



PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN SIKAP KARYAWAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS ECOMMERCE

Ian Arbatona¹, Josua Christian Marpaung², Cris Kuntadi³, Rachmat Pramukty⁴

^{1,2}Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,

^{3,4}Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,

Email: 202110315101@mhs.ubharajaya.ac.id

202110315058@mhs.ubharajaya.ac.id

cris.kuntadi@dsn.ubharajaya.ac.id

rachmat.pramukty@dsn.ubharajaya.ac.id

Corresponding author: Ian Arbatona¹, Josua Christian Marpaung²

Abstract: Previous research or relevant research is very important in a research or scientific article. Previous research or relevant research serves to strengthen the theory and phenomena of the relationship or influence between variables. This article reviews the factors that influence Interest in Using Ecommerce-Based Accounting Information Systems, namely Perceived Usefulness, Perceived Convenience and Attitudes of Employees, a literature study of accounting information systems. The purpose of writing this article is to build a hypothesis on the influence between variables to be used in further research. The results of this literature review article are: 1) Perceived Usefulness influences Interest in Using Ecommerce-Based Accounting Information Systems: 2) Perceived Ease of Use influences Interest in Using E-commerce-Based Accounting Information Systems: and 3) Perceived Convenience and Employee Attitudes affect Interest in Using Information Systems Ecommerce Based Accounting.

Keyword: Interest in Using Ecommerce-Based Accounting Information Systems, Perceived Usability, Perceived Convenience and Attitudes of Employees

Abstrak: Riset terdahulu atau riset yang relevan sangat penting dalam suatu riset atau artikel ilmiah. Riset terdahulu atau riset yang relevan berfungsi untuk memperkuat teori dan fenomena hubungan atau pengaruh antar variable. Artikel ini mereview faktor-faktor yang memengaruhi Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce, yaitu Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Sikap Karyawan, suatu studi literatur system informasi akuntansi. Tujuan penulisan artikel ini guna membangun hipotesis pengaruh antar variabel untuk digunakan pada riset selanjutnya. Hasil artikel literature review ini adalah: 1) Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce: 2) Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce: dan 3) Persepsi Kemudahan Dan Sikap Karyawan berpengaruh terhadap Terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce.

Keyword: Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Sikap Karyawan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Teknologi yang berkembang pada masa globalisasi memiliki peran penting dalam memperoleh informasi serta melakukan berbagai aktivitas lainnya, baik dalam bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan lain sebagainya. Kemajuan teknologi secara global dalam bidang ekonomi pun kini sedang banyak diperbincangkan, salah satunya berupa aplikasi yang mengarah pada kegiatan transaksi barang dan jasa di internet yang dikenal sebagai e-commerce. (Dianari, 2017)

Keunggulan dari e-commerce sendiri yaitu kegiatan jual beli yang transaksinya berupa cashless atau sistem pembayaran non tunai. Mayoritas masyarakat memilih melakukan transaksi jual beli melalui e-commerce karena lebih nyaman dan tidak perlu mendatangi toko atau pusat perbelanjaan, serta pembayaran dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Akses e-commerce pada masa kini dapat melalui aplikasi pada telepon genggam (handphone) yang tidak memerlukan terlalu banyak modal dalam pengoperasiannya. (Deananda, 2020)

Peran e-commerce dianggap bisa mengembangkan perekonomian modern di era revolusi industri 4.0 dengan menggerakkan roda perekonomian nasional, mewujudkan rasa adil dalam distribusi pendapatan, sumber daya ekonomi, serta hilangnya praktek monopoli yang dimana produk seperti UMKM, produk lokal yang dibuat oleh masyarakat bersaing dalam era globalisasi untuk mewujudkan ekonomi kreatif masyarakat maju dalam bidang ekonomi dan media online yang memberikan inovasi terhadap sistem perdagangan seiring perkembangan teknologi. (Iis, 2021)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan suatu keadaan yang mana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Wibowo (2008:10-20) menjelaskan bahwa persepsi kegunaan merupakan persepsi terhadap kemanfaatan yang didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat individu dalam menggunakan e-commerce. (A.Shomad, 2012)

Kemudahan memiliki arti tidak ada kesulitan atau tidak memerlukan usaha keras saat menggunakan teknologi tersebut. Demikian persepsi mengenai kemudahan penggunaan teknologi ini merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi yang digunakan tidak dibutuhkan usaha yang besar pada saat pengoperasian. Kepercayaan merupakan salah satu pondasi dari bisnis apapun, suatu transaksi bisnis antara dua belah pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing pihak saling mempercayai. (Utami, 2020)

