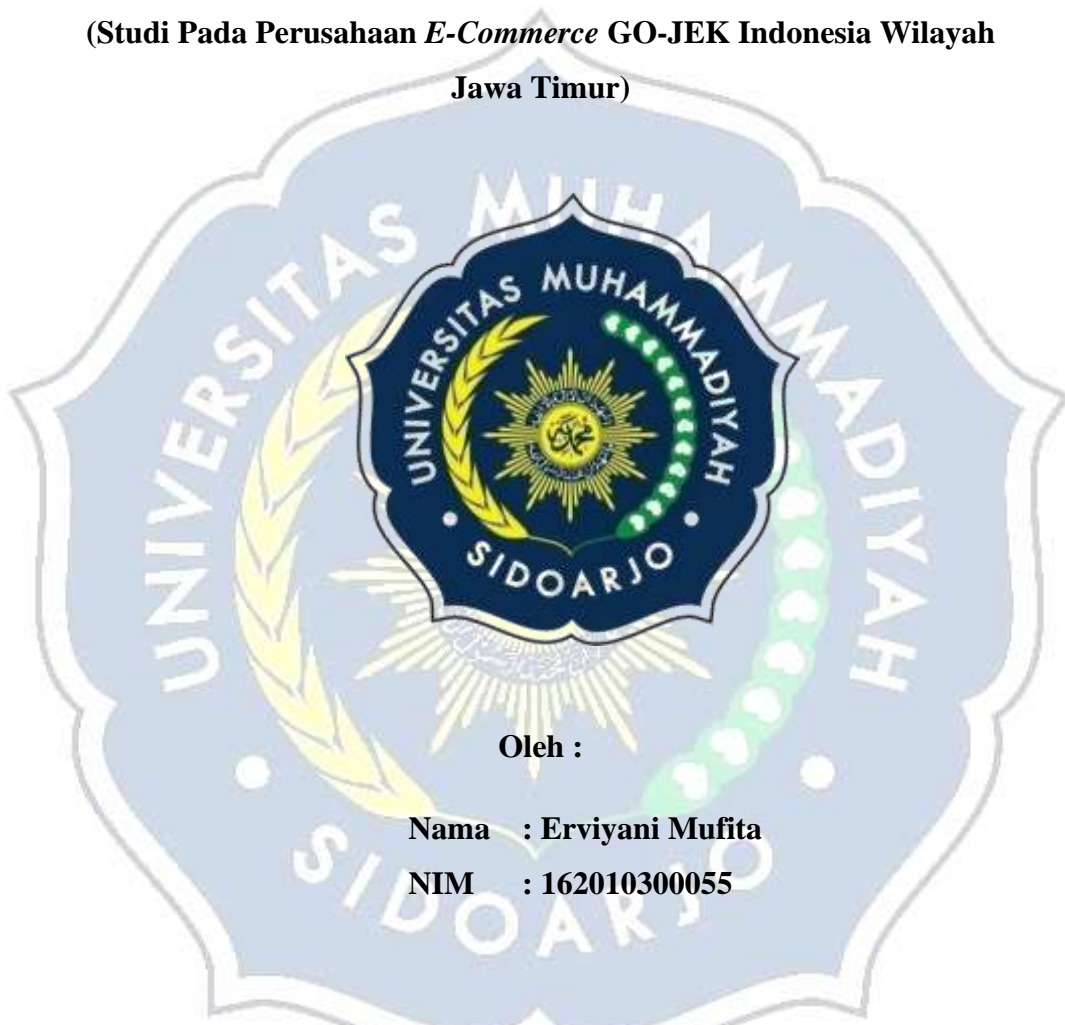


**SKRIPSI**

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *COMPUTER SELF EFFICACY*, PERSEPSI  
MANFAAT DAN RESIKO TERHADAP MINAT INDIVIDU  
MENGUNAKAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS  
*E-COMMERCE* MEMASUKI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0  
(Studi Pada Perusahaan *E-Commerce* GO-JEK Indonesia Wilayah  
Jawa Timur)**



Oleh :

Nama : Erviani Mufita

NIM : 162010300055

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO  
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN ILMU SOSIAL  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**2022**

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *COMPUTER SELF EFFICACY*, PERSEPSI  
MANFAAT DAN RESIKO TERHADAP MINAT INDIVIDU  
MENGUNAKAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS  
*E-COMMERCE* MEMASUKI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0  
(Studi Pada Perusahaan *E-Commerce* GO-JEK Indonesia Wilayah  
Jawa Timur)**

**SKRIPSI**

Untuk Menyusun Skripsi Pada Program

Strata Satu (S-1) Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial

Oleh :

Nama : Erviyani Mufita

NIM : 162010300055

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO  
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN ILMU SOSIAL  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**2022**

**SKRIPSI**

**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)**

**Oleh :**

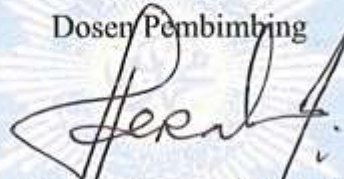
Nama : Ervianyani Mufita

NIM : 162010300055

Disetujui untuk diuji :

Pada Tanggal 17 November 2022

Dosen Pembimbing



**(Imelda Dian Rahmawati, SE. M.Ak.Ak)**

**NIDN : 0701017404**

Mengetahui

Ketua Program Studi Akuntansi



**(Wiwit Hariyanto, SE. M.Si)**

**NIDN : 0738476593**

## SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Erviani Mufita

NIM : 162010300055

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Pada tanggal 17 November 2022

Susunan Dewan Penguji

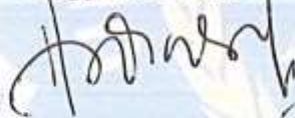
Ketua Penguji



(Imelda Dian Rahmawati, SE. M.Ak.Ak)

NIDN: 0701017404

Anggota Penguji



(Dr. Hadiah Fitriyah, SE. M.Si.)

NIDN : 0030107601

Anggota Penguji



(Eny Marwanti, SE., MA)

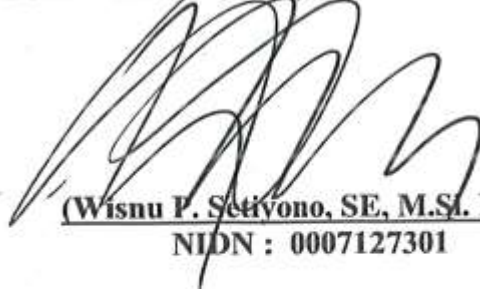
NIDN : 0701038203

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal 17 November 2022

Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial



(Wisnu P. Setivono, SE, M.Si. Ph.D)

NIDN : 0007127301

**SKRIPSI**

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *COMPUTER SELF EFFICACY*, PERSEPSI  
MANFAAT DAN RESIKO TERHADAP MINAT INDIVIDU  
MENGUNAKAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS  
*E-COMMERCE* MEMASUKI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0  
(Studi Pada Perusahaan *E-Commerce* GO-JEK Indonesia Wilayah  
Jawa Timur)**

Oleh :

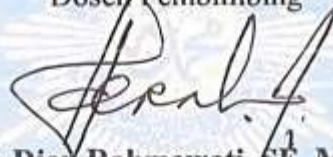
Nama : Erviyani Mufita

NIM : 162010300055

Diterima dan disahkan :

Pada tanggal 17 November 2022

Dosen Pembimbing



(Imelda Dian Rahmawati, SE, M.Ak.Ak)

NIDN : 0701017404

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bsnis, Hukum dan  
Ilmu Sosial



(Wisnu P. Setyono, SE, M.Si, Ph.D)  
NIDN : 0007127301

Ketua Program Studi Akuntansi



(Wiwit Hariyanto, SE., M.Si)  
NIDN : 0738476593

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran rahmat Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan petunjuk kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“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)”** ini dengan baik.

Skripsi ini disusun dalam rangka sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan strata-satu (S-1) pada Program Studi Akuntansi di Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Tentu penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan proposal ini penulis mendapat banyak bantuan serta dukungan dari beberapa pihak dan lingkungan sekitar sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa proposal ini dengan baik. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan ucapan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan petunjuk dan kemudahan kepada penulis.
2. Dr. Hidayatulloh, M.Si. selaku rektor universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
3. Bapak Wisnu Panggah Setiyono, SE, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
4. Bapak Wiwit Hariyanto, SE, M.Si selaku ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
5. Ibu Imelda Dian Rahmawati, SE. M.Ak.Ak selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingannya kepada penulis.
6. Binar Reksa Pradana selaku suami yang selalu mendampingi, memberikan dukungan dan motivasi yang begitu luar biasa.

7. Kedua orang tua atas doa dan restu yang selalu diberikan kepada ananda.
8. Bapak Nurasik, MM selaku dosen wali sekaligus orang tua pengganti di kampus selama penulis menempuh semester akhir.
9. Seluruh rekan Akuntansi B1 2016 yang telah memberikan waktu dan kebersamaan selama kurang lebih empat tahun.
10. Perwakilan staff dan karyawan kantor cabang GO-JEK Indonesia khususnya yang bertugas di wilayah Jawa Timur yang telah bersedia menjadi responden guna memperoleh data penelitian.
11. Serta seluruh pihak yang telah mendukung dalam segi doa dan semangat yang mungkin tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa hasil dari penelitian yang dilakukan sangat jauh dari kesempurnaan hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan waktu, dana dan kemampuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu para pembaca kiranya dapat memberikan pemakluman atas segala keterbatasan yang peneliti miliki guna melengkapi penelitian ini.

Peneliti berharap hasil penelitian ini akan dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan dan referensi jurnal bagi para peneliti mendatang untuk dapat dikembangkan dengan lebih baik.

Sidoarjo, 17 Juni 2021



Eviyani Mufta

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang sama persis dengan penelitian ini yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi dan disepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Sidoarjo, 17 November 2022

Yang Membuat Pernyataan



Erviani Mufita  
NIM : 162010300055



## DAFTAR ISI

	HALAMAN
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN PLAGIASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Kajian Teoritis .....	17
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.4 Kerangka Konseptual.....	34
2.5 Hipotesis .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Pendekatan Penelitian .....	38
3.2 Lokasi Penelitian .....	39

3.3 Rancangan Penelitian.....	40
3.4 Definisi Operasional, Identifikasi Variabel dan Indikator Variabel.....	41
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
3.6 Jenis Dan Sumber Data.....	45
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.8 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	50
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.2 Penyajian Data .....	56
4.3 Analisis Data dan Hasil .....	64
4.4 Pembahasan .....	71
4.5 Strategi .....	78
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	83
5.3 Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	36
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian .....	40

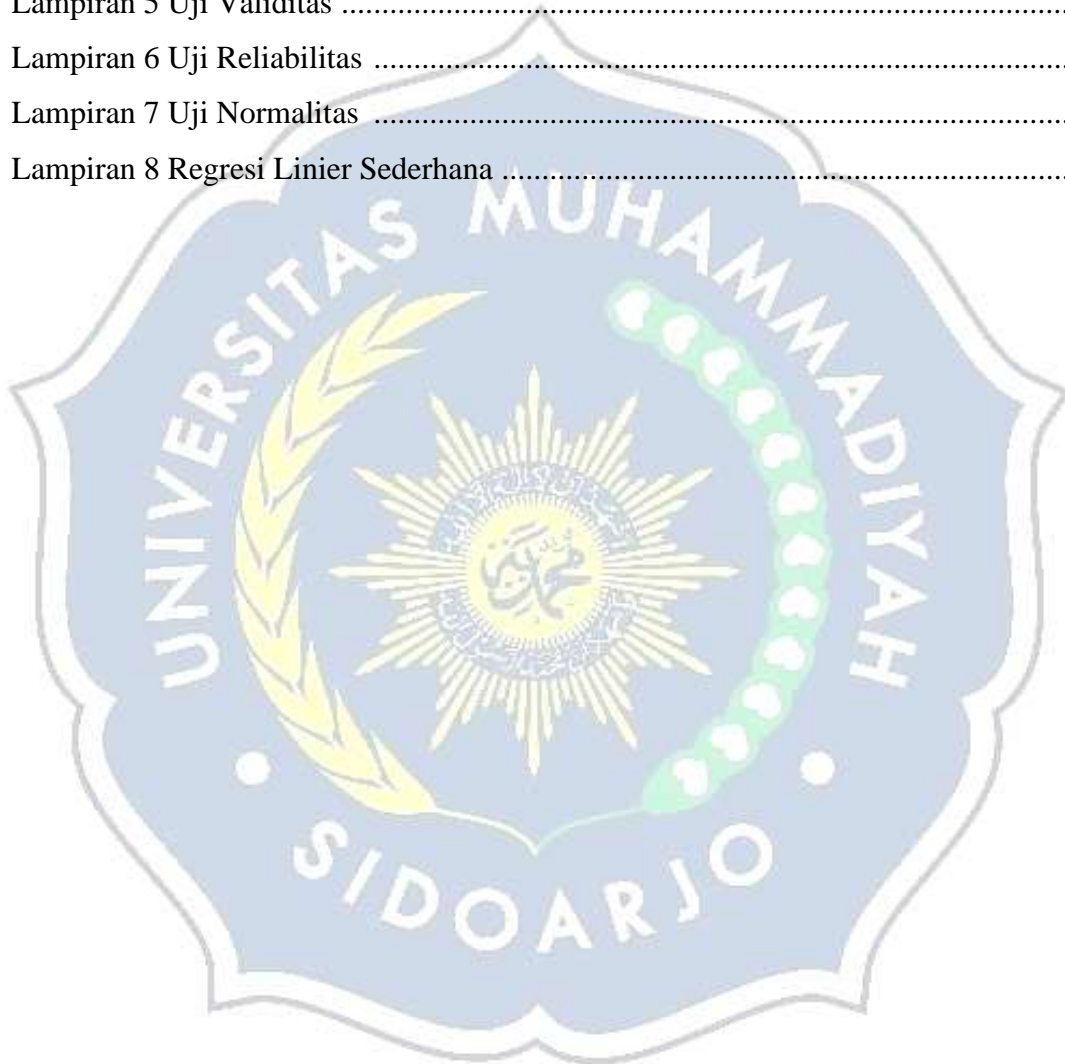


## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.1 Alamat Kantor Cabang di Wilayah Jawa Timur .....	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional & Indikator Variabel .....	41
Tabel 3.3 Persebaran Populasi .....	43
Tabel 3.4 Persebaran Sampel .....	44
Tabel 3.5 Bobot Nilai Setiap Pertanyaan .....	49
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	57
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Masa Kerja .....	58
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Variabel Life Style .....	59
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Variabel Computer Self Efficacy .....	60
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Variabel Persepsi Manfaat .....	61
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Variabel Persepsi Risiko .....	62
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Variabel Minat Menggunakan SIM berbasis E-Commerce .....	63
Tabel 4.10 Uji Normalitas X1 terhadap Y .....	64
Tabel 4.11 Uji Normalitas X2 terhadap Y .....	64
Tabel 4.12 Uji Normalitas X3 terhadap Y .....	65
Tabel 4.13 Uji Normalitas X4 terhadap Y .....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y .....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X2 terhadap Y .....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X3 terhadap Y .....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X4 terhadap Y .....	67
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi X1 terhadap Y .....	68
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi X2 terhadap Y .....	68
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi X3 terhadap Y .....	69
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi X4 terhadap Y .....	69
Tabel 4.22 Uji Hipotesis X1 terhadap Y .....	70
Tabel 4.23 Uji Hipotesis X2 terhadap Y .....	70
Tabel 4.24 Uji Hipotesis X3 terhadap Y .....	70
Tabel 4.25 Uji Hipotesis X4 terhadap Y .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	87
Lampiran 2 Rekapitulasi Data.....	91
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	92
Lampiran 4 Deskripsi Variabel .....	93
Lampiran 5 Uji Validitas .....	100
Lampiran 6 Uji Reliabilitas .....	105
Lampiran 7 Uji Normalitas .....	106
Lampiran 8 Regresi Linier Sederhana .....	108



## ABSTRAK

Mufita, Erviyani. 2022. 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).

