. (Hardianti & Saraswati, 2013). Sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* merupakan transaksi jual beli yang dilakukan melalui media komputer dan telekomunikasi terkait dengan proses produksi hingga tahap pendistribusian barang dan jasa. (Manik, 2012). Menurut Bearden et al (2000) terdapat tiga kategori dalam *e-commerce* yakni, *Business to Costumor* (B2C), *Business to Business* (B2B) dan *Consumer to Consumer* (C2C).

Hubungan Antar Variabel

Pengaruh Lifestyle terhadap Minat Menggunakan SIA berbasis E-Commerce

Riadi (2018) menyatakan bahwa gaya hidup (*life style*) mempunyai kaitan erat dengan perubahan zaman dan perkembangan teknologi. Gaya hidup (*lifestyle*) menjadi salah satu upaya untuk membuat diri menjadi eksis dan tidak ketinggalan zaman. Orang yang memiliki *lifestyle* yang tinggi akan cenderung mengikuti perkembangan teknologi *komputasi* dan *big data*, salah satunya adalah SIA berbasis *e-commerce*. *Lifestyle* berkembang dengan pesat mengikuti arus perubahan dan perkembangan teknologi yang terjadi dewasa ini. Seiring berkembangnya *lifestyle*, akan mempengaruhi perilaku dan kebiasaan masyarakat.

Perkembangan teknologi mengakibatkan masyarakat memiliki kebiasaan baru yakni, kebiasaan konsumtif. Kebiasaan konsumtif ini terjadi akibat kemudahan dan efisiensi waktu yang ditawarkan oleh teknologi. Berdasarkan fakta dan fenomena yang terjadi dewasa ini *lifestyle* memiliki alasan yang cukup kuat dalam mempengaruhi minat individu menggunakan sistem akuntansi berbasis *e-commerce*, maka berikut ini hipotesis pertama yang telah ditetapkan :

H1: *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *E-commerce*

Pengaruh *Computer Self Efficacy* terhadap Minat Menggunakan SIA berbasis *E Commerce*

Bandura (1986) yang mendefinisikan *self efficacy* sebagai kepercayaan seseorang yang mempunyai kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu. Bandura menegaskan bahwa *self efficacy* memainkan peranan penting dalam mempengaruhi motivasi dan perilaku. Sementara *Computer self efficacy* merupakan kepercayaan diri yang dimiliki setiap individu dalam mengoperasikan komputer. Selanjutnya Kepercayaan diri tersebut akan berpengaruh pada perilaku seseorang. Compeau dan Higgins, (1995) dalam studinya menyatakan bahwa *computer self efficacy* penting untuk menentukan perilaku individu dan kinerja dalam penggunaan teknologi informasi. Adanya *Computer self efficacy* akan mendorong kinerja seseorang dalam memanfaatkan teknologi dalam hal ini adalah SIA berbasis *e-commerce*. Agarwel et al, (2000) menegaskan bahwa *Computer self efficacy* sebagai salah satu variabel penting untuk studi perilaku individual dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi. CSE

merupakan sebuah konsep yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan individu, khususnya dalam hal penggunaan sistem informasi akuntansi. CSE yang dimiliki seseorang akan membantunya dalam memanfaatkan teknologi dalam hal ini adalah SIA berbasis *e-commerce*. Sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Computer Self Efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *E-commerce*

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan SIA berbasis *E-Commerce*

Davis (1989) menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja seseorang. Adanya persepsi manfaat mendukung keminatan seseorang untuk memanfaatkan suatu teknologi yang dalam hal ini adalah SIA berbasis *e-commerce*.

Hasil riset ini Setyowati & Respati, (2017) menemukan bahwa seseorang yang memiliki persepsi manfaat yang tinggi tentang manfaat kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi berupa sistem akan cenderung termotivasi untuk menggunakan sistem tersebut. Penggunaan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* diharapkan dapat membawa perubahan yang signifikan berupa efektivitas kinerja dan efisiensi waktu. Selain itu penelitian Mutiaraharja (2016) menegaskan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem akuntansi *e-commerce*. Dengan demikian dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H3: Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *E-commerce*

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan SIA berbasis *E-Commerce*

Setyowati & Respati, (2017), menyebutkan bahwa dengan kehadiran sistem bukan tidak mungkin aktivitas penginputan dan olah data akan dilakukan secara otomatis oleh sistem komputer. Oleh karena itu manusia dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan

kemampuan seiring dengan perkembangan teknologi yang ada. (Setyowati & Respati, 2017). Penelitian Setyowati & Respati, (2017) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki persepsi risiko yang baik mengenai konsekuensi atas kehadiran teknologi informasi dan komunikasi berupa sistem akan cenderung terdorong untuk memanfaatkan sistem tersebut. Penelitian Mutiaraharja (2016) juga menegaskan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem akuntansi *e-commerce*. Oleh karena itu, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H4: Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *E-commerce*.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian kali ini metode pendekatan yang dipilih ialah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, 2017 metode pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivism, untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dilakukan dengan alat atau instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, yang tujuannya untuk dilakukan uji hipotesis sesuai dengan yang telah ditetapkan (Nabila Saad, 2017). Peneliti menggunakan instrumen atau alat penelitian berupa penyebaran kuesioner terhadap beberapa sampel yang telah dipilih untuk memperoleh data yang valid dan akurat.

Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Identifikasi Variabel	Definisi Operasional	Indikator
<i>Lifestyle</i> (X1)	<i>Lifestyle</i> atau gaya hidup adalah suatu pola hidup yang digambarkan dalam berbagai aktivitas, minat dan opini seseorang yang akan terus mengalami perubahan mengikuti perkembangan zaman yang ada. <i>Lifestyle</i> dipengaruhi oleh sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi	Perubahan teknologi, Media social, Revolusi industri
<i>Computer Sel Efficacy</i> (X2)	<i>Computer Self Efficacy</i> merupakan kemampuan atau kepercayaan diri individu untuk dapat mengoperasikan dan mengendalikan perangkat komputer.	Keahlian, Kemampuan, Skills
Persepsi Manfaat (X3)	Persepsi manfaat menurut Davis (1989) didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja seseorang. Dapat disimpulkan bahwa manfaat merupakan kebaikan atau nilai lebih dari suatu peristiwa atau perubahan yang terjadi.	Kemudahan, Efisiensi waktu

Persepsi Resiko (X4)	Menurut Saraswati dan Zaki (2012) persepsi resiko didefinisikan sebagai persepsi atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan terjadi setelah melakukan aktivitas tertentu.	Terancamnya keberadaan profesi akuntan, Budaya konsumtif meningkat
Sistem Akuntansi Berbasis <i>E-commerce</i> (Y)	Sistem akuntansi e-commerce merupakan sistem transaksi perdagangan elektronik yang dilakukan secara virtual atau online melalui media elektronik	Sistem informasi akuntansi, Transaksi perdagangan elektronik

Populasi dan sampel

Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu 34 perwakilan staff akuntan GO-JEK Indonesia sub area Jawa Timur yang tersebar di 14 kabupaten/kota meliputi : Madura, Gresik, Bojonegoro, Surabaya, Sidoarjo, Pasuruan, Malang, Banyuwangi, Jember, Probolinggo, Mojokerto, Jombang, Kediri, Madiun. Masing-masing kabupaten/kota tersebut memiliki 2-3 anggota staff akuntan untuk bertugas. Jumlah tersebut dapat dilihat berdasarkan cakupan wilayah dari setiap kantor cabang yang ada, untuk kantor Madura, Kediri, Madiun, Bojonegoro, Probolinggo, dan Banyuwangi terdiri dari 3 staff akuntan karena mencakup beberapa wilayah di sekitarnya. Sedangkan untuk Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Mojokerto, Pasuruan, Malang, Jember, dan Jombang terdiri dari 2 staff akuntan karena hanya mencakup wilayahnya sendiri. Berikut tabel persebarannya :

Sampel merupakan elemen dari populasi yang telah dipilih untuk mewakili populasi dalam penelitian (Cooper & Schindler, 2006). Jika penelitian menggunakan sebagian obyek/subyek dari seluruh jumlah populasi maka penelitian tersebut penelitian sampel. Adapun penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan teknik/metode sampel jenuh (sensus). Metode sampel jenuh merupakan teknik penentuan sampel yang menggunakan seluruh anggota dari populasi sebagai sampel. (Sugiyono, 2002). Teknik sampel jenuh (sensus) dipilih berdasarkan jumlah populasinya yang terbilang minim yakni, 34. Oleh sebab itu disini peneliti menggunakan seluruh anggota dari populasi tersebut yang berjumlah 34 orang perwakilan staff akuntan GO-JEK Indonesia Area Jawa Timur yang tersebar di 14 kabupaten/kota. Berikut rinciannya :

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sebagai upaya guna memperoleh kebenaran, maka peneliti memilih untuk menggunakan data kuantitatif. Sumber Data yang digunakan dalam penelitian adalah data Primer dari kuisisioner yang dibagikan kepada responden. Data primer ialah informasi atau data yang diperoleh langsung dari narasumber asli kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini untuk memperoleh informasi data yang relevan peneliti melakukan penyebaran/pengisian kuisisioner terhadap seluruh sampel yang berjumlah 34 orang staff akuntan kantor cabang GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur melalui *google form*. Penghimpunan data *google form* tersebut diawali dengan menghimpun data nomor hp dari setiap perwakilan staff yang ada di seluruh kantor cabang wilayah Jawa Timur, data nomor hp tersebut diperoleh dari perwakilan staff yang berada di kantor cabang Sidoarjo untuk kemudian diteruskan kepada setiap perwakilan staff kantor cabang yang berada di seluruh Jawa Timur. Penyebaran *google form* telah dilakukan terhitung sejak bulan Juli 2021 dan puji syukur kuisisioner tersebut diisi oleh seluruh anggota sampel yakni, 34 staff akuntan GO-JEK Indonesia yang berada di Jawa Timur yang tersebar di 14 kabupaten/kota meliputi : Madura, Gresik,

Bojonegoro, Surabaya, Sidoarjo, Pasuruan, Malang, Banyuwangi, Jember, Probolinggo, Mojekerto, Jombang, Kediri, Madiun. Penilaian dalam kuisioner ini menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 (sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju dan sangat setuju).

Teknik Analisis Data

Pada tahapan analisis dan kualifikasi data peneliti menggunakan SPSS. Akan tetapi, sebelum tahap analisis dilakukan perlu adanya pengujian data valid dan *reliable*. Pengujian ini dilakukan untuk menguji tingkat validitas dari butir-butir pertanyaan yang akan diajukan kepada para responden dari instrumen pertanyaan dengan metode uji reliabilitas.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis asosiatif (hubungan)

Untuk melakukan uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi. Teknik korelasi dilakukan untuk menguji hipotesis yang berbentuk asosiatif atau hubungan dimana teknik tersebut digunakan sebagai acuan untuk melakukan uji ada atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Uji signifikansi korelasi

Uji signifikansi korelasi dilakukan untuk menguji hubungan signifikansi antar suatu variabel melalui koefisien korelasi yakni dengan uji T. Uji T dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui masing-masing variabel dependen terhadap variabel independen. Sebagai tindak lanjut dari uji statistik T maka langkah yang ditempuh dalam pengujian adalah menyusun hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Mengacu dari hasil kuisioner yang disebar bisa disajikan sebaran frekuensi responden berdasar jenis kelaminnya, yaitu :

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	6	17,6%
Perempuan	28	82,4%
Total	34	100,0 %

Sumber : data diolah

Responden laki-lakinya sejumlah 6 orang (17,6%), sementara itu, perempuannya sebanyak 28 orang (82,4%). Distribusi tersebut memperlihatkan bahwa staff akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur sebagian besar adalah perempuan.