Sikap adalah sebagai jumlah dari afeksi (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual dalam skala evaluatif dua kutub, misalnya baik atau jelek; setuju atau menolak, dan lainnya. (Anjani, 2020)

Karya ilmiah merupakan sebagai salah syarat bagi mahasiswa untuk menyelesaikan studi pada sebagian besar Perguruan Tinggi di Indonesia. Ketentuan ini berlaku untuk semua level jenjang pendidikan yaitu Skripsi strata satu (S1), Tesis strata dua (S2) Disertasi strata tiga (S3).

Berdasarkan pengalaman empirik banyak mahasiswa dan author yang kesulitan dalam mencari artikel pendukung untuk karya ilmiahnya sebagai penelitian terdahulu atau sebagai penelitian yang relevan. Artikel yang relevan di perlukan untuk memperkuat teori yang diteliti, untuk melihat hubungan atau pengaruh antar variabel dan membangun hipotesis. Artikel ini membahas pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Sikap Karyawan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce, suatu studi literature review dalam bidang Sistem Informasi Akuntansi.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dapat di rumuskan permasalahan yang akan dibahas guna membangun hipotesis untuk riset selanjutnya yaitu:

1. Apakah Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce?
2. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce?
3. Apakah Sikap Karyawan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce?

KAJIAN TEORI

Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce

Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat perilaku terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce yang di teliti oleh Izzati et al. (2020:1-5) mengemukakan variabel independen yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, kemudahan penggunaan persepsian, dan kegunaan persepsian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat berperilaku seseorang untuk menggunakan SIA berbasis e-commerce ditentukan oleh kontrol perilaku persepsian dan kegunaan persepsian.(Yanti, 2020).

Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce adalah Desain SIA ditentukan oleh beberapa minat berperilaku yaitu determinan dalam mengukur sikap penggunaan teknologi. Penelitian sebelumnya mengenai eservice sudah banyak dilakukan. (Deshpande, 2013) Dimensi atau indicator Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce adalah Sistem Informasi Akuntansi dengan basis e-commerce yaitu Sistem Informasi Akuntansi dengan pemanfaatan teknologi internet saat bertransaksi untuk pemeliharaan hubungan usaha, dan pembagian informasi bisnis (Hildani, 2023).

Persepsi Kegunaan

Persepsi Kegunaan adalah Menurut Amijaya (2010), rasa lega ini akan efek pada perilaku, yaitu orang yang lebih tinggi memiliki Semakin mudah sistem digunakan, semakin tinggi tingkat penggunaan teknologi Informasi.

Persepsi Kegunaan adalah intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan oleh penggunannya. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat individu dalam menggunakan e-commerce, (Shomad & Purnomosidhi, 2012).

Persepsi Kegunaan merupakan persepsi terhadap kemanfaatan yang didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Adalah (ROHIMANA, 2016).

Persepsi Kemudahan

Persepsi Kemudahan adalah Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan adalah apabila seseorang yakin bahwa memakai suatu teknologi itu dirasa mudah. Kemudahan diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tidak memerlukan usaha yang banyak.

Persepsi Kemudahan Adapun beberapa indikator Persepsi kemudahan pada teknologi informasi terbagi ke dalam empat kriteria, yaitu mudah dipelajari, mudah digunakan, mudah dioperasikan, dan dapat menambah keterampilan pengguna. (Persepsi et al., 2022).

Persepsi Kemudahan dapat digambarkan apabila seseorang yakin kalau memakai e-commerce akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan menggunakan e-commerce berkaitan dengan bagaimana seseorang merasa mudah saat melakukan transaksi belanja online. Dengan mudah menggunakannya dan mengoperasikannya, maka seseorang akan menimbulkan minat menggunakan e-commerce tersebut (Saputra, 2022).

Sikap Karyawan

Sikap Karyawan merupakan kumpulan perasaan, kepercayaan, dan pemikiran yang dipegang dan organisasi, sikap lebih spesifik daripada nilai dan bersifat permanen karena cara orang mempersepsi dan menghayari pekerjaannya sering berubah seiring waktu. Misalnya, situasi kerja seseorang mungkin berubah disebabkan oleh transfer kerja atau karena promosinya diterima atau ditolak. Akibatnya, sikap kerjanya mungkin juga berubah. (Latief et al., 2019).