Skripsi ini tidak dipublikasikan. Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

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 resiko 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*.

## **ABSTRACT**

*Mufita, Erviyani. 2022. The Influence of Lifestyle, Computer Self Efficacy, Perception of Benefits and Risks on Individual Interests in Using an E-Commerce-Based Accounting Information System Entering the Industrial Revolution Era 4.0 (Study at the GO-JEK Office in The East Java Area ).*

*This thesis is not published. Faculty of Business, Law, and Social Sciences, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.*

*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 research was conducted at the fourteen GO-JEK Indonesia branch office in the East Java Area. The population in this study is the staff and employee representatives, especially GO-JEK Indonesia accounting staff who served in the fourteen branch offices, as many as thirty four. Because the minimum population, the sampling technique used is saturated sampling technique, so that the sample of this study is as much as the existing population, namely as many as thirty four GO-JEK accounting staff employees spread accros 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 carried out 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 about technology transformation*

***Keywords: Lifestyle, Computer Self Efficacy, Benefit Perception, Risk Perception, Interest in Use, E-Commerce-Based Accounting Information System.***

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi telah berkembang dengan sangat pesat. Fase perkembangan teknologi kini telah memasuki era revolusi industri 4.0. Seiring dengan perkembangan teknologi secara tidak langsung membuka peluang baru pada seluruh bidang usaha. Tidak terkecuali dengan usaha pada bidang transportasi. Transportasi menjadi salah satu komponen penting dalam kehidupan bermasyarakat, sebab dalam hidup kita 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*. Dengan hadirnya transportasi berbasis *online* tersebut masyarakat mendapatkan solusi terkait masalah-masalah transportasi yang terjadi seperti kemacetan hingga pelanggaran lalu lintas yang berakibat kecelakaan. Sehingga untuk dapat menunjang mobilitas masyarakat yang tinggi diperlukan solusi moda transportasi yang efektif dan efisien. (Priawala, 2016).

Dengan hadirnya transportasi berbasis *online* dinilai dapat memberikan solusi bagi masyarakat terkait masalah-masalah transportasi yang terjadi. Media transportasi berbasis *online* memberikan solusi kepada masyarakat berupa



kemudahan akses untuk mendapat transportasi yang sesuai dengan waktu dan tempat yang diinginkan. (Saputra, 2018).

Perusahaan penyedia jasa berbasis *online* merupakan salah bentuk dari *e-commerce*. *E-commerce* merupakan sistem perdagangan elektronik yang memanfaatkan kecanggihan ilmu 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 berintegrasi untuk menghasilkan informasi. (Saputra, 2018).

Saat ini industri penyedia jasa transportasi *online* mengalami perkembangan yang sangat pesat. 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. 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).

Sejak berdiri pada tahun 2010 aplikasi GO-JEK telah diunduh lebih dari 15 juta kali oleh masyarakat. Selain itu GO-JEK juga telah menjangkau di lebih dari 50 kota di Indonesia dengan jumlah driver mencapai lebih dari 500 ribu

orang. Seiring dengan perkembangan waktu GO-JEK terus bertransformasi dengan menambahkan fitur-fitur baru seperti *GO-CLEAN* (jasa bersih-bersih), *GO-HEALTH* (kesehatan), dan *GO-MASSAGE* ( pijat refleksi). Dengan tambahan beberapa fitur tersebut tentunya GO-JEK memerlukan satu sistem informasi yang dapat mengendalikan seluruh aktivitas siklus perusahaan sekaligus sebagai sistem pengendalian perusahaan. (Saputra, 2018).

Namun bertambahnya fitur dan jangkauan tersebut diiringi dengan timbulnya tindakan-tindakan kecurangan yang dilakukan oleh *driver* GO-JEK. Dalam pelaksanaannya seringkali *driver* melakukan kecurangan seperti menggunakan order fiktif demi mendapat bonus harian, dan menggunakan *fake* GPS untuk menarik pelanggan yang sebenarnya diluar jangkauan *driver*. (Saputra, 2018).

Untuk itu GO-JEK membuat kebijakan operasional dan peraturan untuk meminimalisir resiko yang terjadi. Namun dalam pelaksanaannya dari kebijakan operasional tersebut masih sering ditemukan *driver* yang tidak patuh. Resiko yang muncul tersebut tidak dapat dicegah ataupun ditolak namun harus dikelola oleh karena itu dibutuhkan satu sistem yang tidak hanya memberikan informasi namun juga dapat menjadi *control* dalam perusahaan. (Saputra, 2018).

Perkembangan di industri transportasi telah mengalami kemajuan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun. Hal tersebut terjadi seiring dengan berkembangnya fase perkembangan teknologi yang dari masa ke masa juga mengalami perubahan. Di fase yang telah memasuki era revolusi industri 4.0 telah membawa *lifestyle* atau gaya hidup baru pada kehidupan masyarakat di segala

bidang. *Lifestyle* tersebut secara tidak langsung telah merubah pola pikir masyarakat untuk beralih pada transaksi perdagangan elektronik. Peluang dari perkembangan *lifestyle* tersebut dibaca sangat baik oleh GO-JEK dengan memberikan solusi berupa layanan pesan antar *GO-FOOD* yang sangat diminati di kalangan masyarakat milenial yang lebih memilih efektifitas dan efisiensi dalam bertransaksi. (Saputra, 2018).

Diantara fitur-fitur lainnya *go-food* menjadi fitur yang paling banyak memiliki peminat sehingga *go-food* telah menjadi *lifestyle* atau gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Meskipun *go-food* menjadi fitur yang paling banyak diminati namun fitur-fitur lainnya pada GO-JEK juga memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat, sehingga tak heran jika GO-JEK menjadi salah satu perusahaan *start up e-commerce* terbesar di Indonesia. Dengan capaian prestasi tersebut tentunya GO-JEK memerlukan manajemen sistem informasi yang sangat baik sebagai *controlling* perusahaan dan untuk menjamin kepuasan pelanggan. (Saputra, 2018).

Untuk memaksimalkan upaya *controlling* perusahaan tersebut diperlukan komponen sistem informasi akuntansi yang saling berintegrasikan guna mempertahankan mutu dan menjaga kepuasan konsumen. (Saputra, 2018).

Untuk membentuk sistem informasi akuntansi yang terintegrasikan 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).

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. Sebelum adanya *e-commerce*, untuk membeli sesuatu kita harus pergi langsung ke toko atau gerai yang kita tuju, namun sekarang siapapun dapat membeli barang apapun, kapanpun, dan dimanapun. Cukup memastikan jaringan internet pada *smartphone* atau komputer kita terhubung atau *online*, kita dapat mencari barang yang dibutuhkan melalui internet dan selanjutnya melakukan transaksi secara maya. Dengan kemudahan teknologi *e-commerce* membuat masyarakat menjadi konsumtif, sehingga mereka terus mencari alasan untuk membeli sesuatu. (Arifin dkk, 2016).

Dengan berbagai kemudahan transaksi yang ditawarkan, *e-commerce* memiliki peluang yang besar untuk dapat menarik minat para generasi muda untuk menggunakannya. Bahkan para orang dewasa maupun usia lanjut juga tak mau ketinggalan untuk menggunakannya. Di Indonesia sendiri telah banyak bermunculan perusahaan-perusahaan berbasis *startupe-commerce* seperti GO-JEK, lazada, Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan lain sebagainya. *Startup e-commerce* sendiri merupakan perusahaan yang memanfaatkan sistem perdagangan elektronik yang berbasis pada aplikasi. (Arifin dkk, 2016).

Kehadiran *e-commerce* mampu menunjang kebutuhan manusia yang semakin tidak terbatas dalam waktu yang terbatas. Kini *e-commerce* ditunjang

dengan hadirnya berbagai aplikasi sosial media seperti whatsapp, facebook, twitter, Line, instagram dan lain sebagainya. Sosial media ini dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk memperluas *marketplace* atau jaringan pasar. (Natasuwarna, 2019).

Meskipun begitu, kenyataannya masih banyak masyarakat yang lebih menyukai transaksi perdagangan secara *face to face*. Hal tersebut terjadi lantaran masih banyak individu yang beranggapan bahwa resiko yang timbul dari transaksi *e-commerce* masih terlalu besar. Pavlo (2003) menyatakan bahwa situs belanja *online* pada *e-commerce* memiliki sifat ketidakpastian yang menyebabkan pelanggan memiliki resiko kehilangan uang dan privasinya. (Widyanitami, 2017).

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*. (Widyanitami, 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. (Puspaningtiyas, 2016).

Untuk dapat mendesain sistem akuntansi berbasis *e-commerce* yang terintegrasi dan aman diperlukan pula sistem pengendalian internal yang

terintegrasikan. Sistem akuntansi yang dimaksud disini adalah sebuah sistem informasi akuntansi yang komponennya terdiri dari sumberdaya manusia dan peralatan yang dirancang untuk mengubah data keuangan dan data lainnya kedalam sebuah informasi yang *tersistematisasi*. (Setyowati & Respati, 2017).

*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).

Menurut Compeau dan Higgins 1995 CSE didefinisikan sebagai *judgment* kapabilitas seseorang untuk menggunakan teknologi informasi. CSE berperan penting dalam mempengaruhi motivasi dan perilaku seseorang dalam menggunakan komputer. Compeau dan Higgins 1995 menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi CSE, yaitu: dorongan dari pihak lain, pihak lain sebagai pengguna, dan dukungan. Dorongan dari pihak lain berupa persaingan atau kompetisi, pihak lain sebagai pengguna berupa *skill* atau keterampilan dalam mengoperasikan komputer, dan dukungan dapat berupa semangat atau motivasi juga bantuan dari orang-orang terdekat. (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 penggunaannya, dengan adanya sistem seluruh aktivitas mulai dari penginputan hingga pengelolaan data menjadi lebih mudah dan efektif. Namun resiko adanya teknologi *komputasi* berbasis awandan *otomatisasi* yakni, dapat mengancam keberadaan profesi akuntan. Dengan kecanggihan teknologi komputerisasi sistem dan *robotycs* 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.

Dengan mempertimbangkan latar belakang berupa fakta, fenomena, dan opini yang telah diulas diatas maka peneliti memutuskan untuk melakukan analisis atau penelitian dengan judul “Pengaruh *Lifestyle*, *Computer SelfEfficacy*, 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).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang fenomena dan alasan yang telah diulas sebelumnya maka ditetapkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap minat individu dalam penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada staff akuntan GO-JEK Indonesia yang berada di wilayah Jawa Timur?
2. Apakah *computer self efficacy* berpengaruh terhadap minat individu dalam penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada staff akuntan GO-JEK Indonesia yang berada di wilayah Jawa Timur?
3. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat individu dalam penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada staff akuntan GO-JEK Indonesia yang berada di wilayah Jawa Timur?

4. Apakah persepsi resiko berpengaruh terhadap minat individu dalam penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada staff akuntan GO-JEK Indonesia yang berada di wilayah Jawa Timur?
5. Apakah strategi yang dilakukan PT. GO-JEK Indonesia dalam mengantisipasi perkembangan revolusi industri 4.0?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah 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 khususnya yang berada di wilayah Jawa Timur melalui metode penelitian kuantitatif. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui opini para pengguna internal sistem akuntansi berbasis *e-commerce* tentang bagaimana pendapat mereka untuk menyikapi dampak perkembangan teknologi pada era revolusi industri 4.0 saat ini.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berhubungan dengan tujuan penulisan diatas maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti, perusahaan, dan almamater sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, diharapkan dari penelitian ini peneliti dapat menganalisa secara tepat tentang pengaruh *lifestyle*, *computer self efficacy*, persepsi manfaat dan resiko terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* pada penggunaanya di tengah pesatnya perkembangan revolusi industri 4.0.
2. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dari mekanisme dan prosedur sistem akuntansi e-commerce yang telah dijalankan
3. Bagi almamater, diharapkan penelitian dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian dengan topik yang sama dan menambah hazanah perbendaharaan penelitian di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa jurnal penelitian terdahulu sebagai acuan atau bahan referensi untuk pengembangan penelitian. Berikut jurnal penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini :

Pertama, jurnal penelitian dengan judul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce” oleh Yulita Widyanitami pada tahun 2017. Dengan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Persepsi privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi *e-commerce*.
2. Persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi *e-commerce*.
3. Persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi *e-commerce*.
4. Persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi *e-commerce*.
5. Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi *e-commerce*.
6. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi *e-commerce*.

Kedua, jurnal penelitian dengan judul “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, *Computer Self Efficacy* dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi” oleh Setyowati dan Respati pada tahun 2017. Dengan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna SIA.
2. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna SIA.
3. *Computer self efficacy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna SIA.

