



# Perceived Usefulness, Ease of Use, Security, Trust, dan Norm pada Minat Penggunaan Sistem Akuntansi E-Commerce TikTok

Dina Ratih Febrianti<sup>1)</sup>, Kurniawati Mutmainah<sup>2)\*</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Sains Al-Qur'an, Indonesia

<sup>2)</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Sains Al-Qur'an, Indonesia

<sup>1)</sup>[dinaratih548@gmail.com](mailto:dinaratih548@gmail.com), <sup>2)</sup>[niakurnia.m@gmail.com](mailto:niakurnia.m@gmail.com)

\*Kurniawati Mutmainah

**Diserahkan** : 16 April 2026 | **Diterima** : 19 Mei 2026 | **Diterbitkan** : 31 Mei 2026

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi secara mendalam mengenai berbagai determinan yang menjadi pendorong minat mahasiswa program studi akuntansi di Universitas Sains Al-Qur'an dalam mengadopsi Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berbasis *e-commerce* melalui platform TikTok. Kajian ini difokuskan pada pengujian empiris terhadap beberapa variabel kunci yang diprediksi memengaruhi perilaku pengguna, di antaranya adalah *perceived usefulness* (persepsi kegunaan), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), *perceived security* (persepsi keamanan), *perceived trust* (persepsi kepercayaan), serta *subjective norm* (norma subjektif). Metodologi yang diterapkan dalam riset ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran instrumen kuesioner kepada mahasiswa aktif. Melalui prosedur *purposive sampling*, diperoleh sampel sebanyak 116 responden yang memenuhi kriteria sebagai sumber data primer. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 25 untuk menguji signifikansi pengaruh antar variabel yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan adanya pola pengaruh yang bervariasi di antara variabel-variabel tersebut. Temuan penelitian membuktikan bahwa dimensi *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, serta *perceived security* memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam memanfaatkan SIA berbasis *e-commerce* di aplikasi TikTok. Sebaliknya, variabel *perceived trust* dan *subjective norm* menunjukkan hasil yang tidak signifikan, yang berarti bahwa tingkat kepercayaan individu maupun pengaruh lingkungan sosial tidak menjadi faktor penentu utama dalam penggunaan platform tersebut. Secara teoretis, hasil ini memberikan kesimpulan bahwa efisiensi fungsional, kemudahan operasional, dan jaminan perlindungan data merupakan pertimbangan fundamental bagi mahasiswa dibandingkan tekanan sosial maupun faktor kepercayaan subjektif.

**Kata Kunci:** Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, Perceived Trust, Subjective Norm..

## 1. PENDAHULUAN

Dinamika teknologi informasi telah memicu transformasi fundamental di berbagai lini kehidupan, tidak terkecuali pada sistem informasi akuntansi (SIA). Kehadiran teknologi mutakhir tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu aktivitas harian, tetapi telah berevolusi menjadi instrumen strategis yang mempermudah riset, komunikasi, hingga transaksi komersial secara profesional (Lasiba, 2022). Salah satu manifestasi nyata dari kemajuan ini adalah masifnya penggunaan *e-commerce*, yang membuka



ruang baru bagi penerapan sistem informasi digital yang lebih fleksibel dan terintegrasi di berbagai sektor ekonomi.

Dalam perkembangannya, pemanfaatan e-commerce kini tidak lagi hanya menjadi ranah pelaku usaha besar, melainkan telah merambah ke kalangan akademisi, khususnya mahasiswa yang mulai merintis bisnis berbasis daring. Secara konseptual, Sistem Informasi Akuntansi berbasis e-commerce merupakan bentuk integrasi teknologi internet ke dalam siklus akuntansi, mulai dari pemrosesan data transaksi hingga pengelolaan relasi bisnis secara elektronik. Dengan demikian, sistem ini bertransformasi dari sekadar media pencatatan menjadi alat manajerial yang komprehensif untuk menjaga keberlangsungan usaha di era digital.

Tren ini semakin diperkuat dengan popularitas platform media sosial yang bertransformasi menjadi pusat aktivitas ekonomi, seperti TikTok. Platform yang semula hanya menjadi media hiburan kini telah menjelma menjadi kekuatan baru dalam ekosistem jual beli melalui fitur TikTok Shop dan live commerce (Melisa, 2024). Fenomena ini menciptakan peluang besar bagi mahasiswa akuntansi untuk mengolah data transaksi yang dihasilkan TikTok ke dalam aplikasi akuntansi seperti Microsoft Excel, MYOB dan Accurate guna menghasilkan informasi keuangan yang akurat. Mahasiswa yang memiliki literasi digital tinggi memandang TikTok bukan hanya sekadar tempat rekreasi virtual, melainkan media praktis untuk mendalami operasional SIA berbasis e-commerce.

Namun, munculnya ketertarikan individu dalam hal ini mahasiswa terhadap teknologi tidak terjadi secara otomatis. Minat penggunaan teknologi ini dipengaruhi oleh sejauh mana sistem tersebut dirasakan memiliki kegunaan dan kemudahan dalam pengoperasiannya (Permana dan Damayanti, 2022). Secara teoritis, tingkat penerimaan mahasiswa terhadap inovasi digital dapat diukur melalui pendekatan yang menggambarkan bagaimana mereka merespons dan mengadopsi sistem baru tersebut dalam aktivitas profesional maupun edukatif mereka.

Idealnya, mahasiswa dengan latar belakang pendidikan akuntansi memiliki minat yang tinggi terhadap implementasi SIA berbasis e-commerce sebagai bekal kewirausahaan. Namun, realitas di lapangan sering kali menunjukkan pola yang berbeda. Untuk menggali fenomena tersebut, observasi awal dilakukan terhadap mahasiswa akuntansi di tiga institusi, yaitu Universitas Sains Al-Qur'an (UNSIQ), UIN Saifuddin Zuhri (UIN SAIZU), dan Universitas Tidar (UNTID). Survei ini bertujuan untuk memetakan sejauh mana minat mereka terhadap integrasi TikTok ke dalam sistem informasi akuntansi.