Sebaran Menurut Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
1. 22-26 tahun	21	61,8%
2. 27-30 tahun	8	23,5%
3. > 30 tahun	5	14,7 %
Total	34	100,0 %

Sumber : data diolah

Usia responden yang direntang 22–26 tahun sebanyak 21 orang (61,8%), responden yang berumur direntang 27-30 tahun sejumlah 8 orang (23,5%), sedangkan yang berumur lebih dari

30 tahun sebanyak 5 orang (14,7%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar staff akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur yakni umur yang produktif dalam rentang usia 22-26 tahun.

Sebaran Responden Menurut Pendidikannya

Umur		Jumlah	Presentase
1.	D3	6	17,6%
2.	S1	28	82,4%
Total		34	100,0%

Sumber: data diolah

Responden dengan pendidikan D3 yang berjumlah 6 orang (17,6%), dan responden dengan pendidikan S1 sebanyak 28 orang (82,4%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah staff akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur memiliki pendidikan terakhir S1.

Sebaran Responden Menurut Masa Kerjanya

Lama Kerja		Jumlah	Presentase
1.	1-2 tahun	1	2,9%
2.	3-5 tahun	22	64,7%
3.	> 5 tahun	11	32,4 %
Total		34	100,0%

Sumber :data diolah

Responden yang memiliki masa kerja 1-2 tahun yang sebanyak 1 orang (2,9%), yang mempunyai masa kerja 3-5 tahun sejumlah 22 orang (64,7%), sedangkan responden yang mempunyai masa kerja lebih dari 5 tahun sebanyak 11 orang (32,4%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah staff GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur yang telah bekerja selama 3-5 tahun.

Deskripsi Variabel

Menurut data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang telah diberikan kepada para responden staff akuntan GOJEK yang berada di wilayah Jawa Timur diperoleh hasil sebagai berikut:

	Variabel	Mean
X1	<i>Life Style</i>	4,11
X2	<i>Computer Self Efficacy</i>	4,16
X3	Persepsi Manfaat	4,15
X4	Persepsi Risiko	4,19
X5	Minat Menggunakan SIA berbasis <i>E-Commerce</i>	4,12

Data tersebut menyajikan data bahawa variabel X1 sampai dengan X5 mempunyai rata-rata lebih besar dari 4 yang termasuk mempunyai kategori tinggi, artinya responden memberikan persetujuan atas item-item pernyataan dalam kuisisioner dan variable life style, computer self efficacy, persepsi manfaat, persepsi resiko dan minat menggunakan SIA berbasis E-commerce pada perusahaan Go-jek di jawa timur sudah baik.

Analisis Data dan Hasil

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorov –smirnov (uji K-S). Berikut ini merupakan hasil uji normalitas:

1. X1 terhadap Y

Uji Normalitas X1 terhadap Y

Test Statistic	0,139
Asymp. Sig. (2 tailed)	0,094

Nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* menunjukkan nilai sebesar 0,094. Hasil itu menegaskan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,094 lebih tinggi dibanding taraf signifikansinya 0,05. Dengan demikian dapat diambil keputusan bahwa data *lifestyle* (X1) terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y) tersebar normal.

2. X2 terhadap Y

Uji Normalitas X2 terhadap Y

Test Statistic	0,140
Asymp. Sig. (2 tailed)	0,088

Nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* menunjukkan nilai sebesar 0,088. Hasil itu menegaskan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,088 lebih tinggi dibanding taraf signifikansinya 0,05. Dengan demikian dapat diambil keputusan bahwa data *computer self efficacy* (X2) terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y) tersebar normal.

3. X3 terhadap Y

Uji Normalitas X3 terhadap Y

Test Statistic	0,142
Asymp. Sig. (2 tailed)	0,082

Nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* menunjukkan nilai sebesar 0,082. Hasil itu menegaskan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,082 lebih tinggi dibanding taraf signifikansinya 0,05. Dengan demikian dapat diambil keputusan bahwa data persepsi manfaat (X3) terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y) tersebar normal.

4. X4 terhadap Y

Uji Normalitas X4 terhadap Y

Test Statistic	0,140
Asymp. Sig. (2 tailed)	0,091

Nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* menunjukkan nilai sebesar 0,091. Hasil itu menegaskan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,091 lebih tinggi dibanding taraf signifikansinya 0,05. Dengan demikian dapat diambil keputusan bahwa data persepsi risiko (X4) terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y) tersebar normal.

Uji Regresi Linier

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear sederhana penulis menggunakan seri program statistik SPSS 15. SPSS adalah suatu program *software* komputer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun non parametrik. Berikut ini merupakan hasil uji regresi linier sederhana:

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X terhadap Y

Variabel	Beta
<i>Life style</i>	0,947
<i>Computer Self Efficacy</i>	0,895
Persepsi Manfaat	0,921
Persepsi Risiko	0,768

Berdasarkan Tabel di atas hasil koefisien beta semua variable X menunjukkan positif. Hal ini menunjukkan *life style* , *computer self efficacy*, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko berpengaruh

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi X terhadap Y

Variabel	R	R Square
<i>Life style</i>	0,947	0,896
<i>Computer Self Efficacy</i>	0,895	0,802
Persepsi Manfaat	0,921	0,847
Persepsi Risiko	0,768	0,590

Merujuk pada tabel diatas *R Square* dari variabel *lifestyle* (X1) terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* sebesar 0,896. Hasil ini berarti bahwa variabel *lifestyle* (X1) dapat memberikan penjelasan variasi dari variabel minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y) sebesar 89,6 persen, sementara itu, sebesar 10,4% dapat diterangkan oleh sejumlah variabel lain. Diketahui bahwa nilai *R Square* dari variabel *computer self efficacy* (X2) terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y) sebesar 0,802. Hasil ini berarti bahwa variabel *computer self efficacy* (X2) dapat memberikan penjelasan variasi dari variabel minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y) sebesar 80,2%, sementara itu, sebesar 19,8% dapat diterangkan oleh sejumlah variabel lain.