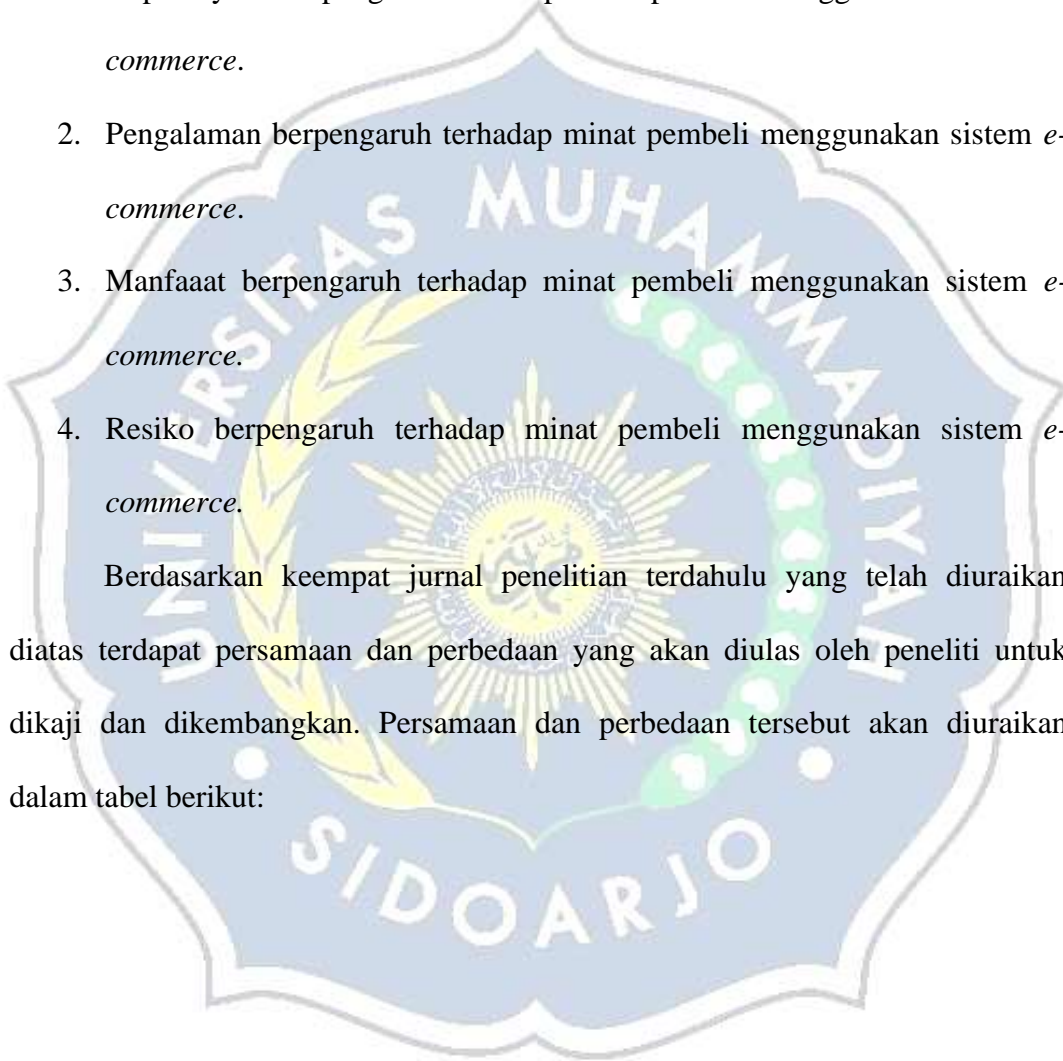
Ketiga, penelitian dengan judul “Analisis Faktor faktor yang Mempengaruhi Minat Perilaku Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah Surakarta)” oleh Puspaningtiyas pada tahun 2016. Dengan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat berperilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.
2. Control perilaku persepsian berpengaruh positif terhadap minat berperilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.
3. Kemudahan kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.
4. Kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.

Keempat, penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman, Manfaat dan Resiko Terhadap Minat Pembeli Untuk Menggunakan Sistem *E-commerce*” oleh Lia Resti Putri Mutiaraharja pada tahun 2016. Dengan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat pembeli menggunakan sistem *e-commerce*.
2. Pengalaman berpengaruh terhadap minat pembeli menggunakan sistem *e-commerce*.
3. Manfaat berpengaruh terhadap minat pembeli menggunakan sistem *e-commerce*.
4. Resiko berpengaruh terhadap minat pembeli menggunakan sistem *e-commerce*.

Berdasarkan keempat jurnal penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas terdapat persamaan dan perbedaan yang akan diulas oleh peneliti untuk dikaji dan dikembangkan. Persamaan dan perbedaan tersebut akan diuraikan dalam tabel berikut:



**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Hasil Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Widyantami (2017)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya persepsi privasi, resiko, kegunaan dan kemudahan yang secara statistik dapat dibuktikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi e-commerce	Mengungkap hasil mengenai pengaruh persepsi resiko dan manfaat terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi e-commerce	jika pada penelitian sebelumnya menggunakan mahasiswa sebagai objeknya, penelitian saat ini objeknya pada perusahaan
2	Setyowati & Respati (2017)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang secara statistik dapat dibuktikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Sistem Informasi Akuntansi	Menganalisis pengaruh Computer Self Efficacy (CSE) terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi yang objeknya juga pada perusahaan	Pada penelitian Setyowati & Respati variabel independen tidak spesifik terhadap sistem akuntansi berbasis e-commerce, sedangkan pada penelitian sekarang sistem informasi akuntansi spesifik berbasis e-commerce
3	Puspaningtiyas (2016)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa computer self efficacy (CSE) tidak berpengaruh terhadap minat keperilakuan pengguna sistem informasi akuntansi	Membahas tentang sistem akuntansi e-commerce sebagai variabel independen (Y)	Variabel independen pada penelitian Puspaningtiyas lebih mengarah pada minat perilaku sebagai pembeli, sedangkan

				penelitian sekarang mengarah pada minat individu sebagai pengguna yang objeknya adalah perusahaan
4	Mutiaraharja (2016)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan, pengalaman, manfaat dan resiko berpengaruh terhadap minat pembeli untuk menggunakan sistem e-commerce	Menganalisis tentang minat individu menggunakan sistem e-commerce	Pada penelitian Mutiaraharja minat individu disebutkan sebagai pembeli dan objeknya pada mahasiswa

Sumber: diolah Peneliti (2021)

## 2.2 Kajian Teoritis

### 2.2.1 *Lifestyle*

#### 1. 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.



Dibawah ini beberapa definisi gaya hidup dari beberapa narasumber / sumber buku :

- a. Mengutip dari Sumarwan (2011:57), Gaya hidup digambarkan dengan minat, kegiatan, dan opini (*interest, activities, opinion*) yang sifatnya tidak permanen atau bisa berubah-ubah.
- b. Gaya hidup ialah pola hidup setiap individu yang diekspresikan dalam minat, opini dan kegiatan. (Kotler dan Keller, 2012)

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. (Pangestu & Suryoko, 2016).

## 2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Gaya hidup dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi. (Pangestu & Suryoko, 2016). Masing-masing faktor akan dijelaskan sebagai berikut :

- a. Sikap

Diartikan sebagai suatu keadaan jiwa untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek sikap berpengaruh secara langsung pada perilaku. Kondisi jiwa dipengaruhi oleh kebiasaan dan tradisi lingkungan sekitar.

- b. Pengalaman dan Pengamatan

Menjadi dua hal yang saling berkaitan dan berhubungan pengalaman dan pengamatan terjadi ketika pengalaman yang dimiliki individu berpengaruh pada pengamatan dalam bertindak laku dan hasil dari pengalaman akan dapat membentuk pandangan terhadap objek.

c. Kepribadian

Diartikan sebagai konfigurasi karakteristik individu kepribadian akan dapat menentukan perbedaan terhadap perilaku masing-masing individu.

d. Konsep Diri

Konsep diri menjadi pendekatan yang dikenal luas untuk menggambarkan suatu hubungan antara konsep diri dan image produk.

e. Motif

Munculnya perilaku individu disebabkan karena adanya motif, motif merupakan maksud, tujuan, kebutuhan yang dimiliki seseorang untuk mendorong adanya tingkah laku atau kebiasaan.

f. Persepsi

Proses dimana seseorang memilih dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh untuk membentuk pola pikir mengenai dunia, itulah yang disebut sebagai persepsi.

Adanya gaya hidup berkaitan dengan perubahan era dan berkembangnya kreatifitas manusia. Gaya hidup digunakan sebagai upaya seseorang untuk beradaptasi dengan zaman yang terus berkembang. Dan saat ini kita telah memasuki era revolusi industri 4.0 yang identik dengan teknologi *komputasi* dan *big data*. (Pangestu & Suryoko, 2016).

### 2.2.2 *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.

Studi tentang *computer self efficacy* ini penting dalam rangka menentukan perilaku individu dan kinerja dalam penggunaan teknologi informasi (Compeau dan Higgins, 1995). *Computer self efficacy* atau CSE dipandang sebagai salah satu variabel penting untuk studi perilaku individual dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi (Agarwel et al, 2000). CSE menjadi salah satu konsep penting karena CSE diartikan sebagai sebuah konsep yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan individu, khususnya dalam hal penggunaan sistem informasi akuntansi.

Peneliti berpendapat bahwa *Computer Self Efficacy* merupakan keyakinan atau kepercayaan diri setiap individu untuk dapat mengoperasikan, mengorganisir,

dan mengendalikan komputer baik perangkat keras maupun perangkat lunak untuk menghasilkan suatu *output*.

Untuk dapat membentuk *computer self efficacy* atau CSE diperlukan keahlian, kemampuan, dan *skills* oleh setiap individu. Ketiga definisi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Keahlian

Keahlian merupakan kemahiran seseorang dalam suatu ilmu pengetahuan (Ilham Permadi, 2011).

2. Kemampuan

Kemampuan merupakan kapasitas seseorang atau individu untuk melakukan beragam tugas dalam satu pekerjaan dan penilaian atas apa yang dilakukan seseorang (Robbins, 2007).

3. *Skills*

*Skill* atau keterampilan adalah kemampuan untuk menggunakan akal, pikiran, ide dan kreatifitas dalam mengerjakan, mengubah maupun membuat sesuatu yang lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil pekerjaan tersebut (Iverson, 2001).

Dengan segala bentuk kecanggihan teknologi yang timbul akibat perubahan zaman tentunya membawa dampak positif dan negatif terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat. Dan setiap perubahan tentunya memiliki manfaat dan resiko. Pada penelitian terdahulu terhadap sistem informasi akuntansi CSE tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi (Setyowati & Respati, 2017). Namun pada penelitian ini,

peneliti ingin mengembangkan penelitian melalui pengaruh CSE terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi yang lebih spesifik berbasis *e-commerce*.

### 2.2.3 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.

Manfaat yang diperoleh dari kemajuan teknologi yakni, berupa manfaat kegunaan dan manfaat kemudahan. Dengan adanya teknologi aktivitas dan kegiatan masyarakat yang awalnya dilakukan secara tradisional saat ini dapat dilakukan dengan lebih mudah melalui adanya teknologi. (Priambodo & Prabawan, 2015).

#### 2.2.4 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).

Resiko yang akan muncul dari adanya sistem yakni berupa fenomena terancamnya keberadaan profesi akuntan dalam perusahaan. Dengan tuntutan *skill* yang lebih mumpuni untuk para akuntan maka pada sistem pengendalian internalnya pun juga membutuhkan strategi ekstra guna mengantisipasi adanya *Human Error* maupun *System Error*. (Shomad, 2012).

Selain resiko diatas resiko atas jaminan privasi juga menjadi salah satu issue yang masih hangat dibicarakan. Dalam perusahaan berbasis *e-commerce* kemungkinan adanya penyalahgunaan informasi data personal menjadi sangat rentan diretas oleh pihak ketiga. Hal tersebut terjadi karena pada sistem perdagangan *e-commerce* sebagai langkah awal transaksi kita diwajibkan untuk terlebih dahulu mengisi data identitas diri seperti nama, alamat, nomor hp, e-mail, dan beberapa data pribadi lainnya. (Shomad, 2012).

### 2.2.5 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 :

1. Menghimpun data-data transaksi dan data-data lainnya.
2. Memproses data.
3. Menyimpan data untuk keperluan selanjutnya.
4. Menghasilkan informasi melalui proses produksi laporan untuk melihat data yang tersimpan dalam komputer.
5. Mengendalikan seluruh proses untuk menjamin informasi yang dihasilkan akurat dan dapat dipercaya.

### 2.2.6 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). Dari pendapat para ahli terkemuka dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* adalah suatu sistem informasi akuntansi perdagangan elektronik yang dilakukan melalui perangkat elektronik sebagai

media peralatan yang utama, mulai dari proses produksi sampai proses pendistribusian. (Priambodo & Prabawan, 2015).

Sekitar tahun 1990-an kegiatan perdagangan elektronik (*e-commerce*) mulai digunakan meskipun belum begitu marak. Sejak saat itu masa tersebut disebut sebagai era *e-commerce* (1.0). Berikutnya era *e-commerce* 2.0 mulai ada pemesanan dan pengiriman barang yang dimana saat itu masih bergantung pada *website*. Menuju ke era *e-commerce* 3.0 gambarannya masih sama seperti saat ini berupa perdagangan yang dilakukan menggunakan peralatan *mobile*. (Nariratri, 2019).

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). Ketiga kategori tersebut memiliki penjelasan sebagai berikut :

1. B2C

Kategori B2C mengharuskan perusahaan mengembangkan pasar elektronik yang menarik untuk menjual berbagai produk dan jasa kepada para pelanggan.

2. B2B

Kategori B2B melibatkan pasar *e-commerce* dan hubungan pasar langsung antar perusahaan.

3. C2C

Kategori C2C yakni, konsumen menjual barang-barang kepada konsumen yang lain.



Dewasa ini manusia semakin berupaya untuk merealisasikan gagasan idenya guna memperluas bisnis menyesuaikan dengan kemajuan teknologi. Diperkirakan *e-commerce* 4.0 memungkinkan adanya integrasi dari toko offline maupun *online*. (Nariratri, 2019).

Bisnis berbasis *e-commerce* kini sedang *booming* di kalangan generasi *millenial*. Perkembangan teknologi telah memasuki era digitalisasi. Digitalisasi merupakan era dimana seluruh aktivitas sehari-hari dilakukan secara digital melalui media elektronik termasuk aktivitas transaksi perdagangan. Perdagangan elektronik *e-commerce* adalah penyebaran, pembelian, penyebaran, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. (Puspaningtiyas, 2016)

Sistem informasi akuntansi memberikan dampak kemudahan yang begitu luar biasa dalam proses penginputan dan pengelolaan data baik informasi maupun komunikasi. Namun keberhasilan sebuah sistem dalam mengorganisir seluruh aktivitas akuntansi tidak terlepas dari peran sumberdaya manusia sebagai operator yang mengendalikannya. Oleh karena itu dibutuhkan *computer self efficacy* atau CSE untuk dapat mengendalikan sebuah sistem komputer. (Wulandari, 2019).

Hadirnya *e-commerce* 4.0 merupakan bagian dari revolusi industri 4.0 yang nyata harus dihadapi. Untuk itu perlu kemampuan penguasaan teknologi yang lebih mumpuni. (Nariratri, 2019).

Berbagai penelitian tentang minat penggunaan *e-commerce* telah dilakukan dengan menunjukkan hasil yang berbeda-beda sesuai dengan isu atau fenomena yang berkembang pada masanya. Salah satu penelitian yang mencantumkan variabel persepsi manfaat dan resiko dari penggunaan sistem

akuntansi *e-commerce* adalah penelitian yang dilakukan oleh Mutiaraharja (2016) yang menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat dan resiko berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi *e-commerce*.

### 2.2.7 Revolusi Industri 4.0

Revolusi industri 4.0 merupakan fase revolusi teknologi yang mengubah cara beraktivitas manusia secara keseluruhan menjadi berbeda dari pengalaman hidup sebelumnya. Pertanda kehadiran revolusi industri 4.0 yakni munculnya teknologi komputasi berbasis awan (*Cloud computing*) dan data dalam ukuran besar (*big data*), sedangkan Deloitte (Deloitte insight, 2017) mendeskripsikan revolusi industri 4.0 merupakan integrasi informasi digital dari berbagai sumber dan lokasi yang dimulai dari aktivitas tradisional dilakukan secara manual menjadi lebih mudah, cepat dan efisien.