Tabel 1. Data Survey Awal

| No         | Universitas   | Persentase |             |       |
|------------|---|------------|-------------|-------|
|            |   | Minat      | Tidak Minat | Total |
| 1.         | Universitas Sains Al-Qur'an (UNSIQ)                             | 11         | 24          | 35    |
| 2.         | Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri Purwokerto (UIN SAIZU) | 17         | 18          | 35    |
| 3.         | Universitas Tidar (UNTID)                                       | 20         | 15          | 35    |
| Jumlah     |   | 48         | 57          | 105   |
| Persentase |   | 45,7%      | 54,3%       | 100%  |

Berdasarkan data primer pada Tabel 1, terlihat kesenjangan minat yang cukup kontras. Mahasiswa UNSIQ menunjukkan tingkat minat terendah, di mana hanya 31,4% (11 responden) yang menyatakan ketertarikan, sementara mayoritas sebesar 68,6% (24 responden) merasa tidak berminat. Kondisi ini

berbeda dengan mahasiswa UIN SAIZU yang cenderung seimbang, serta mahasiswa Universitas Tidar yang mayoritas (57,1%) justru memberikan respons positif. Rendahnya angka minat di UNSIQ menjadi dasar pemilihan lokasi penelitian, karena dianggap menjadi sampel yang paling relevan untuk mengevaluasi hambatan dalam adopsi teknologi digital.

Penelusuran lebih lanjut mengenai rendahnya minat mahasiswa UNSIQ dirangkum dalam hasil *pilot study* berikut:

Tabel 2. Hasil *pilot study* Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Mahasiswa Universitas Sains Al-Qur'an

| No | Keterangan  | Persentase              |   |                                  |
|----|---|-------------------------|---|----------------------------------|
|    |   | Minat                   | Tidak minat                                     | Total                            |
| 1. | Sejauh mana anda tertarik atau berminat untuk menggunakan TikTok sebagai bagian dari sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> ?        | 38,2%                   | 61,8%   | 100%                             |
| 2. | Apa alasan utama anda belum tertarik atau ragu dalam menggunakan TikTok sebagai bagian dari sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> ? | 29,4%<br>Kurang percaya | 26,5%<br>Kurang memahami manfaat dan kegunaanya | 32,4%<br>Meragukan keamanan data |

Dari Tabel 2 menunjukkan bahwa keraguan mahasiswa bersumber dari persepsi risiko keamanan data (32,4%), rendahnya kepercayaan terhadap sistem (29,4%), serta kurangnya pemahaman akan fungsi dari teknologi tersebut (26,5%). Menanggapi isu tersebut, penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah dikembangkan dengan menambahkan dimensi lain guna mendapatkan analisis yang lebih tajam. Model ini menjelaskan bahwa niat perilaku ditentukan oleh *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan yang dirasakan). Selain itu, untuk menyesuaikan dengan konteks belanja digital di TikTok, variabel *perceived security*, *perceived trust*, dan *subjective norm* turut dilibatkan sebagai prediktor minat penggunaan.

Penelitian ini merupakan bentuk pengembangan dari studi Hamdani (2023). Letak perbedaannya terdapat pada penyesuaian variabel independen, di mana variabel *complexity* diganti dengan *perceived security* dan *perceived trust*. Langkah ini diambil karena di dalam ekosistem TikTok, aspek keamanan transaksi dan kepercayaan terhadap keandalan sistem dianggap lebih krusial dibandingkan sekadar tingkat kerumitan aplikasi. Fokus riset ini tetap diarahkan pada mahasiswa Akuntansi Universitas Sains Al-Qur'an sebagai subjek utama untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan platform media sosial sebagai instrumen akuntansi di masa depan.

Fokus utama dalam kajian ini adalah untuk membedah sejauh mana pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived trust*, serta *subjective norm* berkontribusi terhadap ketertarikan mahasiswa Akuntansi UNSIQ dalam mengadopsi SIA berbasis *e-commerce* di platform TikTok. Guna memberikan arah analisis yang sistematis, penelitian ini dirancang untuk menjawab rangkaian pertanyaan mengenai apakah persepsi akan manfaat dan kemudahan penggunaan mampu memberikan dampak positif terhadap minat pemanfaatan sistem tersebut. Selain itu, poin krusial lainnya yang ingin dijawab adalah sejauh mana jaminan keamanan dan tingkat kepercayaan yang dirasakan pengguna, serta pengaruh norma subjektif dari lingkungan sekitar, secara nyata berpengaruh positif dalam mendorong para mahasiswa untuk mengintegrasikan aplikasi TikTok ke dalam aktivitas akuntansi berbasis digital mereka.



Aspek kebergunaan atau *perceived usefulness* menjadi faktor fundamental bagi individu dalam mengevaluasi nilai suatu teknologi, di mana ketergantungan terhadap sistem akan muncul apabila pengguna meyakini adanya manfaat nyata dalam produktivitas mereka (Lasiba, 2022). Dorongan untuk mengadopsi suatu platform akan menguat saat pengguna merasakan adanya peningkatan efisiensi serta efektivitas kerja. Hal ini sejalan dengan temuan Hamdani (2023) serta Awaliah (2021) yang mengonfirmasi bahwa persepsi kegunaan secara konsisten menjadi prediktor kuat dalam menumbuhkan niat penggunaan SIA digital. Secara teori, semakin besar manfaat fungsional yang ditawarkan oleh aplikasi TikTok dalam mempermudah aktivitas akuntansi, maka intensitas minat mahasiswa untuk memanfaatkannya akan semakin tinggi, begitupun sebaliknya. Sehingga disusun hipotesis sebagai berikut:

H1: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi TikTok.