Teknologi internet telah membuat belanja menjadi mudah, cepat dan lebih nyaman daripada pasar tradisional. Maka dari itu para pelaku usaha dan perusahaan serta sikap karyawan perlu memanfaatkan dengan cara menambah konsep strategi pemasaran produknya melalui jaringan marketplace E-commerce. (Irfan, 2019).

Sikap Karyawan yang baik juga menjadi salah satu faktor yang penting agar kinerja dapat berjalan secara optimal. Dijelaskan bahwa sikap karyawan adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk merespons secara konsisten terhadap sikap yang menyenangkan dan tidak menyenangkan dengan rasa menghargai kepada suatu objek tertentu. Sikap karyawan merupakan kumpulan perasaan, kepercayaan, dan pemikiran tentang cara berperilaku yang dipegang oleh seseorang tentang pekerjaan dan organisasinya. sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya (Subakti, 2013)

Tabel 1
Penelitian terdahulu yang relevan

No	Author (tahun)	Hasil Riset terdahulu	Persamaan dengan artikel ini	Perbedaan dengan artikel ini
1	(Yanti, 2020)	Pengaruh Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce	Pengaruh Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce	-
2	(Yolanda & Widijoko, 2013)	Pengaruh Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce	Pengaruh Persepsi Kemudahan berpegaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce	-
3	(Rahmawati & Nasih, 2022)	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Pengaruh Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Pengaruh Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce	Pengaruh Lifestyle terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce
.4	(Imelda Dian, 2022)	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Pengaruh Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce	Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce

.5	(Hasan et al., 2020)	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce	-	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Persepsi berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce
6	(Sainang & Aji, 2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce	Pengaruh Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce	Persepsi Kemanfaatan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce

METODE PENULISAN

Metode penulisan literature review ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif dan kajian pustaka (library research). Teori penelitian ini berhubungan atau berpengaruh antara variable buku dan jurnal baik offline di perpustakaan maupun online melalui Mendeley, Google Scholar dan media online lainnya.

Dalam penelitian kualitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi – asumsi metodologis. Artinya harus digunakan secara induktif sehingga tidak mengarahkan pertanyaan – pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Salah satu alasan utama untuk melakukan penelitian kualitatif yaitu bahwa penelitian tersebut bersifat eksploratif, (Ali & Likmakrisna, 2013).

PEMBAHASAN

Berdasarkan Kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pembahasan artikel *literature review ini* dalam konsentrasi Sistem Informasi Akuntansi adalah:

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce

Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce, berpengaruh terhadap minat berperilaku menggunakan sistem berbasis ecommerce hasil ini dapat dijelaskan bahwa, sebagian responden berasumsi dengan menggunakan sistem berbasis e-commerce akan meningkatkan produktivitasnya, sehingga sebagian responden menggunakan sistem untuk mendapatkan penghasilan atau mempermudah kinerja. Kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi 7 akuntansi berbasis e-commerce. (Ermawati & Delima, 2016).

Untuk meningkatkan Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce dengan memperhatikan Persepsi Kegunaan, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah mendukung para karyawan dalam menggunakan system informasi akuntansi yang berbasis ecommerce dan tetap menggunakan fungsi persepsi kegunaan.

Persepsi kegunaan merupakan keyakinan seseorang ketika menggunakan teknologi dapat memberikan manfaat dan hasil yang bagus terhadap suatu hal, Ketika teknologi itu mudah untuk digunakan maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan berkeinginan untuk menggunakan sistem itu. Berbeda ketika teknologi itu susah untuk digunakan maka pengguna akan merasa enggan untuk menggunakan sistem itu. (Ermawati & Delima, 2016).

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce

Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce, Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat perilaku pengguna system informasi akuntansi. Sistem informasi akuntansi menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan teknologi. Kemudahan bagi pengguna system informasi akuntansi dalam menggunakan sistem ecommerce akan mempengaruhi persepsi kemudahan (Wiyono, 2008).

Persepsi Kemudahan merupakan keyakinan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami sehingga pengguna tidak merasa berat ketika ada teknologi baru (Mulyana, 2005).

Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce, Persepsi kemudahan dalam menggunakan system informasi akuntansi sangat berpengaruh terhadap minat menggunakan sitem berbasis ecommerce. Seseorang akan lebih senang menggunakan sistem jika sistem tersebut mudah digunakan (Aulya, 2015).