Teknologi komputasi berbasis awan (*Cloud computing*) dan *big data* merupakan dua teknologi yang sangat identik dengan revolusi industri 4.0, berikut penjelasan singkat mengenai komputasi berbasis awan dan *big data* :

1. Komputasi berbasis awan (*Cloud Computing*)

*Cloud computing* diambil dari gabungan pemanfaatan komputasi dan awan. Komputasi maksudnya adalah teknologi komputer dan awan maksudnya adalah teknologi jaringan berbasis internet. Jadi *cloud computing* mampu membuat anda bisa mengakses suatu aplikasi tanpa perlu menginstalnya. Sebagai media penyimpanannya adalah *server cloud*, jadi tidak perlu khawatir apabila sewaktu-waktu rusak maka data masih bisa diakses di komputer lain.

## 2. Data dalam bentuk besar (*Big data*)

*Big data* merupakan teknologi untuk mengelola kumpulan himpunan data dalam jumlah yang sangat besar dan kompleks melalui proses manajemen basis data. Awal revolusi industri terjadi sekitar abad ke-18, ketika ditemukannya mesin-mesin bertenaga uap. Dari penemuan tersebut manusia mulai beralih dari yang awalnya hanya mengandalkan tenaga hewan kemudian beralih ke mesin produksi mekanis. Selanjutnya, revolusi industri kedua berlangsung di sekitar tahun 1870. Saat itu, perindustrian dunia beralih ke tenaga listrik yang mampu menciptakan produksi massal. (Maulina, 2019).

Berlanjut pada era revolusi industri ketiga di tahun 1960-an, saat perangkat elektronik mampu menghadirkan otomatisasi produksi. Kini perindustrian dan manufaktur dunia bersiap untuk memasuki revolusi industri 4.0. Istilah tersebut berasal dari sebuah proyek pemerintah Jerman untuk mempromosikan teknologi komputersasi. (Maulina, 2019).

Proyek tersebut dikemukakan pada tahun 2011 dalam ajang *Hannover Fair*. Dalam ajang tersebut dibentuk grup kerja yang dipimpin oleh Siegfried Dais (Robert Bosch GmbH) dan Henning Kagerman (Akademi ilmu dan teknik Jerman). Desain prinsip yang digunakan dibagi menjadi 4 hal berikut :

### 1. *Intraconnection* (interkoneksi)

Interkoneksi merupakan kemampuan mesin sebagai alat sensor dan manusia sebagai pengguna dihubungkan satu sama lain menggunakan *Internet of Things*(IoT) atau *Internet of People* (IoP).

2. *Information transparency* (transparansi informasi)

Merupakan jelas atau tidaknya informasi yang dimiliki untuk dapat digunakan sebagai alat pengambilan keputusan atau kebijakan.

3. Bantuan Teknis (*Technical Assistance*)

Dibagi menjadi dua yaitu kemampuan untuk memvisualkan secara jelas tentang permasalahan yang terjadi dan kemampuan menjalankan tugas.

4. *Desentralized decisions* (desentralisasi keputusan)

Yaitu formula sistem untuk membuat keputusan dan menyelesaikan sendiri tugas secara simultan dan berjangka panjang.

Berdasarkan 4 hal penting dalam mekanisme revolusi industri 4.0 yang telah diulas diatas revolusi industri 4.0 diprediksikan dapat memberi dampak yang signifikan dan luar biasa terhadap berbagai aspek kehidupan termasuk sosial, ekonomi dan budaya. (Irfiyanti dan Lestari, 2019).

Akibat adanya revolusi industri 4.0 yakni adanya digitalisasi di berbagai bidang yang akan menghubungkan jutaan manusia melalui web, sehingga akan meningkatkan peluang dan efisiensi bisnis juga organisasi, serta memperbarui lingkungan hidup melalui manajemen aset yang lebih baik. Kehadiran teknologi dapat mempermudah manusia untuk mengakses suatu informasi melalui teknologi digital secara bebas dan terkendali. Kedepan, perkembangan teknologi akan membentuk masyarakat dunia baru, yang disebut masyarakat era digital. Selanjutnya, masyarakat era digital menghadirkan sistem perdagangan baru yakni *e-commerce*. (Maulina, 2019).

## 2.3 Hubungan Antar Variabel

### 2.3.1 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***

### **2.3.2 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. Pada penelitian sebelumnya oleh Setyowati dan Respati (2017) *computer self efficacy* dikatakan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi.

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 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***

### **2.3.3 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***

### 2.3.4 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*.



## 2.4 Kerangka Konseptual

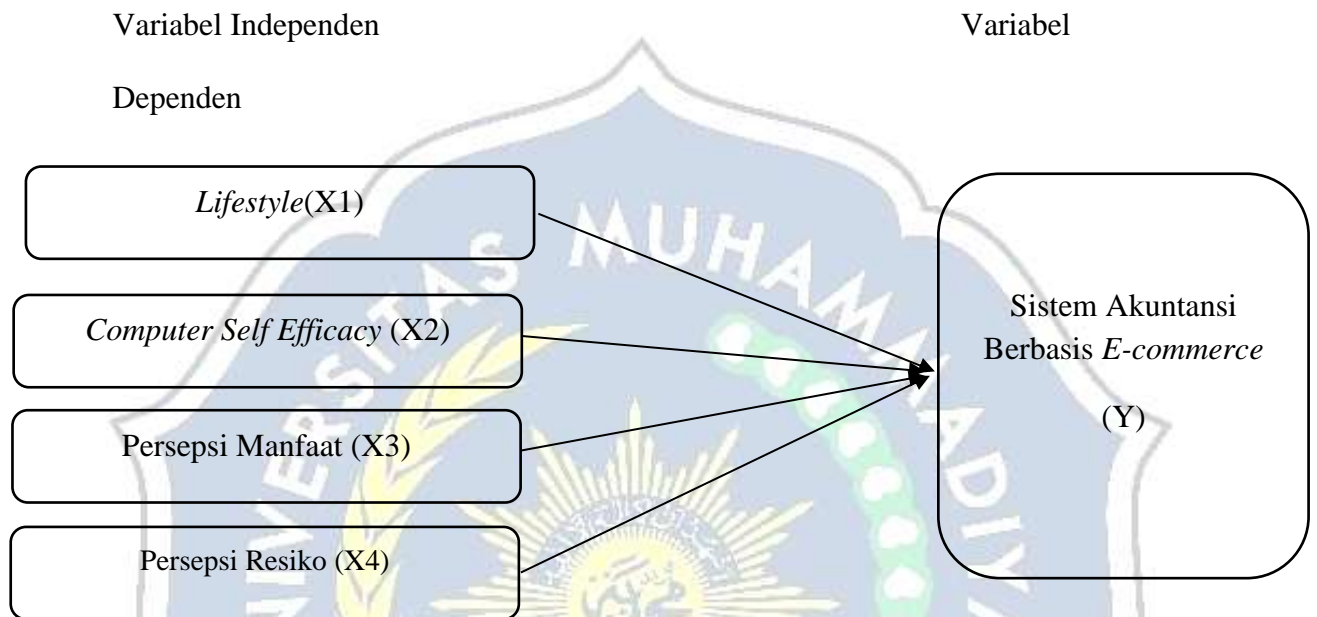
Kerangka konseptual bertujuan untuk mengidentifikasi dan menamakan variabel-variabel penting dalam situasi yang relevan dengan rumusan masalah. Selain itu kerangka konseptual juga berisi penjelasan logis mengenai hubungan antar variabel tersebut. Hubungan antar variabel tersebut hendaknya diungkapkan dengan tepat dan memadai (Sulistiyono, 2019). Berikut penjelasan hubungan antar variabel pada penelitian ini. Teknologi secara universal akan terus mengalami perubahan dari masa ke masa. Perkembangan teknologi berdampak pada seluruh sektor, termasuk sektor perdagangan. Sektor perdagangan telah mengalami kemajuan yang signifikan. Kemajuan tersebut terjadi seiring dengan fase perkembangan teknologi yang saat ini telah memasuki era revolusi industri 4.0 yang juga telah membawa gaya hidup atau *lifestyle* baru pada pola kehidupan masyarakat. *Lifestyle* secara tidak langsung telah merubah pola pikir masyarakat untuk beralih pada transaksi perdagangan elektronik.

Saat ini sektor perdagangan telah berafiliasi pada sistem perdagangan elektronik *e-commerce*. *E-commerce* merupakan sistem perdagangan elektronik yang memanfaatkan kecanggihan ilmu komputer dan telekomunikasi sebagai media utamanya (Manik, 2012). GO-JEK merupakan salah satu perusahaan *start up* berbasis *e-commerce* yang ada di Indonesia. Sebagai perusahaan *start up* berbasis *e-commerce* tentunya sistem akuntansi yang digunakan merupakan sistem akuntansi berbasis *e-commerce*, karena hampir seluruh transaksinya dilakukan secara elektronik.

Dari seluruh transaksi perdagangannya yang dilakukan secara elektronik maka GO-JEK perlu memiliki sebuah sistem informasi akuntansi yang terintegrasi, sekaligus dapat menjadi pengendali sistem. Sistem akuntansi yang terintegrasi dengan baik merupakan perpaduan atau kerjasama yang baik dari pengguna dan sistem komputer. Pengguna adalah individu yang mengoperasikan sistem komputer tersebut. Untuk dapat mengoperasikan dan mengendalikan sistem komputer tersebut diperlukan *skill*, *skill* yang dimaksud disini adalah *Computer Self Efficacy* yang berarti kemampuan seseorang dalam mengendalikan komputer termasuk perangkat keras hingga perangkat lunak (Indriantoro, 2000). Setiap individu memiliki pilihan untuk memilih sistem akuntansi yang dikehendaki, karena setiap sistem memiliki manfaat dan resiko tersendiri dalam penggunaannya. Simpulnya hubungan secara logis fase perkembangan teknologi (revolusi industri 4.0) membawa *lifestyle* baru berupa sistem perdagangan elektronik *e-commerce* yang memiliki manfaat dan resiko. Pada praktiknya pemanfaatan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* harus diimbangi dengan *skill* yang berhubungan dengan komputer yakni *Computer Self Efficacy*.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *lifestyle* (X1), *computer self efficacy* (X2), persepsi manfaat (X3) dan persepsi resiko (X4) terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* (Y). berdasar pada kajian teoritis yang telah diulas dan dikemukakan diatas, gambaran menyeluruh penelitian ini yang menyangkut tentang pengaruh *lifestyle*, *computer self efficacy*, serta manfaat dan resiko terhadap minat individu menggunakan

sistem akuntansi berbasis *e-commerce* yang dapat disederhanakan melalui konteks kerangka konseptual berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

## 2.5 Hipotesis

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu yang ada, maka hipotesis penelitian ini antara lain:

H1 = Lifestyle berpengaruh terhadap minat individu dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*

H2 : *Computer self efficacy* berpengaruh terhadap minat menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*

H3 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*

H4 : Persepsi resiko berpengaruh terhadap minat individu menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pada dasarnya metode penelitian ialah cara ilmiah yang digunakan oleh penulis untuk memperoleh data dengan tujuan tertentu dan digunakan sebagaimana semestinya (Sugiyono, 2017). 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).

Jika dilihat dari tujuan penelitian dan rumusan masalah penelitian kali ini masuk dalam jenis penelitian terapan. Menurut Sugiyono, 2017 penelitian terapan dilakukan untuk mengevaluasi, menerapkan, dan menguji kemampuan dari suatu teori yang diterapkan sebagai upaya untuk memecahkan masalah.

Peneliti menggunakan instrumen atau alat penelitian berupa penyebaran kuesioner terhadap beberapa sampel yang telah dipilih untuk memperoleh data yang valid dan akurat.

### 3.2 Lokasi Penelitian

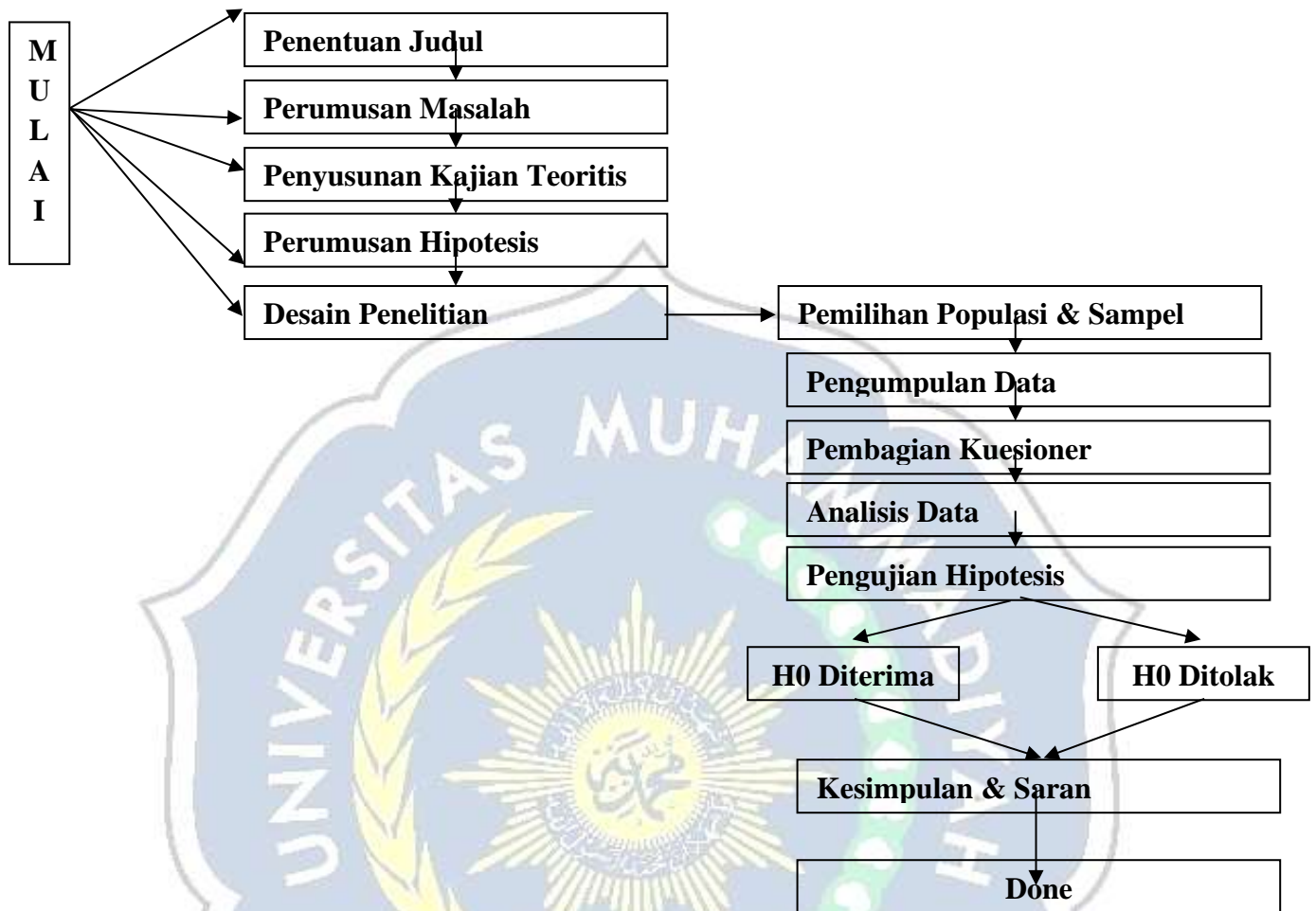
Penelitian dilakukan pada 14 kantor cabang GO-JEK Indonesia yang berada di wilayah Jawa Timur meliputi :