Kemudahan dalam mengoperasikan sebuah sistem atau *perceived ease of use* mencerminkan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi tersebut tidak menuntut pengorbanan usaha yang berlebihan (Lasiba, 2022). Menurut Melisa (2024), kemudahan navigasi dan pemahaman terhadap antarmuka sistem akan memberikan stimulus positif yang mendorong adopsi teknologi secara lebih masif. Bukti empiris dari Budiastuti dan Muid (2020) serta Kusumawardani (2023) memperkuat argumen bahwa simplisitas sistem berpengaruh nyata terhadap ketertarikan pengguna di ranah *e-commerce*. Dengan demikian, apabila fitur-fitur pada TikTok dirasakan intuitif dan tidak membingungkan bagi proses akuntansi, maka kecenderungan mahasiswa untuk menggunakannya akan meningkat secara signifikan. Sehingga disusun hipotesis sebagai berikut:

H2: *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi TikTok.

*Perceived security* merupakan penilaian subjektif mengenai perlindungan data dan mitigasi risiko dalam sebuah lingkungan digital yang dipengaruhi oleh rasa aman secara psikologis (Robaniyah dan Kurnianingsih, 2021). Meskipun sistem secara teknis terlindungi, kekhawatiran pribadi dapat menjadi penghambat utama dalam penerimaan teknologi. Robaniyah dan Kurnianingsih (2021) menunjukkan adanya dampak positif keamanan terhadap minat penggunaan, meskipun temuan Indrayani (2024) mencatat hasil yang berbeda pada konteks tertentu. Namun secara umum, jaminan bahwa data pribadi tetap terlindungi dan transaksi berlangsung tanpa kendala teknis di TikTok akan membangun kepercayaan pengguna untuk tetap loyal menggunakan platform tersebut. Sehingga disusun hipotesis sebagai berikut:

H3: *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi TikTok.

Kepercayaan atau *perceived trust* menempati posisi sentral dalam ekosistem bisnis digital, di mana pengguna bersedia menanggung risiko tertentu karena memiliki harapan bahwa sistem akan bekerja secara andal dan jujur (Arriza et al., 2022). Menurut Gunawan dan Suartina (2021) keyakinan bahwa sebuah platform tidak akan merugikan pengguna adalah katalisator penting bagi kesiapan individu dalam mengintegrasikan sistem akuntansi. Hasil studi Indrayani (2024) serta Kusumawardani (2023) memvalidasi bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi berbanding lurus dengan peningkatan minat transaksi di *e-commerce*. Oleh sebab itu, ketika mahasiswa memiliki keyakinan penuh terhadap integritas platform TikTok, maka minat mereka untuk menjadikannya bagian dari sistem informasi akuntansi akan tumbuh lebih kuat. Sehingga disusun hipotesis sebagai berikut:

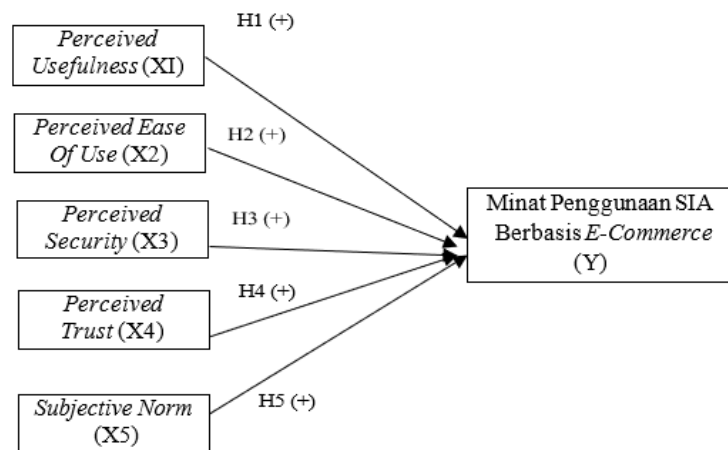
H4: *Perceived Trust* berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi TikTok.



*Subjective norm* menggambarkan bagaimana tekanan sosial atau dorongan dari lingkungan sekitar mampu mengarahkan keputusan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. Motivasi yang bersumber dari orang tua, kolega, hingga tren di media sosial memiliki peran krusial dalam memengaruhi persepsi individu terhadap teknologi baru (Awaliah, 2021). Temuan Siti Hildani (2023) serta Awaliah (2021) menegaskan bahwa lingkungan yang suportif terhadap penggunaan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* akan meningkatkan peluang individu untuk ikut berpartisipasi. Hal ini mengindikasikan bahwa jika mahasiswa akuntansi berada dalam iklim sosial yang mendukung penggunaan fitur komersial TikTok, maka norma kolektif tersebut akan memicu peningkatan minat mereka secara substansial. Sehingga disusun hipotesis sebagai berikut:

H5: *Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi TikTok.

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dibuat model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

## 2. METODE

Populasi dalam penelitian ini memfokuskan pada seluruh mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur'an (UNSIQ) Jawa Tengah. Penentuan kelompok ini didasarkan pada asumsi bahwa mahasiswa akuntansi memiliki kompetensi kognitif yang relevan terkait literasi Sistem Informasi Akuntansi (SIA), terutama dalam mengamati fenomena integrasi bisnis pada aplikasi TikTok. Tercatat sebanyak 312 mahasiswa menjadi bagian dari populasi amatan yang akan dipelajari karakteristiknya guna menarik kesimpulan yang akurat.