Diketahui bahwa nilai *R Square* dari variabel persepsi manfaat (X3) terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y) sebesar 0,847. Hasil ini berarti bahwa variabel persepsi manfaat (X3) dapat memberikan penjelasan variasi dari variabel minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y) sebesar 84,7%, sementara itu, sebesar 15,3% dapat diterangkan oleh sejumlah variabel lain.. Nilai *R Square* dari variabel persepsi risiko (X4) terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y) sebesar 0,590. Hasil ini berarti bahwa variabel persepsi risiko (X4) dapat memberikan penjelasan variasi dari variabel minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y) sebesar 59%, sementara itu, sebesar 41% dapat diterangkan oleh sejumlah variabel lain.

Uji Hipotesis

1. Pengaruh X1 terhadap Y

Uji Hipotesis X1 terhadap Y

Variabel	t	Sig	Keterangan
<i>Life style</i>	16,617	0,000	Signifikan
<i>Computer Self Efficacy</i>	11,376	0,000	Signifikan
Persepsi Manfaat	13,334	0,000	Signifikan
Persepsi Risiko	6,784	0,000	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai t dari semua variabel X lebih besar dari t-tabel 1,96 yang artinya berpengaruh dan semua variable X mempunyai nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000 yang artinya semua variable X berpengaruh signifikan terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y).

Pembahasan

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *E-commerce*. Hal ini mengindikasikan bahwa *lifestyle* seseorang yang mengikuti perkembangan dan perubahan zaman akan cenderung memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan SIA berbasis *E-commerce*. Sebaliknya, *lifestyle* seseorang yang kurang mengikuti perkembangan dan perubahan zaman akan cenderung memiliki minat yang rendah dalam memanfaatkan SIA berbasis *E-commerce*. Hasil kajian ini didukung oleh teori yang disampaikan oleh Riadi (2018) bahwa gaya hidup (*lifestyle*) mempunyai kaitan erat dengan perubahan zaman dan perkembangan teknologi. Gaya hidup (*lifestyle*) menjadi salah satu upaya untuk membuat diri menjadi eksis dan tidak ketinggalan zaman. Orang yang memiliki *lifestyle* yang tinggi akan cenderung mengikuti perkembangan teknologi, salah satunya adalah SIA berbasis *e-commerce*. Selain selaras dengan teori, hasil penelitian ini juga searah dengan fenomena bahwa *Lifestyle* berkembang dengan pesat mengikuti arus perubahan dan perkembangan teknologi yang terjadi dewasa ini. Seiring berkembangnya *lifestyle*, akan mempengaruhi perilaku dan kebiasaan masyarakat. Perkembangan teknologi mengakibatkan masyarakat memiliki kebiasaan baru yakni, kebiasaan konsumtif. Kebiasaan konsumtif ini terjadi akibat kemudahan dan efisiensi waktu yang ditawarkan oleh teknologi, salah satunya adalah SIA berbasis *e-commerce* yang menawarkan efisiensi waktu dibanding SIA yang tidak berbasis *e-commerce*. Mengacu pada *mean* atau rata-rata keseluruhan item kuesioner pada variabel *lifestyle*, dapat diketahui bahwa variabel *lifestyle* termasuk berkategori tinggi. Hal ini

bermakna bahwa responden memiliki *lifestyle* yang selalu beradaptasi dengan perkembangan dan perubahan teknologi. Tingginya *lifestyle* yang dimiliki responden pada akhirnya akan mendorong minat yang tinggi pula dalam penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *Computer Self Efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *E-commerce*. Hal ini mencerminkan bahwa kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuannya dalam menggunakan komputer akan mendorongnya untuk berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *E-commerce*. Sebaliknya, kepercayaan diri seseorang yang rendah dalam menjalankan komputer akan membuatnya kurang berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *E-commerce*. Hasil studi tersebut yang menyatakan bahwa *Computer Self Efficacy* berefek terhadap minat dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce*, selaras dengan teori kognitif sosial yang dikembangkan oleh Bandura (1986) yang mendefinisikan *self efficacy* sebagai kepercayaan seseorang yang mempunyai kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu. Bandura menegaskan bahwa *self efficacy* memainkan peranan penting dalam mempengaruhi motivasi dan perilaku.

Compeau dan Higgins, (1995) dalam studinya menyatakan bahwa *computer self efficacy* penting untuk menentukan perilaku individu dan kinerja dalam penggunaan teknologi informasi. Adanya CSE akan mendorong kinerja seseorang dalam memanfaatkan teknologi dalam hal ini adalah SIA berbasis *e-commerce*.

Agarwel et al, (2000) menegaskan bahwa *Computer self efficacy* sebagai salah satu variabel penting untuk studi perilaku individual dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi. CSE merupakan sebuah konsep yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan individu, khususnya dalam hal penggunaan sistem informasi akuntansi. CSE yang dimiliki seseorang akan membantunya dalam memanfaatkan teknologi SIA berbasis *e-commerce*.

Merujuk pada *mean* atau rata-rata keseluruhan item kuesioner pada variabel *Computer self efficacy*, dapat diketahui bahwa variabel *Computer self efficacy* masuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa responden memiliki kepercayaan diri yang tinggi atas kemampuannya dalam menjalankan komputer. Tingginya *Computer self efficacy* yang dimiliki responden pada akhirnya akan mendorong minat yang tinggi dalam penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.

Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *E-commerce*. Hal ini menandakan bahwa persepsi atas manfaat atau kegunaan terhadap teknologi yang akan didapat memicu seseorang berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *E-commerce*. Sebaliknya, persepsi atas manfaat yang kurang atas penggunaan teknologi akan membuatnya kurang berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *E-commerce*.

Hasil studi tersebut yang menyatakan bahwa persepsi manfaat yang berdampak kepada minat dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce*, searah dengan teori yang disampaikan oleh Davis (1989) bahwa persepsi manfaat merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja seseorang. Adanya persepsi manfaat akan mendukung keminatan seseorang untuk memanfaatkan suatu teknologi yang dalam hal ini adalah SIA berbasis *e-commerce*.

Hasil riset ini juga didukung oleh penelitian Setyowati & Respati, (2017) yang menemukan bahwa seseorang yang memiliki persepsi manfaat yang tinggi tentang manfaat kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi berupa sistem akan cenderung termotivasi untuk menggunakan sistem tersebut. Penggunaan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* diharapkan dapat membawa perubahan yang signifikan berupa efektivitas kinerja dan efisiensi waktu. Riset ini juga mendapat dukungan dari Mutiaraharja (2016) yang menegaskan bahwa

persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem akuntansi *e-commerce*. Berlandaskan pada *mean* atau rata-rata keseluruhan item kuesioner pada variabel Persepsi Manfaat, dapat diketahui bahwa variabel Persepsi manfaat berkategori tinggi. Hal ini menandakan bahwa responden memiliki persepsi yang positif atas manfaat yang akan didapat dari suatu teknologi. Tingginya Persepsi Manfaat yang dimiliki responden pada akhirnya akan mendorong minat yang tinggi dalam penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.

Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *E-commerce*. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi atas risiko atau kegunaan terhadap teknologi yang didapat akan memicu seseorang berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *E-commerce*. Sebaliknya, persepsi atas manfaat yang kurang atas penggunaan teknologi akan membuatnya kurang berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *E-commerce*. Hasil studi tersebut yang menyatakan bahwa persepsi risiko yang mempengaruhi minat dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce*, searah dengan teori mengenai kehadiran teknologi akan memberikan dampak kepada hilangnya sejumlah aktivitas yang digeser oleh teknologi itu sendiri. Hasil riset ini juga didukung oleh penelitian Setyowati & Respati, (2017) yang menyatakan bahwa seseorang yang memiliki persepsi risiko yang baik mengenai konsekuensi atas kehadiran teknologi informasi dan komunikasi berupa sistem akan cenderung terdorong untuk memanfaatkan sistem tersebut. Hasil studi ini juga mendapat dukungan dari Mutiaraharja (2016) yang menegaskan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem akuntansi *e-commerce*. Berdasarkan pada *mean* atau rata-rata keseluruhan item kuesioner pada variabel Persepsi Risiko, dapat diketahui bahwa variabel Persepsi Risiko termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini mencerminkan bahwa responden memiliki persepsi yang positif atas risiko yang akan diterima dengan kehadiran teknologi informasi. Pemahaman yang baik atau Persepsi Risiko yang dimiliki responden pada akhirnya akan membuat seseorang semakin berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Danadang. *“Ini Modus Order Fiktif yang Dilakukan Pengendara Go-Jek”*. 09 September 2016. <http://www.beritasatu.com/ijtek/305718-ini-modus-order-fiktif-yang-dilakukan-pengendara-gojek-html>.
- Bodnar, G. H., & Howood, W. S.(2013). *Accounting Information System*. Mason: SOUTH-WESTERN.
- Greenstein, Marilyn and Moklos Vasarhelyi, 2012. *Electronic Commerce*, New York McGraw Hill.
- Hardanti dan Sraswati, Erwin. 2013. *Faktor Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce*. Simposium Nasional Akuntansi XVI. <https://megapolitan.kompas.com/read/2018/02/02/10090951/polisi-aplikasi-tuyul-taksi-online-beda-dengan-fake-gps>.
- Kasmadidan Nia Siti Sunariah, 2013. *Panduan Moderen Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeth.

- Kieso, Weygandt, dan Warfield, 2010. Akuntansi Intermediate, Edisi Ke-duabelas, Jakarta: Erlangga.
- Mubiyantoro, Ari dan Syaefullah. 2014. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus di Bank BRI Kota Malang)*. Malang : Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Novitasari dan Baridwan, Zaki. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi KONTROL Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem E-Commerce*. JIMFEB. Volume 1. Nomor 2.
- PUSPITA, SHERLY. “*Polisi: Aplikasi “Tuyul” Taksi “Online” Beda dengan “Fake” “GPS”*”. 02 Februari 2018.
- Rachadian, Shalati. 2012. *Analisis Implementasi E-Commerce (Studi Pada Zahra Publishing House)*. Institut Manajemen Telkom, Bandung.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2015). Accounting Information System 13th Edition. British : Pearson Education.
- Sekaran, & Bougie. (2013). Research Methods for Business: A skill Building Approach 6th Edition. New York: Jhon & Sons Ltd.
- Shomad, Andrie. 2012. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce*. JIMFEB. Volume 1. Nomor 2.
- Sugiono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* . Cetakan 15, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Turban, Efrain, et al, 2012. E-Commerece: A Managerial Perspective. “Low Price Edition.
- Wardani dan Syaefullah. 2012. *Pengaruh Persepsi Pengguna Facebook Commerce (F-Commerce) Terhadap Keinginan Bertransaksi Online*. JIMFEB. Volume 1. Nomor 2.
- Winayu, Nunik. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Preceveid Ease Of Use dan Preceveid Usefulness Terhadap Minat Menggunakan E-commerce Forum Jual Beli Kaskus (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yunastiti dan Baridwan, Zaki. 2012. *Penerimaan Individu Terhadap Sistem Informasi Berbasis Komputer: Pendekatan Modified Technology Acceptence Model (TAM)*. JIMFEB. Volume 1. Nomor 2.