Pengaruh Sikap Karyawan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce

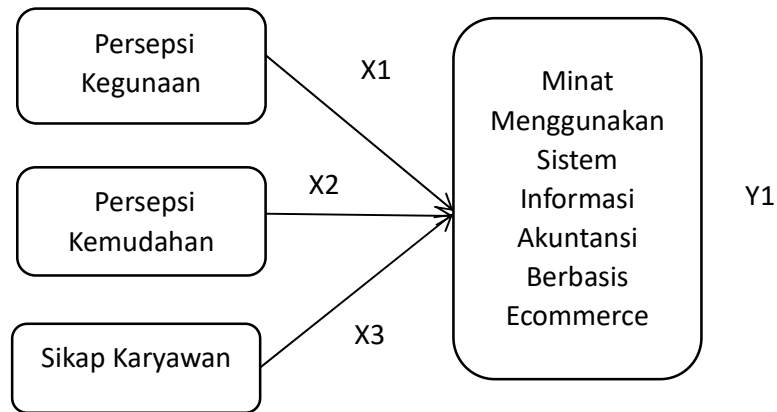
Sikap Karyawan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce, Sikap merupakan suatu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan yang diambil oleh seorang konsumen (Puspanintiyas, 2016).

Untuk meningkatkan Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce dengan memperhatikan sikap karyawan, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah mendukung para karyawan dalam proses kerja mereka dalam penggunaan system informasi akuntansi terhadap minat menggunakan system berbasis ecommerce.

Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh suatu keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau tindakan secara singkat, disebut keyakinan perilaku (behavioral beliefs) (Ajzen dalam Novitasari, 2016).

Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka di peroleh kerangka berfikir artikel ini seperti Gambar di bawah ini.



Gambar 1
Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar *conceptual framework* di atas, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap Karyawan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce. Selain dari tiga variabel eksogen ini yang memengaruhi y_1 , masih banyak variabel lain yang mempengaruhinya diantaranya adalah:

- a) Pengaruh Lifestyle: (Rahmawati & Nasih, 2022)
- b) Persepsi Manfaat: (Imelda Dian, 2022)
- c) Pengaruh Sikap: (Hasan et al., 2020)
- d) Persepsi Kemanfaatan: (Sainang & Aji, 2021)

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan teori, artikel yang relevan dan pembahasan maka dapat dirumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya:

1. Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce.
2. Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce.
3. Sikap Karyawan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce.

SARAN

Berdasarkan Kesimpulan di atas, maka saran pada artikel ini adalah bahwa masih banyak factor lain yang mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce. selain dari Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap Karyawan pada semua tipe dan level organisasi atau perusahaan, oleh karena itu masih di perlukan kajian yang lebih lanjut untuk mencari faktor-faktor lain apa saja yang dapat memengaruhi Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce selain yang varibel yang di teliti pada arikel ini..

Referensi

- Deshpande, S. (2013). Faktor - Faktor yang mempengaruhi minat perilaku menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce. *Journal of the American Chemical Society*, 123(10), 2176–2181. <https://shodhganga.inflibnet.ac.in/jspui/handle/10603/7385>
- Ermawati, N., & Delima, Z. M. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 5(2), 163–174. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/jai/article/view/895/731>
- Hasan, N., Marselina, A., & Ismail, N. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsi Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E- Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Flores Ende). *Jurnal Riset Ilmu Akuntansi*, 1(1), 1–11.
- Latief, A., Nurlina, N., Medagri, E., & Suharyanto, A. (2019). Pengaruh Manajemen Pengetahuan, Keterampilan dan Sikap terhadap Kinerja Karyawan. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 173. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.12608>
- Persepsi, D. A. N., Terhadap, K., & Saputra, A. (2022). *MINAT MENGGUNAKAN E-COMMERCE*. 17(2), 106–114.
- Rahmawati, I. D., & Nasih, M. (2022). Pengaruh Lifestyle, Computer Self Efficacy, Persepsi Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Sia Berbasis E-Commerce. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(3), 417–435. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5258>
- ROHIMANA, N. H. I. (2018). (2016). *PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPERCAYAAN PENGGUNA INTERNET DALAM BERTRANSAKSI ONLINE PADA SISTEM E-COMMERCE*. 1–23.
- Sainang, S., & Aji, A. W. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepuasan Pengguna Terhadap Minat Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (Pbb) Menggunakan Shopeepay. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(1), 129–140. <https://doi.org/10.26618/jrp.v4i1.6317>
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (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>
- Student, M. T., Kumar, R. R., Ommments, R. E. C., Prajapati, A., Blockchain, T.-A., MI, A. I., Randive, P. S. N., Chaudhari, S., Barde, S., Devices, E., Mittal, S., Schmidt, M. W. M., Id, S. N. A., PREISER, W. F. E., OSTROFF, E., Choudhary, R., Bit-cell, M., In, S. S., Fullfillment, P., ... Fellowship, W. (2021). ANALISIS FAKTOR - FAKTOR PENGARUH MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA APLIKASI PENJUALAN ONLINE DENGAN MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTED MODEL (TAM). *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Subakti, A. G. (2013). Pengaruh Motivasi, Kepuasan, dan Sikap Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Café X Bogor. *Binus Business Review*, 4(2), 596–606. <https://doi.org/10.21512/bbr.v4i2.1374>
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan

- Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 79–93.
<http://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/694%0Ahttp://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/download/694/265>
- Yanti, D. (2020). ... *Kemudahan Dan Sikap Karyawan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce (Studi Kasus: Pt ...*.
[http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1678%0Ahttp://repository.stei.ac.id/1678/3/BAB II.pdf](http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1678%0Ahttp://repository.stei.ac.id/1678/3/BAB%0AII.pdf)
- Yolanda, A., & Widijoko, W. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-commerce). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2), 1–20.
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1122>
- Deshpande, S. (2013). Faktor - Faktor yang mempengaruhi minat perilaku menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce. *Journal of the American Chemical Society*, 123(10), 2176–2181. <https://shodhganga.inflibnet.ac.in/jspui/handle/10603/7385>
- Ermawati, N., & Delima, Z. M. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 5(2), 163–174.
<http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/jai/article/view/895/731>
- Hasan, N., Marselina, A., & Ismail, N. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsi Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E- Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Flores Ende). *Jurnal Riset Ilmu Akuntansi*, 1(1), 1–11.
- Latief, A., Nurlina, N., Medagri, E., & Suharyanto, A. (2019). Pengaruh Manajemen Pengetahuan, Keterampilan dan Sikap terhadap Kinerja Karyawan. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 173. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.12608>
- Persepsi, D. A. N., Terhadap, K., & Saputra, A. (2022). *MINAT MENGGUNAKAN E-COMMERCE*. 17(2), 106–114.
- Rahmawati, I. D., & Nasih, M. (2022). Pengaruh Lifestyle, Computer Self Efficacy, Persepsi Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Sia Berbasis E-Commerce. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(3), 417–435.
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5258>
- ROHIMANA, N. H. I. (2018). (2016). *PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPERCAYAAN PENGGUNA INTERNET DALAM BERTRANSAKSI ONLINE PADA SISTEM E-COMMERCE*. 1–23.
- Sainang, S., & Aji, A. W. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepuasan Pengguna Terhadap Minat Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (Pbb) Menggunakan ShopeePAY. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(1), 129–140.
<https://doi.org/10.26618/jrp.v4i1.6317>
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (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>
- Student, M. T., Kumar, R. R., Ommments, R. E. C., Prajapati, A., Blockchain, T.-A., MI, A. I., Randive, P. S. N., Chaudhari, S., Barde, S., Devices, E., Mittal, S., Schmidt, M. W. M.,

- Id, S. N. A., PREISER, W. F. E., OSTROFF, E., Choudhary, R., Bit-cell, M., In, S. S., Fullfillment, P., ... Fellowship, W. (2021). ANALISIS FAKTOR - FAKTOR PENGARUH MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA APLIKASI PENJUALAN ONLINE DENGAN MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTED MODEL (TAM). *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Subakti, A. G. (2013). Pengaruh Motivasi, Kepuasan, dan Sikap Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Café X Bogor. *Binus Business Review*, 4(2), 596–606.
<https://doi.org/10.21512/bbr.v4i2.1374>
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 79–93.
<http://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/view/694%0Ahttp://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/download/694/265>
- Yanti, D. (2020). ... *Kemudahan Dan Sikap Karyawan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Ecommerce (Studi Kasus: Pt*
[http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1678%0Ahttp://repository.stei.ac.id/1678/3/BAB II.pdf](http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1678%0Ahttp://repository.stei.ac.id/1678/3/BAB%0AII.pdf)
- Yolanda, A., & Widijoko, W. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-commerce). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2), 1–20.
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1122>