Dalam riset ini, pemilihan sampel dilakukan secara selektif untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar representatif terhadap fenomena yang dikaji. Penelitian ini menerapkan teknik *purposive sampling*, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan kriteria khusus yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun batasan yang ditetapkan dalam proses seleksi sampel adalah sebagai berikut:

1. Status Akademik: Responden merupakan mahasiswa aktif pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur'an (UNSIQ).
2. Aktivitas Digital: Mahasiswa yang secara aktif memanfaatkan platform TikTok bukan sekadar untuk hiburan, melainkan sebagai instrumen *e-commerce* dalam melakukan transaksi jual maupun beli produk.
3. Kompetensi Teknis: Responden telah menempuh dan menyelesaikan mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi (SIA) guna menjamin pemahaman dasar mengenai pengolahan data keuangan digital.



Berdasarkan parameter tersebut, dari total populasi sebanyak 312 mahasiswa, dilakukan eliminasi terhadap 19 mahasiswa non-aktif, 33 mahasiswa yang menggunakan TikTok hanya untuk hiburan, serta 126 mahasiswa yang belum mengambil mata kuliah SIA. Melalui proses penyaringan ini, diperoleh jumlah sampel final sebanyak 134 responden yang layak untuk dianalisis lebih lanjut (Data primer diolah, 2026). Riset ini mengandalkan data primer sebagai basis analisis utama. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumber aslinya tanpa melalui perantara, sehingga peneliti memiliki kendali penuh atas keaslian data tersebut. Dalam konteks ini, sumber data diperoleh dari tanggapan mahasiswa Akuntansi UNSIQ yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring.

Adapun teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah metode survei melalui kuesioner terstruktur. Metode ini dilakukan dengan menyusun seperangkat pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden guna mengukur persepsi mereka secara objektif (Sugiyono, 2013). Proses penghimpunan informasi dilakukan dengan menyebarkan tautan kuesioner kepada responden, mencatat hasilnya, serta melakukan telaah terhadap literatur pendukung seperti jurnal dan referensi internet guna memperkuat hasil analisis. Dalam penelitian ini, fokus utama diarahkan pada minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berbasis *e-commerce* sebagai variabel dependen. Untuk memprediksi kecenderungan tersebut, digunakan lima variabel independen yang terdiri dari *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived trust*, serta *subjective norm*.

Minat Penggunaan SIA Berbasis *E-Commerce* (Y) dalam konteks studi ini direpresentasikan sebagai niat perilaku atau motivasi kuat seorang individu untuk mengintegrasikan teknologi digital ke dalam manajemen informasi akuntansi (Anggraeni, 2022). Pengukuran terhadap variabel ini dilakukan melalui instrumen kuesioner yang dirancang untuk menangkap sejauh mana keinginan mahasiswa dalam mengoptimalkan fitur-fitur komersial pada platform TikTok. *Perceived Usefulness* (X1) atau persepsi kegunaan diartikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna bahwa adopsi terhadap teknologi tertentu akan memberikan dampak positif pada efisiensi serta produktivitas kerja (Budiastuti dan Muid, 2020). Variabel ini diukur berdasarkan penilaian subjektif mahasiswa mengenai fungsionalitas dan nilai tambah TikTok dalam mendukung kegiatan akuntansi berbasis digital. *Perceived Ease of Use* (X2) merujuk pada derajat keyakinan individu bahwa pengoperasian suatu sistem dapat dilakukan tanpa hambatan yang berarti atau upaya yang menyulitkan (Anggraeni, 2022). Indikator variabel ini mencakup evaluasi terhadap aksesibilitas sistem, desain antarmuka yang ramah pengguna, serta tingkat kemudahan dalam menguasai fitur-fitur yang tersedia di dalam aplikasi.

*Perceived Security* (X3) mencerminkan pandangan subjektif responden mengenai tingkat keamanan dan perlindungan data selama berinteraksi dengan platform (Robaniyah dan Kurnianingsih, 2021). Pengukuran dilakukan dengan mengevaluasi rasa aman mahasiswa terhadap potensi risiko transaksi digital. *Perceived Trust* (X4) merupakan kesediaan pengguna untuk mengandalkan sistem dengan harapan bahwa platform tersebut dapat diandalkan dan konsisten dalam menjalankan fungsinya (Arriza et al., 2022). Indikator pengukurannya meliputi tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap integritas aplikasi. *Subjective Norm* (X5) mengacu pada adanya pengaruh atau tekanan sosial dari lingkungan sekitar yang memotivasi individu untuk melakukan tindakan tertentu (Hamdani, 2023). Variabel ini diukur berdasarkan seberapa besar dukungan teman, dosen, atau lingkungan sosial dalam mendorong penggunaan platform tersebut.

Seluruh variabel di atas diukur menggunakan skala Likert 1-5, mulai dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Model persamaan regresi yang dibentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$



Keterangan :

- Y : Minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*
- $\alpha$  : Konstanta
- $\beta$  : Koefisien variabel independent X
- X<sub>1</sub> : *Perceived Usefulness*
- X<sub>2</sub> : *Perceived Ease Of Use*
- X<sub>3</sub> : *Perceived Security*
- X<sub>4</sub> : *Perceived Trust*
- X<sub>5</sub> : *Subjective Norm*
- E : Error

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Objek Penelitian

Tabel 3. Rincian Penyebaran Kuesioner Penelitian

| Keterangan                     | Jumlah Kuesioner | Persentase |
|--------------------------------|------------------|------------|
| Kuesioner yang disebar         | 134              | 100%       |
| Kuesioner yang kembali         | 116              | 87%        |
| Kuesioner yang tidak kembali   | 18               | 13%        |
| Kuesioner yang diolah          | 116              | 87%        |
| Response Rate (116/134) x 100% |                  | 87%        |
| Kuesioner diolah               |                  | 116        |