**Tabel 3.1**  
**Alamat Kantor Cabang Kabupaten/kota di Wilayah Jawa Timur**

NO	KABUPATEN/KOTA	ALAMAT KANTOR CABANG
1	Surabaya	Jl. Ngagel NO 75, Ngagel, Wonokromo-Surabaya
2	Sidoarjo	Jl. Sunandar Priyo Sudarmo NO 138, Sidokare-Sidoarjo
3	Malang	Jl. Laksamana Martadinata NO 4-6 Sukoharjo kec. Klojen-Malang
4	Pasuruan	Jl. Margo Taruno, Kebonagung, Kec. Purworejo-Pasuruan
5	Gresik	Komplek Ruko Green Garden Blok A2 NO 21, Kebomas-Gresik
6	Madura	Jl. Kabupaten NO 77, Bugih, Pamekasan-Madura
7	Mojokerto	Jl. Raya Jabon-Mojokerto
8	Jombang	Jl. Cempaka NO 39, Babatan, Kepuhkembang-Jombang
9	Kediri	Jl. Letjen MT Haryono NO 45B Singonegaran, Pesantren-Kediri
10	Madiun	Jl. M.H. Thamrin 95a, Klegan, Kartoharjo-Madiun
11	Bojonegoro	Jl. Veteran Ruko CDBB NO 6-7, Bojonegoro
12	Probolinggo	Ruko Panglima Sudirman Blok D-1 Kebonsari kulon, Kanigaran-Probolinggo
13	Jember	Ruko Talangsari Blok B-2, Talangsari, Jember Kidul-Jember
14	Banyuwangi	Jl. S. Parman NO 79( Ruko Pakis Delta Pesona) Pakis-Banyuwangi

Sumber data : Diolah peneliti (2021)

### 3.3 Rancangan Penelitian



Gambar 3.1  
Rancangan Penelitian

### 3.4 Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Merupakan penarikan batasan pembahasan topik secara spesifik dari suatu konsep yang telah dipilih adalah pemahaman dari definisi operasional (Nabila Sa'ad, 2017). Tujuannya adalah sebagai instrumen pengukur yang sesuai dengan gagasan variabel tersebut. Selanjutnya, peneliti perlu memasukkan proses operasional dari instrumen pengukur tersebut sebagai bagian dari identifikasi variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini definisi operasional dan indikator variabel akan dijelaskan secara singkat dalam tabel berikut:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional dan Indikator Variabel**

<b>Identifikasi Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
<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 sosial (-) Revolusi industry
<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	(-) Kemudahan (-) Efisiensi waktu



		peristiwa atau perubahan yang terjadi.	
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 (Y)	<i>E-commerce</i>	Sistem akuntansi e-commerce merupakan sistem transaksi perdagangan elektronik yang dilakukan secara virtual atau online melalui media elektronik	(-) Sistem informasi akuntansi (-) Transaksi perdagangan elektronik

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

### 3.5 Populasi dan sampel

Mengutip dari penelitian (Indriantoro & Supomo, 2009) yang dimaksud populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian kuantitatif harus disebutkan secara tersirat dan jelas yang berkenaan dengan besarnya anggota populasi wilayah yang dicakup (Usman, 2006). 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, Mojekerto, 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 :

**Tabel 3.3**  
**Persebaran Populasi**

NO	NAMA KABUPATEN/KOTA	JUMLAH STAFF AKUNTAN	KETERANGAN KELAMIN	KETERANGAN SUB. RAYON
1	Surabaya	2	L,P	Tunggal
2	Sidoarjo	2	P,P	Tunggal
3	Malang	2	P,L	(Malang-Batu-Blitar)
4	Pasuruan	2	P,P	Tunggal
5	Gresik	2	P,P	Tunggal
6	Madura	3	P,P,P	(Pamekasan-Sumenep-Bangkalan-Sampang)
7	Mojokerto	2	P,P	Tunggal
8	Jombang	2	L,P	Tunggal
9	Kediri	3	P,P,L	(Kediri-Tulungagung-Nganjuk-Trenggalek)
10	Madiun	3	L,L,P	(Madiun-Magetan-Ponorogo)
11	Bojonegoro	3	P,P,L	(Bojonegoro-Lamongan-Tuban-Pacitan)
12	Probolinggo	3	P,L,L	(Probolinggo-Situbondo-Bondowoso-Lumajang)
13	Jember	2	P,P	Tunggal
14	Banyuwangi	3	P,P,P	Tunggal

Sumber data : Diolah Peneliti (2021)

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 :

**Tabel 3.4**  
**Persebaran sampel**

<b>Kantor Cabang</b>	<b>Nama Responden</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Usia</b>
Surabaya	Bambang Darmono	L	34 th
	Felycia Christy	P	27 th
Sidoarjo	Vivi Wulandari	P	23 th
	Lailatul Mufidah	P	29 th
Malang	Awan Priyono	L	28 th
	Aisyah Mega	P	26 th
Pasuruan	Siti Aisyah	P	25 th
	Satria Calysta	P	22 th
Gresik	Hariani	P	31 th
	Vania Kamila	P	24 th
Madura	Anindya	P	25 th
	Maharani	P	23 th
	Maria Eva	P	24 th
Mojokerto	Aris Purwanti	P	28 th
	Novelia Imelda	P	22 th
Jombang	Halimah Rosidah	P	31 th
	Bachtiar Yusuf	L	24 th
Kediri	Mayang Wulandari	P	26 th
	Yuni Ananda	P	28 th
	Agung Hariyono	L	31 th
Madiun	Priyono Hadi	L	32 th
	Qotrunada	P	25 th
	Sandra Angelista	P	23 th
Bojonegoro	Ajeng Setyo	P	22 th
	Dita Cristiana	P	24 th
	Didin Brilian	L	25 th
Probolinggo	Berliana	P	23 th
	Febby Ayu	P	23 th
	Yulia Rahma	P	27 th
Jember	Setyowati	P	27 th
	Devi Eka	P	24 th

Banyuwangi	Nabila Dwi	P	24 th
	Anastasia Putri	P	26 th
	Septiana Laili	P	28 th

Sumber data : Diolah peneliti (2021)

### 3.6 Jenis dan Sumber Data

#### 1. Jenis Data

Sebagai upaya guna memperoleh kebenaran, maka peneliti memilih untuk menggunakan data kuantitatif dan data kualitatif. Dengan ketentuan, data kuantitatif dapat berupa penyajian angka maupun artikel atau jurnal yang diolah kembali sehingga menjadi data kuantitatif, sedangkan kualitatif data berupa rangkaian pendapat atau informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber ataupun survey langsung yang kemudian diolah kembali berdasarkan tahap klasifikasi kemudian dinyatakan dalam bentuk satuan angka. (Nabila Sa'ad, 2017).

Data kuantitatif dalam penelitian ini ialah menganalisis pengaruh *lifestyle*, *computer self efficacy*, persepsi manfaat, dan persepsi resiko terhadap minat individu dalam penggunaan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* secara simultan maupun parsial. Sedangkan data kualitatif berupa rangkaian pendapat yang dikemukakan oleh responden melalui penyebaran kuesioner.

## 2. Sumber Data

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian kali ini yang dimana akan dijelaskan sebagai berikut :

### a. Data Primer

Data primer ialah informasi atau data yang diperoleh langsung dari narasumber asli kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Data primer dapat berupa opini seseorang dan hasil observasi dan hasil pengujian. Dalam penelitian ini untuk memperoleh informasi data yang relevan peneliti melakukan penyebaran/pengisian kuesioner 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 kuesioner 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.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tidak langsung yang diberikan kepada pengumpul data bisa melalui orang lain maupun melalui dokumen (Sugiyono,2017). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh melalui :

- 1) Hasil penelitian terdahulu berupa tulisan-tulisan ilmiah yang berkaitan dengan *lifestyle, computer self efficacy*, persepsi manfaat dan resiko, serta sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yang masih relevan untuk digunakan.
- 2) Beberapa publikasi berupa artikel-artikel mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* di era revolusi industri 4.0.
- 3) Data nomor hp setiap perwakilan kantor cabang GO-JEK yang ada di wilayah Jawa Timur yang diperoleh dari staff akuntan kantor cabang Sidoarjo Lailatul Mufidah.

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Metode kuesioner

Metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian diisi atau dijawab (Sugiyono, 2017). Kuesioner tersebut dapat berisi pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka. Pada penelitian ini penulis menyusun kuesioner berupa beberapa pernyataan berbentuk tertutup untuk mempermudah analisis data. Penyebaran kuesioner pada penelitian ini dilakukan secara virtual melalui *google form*. Penghimpunan data *google form* diawali dengan menghimpun data nomor hp dari setiap perwakilan staff kantor cabang yang ada seluruh Jawa Timur, data nomor hp tersebut diperoleh dari Lilatul Mufidah yang merupakan staff yang bertugas di kantor cabang Sidoarjo. Kemudian peneliti menghubungi setiap kontak perwakilan staff tersebut dan meminta izin untuk menghimpun data *google form* guna kepentingan penelitian. Penyebaran *google form* kuesioner dilakukan dengan cara membagikan *link* atau alamat web dari *google form* tersebut kepada setiap target responden. Proses penghimpunan data kuesioner dilakukan secara virtual akibat kondisi pandemi wabah COVID 19 yang terjadi di tahun 2020 hingga saat ini, selain itu peneliti juga memiliki keterbatasan waktu dan lain hal untuk mendatangi satu persatu lokasi kantor cabang yang berada di seluruh wilayah Jawa Timur.

Dalam metode kuesioner terdapat beberapa macam skala penelitian yang digunakan untuk kualifikasi data dimana salah satunya terdapat yang namanya skala likert. Skala likert menjadi opsi skala yang digunakan dalam penelitian ini.

Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, pendapat dan sikap seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu fenomena sosial tertentu (Sugiyono, 2017). Jika ingin menggunakan skala ini sebagai skala yang dipilih maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel yang selanjutnya akan dijadikan sebagai titik tolak instrumen yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan.

Yang dilakukan dalam skala likert yakni menghitung respon setuju atau tidak setuju terhadap obyek tertentu, dimana opini atau Jawaban dari setiap kategori pendapat pada skala likert memiliki gradasi nilai dimulai dari jawaban sangat positif hingga jawaban sangat negatif. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor berikut :

**Tabel 3.5**  
**Bobot Nilai Setiap Pertanyaan**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu ( R )	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber : Diolah Peneliti (2021)



## 2. Metode Dokumentasi

Apa itu dokumentasi? dokumentasi ialah runtutan kejadian atau peristiwa yang sudah berlalu, dokumen dapat diperoleh dalam bentuk gambar, tulisan, ataupun karya-karya monumental lainnya. Metode dokumentasi merupakan upaya untuk menggali data/informasi mengenai suatu variabel dapat berupa catatan, laporan keuangan, transkrip, majalah, koran, publikasi internet, dan sebagainya. (Nabila Sa'ad, 2017).

### 3.8 Teknik Analisis Data

Selanjutnya, apabila seluruh data telah terkumpul maka yang selanjutnya dilakukan oleh penulis adalah menganalisa data tersebut untuk kemudian dapat disimpulkan. Dalam penelitian ini analisis metode yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan metode analisis data yang digunakan untuk perhitungan rumus-rumus tertentu yang didapat dalam suatu proses pengujian terlebih dahulu.

Pada tahapan analisis dan kualifikasi data penulis akan dibantu oleh sebuah aplikasi pengolah data *statistical package for the sciences social* atau sering disingkat SPSS. Akan tetapi, sebelum tahap analisis dilakukan perlu adanya pengujian data benarkah data tersebut valid dan *realable*. Pengujian ini dilakukan untuk menguji tingkat validitas dari butir-butir pertanyaan yang akan diajukan kepada para responden dari instrumen pertanyaan dengan metode uji reabilitas. Untuk lebih jelasnya penulis akan memaparkan beberapa hal untuk dapat menunjang data tersebut.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji tentang normal atau tidaknya distribusi variabel dependen dan variabel independen. Uji normalitas dilakukan dengan uji statistik, yaitu dengan menguji normalitas residual menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov(K-S). asumsi bahwa data residual berdistribusi normal apabila nilai signifikansi pada table K-S lebih dari nilai alpha 0,05 (Nabila Sa'ad, 2017).

### 2. Uji Validitas

Secara umum uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur variabel yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari setiap variabel yang diteliti secara tepat dan akurat. Selanjutnya gradasi dari skala tinggi rendahnya tingkat validitas instrumen menjadi tolak ukur sesuai atau tidak dengan instrument tersebut dengan variabel yang dimaksud.

Berhubung pada penelitian kali ini paradigma penelitiannya menggunakan X lebih dari satu dan rumusan masalahnya bersifat asosiatif maka, terlebih dahulu akan dilakukan pengujian hipotesis asosiatif. Hipotesis asosiatif pada penelitian ini menggunakan teknik uji korelasi *product* sederhana dengan rumus berikut :

$$R_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Dimana :

$R_{xy}$  = korelasi variabel x dan y

$X$  =  $(x_i - \bar{x})$

$Y$  =  $(y_i - \bar{y})$

### 3. Uji Reabilitas

Reabilitas uji sebagai pengukur untuk mengukur ketepatan, keandalan, konsistensi, dan stabilitas dari alat ukur yang digunakan. Suatu pengukur baru boleh dikatakan dapat dipercaya (reabilitas) apabila pengukur yang digunakan memiliki stabilitas atau stabil, dapat diandalkan dan dapat digunakan dalam peramalan jangka panjang. Maksudnya, data dapat dikatakan realibilitas apabila alat ukur bisa memberikan hasil yang sama, bahkan lebih baik ketika digunakan oleh peneliti berbeda dan digunakan berkali-kali.

### 4. Alat Uji Hipotesis

#### a. 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. Dengan penjelasan variabel berikut :

Variabel bebas (X)

X1: *Lifestyle*

X2 :*Computer Sel Efficacy*

X3 : Persepsi Manfaat

X4 : Persepsi Resiko

Variabel terikat (Y)

Y : Sistem akuntansi berbasis *e-commerce*

Maka dalam penelitian ini akan dilihat seberapa besar pengaruh *lifestyle*, *computer self efficacy*, persepsi manfaat, dan persepsi resiko terhadap minat individu menggunakan sistem akuntansi berbasis *e-commerce*. Dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 (X_1)$$

$$Y = a + b_2 (X_2)$$

$$Y = a + b_3 (X_3)$$

$$Y = a + b_4 (X_4)$$

Keterangan :

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Variabel bebas (*lifestyle*)

X2 = Variabel bebas (*computer self efficacy*)

X3 = Variabel bebas (persepsi manfaat)

X4 = Variabel bebas (persepsi resiko)

Y = Sistem akuntansi berbasis *e-commerce*

b. Uji signifikansi korelasi *product*

Uji signifikansi korelasi dilakukan untuk menguji hubungan signifikansi antar suatu variabel melalui koefisien korelasi product. Untuk menguji koefisien korelasi product maka diperlukan uji statistik yakni dengan uji T. uji statistik 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 ( $H_a$ ) dengan taraf nyata. Berikut ketentuan dalam penyusunan hipotesis statistik:

$H_0: \rho = 0$ , “0” berarti tidak ada hubungan.