LAMPIRAN

Kuesioner

Identitas Responden

Nama :

Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia :

Lama bekerja :

Pendidikan terakhir:

Judul penelitian :

PENGARUH LIFESTYLE, COMPUTER SELF EFFICACY, PERSEPSI MANFAAT DAN RESIKO TERHADAP MINAT INDIVIDU MENGGUNAKAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE MEMASUKI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

(Studi pada perusahaan *e-commerce* GO-JEK Indonesia Wilayah Jawa Timur)

Definisi Variabel

LIFESTYLE (gaya hidup)

Lifestyle atau gaya hidup adalah suatu pola hidup yang digambarkan dalam berbagai aktivitas, minat dan opini seseorang yang akan terus mengalami perubahan mengikuti perkembangan zaman yang ada.

COMPUTER SELF EFFICACY (CSE)

Menurut Indriantoro (2000) *Computer Self Efficacy* adalah kemampuan individu dalam menggunakan komputer, sistem operasi, penanganan file dan perangkat keras, penyimpanan data dan menggunakan keyboard. *Computer self efficacy* ini penting dalam rangka menentukan perilaku individu dan kinerja dalam penggunaan teknologi informasi.

PERSEPSI MANFAAT

Persepsi manfaat menurut Davis (1989) didefinisikan sebagai suatu tingkat dan manas seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan restasi kerjas seseorang. Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dapat

PERSEPSI RESIKO

Resiko adalah persepsi konsekuensi dan ketidakpastian yang akan terjadi setelah melakukan aktivitas tertentu.

SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (SIA) BERBASIS *E-COMMERCE*

Merupakan sistem informasi yang memasukkan unsur teknologi internet pada tahap pemrosesan transaksi SIA E-commerce adalah transaksi antar penjual dan pembeli melalui media computer dan telekomunikasi.

Anda diminta untuk memberikan tanggapan berupa opini setuju/tidak setuju terhadap pernyataan yang ada di bawah berikut :

1. Lifestyle (gaya hidup)

NO	PERNYATAAN	S	S	R	T	ST
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Sebagaimana orangakuntansaya bekerja flexible mengikuti perkembangan lifestyle yang ada					
2.	Sebagaimana orangakuntan perkembangan gaya hidup mempengaruhi minat saya dalam memilih sistem informasi akuntansi yang tepat untuk saya					
3.	Sebagaimana orangakuntan perkembangan lifestyle di era New Normal membawa saya untuk beralih pada sistem informasi akuntansi e-commerce					

2. Computer Self Efficacy (CSE)

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Sebagaimana orangakuntan CSE diperlukan guna menunjang kinerja					
2.	CSE diperlukan sebagai tolak ukur kemampuan untuk menjadikan orangakuntan					
3.	CSE berperan dalam mempengaruhi alasan dan menentukan sistem informasi akuntansi					
4.	Seorangakuntan yang berkompoten akan cenderung memilih sistem informasi akuntansi e-commerce guna efektifitas kinerja dan efisiensi waktu					

3. Persepsi manfaat

NO	PERNYATAAN	S	S	R	T	ST
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Sebagaimana orang akan anda akan terlebi dahulu mengkaji kelebihan dan kekurangan dari sebuah sistem informasi akuntansi yang akan dipilih					
2.	Sebagaimana orang akan anda akan memperhatikan manfaat dari sebuah sistem informasi akuntansi untuk digunakan kedepannya					
3.	Sebagaimana orang akan anda akan persepsi memanfaatkan member pengaruh pada minat dan menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce					

4. Persepsi resiko

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Selain manfaat resiko dari sebuah sistem informasi akuntansi juga perlu diperhatikan					
2.	Disamping kebaikan, kekurangan dari sebuah sistem informasi akuntansi juga perlu dipertimbangkan guna meminimalisir human error					

5. Minat individu menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Untuk memilih suatu sistem informasi akuntansi, individu perlu mengikuti perkembangan lifestyle					
2.	Sebelum menentukan pilihan tentang sistem informasi akuntansi, maka CSE perlu dipertimbangkan kemampuan menyesuaikan dengan kemampuan					
3.	Sebelum menentukan pilihan penggunaan sistem informasi akuntansi individu perlu mempertimbangkan manfaat dan resiko dari suatu sistem informasi akuntansi tersebut					
4.	Alangkah baiknya untuk bersikap bijak dalam menyikapi perkembangan lifestyle yang terdapat didalamnya					
5.	Sebagai seorang akuntan kiranya perlu mengevaluasi kemampuan untuk meningkatkan kinerja kedepannya					

LAMPIRAN 2

Rekapitulasi Data

No	JK	U	P	LK	X1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3	X4.1	X4.2	X4	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
1	2	1	2	2	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	9	4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	3	4	3	4	11	3	4	4	4	15	3	4	4	11	4	4	8	3	4	4	4	3	18
3	2	1	2	2	4	4	3	11	4	4	3	3	14	4	4	3	11	4	4	8	4	4	3	3	4	18
4	2	2	2	2	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	5	5	15	5	5	10	5	5	5	5	4	24
5	2	1	2	2	5	5	5	15	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	4	9	5	5	5	5	4	24
6	1	1	2	3	5	4	5	14	5	5	4	4	18	5	5	4	14	5	5	10	5	5	4	4	5	23