Sumber: Data primer diolah, 2026

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mendistribusikan instrumen kuesioner kepada 134 responden yang telah memenuhi kriteria sampel. Dari total sebaran tersebut, peneliti berhasil mengumpulkan kembali sebanyak 116 kuesioner, sementara 18 kuesioner lainnya tidak kembali hingga batas waktu yang ditentukan. Setelah dilakukan verifikasi, seluruh 116 kuesioner yang terkumpul dinyatakan lengkap dan layak untuk diproses lebih lanjut dalam tahap analisis. Capaian ini menunjukkan tingkat respons (*response rate*) sebesar 87%, sebuah angka yang dinilai cukup tinggi dan representatif untuk menggambarkan fenomena minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* di kalangan mahasiswa akuntansi secara valid.

#### Statistik Deskriptif

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

|       |           | Jenis Kelamin |         |               |                    |
|-------|-----------|---------------|---------|---------------|--------------------|
|       |           | Frequency     | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Laki-laki | 31            | 26.7    | 26.7          | 26.7               |
|       | Perempuan | 85            | 73.3    | 73.7          | 100.0              |
|       | Total     | 116           | 100.0   | 100.0         |                    |

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Data demografis menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, yakni sebanyak 85 mahasiswa atau mencakup 73,3% dari total sampel. Sementara itu, partisipasi laki-laki tercatat sebesar 26,7% dengan jumlah 31 responden. Komposisi ini mencerminkan profil mahasiswa akuntansi di lokasi penelitian yang memang cenderung lebih banyak perempuan,

sehingga perspektif mereka menjadi kontributor utama dalam analisis minat penggunaan teknologi digital pada aplikasi TikTok ini.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Masuk Menjadi Mahasiswa

|       |       | <b>Tahun Masuk</b> |                |                      |                           |
|-------|-------|--------------------|----------------|----------------------|---------------------------|
|       |       | <i>Frequency</i>   | <i>Percent</i> | <i>Valid Percent</i> | <i>Cumulative Percent</i> |
| Valid | 2021  | 19                 | 16.4           | 16.4                 | 16.4                      |
|       | 2022  | 51                 | 44.0           | 44.0                 | 60.3                      |
|       | 2023  | 46                 | 39.7           | 39.7                 | 100.0                     |
|       | Total | 116                | 100.0          | 100.0                |                           |

Sumber: Data primer diolah, 2026

Ditinjau dari tahun masuk menjadi mahasiswa, responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa angkatan 2022 dengan jumlah 51 orang (44%), disusul oleh angkatan 2023 sebanyak 46 orang (39,7%), dan sisanya sebanyak 19 orang (16,4%) berasal dari angkatan 2021. Sebaran ini menunjukkan bahwa mayoritas partisipan berada pada tingkat semester menengah yang secara akademis telah menempuh mata kuliah kompetensi utama, sehingga data yang dihasilkan memiliki relevansi yang kuat dengan tujuan penelitian mengenai sistem informasi akuntansi.

Tabel 6 . Statistik Deskriptif Variabel

| Variabel                     | Std.Deviasi | Kisaran Aktual | Rata-rata Aktual | Kisaran Teoritis | Rata-rata teoritis |
|------------------------------|-------------|----------------|------------------|------------------|--------------------|
| <i>Perceived Usefulness</i>  | 1.18554     | 12-20          | 16.37            | 4-20             | 12                 |
| <i>Perceived Ease Of Use</i> | 1.65646     | 7-15           | 12.39            | 3-15             | 9                  |
| <i>Perceived Security</i>    | 1.02338     | 5-10           | 8.30             | 2-10             | 6                  |
| <i>Perceived Trust</i>       | 1.37781     | 11-15          | 13.12            | 3-15             | 9                  |
| <i>Subjective Norm</i>       | 1.26988     | 4-10           | 8.07             | 2-10             | 6                  |
| Minat Penggunaan SIA         | 2.79219     | 12-20          | 15.94            | 4-20             | 12                 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai rata-rata (*mean*) aktual yang lebih tinggi dibandingkan rata-rata teoritisnya. Hal ini mengindikasikan bahwa responden secara umum memberikan respon positif terhadap variabel yang diteliti. Secara spesifik, variabel *Perceived Usefulness* dan Minat Penggunaan SIA mencatatkan rata-rata tertinggi, yang mencerminkan besarnya persepsi mahasiswa terhadap manfaat dan niat dalam mengadopsi teknologi digital. Nilai standar deviasi yang relatif kecil pada seluruh variabel juga menunjukkan bahwa sebaran data bersifat homogen atau tidak terdapat kesenjangan jawaban yang ekstrem di antara para responden.

Tabel 7. Uji Validitas

| Variabel  | Kisaran Korelasi  | Sig.  | Keterangan |
|---|-------------------|-------|------------|
| <i>Perceived Usefulness</i>                     | 0,724** – 0,853** | 0,000 | Valid      |
| <i>Perceived Ease Of Use</i>                    | 0,666** – 0,795** | 0,000 | Valid      |
| <i>Perceived Security</i>                       | 0,825** – 0,873** | 0,000 | Valid      |
| <i>Perceived Trust</i>                          | 0,780** – 0,839** | 0,000 | Valid      |
| <i>Subjective Norm</i>                          | 0,926** – 0,932** | 0,000 | Valid      |
| Minat Penggunaan SIA Berbasis <i>E-Commerce</i> | 0,799** – 0,900** | 0,000 | Valid      |

Sumber: Data primer diolah, 2026



Berdasarkan uji validitas, ditemukan bahwa seluruh item pernyataan yang dioperasikan dalam riset ini memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Angka tersebut menunjukkan nilai yang berada jauh di bawah kriteria limit 0,05, yang menegaskan keabsahan setiap butir instrumen. Selain itu, sebaran koefisien korelasi pada masing-masing variabel menunjukkan tren positif yang solid, dengan rentang nilai yang dimulai dari variabel *Perceived Ease of Use* sebagai yang terendah hingga *Subjective Norm* sebagai yang tertinggi. Hasil ini memberikan konfirmasi bahwa seluruh perangkat pengukuran yang digunakan telah teruji validitasnya, sehingga mampu menangkap fenomena pada setiap variabel secara presisi dan sesuai dengan sasaran penelitian.