$H_a: \rho \neq 0$ , “tidak sama dengan nol” bisa lebih besar atau kurang dari nol berarti tidak ada hubungan

$\rho$  = nilai dari korelasi dalam formula yang dihipotesiskan.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian**

Go-Jek adalah suatu perusahaan teknologi yang berasal dari Indonesia yang memberikan pelayanan transportasi lewat jasa ojek. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2010 di Jakarta yang didirikan Nadiem Makarim. Layanan GO-JEK ada di sejumlah kota besar di Indonesia antara lain : Jabodetabek, Bali, Bandung, Surabaya, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Solo, Malang, Yogyakarta, Balikpapan, Manado, Bandar Lampung, Padang, Pekanbaru dan Batam. Sampai dengan a bulan Juni 2016, aplikasi GOJEK telah didownload sejumlah hampir 10 juta kali di Google Play pada sistem operasi Android. Sekaarang ini pula terdapat untuk iOS, di App Store (<https://id.wikipedia.org/wiki/GO-JEK>). Fiut dan layanan Gojek antara lain:

1. GO-SEND, layanan transportasi barang
2. GO-RIDE, layanan transportasi penumpang dengan sepeda motor
3. GO-FOOD, layanan pemesanan makanan
4. GO-MART, layanan berbelanja
5. GO-BOX, layanan pengantaran barang berukuran besar
6. GO-CLEAN, layanan membersihkan rumah
7. GO-GLAM, layanan kecantikan
8. GO-MASSAGE, layanan pijatan
9. GO-BUSWAY, layanan pengantaran penumpang ke halte TransJakarta

10. GO-TIX, layanan pemesanan tiket

11. GO-CAR, layanan transportasi dengan mobil.

## 4.2 Penyajian Data

### 4.2.1 Karakteristik Responden

#### 1. Jenis Kelamin

Mengacu dari pengolahan data angket, bisa disajikan sebaran frekuensi responden berdasar jenis kelaminnya, yaitu :

**Tabel 4.1**  
**Sebaran Responden Menurut Jenis Kelaminnya**

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

Sumber : Pengolahan data tahun 2022, lampiran 3

Responden laki-laknya 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.

#### 2. Usia

Mengacu kepada pengolahan data angket, maka bisa ditampilkan sebaran frekuensi responden berdasar usianya, yaitu :

**Tabel 4.2**  
**Sebaran Responden Menurut Usianya**

	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 : pengolahan Data tahun 2022, lampiran 3

Responden direntang usia 22–26 tahun sebanyak 21 orang (61,8%), responden yang direntang usia 27-30 tahun sejumlah 8 orang (23,5%), sedangkan yang berusia diatas 30 tahun sebanyak 5 orang (14,7%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar staff akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur berada pada rentang usia yang produktif yakni 22-26 tahun.

### 3. Pendidikan

Berlandaskan pada pengolahan data angket, bisa disajikan sebaran frekuensi responden menurut jenjang pendidikannya, yaitu :

**Tabel 4.3**  
**Sebaran Responden Menurut Pendidikannya**

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

Sumber : Pengolahan daata tahun 2022, lampiran 3

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.



#### 4. Masa Kerja

Berdasarkan pengolahan data angket, bisa ditampilkan sebaran frekuensi responden menurut masa/lamanya kerja, yaitu :

**Tabel 4.4**  
**Sebarab 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 : Pengolahan datan tahun 2022, lampiran 3

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.

#### 4.2.2 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:

### 1. Life Style (X1)

**Tabel 4.5**  
**Sebaran Respon atas Variabel *Life Style***

No	Pernyataan	Jawaban					Mean
		STS (1)	TS (2)	R (3)	S (4)	SS (5)	
1	Sebagai seorang akuntan saya bekerja flexible mengikuti arus perkembangan lifestyle yang ada			2	21	11	4,26
2	Sebagai seorang akuntan perkembangan gaya hidup mempengaruhi minat saya dalam memilih sistem informasi akuntansi yang tepat untuk saya			6	22	6	4,00
3	Sebagai seorang akuntan perkembangan lifestyle di era New Normal membawa saya untuk beralih pada sistem informasi akuntansi e-commerce			9	14	11	4,06
Total				17	57	28	4,11

Tabel 4.5 menyajikan data bahwa variabel *life style* sebagian besar tanggapan responden yaitu mempunyai skor “4” atau “setuju” sejumlah 57 tanggapan. Total variabel *life style* ber-mean sebesar 4,11 yang berkategori tinggi. Hasil tersebut bermakna bahwa responden cenderung memberikan persetujuan atas pernyataan pada angket yang artinya *lifestyle* bagi staff akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur sudah baik.

## 2. Computer Self Efficacy (X2)

**Tabel 4.6**  
**Sebaran Respon atas Variabel *Computer Self Efficacy***

No	Pernyataan	Jawaban					Mean
		STS (1)	TS (2)	R (3)	S (4)	SS (5)	
1	Sebagai seorang akuntan CSE diperlukan guna menunjang kinerja			3	16	15	4,35
2	CSE diperlukan sebagai tolak ukur kemampuan untuk menjadi seorang akuntan			3	13	18	4,4
3	CSE berperan dalam mempengaruhi alasan anda menentukan sistem informasi akuntansi			6	19	9	4,09
4	Seorang akuntan yang berkompeten akan cenderung memilih sistem informasi akuntansi e-commerce guna efektivitas kinerja dan efisiensi waktu			8	25	1	3,79
Total				20	73	43	4,16

Tabel 4.6 menyajikan data bahwa variabel *computer self efficacy* sebagian besar tanggapan responden yaitu mempunyai skor “4” atau “setuju” sejumlah 73 tanggapan. Total variabel *computer self efficacy* ber-mean sebesar 4,16 yang berkategori tinggi. Hasil tersebut bermakna bahwa responden cenderung memberikan persetujuan atas pernyataan pada angket yang artinya *computer self efficacy* bagi staff akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur sudah baik.

### 3. Persepsi Manfaat (X3)

**Tabel 4.7**  
**Sebaran Respon atas Variabel Persepsi Manfaat**

No	Pernyataan	Jawaban					Mean
		STS	TS	R	S	SS	
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1	Sebagai seorang akuntan anda akan terlebih dahulu mengkaji kelebihan dan kekurangan dari sebuah sistem informasi akuntansi yang akan dipilih			3	19	12	4,26
2	Sebagai seorang akuntan anda akan memperhatikan manfaat dari sebuah sistem informasi akuntansi untuk anda gunakan kedepannya			4	22	8	4,12
3	Sebagai seorang akuntan persepsi manfaat akan member pengaruh pada minat anda menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce			7	18	9	4,06
Total				14	59	29	4,15

Tabel 4.7 menyajikan data bahwa variabel persepsi manfaat sebagian besar tanggapan responden yaitu mempunyai skor “4” atau “setuju” sejumlah 59 tanggapan. Total variabel persepsi manfaat ber-mean sebesar 4,15 yang berkategori tinggi. Hasil tersebut bermakna bahwa responden cenderung memberikan persetujuan atas pernyataan pada angket yang artinya persepsi manfaat berpengaruh positif bagi staff akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur.

#### 4. Persepsi Risiko (X4)

**Tabel 4.8**  
**Sebaran atas Respon Variabel Persepsi Risiko**

No	Pernyataan	Jawaban					Mean
		STS	TS	R	S	SS	
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1	Selain manfaat resiko dari sebuah sistem informasi akuntansi juga perlu diperhatikan				24	10	4,29
2	Disamping kebaikan, kekurangan dari sebuah sistem informasi akuntansi juga perlu dipertimbangkan guna meminimalisir human error			6	19	9	4,09
Total				6	43	19	4,19

Tabel 4.8 menyajikan data bahwa variabel persepsi risiko sebagian besar tanggapan responden yaitu mempunyai skor “4” atau “setuju” sejumlah 42 tanggapan. Total variabel persepsi risiko ber-mean sebesar 4,19 yang berkategori tinggi. Hasil tersebut bermakna bahwa responden cenderung memberikan persetujuan atas pernyataan pada angket yang artinya persepsi risiko berpengaruh positif bagi staff akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur.

## 5. Minat Menggunakan SIA berbasis *E-Commerce*

**Tabel 4.9**  
**Sebaran Respon atas Variabel Minat Menggunakan SIA berbasis *E-Commerce***

No	Pernyataan	Jawaban					Mean
		STS (1)	TS (2)	R (3)	S (4)	SS (5)	
1	Untuk memilih suatu sistem informasi akuntansi maka, individu perlu mengikuti perkembangan lifestyle			3	19	12	4,26
2	Sebelum menentukan pilihan tentang sistem informasi akuntansi, mmaka CSE perlu dipertimbangkan guna menyesuaikan dengan kemampuan				26	8	4,24
3	Sebelum menentukan pilihan penggunaan sistem informasi akuntansi individu perlu mempertimbangkan manfaat dan resiko dari suatu sistem informasi akuntansi tersebut			7	17	10	4,09
4	Alangkah baiknya untuk bersikap bijak dalam menyikapi perkembangan lifestyle yang terdapat didalamnya			7	18	9	4,06
5	Sebagai seorang akuntan kiranya perlu mengevaluasi kemampuan untuk meningkatkan kinerja kedepannya			7	22	5	3,94
Total				24	102	44	4,12

Tabel 4.9 menyajikan data bahwa variabel minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce* sebagian besar tanggapan responden yaitu mempunyai skor “4” atau “setuju” sejumlah 102 tanggapan. Total variabel minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce* ber-mean sebesar 4,12 yang berkategori tinggi. Hasil tersebut bermakna bahwa responden cenderung memberikan persetujuan atas pernyataan pada angket yang artinya minat menggunakan SIA berbasis *e-*

*commerce* bagi staff akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur sudah baik.

### 4.3 Analisis Data dan Hasil

#### 4.3.1 Uji Normalitas

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

##### 1. X1 terhadap Y

**Tabel 4.10**  
**Uji Normalitas X1 terhadap Y**

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

Sumber: Lampiran 6

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

**Tabel 4.11**  
**Uji Normalitas X2 terhadap Y**

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

Sumber: Lampiran 6

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

**Tabel 4.12**  
**Uji Normalitas X3 terhadap Y**

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

Sumber: Lampiran 6

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

**Tabel 4.13**  
**Uji Normalitas X4 terhadap Y**

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

Sumber: Lampiran 6

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.



### 4.3.2 Uji Regresi Linier Sederhana

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:

#### 1. X1 terhadap Y

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y**

Variabel	Beta
<i>Life style</i>	0,947

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas hasil koefisien beta menunjukkan positif 0,947. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sejalan, yang artinya *lif style* berpengaruh positif terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce*.

#### 2. X2 terhadap Y

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X2 terhadap Y**

Variabel	Beta
<i>Computer Self Efficacy</i>	0,895

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas hasil koefisien beta menunjukkan nilai yang positif, yakni 0,895. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sejalan, yang artinya *computer self efficacy* berpengaruh positif terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce*.

### 3. X3 terhadap Y

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X3 terhadap Y**

Variabel	Beta
Persepsi Manfaat	0,921

Berdasarkan Tabel 4.16 di atas hasil koefisien beta menunjukkan nilai yang positif, yakni 0,921. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sejalan, yang artinya persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce*.

### 4. X4 terhadap Y

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X4 terhadap Y**

Variabel	Beta
Persepsi Risiko	0,768

Berdasarkan Tabel 4.17 di atas hasil koefisien beta menunjukkan nilai yang positif, yakni 0,768. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sejalan, yang artinya persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce*.

### 4.3.3 Uji Koefisien Determinasi

#### 1. X1 terhadap Y

**Tabel 4.18**  
**Koefisien Determinasi X1 terhadap Y**

R	R Square
0,947	0,896

Merujuk pada tabel 4.18, diketahui bahwa nilai *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.

#### 2. X2 terhadap Y

**Tabel 4.19**  
**Koefisien Determinasi X2 terhadap Y**

R	R Square
0,895	0,802

Merujuk pada tabel 4.19, 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.

### 3. X3 terhadap Y

**Tabel 4.20**  
**Koefisien Determinasi X3 terhadap Y**

R	R Square
0,921	0,847

Merujuk pada tabel 4.20, 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.

### 4. X4 terhadap Y

**Tabel 4.21**  
**Koefisien Determinasi X4 terhadap Y**

R	R Square
0,768	0,590

Merujuk pada tabel 4.21, diketahui bahwa 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.

#### 4.3.4 Uji Hipotesis

##### 1. Pengaruh X1 terhadap Y

**Tabel 4.22**  
**Uji Hipotesis X1 terhadap Y**

Variabel	T	Sig	Keterangan
<i>Life style</i>	16,617	0,000	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai t dari variabel *lifestyle* (X1) adalah 16,617 dengan signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000. Artinya *lifestyle* (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y).

##### 2. Pengaruh X2 terhadap Y

**Tabel 4.23**  
**Uji Hipotesis X2 terhadap Y**

Variabel	T	Sig	Keterangan
<i>Computer Self Efficacy</i>	11,376	0,000	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai t dari variabel *computer self efficacy* (X2) adalah 11,376 dengan signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000. Artinya *computer self efficacy* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y).

##### 3. Pengaruh X3 terhadap Y

**Tabel 4.24**  
**Uji Hipotesis X3 terhadap Y**

Variabel	T	Sig	Keterangan
Persepsi Manfaat	13,334	0,000	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai t dari variabel persepsi manfaat (X3) adalah 13,334 dengan signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yakni

0,000. Artinya persepsi manfaat (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y).

#### 4. Pengaruh X4 terhadap Y

**Tabel 4.25**  
**Uji Hipotesis X4 terhadap Y**

Variabel	T	Sig	Keterangan
Persepsi Risiko	6,784	0,000	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai t dari variabel persepsi risiko (X4) adalah 6,784 dengan signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000. Artinya persepsi risiko (X4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (Y).