7	2	2	2	2	4	4	5	13	5	5	5	4	19	4	4	5	13	4	4	8	4	4	5	5	4	22
8	2	3	2	2	4	4	4	12	4	5	5	4	18	4	4	4	12	4	4	8	4	4	5	4	4	21
9	2	1	2	3	4	4	3	11	4	4	4	5	17	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	4	4	20
10	2	1	2	2	4	3	4	11	4	3	4	4	15	4	3	4	11	4	3	7	4	4	4	4	3	19
11	2	3	2	2	4	4	3	11	4	4	3	3	14	4	4	3	11	4	4	8	4	4	3	3	4	18
12	2	1	1	2	3	4	3	10	3	4	4	3	14	3	4	4	11	4	3	7	3	4	4	3	3	17
13	1	2	2	3	5	4	4	13	4	5	4	4	17	5	4	5	14	4	5	9	5	4	4	4	4	21
14	2	1	2	2	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	4	3	19
15	2	1	1	2	4	4	3	11	4	4	3	3	14	4	4	3	11	4	4	8	4	4	3	3	4	18
16	2	1	2	2	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	5	5	15	5	5	10	5	5	5	5	4	24
17	1	3	1	3	5	5	5	15	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	4	9	5	4	5	5	5	24
18	2	1	2	2	5	4	5	14	5	5	4	4	18	5	5	4	14	5	5	10	5	5	4	4	5	23
19	2	2	2	2	4	4	5	13	5	5	5	4	19	4	4	5	13	4	4	8	4	4	5	5	4	22
20	2	1	2	3	4	4	4	12	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	8	4	4	5	4	4	21
21	2	1	2	2	4	4	3	11	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	4	4	20
22	2	2	1	3	4	3	4	11	4	3	4	4	15	4	3	4	11	4	3	7	4	4	3	4	4	19
23	1	1	2	2	4	4	3	11	4	4	3	3	14	4	4	3	11	4	4	8	4	4	3	3	4	18
24	2	1	2	3	3	3	3	9	3	4	3	3	13	3	4	3	10	4	3	7	3	4	3	3	3	16
25	1	1	2	2	5	4	4	13	4	5	4	4	17	5	4	4	13	4	5	9	5	4	4	4	4	21
26	2	1	1	3	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	4	3	19
27	2	1	2	2	4	3	4	11	4	4	3	3	14	4	3	4	11	4	4	8	4	4	3	4	3	18
28	1	2	2	1	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	5	5	15	5	5	10	5	5	5	5	4	24
29	2	3	2	2	5	5	5	15	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	4	9	5	5	4	5	5	24
30	2	1	2	3	5	4	5	14	5	5	4	4	18	5	4	4	13	5	5	10	5	5	4	4	5	23
31	2	3	2	2	4	4	3	11	5	4	5	3	17	4	4	3	11	4	3	7	4	4	4	5	4	21
32	2	1	1	3	4	4	4	12	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	8	4	4	5	4	4	21
33	2	2	2	2	4	4	4	12	5	5	4	5	19	5	4	4	13	5	4	9	5	4	4	4	4	21
34	2	1	2	2	4	3	4	11	4	3	4	4	15	4	3	3	10	4	3	7	4	4	4	3	4	19

LAMPIRAN 3

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	6	17.6	17.6	17.6
	Perempuan	28	82.4	82.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	22-26 tahun	21	61.8	61.8	61.8
	27-30 tahun	8	23.5	23.5	85.3
	> 30 tahun	5	14.7	14.7	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	6	17.6	17.6	17.6
	S1	28	82.4	82.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Lama Kerja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 tahun	1	2.9	2.9	2.9
	3-5 tahun	22	64.7	64.7	67.6
	> 5 tahun	11	32.4	32.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

LAMPIRAN 4

Deskripsi Variabel

X1

		Statistics		
		X1.1	X1.2	X1.3
N	Valid	34	34	34
	Missing	0	0	0
Mean		4.26	4.00	4.06

		X1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	2	5.9	5.9	5.9
	S	21	61.8	61.8	67.6
	SS	11	32.4	32.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

		X1.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	6	17.6	17.6	17.6
	S	22	64.7	64.7	82.4
	SS	6	17.6	17.6	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	9	26.5	26.5	26.5
	S	14	41.2	41.2	67.6
	SS	11	32.4	32.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X2

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
N	Valid	34	34	34	34
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.35	4.44	4.09	3.79

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	3	8.8	8.8	8.8
	S	16	47.1	47.1	55.9
	SS	15	44.1	44.1	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	3	8.8	8.8	8.8
	S	13	38.2	38.2	47.1
	SS	18	52.9	52.9	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	6	17.6	17.6	17.6
	S	19	55.9	55.9	73.5
	SS	9	26.5	26.5	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	8	23.5	23.5	23.5
	S	25	73.5	73.5	97.1
	SS	1	2.9	2.9	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X3**Statistics**

		X3.1	X3.2	X3.3
N	Valid	34	34	34
	Missing	0	0	0
Mean		4.26	4.12	4.06

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	3	8.8	8.8	8.8
	S	19	55.9	55.9	64.7
	SS	12	35.3	35.3	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	4	11.8	11.8	11.8
	S	22	64.7	64.7	76.5
	SS	8	23.5	23.5	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	7	20.6	20.6	20.6
	S	18	52.9	52.9	73.5
	SS	9	26.5	26.5	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X4

Statistics

		X4.1	X4.2
N	Valid	34	34
	Missing	0	0
Mean		4.29	4.09

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	24	70.6	70.6	70.6
	SS	10	29.4	29.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	6	17.6	17.6	17.6
	S	19	55.9	55.9	73.5
	SS	9	26.5	26.5	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Y

Statistics

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
N	Valid	34	34	34	34	34
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.26	4.24	4.09	4.06	3.94

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	3	8.8	8.8	8.8
	S	19	55.9	55.9	64.7
	SS	12	35.3	35.3	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	26	76.5	76.5	76.5
	SS	8	23.5	23.5	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	7	20.6	20.6	20.6
	S	17	50.0	50.0	70.6
	SS	10	29.4	29.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	7	20.6	20.6	20.6
	S	18	52.9	52.9	73.5
	SS	9	26.5	26.5	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	R	7	20.6	20.6	20.6
	S	22	64.7	64.7	85.3
	SS	5	14.7	14.7	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Uji Validitas

X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Lefestyle
X1.1	Pearson Correlation	1	.620**	.721**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	34	34	34	34
X1.2	Pearson Correlation	.620**	1	.453**	.785**

	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.000
	N	34	34	34	34
X1.3	Pearson Correlation	.721**	.453**	1	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.000
	N	34	34	34	34
Lefestyle	Pearson Correlation	.901**	.785**	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Computer Self Efficacy
X2.1	Pearson Correlation	1	.619**	.558**	.340*	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.049	.000
	N	34	34	34	34	34
X2.2	Pearson Correlation	.619**	1	.459**	.296	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.089	.000
	N	34	34	34	34	34
X2.3	Pearson Correlation	.558**	.459**	1	.532**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.001	.006		.001	.000
	N	34	34	34	34	34
X2.4	Pearson Correlation	.340*	.296	.532**	1	.651**
	Sig. (2-tailed)	.049	.089	.001		.000
	N	34	34	34	34	34

Computer Self Efficacy	Pearson Correlation	.829**	.786**	.827**	.651**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	PersepsiManfaat
X3.1	Pearson Correlation	1	.575**	.528**	.838**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	34	34	34	34
X3.2	Pearson Correlation	.575**	1	.500**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000
	N	34	34	34	34
X3.3	Pearson Correlation	.528**	.500**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003		.000
	N	34	34	34	34
PersepsiManfaat	Pearson Correlation	.838**	.819**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X4

Correlations

		X4.1	X4.2	PersepsiRisiko
X4.1	Pearson Correlation	1	.502**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000
	N	34	34	34
X4.2	Pearson Correlation	.502**	1	.914**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000
	N	34	34	34
PersepsiRisiko	Pearson Correlation	.810**	.914**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	34	34	34

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	MinatIndividuMenggunaka n SIA
Y.1	Pearson Correlation	1	.670*	.358*	.528*	.697*	.833**
	Sig. (2-tailed)		.000	.037	.001	.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34
Y.2	Pearson Correlation	.670*	1	.326	.460*	.524*	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000		.060	.006	.001	.000
	N	34	34	34	34	34	34

Y.3	Pearson Correlation	.358*	.326	1	.725*	.225	.733**
	Sig. (2-tailed)	.037	.060		.000	.200	.000
	N	34	34	34	34	34	34
Y.4	Pearson Correlation	.528*	.460*	.725*	1	.300	.819**
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.000		.085	.000
	N	34	34	34	34	34	34
Y.5	Pearson Correlation	.697*	.524*	.225	.300	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.200	.085		.000
	N	34	34	34	34	34	34
Minat Individu Menggunakan SIA	Pearson Correlation	.833*	.732*	.733*	.819*	.695*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34	34

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	3

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	4

X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	3

X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.639	2

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	5

Uji Normalitas

X1 -> Y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.75312023
Most Extreme Differences	Absolute	.139
	Positive	.139
	Negative	-.087
Test Statistic		.139
Asymp. Sig. (2-tailed)		.094 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

X2 -> Y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.04059412
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.110
	Negative	-.140
Test Statistic		.140
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

X3 -> Y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.91269611
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.142
	Negative	-.099
Test Statistic		.142
Asymp. Sig. (2-tailed)		.082 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

X4 -> Y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49671055
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.140
	Negative	-.097
Test Statistic		.140
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Regresi Linier Sederhana

X1 -> Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.210	.994		4.234	.000
	Lefestyle	1.329	.080	.947	16.617	.000

a. Dependent Variable: MinatIndividuMenggunakan SIA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	161.518	1	161.518	276.139	.000 ^b
	Residual	18.717	32	.585		
	Total	180.235	33			

a. Dependent Variable: MinatIndividuMenggunakan SIA

b. Predictors: (Constant), Lefestyle

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.947 ^a	.896	.893	.765

a. Predictors: (Constant), Lefestyle

x2 -> Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	2.397	1.609		1.490	.146
	Computer Self Efficacy	1.091	.096	.895	11.376	.000

a. Dependent Variable: MinatIndividuMenggunakan SIA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	144.502	1	144.502	129.404	.000 ^b
	Residual	35.734	32	1.117		
	Total	180.235	33			

a. Dependent Variable: MinatIndividuMenggunakan SIA

b. Predictors: (Constant), Computer Self Efficacy

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 ^a	.802	.796	1.057

a. Predictors: (Constant), Computer Self Efficacy

X3 -> Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.648	1.280		2.849	.008
	PersepsiManfaat	1.362	.102	.921	13.334	.000

a. Dependent Variable: MinatIndividuMenggunakan SIA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	152.746	1	152.746	177.809	.000 ^b
	Residual	27.489	32	.859		
	Total	180.235	33			

a. Dependent Variable: MinatIndividuMenggunakan SIA

b. Predictors: (Constant), PersepsiManfaat

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921 ^a	.847	.843	.927

a. Predictors: (Constant), PersepsiManfaat

X4 -> Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5.317	2.266		2.346	.025
	PersepsiRisiko	1.822	.269	.768	6.784	.000

a. Dependent Variable: MinatIndividuMenggunakan SIA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106.311	1	106.311	46.019	.000 ^b
	Residual	73.925	32	2.310		
	Total	180.235	33			

a. Dependent Variable: MinatIndividuMenggunakan SIA

b. Predictors: (Constant), PersepsiRisiko

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.590	.577	1.520

a. Predictors: (Constant), PersepsiRisiko

Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan
2548 - 298X
Akreditasi No. 32a/E/KPT/2017
2548 - 5024
DOI:

p-ISSN

e-ISSN