Tabel 8 . Uji Reliabilitas

| Variabel  | <i>Cronbach Alpha Based On Standarized Item</i> | Batas Alpha | Keterangan |
|---|---|-------------|------------|
| <i>Perceived Usefulness</i>                     | 0,804   | 0,60        | Reliabel   |
| <i>Perceived Ease Of Use</i>                    | 0,627   | 0,60        | Reliabel   |
| <i>Perceived Security</i>                       | 0,615   | 0,60        | Reliabel   |
| <i>Perceived Trust</i>                          | 0,756   | 0,60        | Reliabel   |
| <i>Subjective Norm</i>                          | 0,842   | 0,60        | Reliabel   |
| Minat Penggunaan SIA Berbasis <i>E-Commerce</i> | 0,865   | 0,60        | Reliabel   |

Sumber: Data primer diolah, 2026

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel dalam riset ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang berada di atas kriteria minimum 0,60. Secara spesifik, variabel *Subjective Norm* serta Minat Penggunaan SIA Berbasis *E-Commerce* menunjukkan tingkat konsistensi yang paling menonjol. Hal ini mencerminkan bahwa butir-butir pernyataan dalam instrumen penelitian mampu menghasilkan data yang stabil dan konsisten dalam merepresentasikan konsep yang diukur. Dengan demikian, kuesioner ini dinyatakan memenuhi syarat reliabilitas yang sangat baik, sehingga layak dan kredibel untuk dioperasikan sebagai alat pengumpulan data primer dalam tahapan riset berikutnya.

Tabel 9. Uji *Goodness Of Fit Model* (Uji F)

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |     |             |       |                   |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F     | Sig.              |
| 1                  | Regression | 185.230        | 5   | 37.046      | 5.729 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 711.348        | 110 | 6.467       |       |                   |
|                    | Total      | 896.578        | 115 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: totally

b. Predictors: (Constant), TotalX5, TotalX3, TotalX, TotalX4, TotalX2

Sumber: Data primer diolah, 2026

Melalui uji kelayakan model (*Goodness of Fit*) yang dipaparkan dalam tabel ANOVA (Tabel 9), ditemukan nilai F-hitung sebesar 5,729 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Mengingat nilai signifikansi tersebut berada jauh di bawah ambang batas 0,05, maka model regresi dalam studi ini diklasifikasikan dalam kategori layak (*fit*). Temuan ini memberikan konfirmasi secara statistik bahwa seluruh variabel independent yakni *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived trust*, serta *subjective norm* secara simultan memberikan pengaruh yang nyata terhadap ketertarikan mahasiswa Akuntansi UNSIQ dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce*.



Tabel 10. Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Standardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-----------------------|
| N                                |                | 116                   |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000              |
|                                  | Std. Deviation | .97801929             |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .076                  |
|                                  | Positive       | .065                  |
|                                  | Negative       | -.076                 |
| Test Statistic                   |                | .076                  |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .095 <sup>c</sup>     |

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data primer diolah, 2026

Guna memvalidasi reliabilitas model regresi, penelitian ini menerapkan uji normalitas dengan pendekatan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Temuan empiris menunjukkan perolehan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,095. Oleh karena koefisien tersebut melampaui standar signifikansi 0,05, dapat ditegaskan bahwa distribusi nilai residual dalam studi ini telah memenuhi kriteria normalitas. Keberhasilan dalam pemenuhan asumsi klasik ini memberikan legitimasi bagi penggunaan prosedur statistik parametrik, mengingat model yang digunakan telah memiliki basis objektivitas yang kuat dalam proses estimasi parameter.

Tabel 11. Uji Multikolinearitas

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Coefficients <sup>a</sup>      |       |      | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t     | Sig. | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) | -4.002                      | 4.358      |                                | -.918 | .361 |                         |       |
|       | TotalX     | .281                        | .131       | .183                           | 2.143 | .034 | .995                    | 1.006 |
|       | TotalX2    | .406                        | .148       | .241                           | 2.746 | .007 | .937                    | 1.067 |
|       | TotalX3    | .744                        | .240       | .273                           | 3.102 | .002 | .933                    | 1.071 |
|       | TotalX4    | .218                        | .176       | .108                           | 1.239 | .218 | .956                    | 1.046 |
|       | TotalX5    | .158                        | .189       | .072                           | .839  | .403 | .977                    | 1.023 |

- a. Dependent Variable: totally  
 Sumber: Data primer diolah, 2026

Evaluasi terhadap gejala multikolinieritas dilakukan guna menjamin bahwa tidak terdapat korelasi antarvariabel independen yang dapat mengganggu reliabilitas model regresi. Merujuk pada data yang tersaji dalam Tabel 11, teridentifikasi bahwa semua variabel memiliki nilai *Tolerance* yang melampaui ambang 0,10. Selaras dengan itu, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) berada pada rentang 1,006 hingga 1,071, yang mana angka tersebut jauh di bawah batas maksimum 10. Temuan ini secara empiris menegaskan bahwa model penelitian ini steril dari gangguan multikolinieritas. Dengan demikian, setiap

variabel bebas bersifat ortogonal dan memiliki kapasitas yang valid dalam memprediksi minat penggunaan SIA secara parsial.