#### 4.4 Pembahasan

##### 4.4.1 Pengaruh LifeStyle terhadap Minat Menggunakan SIA berbasis E-Commerce

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *lifestyle* berpengaruh positif 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*. Dalam praktiknya yang diterapkan pada perusahaan GO-JEK yakni pemanfaatan *lifestyle* dimasukkan dalam promo yang bersifat edision yang ada dalam aplikasi GO-JEK. Promo ini memiliki syarat & ketentuan berlaku yang dimana syarat & ketentuan tersebut dibuat berdasarkan trend atau isu-isu yang sedang hangat di kalangan masyarakat. Selain promo

edision fitur yang sedang banyak diminati dikalangan masyarakat yakni GO-PAY yang fungsinya seperti dompet digital. Dompet digital tercipta seiring perkembangan lifestyle masyarakat yang terus mengedepankan aspek efektifitas dan efisiensi waktu.

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

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *Computer Self Efficacy* berpengaruh positif 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 katogori 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*. Kaitannya dengan perusahaan CSE yang meliputi skill komputer individu menjadi syarat/kriteria kompleks untuk menjadi karyawan PT. GO-JEK terutama di bagian staff karena hamper seluruh aktivitas dan pengendalian sudah di setting dari system komputer.

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

Hasil uji hipotesis menyimpulkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif 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*. Praktiknya di perusahaan GO-JEK memanfaatkan kecanggihan teknologi komputer untuk mengendalikan aktivitas perusahaan melalui sistem jaringan lunak komputer guna efektifitas dan efisiensi kerja. Selain itu GO-JEK juga memanfaatkan adanya perkembangan lifestyle sebagai sarana promosi dari setiap fitur yang ada pada aplikasi GO-JEK.

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

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Persepsi Risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *E-commerce*. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi atas resiko yang muncul sebagai akibat dari teknologi tersebut akan memicu seseorang berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *E-commerce*. Sebaliknya, persepsi atas resiko yang kurang atas segala konsekuensi 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.

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).

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 Perspsi 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 Perspsi Resiko yang dimiliki responden pada akhirnya akan membuat seseorang semakin berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *e-commerce*. Segala resiko telah diantisipasi oleh GO-JEK melalui syarat dan kebijakan pengguna yang senantiasa dikemukakan diawal kepada para pengguna aplikasi termasuk tenant-tenant yang akan bergabung dengan GO-JEK. Hal tersebut dilakukan guna meminimalisir tindakan-tindakan penipuan yang mengatasnamakan PT. GO-JEK yang kini kian marak terjadi.

#### 4.5 Strategi

Mengingat pentingnya teknologi informasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan maka perusahaan dengan segenap sumber daya yang dimilikinya dituntut untuk mengikuti perkembangan dan perubahan teknologi informasi tersebut. Perusahaan harus cepat melakukan transformasi strategi agar tidak tertinggal jauh dalam hal penguasaan teknologi informasi.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan adalah mendorong minat SDM nya dalam menggunakan atau memanfaatkan teknologi informasi. Diharapkan seluruh SDM perusahaan memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi. Dengan adanya minat yang tinggi terhadap teknologi informasi maka diharapkan SDM mampu cepat beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan teknologi yang terus berubah dan berkembang. Harapannya penggunaan atau pemanfaatan teknologi informasi akan meningkatkan kinerja karyawan dan kinerja perusahaan. Minat terhadap penggunaan teknologi merupakan kunci menghadapi era revolusi industri 4.0.

Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan minat SDM dalam menggunakan teknologi informasi. Mengacu kepada hasil penelitian yang menyatakan bahwa *lifestyle*, *computer self efficacy*, persepsi manfaat dan persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce*, maka perusahaan dapat menempuh strategi dalam mengantisipasi perkembangan revolusi industri 4.0 sebagai berikut

:

1. Memperbaiki *lifestyle* karyawan

Perusahaan perlu mengedukasi pentingnya sebuah transformasi yang harus dilakukan secara terus menerus. Manusia dalam hal ini karyawan harus memiliki *Lifestyle* yang *update* terhadap perkembangan dan arus perubahan teknologi. *Lifestyle*, yang selalu adaptif ini diharapkan akan membuat karyawan terus mencari kemudahan-kemudahan dan manfaat atau kegunaan yang ditawarkan oleh teknologi. SDM yang haus perubahan teknologi otomatis akan sangat berminat untuk menggunakan teknologi dan mengembangkannya guna meningkatkan kinerja perusahaan..

2. Meningkatkan *computer self efficacy* karyawan

Perusahaan mesti memberikan pelatihan agar SDM nya memiliki *skill*, kemampuan, dan pengetahuan yang luas terhadap teknologi informasi. Dengan adanya pelatihan ini kepercayaan diri SDM terhadap kemampuannya dalam menggunakan teknologi meningkat. Dengan adanya *Computer Self Efficacy* tinggi diharapkan minat dalam menggunakan teknologi informasi sebagai syarat utama di era revolusi industri 4.0.

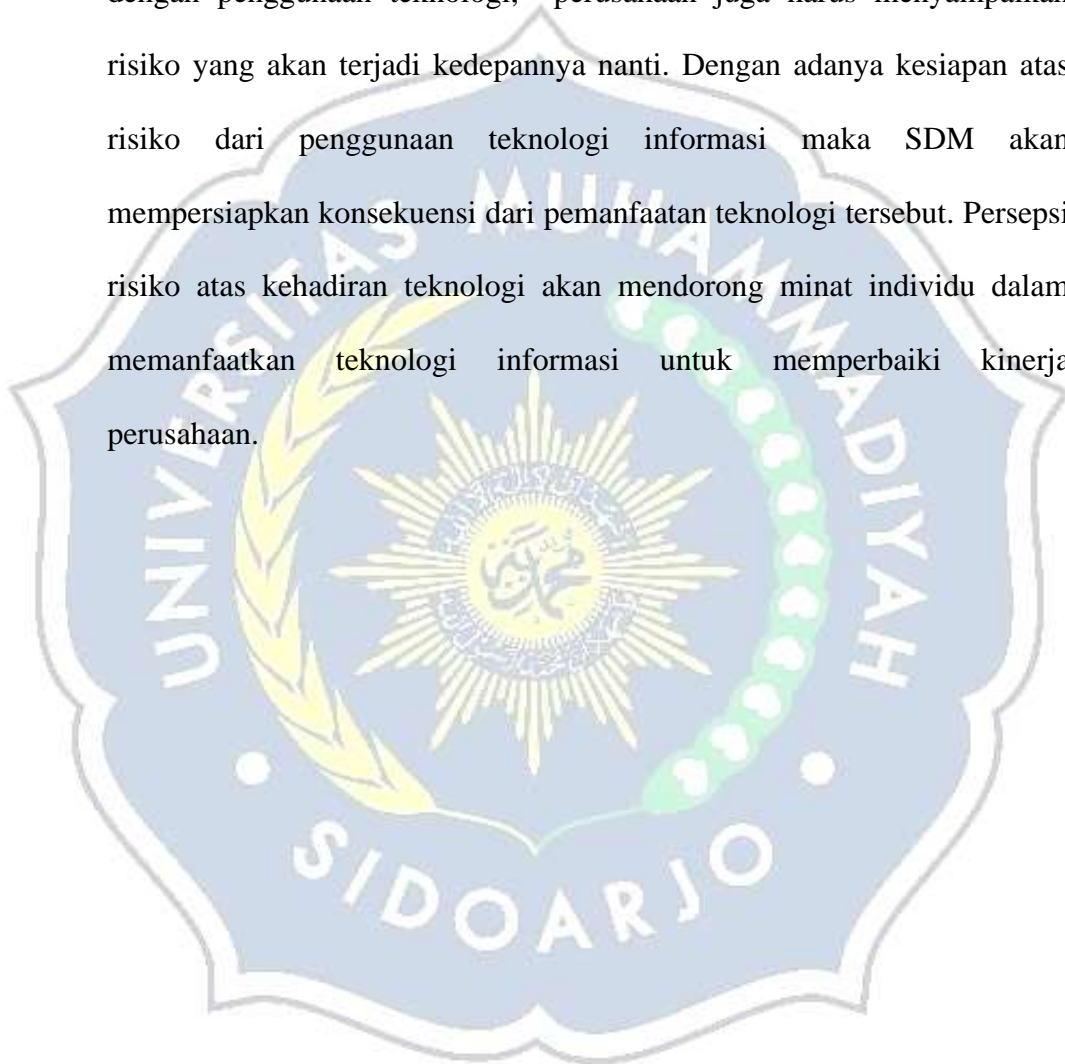
3. Memperbaiki persepsi manfaat

Perusahaan harus memberikan arahan dan meningkatkan wawasan SDM nya tentang manfaat yang didapat dari adanya teknologi. SDM perlu diberi pemahaman bahwa ada sejumlah manfaat yang didapat ketika mengimplementasikan teknologi informasi. Dengan menggunakan teknologi informasi, maka kinerja karyawan akan meningkat pekerjaan lebih

efektif dan efisien. Adanya persepsi manfaat akan mendorong minat SDM untuk memanfaatkan teknologi guna menunjang kinerjanya.

#### 4. Memperbaiki persepsi risiko

Selain memberikan pemahaman kepada SDM atas manfaat yang diterima dengan penggunaan teknologi, perusahaan juga harus menyampaikan risiko yang akan terjadi kedepannya nanti. Dengan adanya kesiapan atas risiko dari penggunaan teknologi informasi maka SDM akan mempersiapkan konsekuensi dari pemanfaatan teknologi tersebut. Persepsi risiko atas kehadiran teknologi akan mendorong minat individu dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk memperbaiki kinerja perusahaan.



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasar pada analisis data serta pembahasannya, bisa disusun kesimpulan studi berikut ini :

1. *Lifestyle* memberikan pengaruh kepada minat penggunaan SIA yang berbasis *e-commerce* pada staff akuntan GO-JEK Indonesia yang ada di wilayah Jawa Timur.
2. *Computer self efficacy* memberikan pengaruh kepada minat penggunaan SIA yang berbasis *e-commerce* pada staff akuntan GO-JEK Indonesia yang ada di wilayah Jawa Timur.
3. Persepsi manfaat memberikan pengaruh kepada minat penggunaan SIA yang berbasis *e-commerce* pada staff akuntan GO-JEK Indonesia yang ada di wilayah Jawa Timur.
4. Persepsi resiko memberikan pengaruh kepada minat penggunaan SIA yang berbasis *e-commerce* pada staff akuntan GO-JEK Indonesia yang ada di wilayah Jawa Timur.
5. Strategi yang dilakukan oleh para staff akuntan GO-JEK Indonesia yang berada di wilayah Jawa Timur 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.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Studi ini ini masih mempunyai sejumlah keterbatasan, antara lain :

1. Studi ini masih sebatas mengkaji 4 variabel independen saja sebagai penentu variabel dependen minat individu mempergunakan SIA berdasar pada *e-commerce*.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada karyawan akuntan kantor GO-JEK-Indonesia yang ada di wilayah Jawa Timur saja. Sementara target obyek yakni staff akuntan PT. GO-JEK Indonesia masih tersebar di semua area Indonesia, bukan hanya di area Jatim saja.

### 5.3 Saran

Berlandaskan pada kesimpulan hasil studi ini, selanjutnya bisa dibuat sejumlah saran di untuk perbaikan berikut ini :

1. Manajemen perusahaan agar terus mendorong SDM nya agar memiliki keminatan dalam penggunaan teknologi informasi salah satunya penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Adanya keminatan yang tinggi terhadap teknologi informasi akan menjadi kunci dalam penguasaan dan pemanfaatan teknologi di era revolusi idustri 4.0.

Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel intervening sebagai mediasi variabel persepsi manfaat, persepsi risiko, *lifestyle*, dan *computer self efficacy* kepada minat pemanfaatan SIA berdasarkan pada *e-commerce*



## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I N R, and P E P Yanti. 2018. "Pengaruh Computer Attitude, Computer Self Efficacy, Dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Software Akuntansi Pada ...." *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* 3(1): 58–70.  
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/2099%0Ahttps://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/article/download/2099/472>.
- Maulana, Robi et al. 2022. "Studi Pada Usaha E-Commerce Fashion Dan Makanan Kecamatan Majalengka) THE EFFECT OF THE USE OF E-COMMERCE AND ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS ON THE COMPANY'S FINANCIAL PERFORMANCE (Study on Fashion and Food E-Commerce Business in Majalengka District." *Jurnal Ekonomi Syariah dan Binsin* 5(1): 137–46. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>.
- Muslih, Basthoumi. 2012. "Analisis Pengaruh Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai Di PT. Sang Hyang Seri (Persero) Regional III Malang. (Analysis of Influence Motivation Against Job Satisfaction And Employee Performance In PT. Sang Hyang Seri (Persero) Regional III." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 10(4): 799–810.
- Mutiaraharja, Lia Resti Putri. 2016. "Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman, Manfaat, Dan Resiko Terhadap Minat Pembeli Untuk Menggunakan Sistem E-Commerce (Studi Empiris Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)." *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Oktaviarni, Fakhrana. 2013. "Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasila." 9(1): 1–16.
- Pangestu, Suci Dwi, and Sri Suryoko. 2016. "Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Peacockoffie Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5(4): 519–30.
- Priambodo, Singgih, and Bulan Prabawani. 2015. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5(2): 127–35.
- Prof., Dr sugiyono. 2011. "Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&d. Intro ( PDFDrive ).Pdf." *Bandung Alf*: 143.
- Rustiana. 2004. "Computer Self Efficacy (CSE) Mahasiswa Akuntansi Dalam Penggunaan Teknologi Informasi: Tinjauan Perspektif Gender." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 6(1): 29–39.

- Sa'ad, Walia Nabila. 2017. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Sentra Industri Keripik Pisang Di Kota Bandarlampung)." *Skripsi*: 1–97.
- Saputra, Ahmad. 2017. "Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce Dan Kualitas." *Manajemen Bisnis STIE IBBI* 27(1).
- Saraswati, Pradhita, and Zaki Baridwan. 2013. "Abstract : ACCEPTANCE E-COMMERCE SYSTEM : EFFECT TRUST , PERCEIVED RISK AND PERCEIVED BENEFIT . This Study." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Brawijaya* 1(2): 1–19.
- Setyowati, Elisabeth Octaviana Tri, and Agustini Dyah Respati. 2017. "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Computer Self Efficacy, Dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi." *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 13(1): 63.
- Shomad, Andrie Cesario, and Bambang Purnomosidhi. 2012. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 1(2): 1–20.  
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/466/411>.
- Tumpal Manik. 2019. "Analisis Pengaruh Transaksi Digitalisasi Uang Elektronik Terhadap Cashless Society Dan Infrastruktur Uang Elektronik Sebagai Variabel Pemoderasi." *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia* 2(2): 27–40.
- Wulandari, Retno. 2012. "Dimensi-Dimensi Persepsi Risiko Keseluruhan Konsumen." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 7(2): 115.

## LAMPIRAN 1

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)**

**SEKILAS PENJELASAN 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 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.

### **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 antara penjual dan pembeli melalui media computer dan telekomunikasi.