Tabel 12. Uji Heterokedastisitas

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Coefficients <sup>a</sup>      |  | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|--|-------|------|-------------------------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Standardized Coefficients Beta |  |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant) | -.158                       | 2.313      |                                |  | -.069 | .945 |                         |       |
| TotalX       | .051                        | .069       | .068                           |  | .733  | .465 | .995                    | 1.006 |
| TotalX2      | .144                        | .078       | .176                           |  | 1.829 | .070 | .937                    | 1.067 |
| TotalX3      | -.089                       | .127       | -.068                          |  | -.703 | .484 | .933                    | 1.071 |
| TotalX4      | -.041                       | .093       | -.042                          |  | -.440 | .661 | .956                    | 1.046 |
| TotalX5      | .112                        | .100       | .106                           |  | 1.122 | .264 | .977                    | 1.023 |

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: Data primer diolah, 2026

Identifikasi terhadap gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini diupayakan melalui penerapan Uji Glejser, yang dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap seluruh variabel bebas. Merujuk pada data yang dipaparkan dalam Tabel 12, hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien signifikansi (Sig.) pada setiap variabel independen secara konsisten melampaui limitasi 0,05. Ketiadaan variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap absolut residual menegaskan bahwa model regresi ini telah lolos dari kendala heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya asumsi ini, dapat dipastikan adanya homogenitas varians residual di seluruh poin pengamatan, sehingga parameter yang diestimasi tetap memiliki sifat yang efisien, tidak bias, dan akurat.

Tabel 13. Uji Hipotesis Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Coefficients <sup>a</sup>      |  | t     | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|--|-------|------|
|              | B                           | Std. Error | Standardized Coefficients Beta |  |       |      |
| 1 (Constant) | -4.002                      | 4.358      |                                |  | -.918 | .361 |
| TotalX1      | .281                        | .131       | .183                           |  | 2.143 | .034 |
| TotalX2      | .406                        | .148       | .241                           |  | 2.746 | .007 |
| TotalX3      | .744                        | .240       | .273                           |  | 3.102 | .002 |
| TotalX4      | .218                        | .176       | .108                           |  | 1.239 | .218 |
| TotalX5      | .158                        | .189       | .072                           |  | .839  | .403 |

a. Dependent Variable: totally

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel 13 dapat diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut:

$$Y = -4,002 + 0,281 X_1 + 0,406 X_2 + 0,744 X_3 + 0,218 X_4 + 0,158 X_5 + 2,54299$$



Nilai konstanta (*alpha*) sebesar -4,002 memberikan gambaran bahwa apabila seluruh variabel independen (kegunaan, kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan norma subjektif) bernilai konstan, maka kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan SIA berbasis *e-commerce* di TikTok akan bernilai negatif atau mahasiswa UNSIQ yang menjadi responden dalam penelitian ini kurang berminat dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce*. Nilai koefisien regresi untuk variabel *Perceived Usefulness* (X1) sebesar 0,281 dengan angka signifikansi 0,034. Karena nilai signifikansi tersebut berada di bawah ambang batas 0,05, maka hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi TikTok, dinyatakan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan secara efektif mendorong peningkatan minat mahasiswa dalam mengadopsi SIA di platform TikTok, dengan catatan variabel lainnya dalam kondisi tetap (*ceteris paribus*). Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ubaidillah & Fahrurrozi (2022), Ikhwan (2023), Siti Hildani (2023) yang membuktikan *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Namun, hasil riset ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan Angela Deananda et al. (2020) dan Melisa (2024) yang membuktikan bahwa *Perceived Usefulness* tidak mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.

Nilai koefisien regresi untuk variabel *Perceived Ease of Use* (X2) sebesar 0,406 dengan nilai signifikansi 0,007. Melalui perolehan nilai yang lebih kecil dari 0,05 ini, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi TikTok, diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna, semakin kuat pula motivasi mahasiswa untuk memanfaatkan fitur *e-commerce* tersebut. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Findy dan Tri (2020), Iis Awalih (2021), Latifah dan Kurnianingsih (2021) yang membuktikan *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Namun, hasil dari riset ini tidak sama dengan penelitian Melisa (2024) dan Wulandari et al. (2025) yang membuktikan bahwa *Perceived Ease Of Use* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Nilai koefisien regresi untuk variabel *Perceived Security* (X3) sebesar 0,744 dengan tingkat signifikansi 0,002. Perolehan angka di bawah 0,05 ini membuktikan bahwa hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi TikTok, diterima. Keamanan menjadi faktor determinan yang signifikan, di mana peningkatan jaminan keamanan sistem akan berdampak langsung pada penguatan minat mahasiswa. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Latifah dan Kurnianingsih (2021) yang membuktikan *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Namun, hasil dari riset ini tidak sama dengan penelitian Yuni (2024) dan Wulandari et al. (2025) yang membuktikan bahwa *Perceived Security* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.

Nilai koefisien regresi untuk variabel *Perceived Trust* (X4), berbeda dengan variabel sebelumnya. Kepercayaan memiliki koefisien 0,218 namun dengan nilai signifikansi sebesar 0,218 (lebih besar dari 0,05). Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa *Perceived Trust* berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi TikTok, ditolak. Hal ini berarti fluktuasi tingkat kepercayaan tidak memiliki dampak yang nyata terhadap minat mahasiswa dalam konteks penggunaan SIA berbasis TikTok. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melisa (2024) dan Wulandari et al. (2025) membuktikan bahwa *Perceived Trust* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Namun, pada penelitian Angela et al. (2020), Findy dan Tri (2020), Ubaidillah dan Fahrurrozi (2022) membuktikan *Perceived Trust* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Nilai koefisien regresi untuk variabel *Subjective Norm* (X5) sebesar 0,158 dengan nilai signifikansi 0,403. Karena angka ini jauh melampaui limit 0,05, maka hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa *Subjective*





*Norm* berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi TikTok juga ditolak. Temuan ini mempertegas bahwa dorongan atau tekanan dari lingkungan sosial tidak memiliki peran krusial dalam membentuk preferensi mahasiswa terhadap penggunaan platform tersebut. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ady dan Mayla (2021), Andrean dan Fitria (2021). Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Iis Awaliah (2021), Siti Hildani (2023), Ikhwan Hamdani (2023) yang membuktikan bahwa *Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.

Tabel 14. Koefisien Determinasi  
**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .455 <sup>a</sup> | .207     | .171              | 2.54299                    |

a. Predictors: (Constant), TotalX5, TotalX3, TotalX1, TotalX4, TotalX2

b. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Data primer diolah, 2026

Dari tabel 14 dapat dilihat bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,171 atau 17,1 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* dapat dijelaskan oleh variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived trust*, dan *subjective norm* sebesar 17,1 %, sedangkan sisanya 82,9 % disebabkan oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa minat mahasiswa Akuntansi UNSIQ dalam mengadopsi sistem informasi akuntansi melalui platform TikTok sangat dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan akses, dan jaminan keamanan data (H1, H2, H3 diterima). Mahasiswa cenderung tertarik menggunakan fitur *e-commerce* tersebut karena dianggap mampu mendukung aktivitas transaksi secara praktis dan memiliki antarmuka yang mudah dipelajari tanpa kendala teknis yang berarti. Namun, temuan menarik menunjukkan bahwa faktor kepercayaan dan pengaruh lingkungan sosial (norma subjektif) tidak memberikan dampak signifikan (H4 dan H5 ditolak). Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa akuntansi jauh lebih kritis dan mandiri; mereka lebih mengandalkan pengalaman objektif serta fungsionalitas sistem dibandingkan sekadar mengikuti tren atau dorongan orang di sekitar mereka. Meskipun model ini memberikan gambaran awal, keterbatasan utama terletak pada metode pengumpulan data yang hanya melalui kuesioner daring, sehingga berpotensi memunculkan bias informasi. Selain itu, nilai *Adjusted R Square* yang hanya sebesar 17,1% mengisyaratkan bahwa masih banyak faktor eksternal lain yang belum terungkap dalam riset ini. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas jangkauan responden di luar lingkup satu fakultas dan mencoba melakukan studi komparatif dengan platform digital lainnya. Penggunaan metode kualitatif seperti wawancara mendalam juga sangat dianjurkan agar dinamika perilaku pengguna dapat tergambarkan secara lebih utuh dan akurat, di samping mencari variabel baru yang mungkin memiliki pengaruh lebih kuat terhadap minat penggunaan teknologi akuntansi masa kini.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo.





## 6. REFERENSI

- Anggraeni, J. S. & T. (2022). Analisis Faktor Minat Masyarakat Semarang Dalam Penggunaan Gopay Sebagai *Digital Payment*. *Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 18–40.
- Arriza, U., Sunaryo, H., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Serta Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* Dana. *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI Manajemen*, 11(10), 1–9. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Awaliah, I. (2021). Analisis Faktor - Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Penjualan Online Dengan Menggunakan *Technology Accepted Model* (TAM). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta. <https://repository.usni.ac.id/repository/4cd96506ec27699f3e1dcf43b2898ec6.pdf>
- Budiastuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan *Technology, Diponegoro Journal of Accounting*, 9, 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/29074%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/download/29074/24586>
- Gunawan, I. M. I., & Suartina, I. W. (2021). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Product Knowledge, Dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Reksadana Bibit (Studi Kasus Pengguna Platform Digital Fintech Bibit)*. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1158.
- Hamdani, I. (2023). Pengaruh Minat Penggunaan SIA *E - Commerce* Pada Aplikasi Tiktok Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM). *Nucl. Phys.* <https://core.ac.uk/download/574729831.pdf>
- Indrayani, Y. I. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kepercayaan, Brand Ambassador Dan Iklan Pada Media Sosial Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ajaib Sebagai Wadah Berinvestasi Secara Online.
- Kusumawardani, Intan Pawestri. (2023). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada *E-commerce* Tiktok Shop. *Nucl. Phys.*, 1, 1–111. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/45956/17312318.pdf?sequence=1>
- Lasiba, R. (2022). Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* pada Aplikasi Shopee (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Malang) 11(02), 20–29. [http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/4968%0Ahttp://repository.unisma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/4968/1/S1\\_FEB\\_21801082168\\_RISKI\\_LASIBA.pdf](http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/4968%0Ahttp://repository.unisma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/4968/1/S1_FEB_21801082168_RISKI_LASIBA.pdf)
- Melisa. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Aplikasi TIKTOK. [http://digilib.uinkhas.ac.id/33196/1/MELISA\\_201105030030\\_AKS.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/33196/1/MELISA_201105030030_AKS.pdf)
- Permana, G. P. L., & Damayanti, N. made M. (2022). Adopsi *Digital Payment: Eksplorasi Pada Generasi Baby Boomer*. Universitas Pendidikan Nasional, 1, 173–190.
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53–62. <https://doi.org/10.17509/image.v10i1.32009>
- Siti Hildani. (2023). Analisis Faktor Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* aplikasi Shopee Menggunakan *Technology Acceptance Model*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. ALFABETA Bandung.