Anda diminta untuk memberikan tanggapan berupa opini setuju tidak setuju terhadap pernyataan yang ada dibawah berikut :

#### **1. *Lifestyle* (gaya hidup)**

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Sebagai seorang akuntan saya bekerja flexible mengikuti arus perkembangan lifestyle yang ada					
2.	Sebagai seorang akuntan perkembangan gaya hidup mempengaruhi minat saya dalam memilih sistem informasi akuntansi yang tepat untuk saya					
3.	Sebagai seorang akuntan 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.	Sebagai seorang akuntan CSE diperlukan guna menunjang kinerja					
2.	CSE diperlukan sebagai tolak ukur kemampuan untuk menjadi seorang akuntan					
3.	CSE berperan dalam mempengaruhi alasan anda menentukan sistem informasi akuntansi					
4.	Seorang akuntan yang berkompeten akan cenderung memilih sistem informasi akuntansi e-commerce guna efektivitas kinerja dan efisiensi waktu					

## 3. *Persepsi manfaat*

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Sebagai seorang akuntan anda akan terlebih dahulu mengkaji kelebihan dan kekurangan dari sebuah sistem informasi akuntansi yang akan dipilih					
2.	Sebagai seorang akuntan anda akan memperhatikan manfaat dari sebuah sistem informasi akuntansi untuk anda gunakan kedepannya					
3.	Sebagai seorang akuntan persepsi manfaat akan member pengaruh pada minat anda 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 maka, individu perlu mengikuti perkembangan lifestyle					
2.	Sebelum menentukan pilihan tentang sistem informasi akuntansi, mmaka CSE perlu dipertimbangkan guna 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	

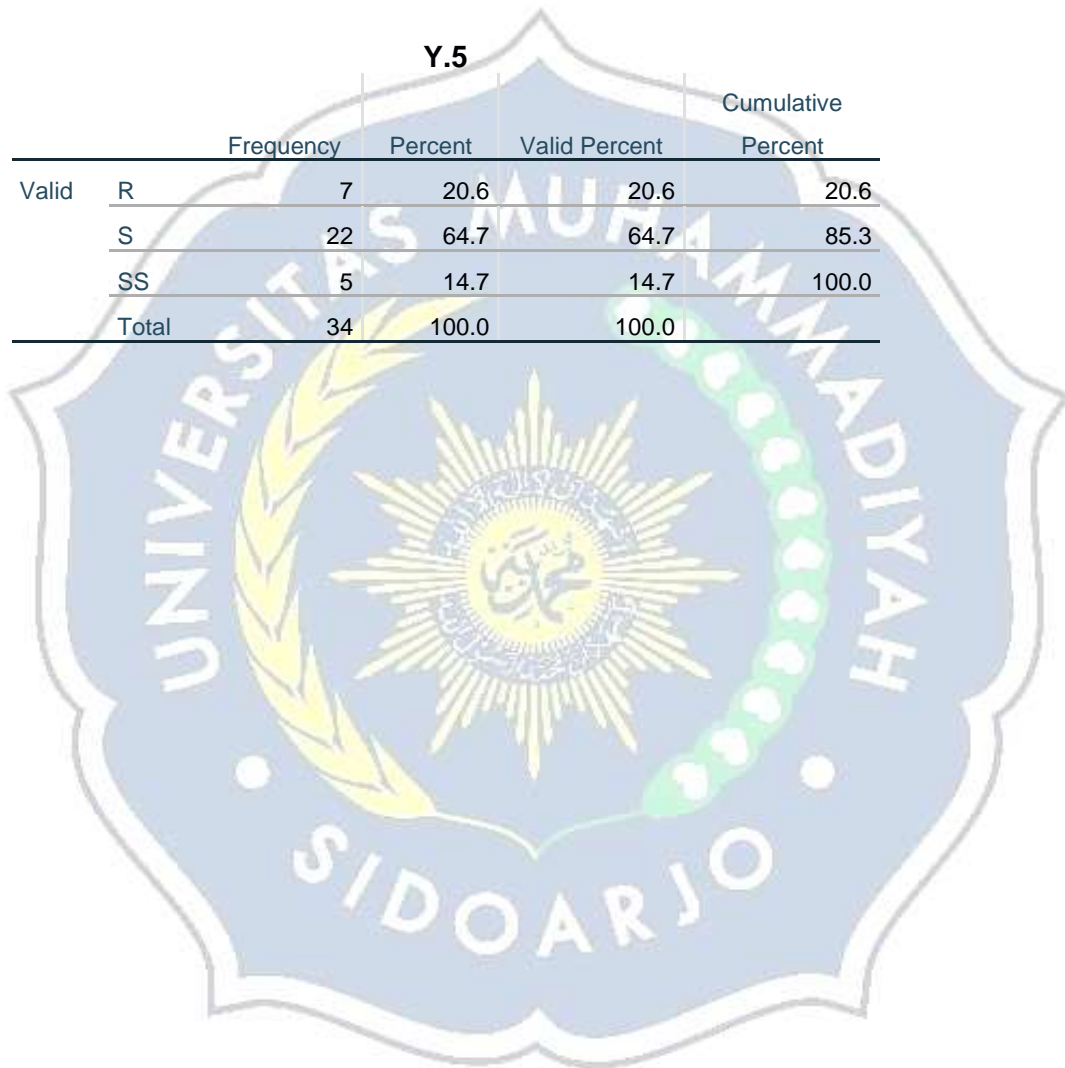


**Y.4**

		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	



## LAMPIRAN 5

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

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

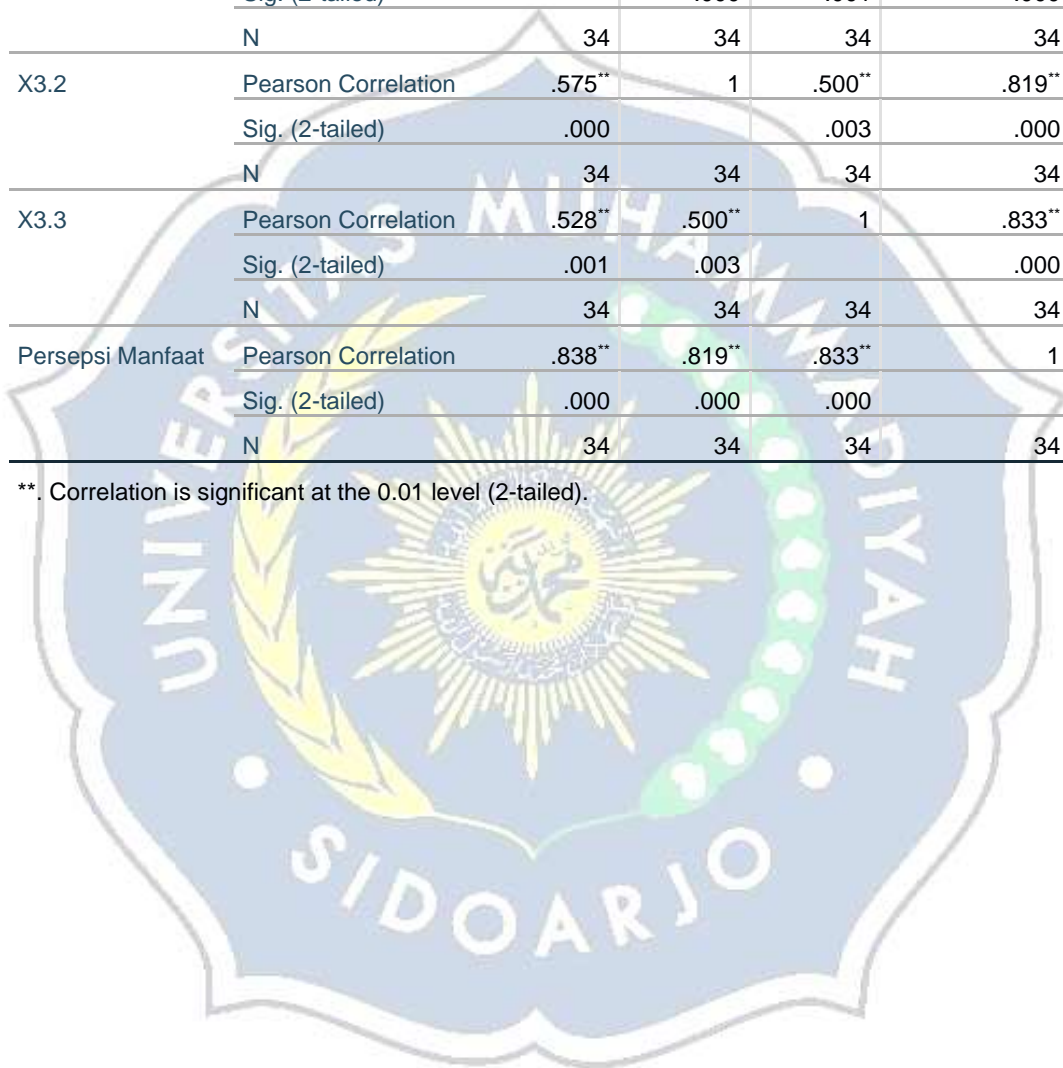
\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X3

## Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Persepsi Manfaat
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
Persepsi Manfaat	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).

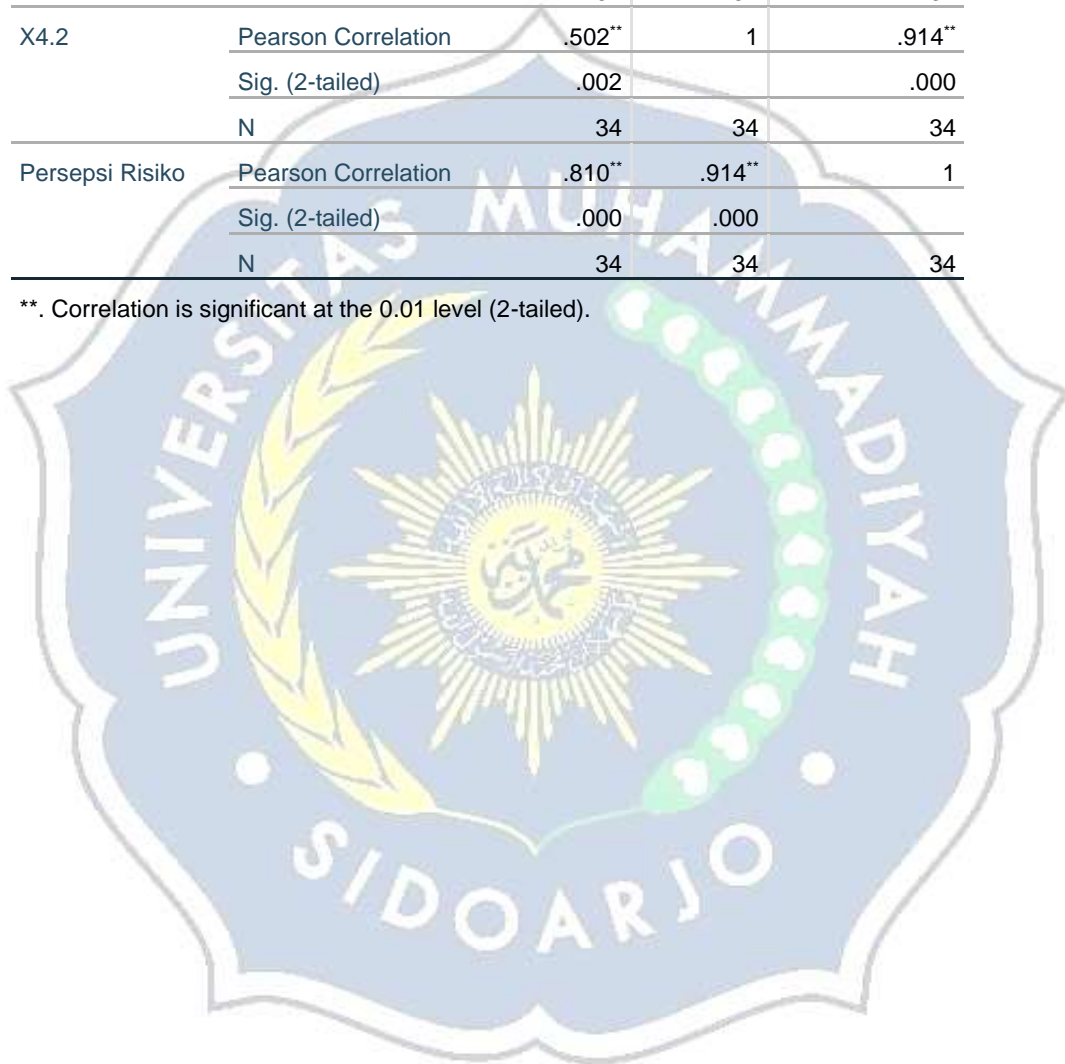


X4

**Correlations**

		X4.1	X4.2	Persepsi Risiko
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
Persepsi Risiko	Pearson Correlation	.810**	.914**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	34	34	34

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



Y

## Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Minat Individu Menggunakan SIA
Y.1	Pearson	1	.670**	.358*	.528**	.697**	.833**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.037	.001	.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34
Y.2	Pearson	.670**	1	.326	.460**	.524**	.732**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.060	.006	.001	.000
	N	34	34	34	34	34	34
Y.3	Pearson	.358*	.326	1	.725**	.225	.733**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.037	.060		.000	.200	.000
	N	34	34	34	34	34	34
Y.4	Pearson	.528**	.460**	.725**	1	.300	.819**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.000		.085	.000
	N	34	34	34	34	34	34
Y.5	Pearson	.697**	.524**	.225	.300	1	.695**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.200	.085		.000
	N	34	34	34	34	34	34
Minat Individu Menggunakan SIA	Pearson	.833**	.732**	.733**	.819**	.695**	1
	Correlation						
	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).

## LAMPIRAN 6

## 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

## LAMPIRAN 7

## Uji Normalitas

X1 -&gt; Y

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

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

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

X2 -&gt; Y

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

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

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

X3 -&gt; Y



### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

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

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 <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49671055
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.140
	Negative	-.097
Test Statistic		.140
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## LAMPIRAN 8

## Regresi Linier Sederhana

X1 -&gt; Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

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

a. Dependent Variable: Minat Individu Menggunakan SIA

**ANOVA<sup>a</sup>**

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

a. Dependent Variable: Minat Individu Menggunakan SIA

b. Predictors: (Constant), Lefestyle

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.947 <sup>a</sup>	.896	.893	.765

a. Predictors: (Constant), Lefestyle

X2 -&gt; Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2.397	1.609		1.490	.146
	Computer Self Efficacy	1.091	.096	.895	11.376	.000

a. Dependent Variable: Minat Individu Menggunakan SIA

**ANOVA<sup>a</sup>**

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

a. Dependent Variable: Minat Individu Menggunakan SIA

b. Predictors: (Constant), Computer Self Efficacy

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 <sup>a</sup>	.802	.796	1.057

a. Predictors: (Constant), Computer Self Efficacy

X3 -&gt; Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

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

a. Dependent Variable: Minat Individu Menggunakan SIA

**ANOVA<sup>a</sup>**

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

a. Dependent Variable: Minat Individu Menggunakan SIA

b. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921 <sup>a</sup>	.847	.843	.927

a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat

X4 -&gt; Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

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

a. Dependent Variable: Minat Individu Menggunakan SIA

**ANOVA<sup>a</sup>**

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

a. Dependent Variable: Minat Individu Menggunakan SIA

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 <sup>a</sup>	.590	.577	1.520

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko