



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* PADA
APLIKASI PENJUALAN *ONLINE* DENGAN MENGGUNAKAN
*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)***

(Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Oleh :

Muhammad Ulil Albab

NPM. 21901082085



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2023

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dan diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Malang, sampel menggunakan Slovenia dengan jumlah 99 responden. Data dianalisis menggunakan SPSS 25 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan, dan kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan (F) terhadap minat pengguna terhadap sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online. Persepsi kemudahan penggunaan berdampak positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online. Manfaat yang dirasakan tidak mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online. Kepercayaan berdampak positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan online.

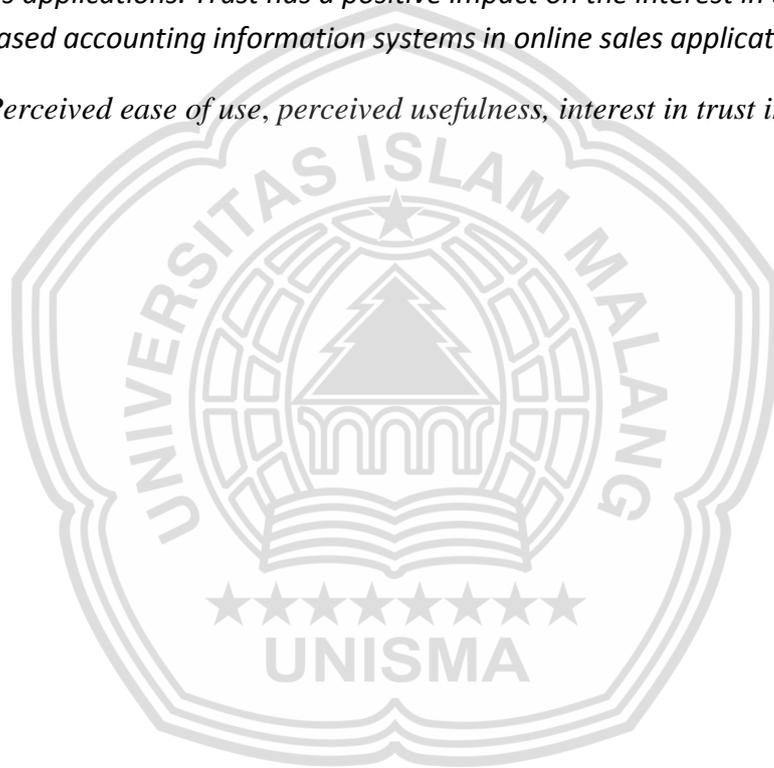
Kata kunci : Kemudahan penggunaan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, minat kepercayaan dalam penggunaan.

ABSTRACT

The study aims to analyze the factors that influence interest in using e-commerce-based accounting information systems in online sales applications. This study is a quantitative study using primary data obtained from

questionnaires and measured using the Likert scale 1-5. The population in this study was MSME actors in Malang, a sample using Slovenia with a total of 99 respondents. The data is analyzed using SPSS 25 for Windows. The results showed that the perceived ease of use, usability, and confidence had a simultaneous effect (F) on user interest in e-commerce-based accounting information systems in online sales applications. The perceived ease of use has a positive impact on the interest in using e-commerce-based accounting information systems in online sales applications. The perceived benefits do not affect the interest in using e-commerce-based accounting information systems in online sales applications. Trust has a positive impact on the interest in using e-commerce-based accounting information systems in online sales applications.

Keywords: *Perceived ease of use, perceived usefulness, interest in trust in use.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan teknologi informasi sangat pesat dan cepat termasuk di Indonesia. Dengan adanya teknologi ini sudah banyak yang memproses, mengolah data menganalisis data untuk menghasilkan data dan informasi yang relevan, cepat, jelas, dan akurat. Perkembangan teknologi informasi telah membuka peluang bagi masyarakat, termasuk dunia usaha, saat ini para pengusaha memanfaatkan teknologi informasi untuk mengembangkan usahanya sendiri. Kemajuan teknologi dalam bidang ekonomi di seluruh dunia banyak dimanfaatkan, salah satunya adalah aplikasi yang mengarah pada transaksi barang dan jasa yang dikenal *e-commerce* (Budiastuti, 2020)

Indonesia telah mengikuti bisnis *e-commerce* untuk mendorong pembangunan ekonomi. Para pelaku *e-commerce* menawarkan banyak keuntungan salah satunya efisiensi. Produsen yang melakukan produksi untuk memperoleh informasi tentang persaingan harga di pasar global. *E-commerce* tidak membatasi tempat penjualan produk serta dapat mengatasi kelangkaan sumberdaya (Dianari, 2017). Keunggulan dari *e-commerce* sendiri yaitu kegiatan jual beli yang transaksinya berupa *cashless*. *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai proses bisnis dengan menggunakan teknologi informasi yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk

transaksi elektronik dan penjualan barang, jasa, dan informasi secara elektronik (Munawar, 2009).

Peran Media Sosial dalam dunia bisnis sudah tidak bisa lagi diabaikan, sehingga fenomena bisnis virtual yang berkembang di Indonesia. Kementerian komunikasi dan informasi dan melalui situs resmi kominfo.go.id. Direktorat Jenderal Aplikasi Informasi Kementerian Kominfo menginformasikan bahwa pertumbuhan nilai perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia mencapai 78 persen dan merupakan yang tertinggi di Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa usaha perdagangan melalui media elektronik memiliki nilai ekonomi yang bagus, sehingga peluang tersebut dimanfaatkan secara maksimal oleh para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM).

Menurut Kepala Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, Eko Sri Yuliadi mengatakan sektor UMKM perlu dikuatkan karena menjadi penggerak ekonomi yang dominan. Data yang dilaporkan BPS Kota Malang menyebutkan, jumlah tempat usaha dan pedagang di Kota Malang pada 2018-2020 adalah 10.904. Jumlah tersebut terus mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Keberadaan tempat usaha dan pedagang tersebut menunjukkan keberadaan pelaku UMKM. Kenaikan terjadi setiap tahun dinilai positif karena berbanding lurus dengan tingkat produktivitas. Asisten II Bidang Ekonomi Pembangunan Setda Kota Malang, Diah Ayu Kusuma Dewi menyatakan penguatan perekonomian menjadi salah satu fokus Pemerintah Kota Malang akan melakukan berbagai cara untuk meningkatkan perekonomian (Surya Malang.com, 2023).

Semakin meningkatnya kebutuhan hidup dan berkembang kondisi perekonomian di Indonesia, jumlah UMKM di Indonesia juga semakin meningkat. Salah satunya yang memiliki potensi UMKM cukup tinggi adalah Kota Malang. Usaha mikro dan kecil ini merupakan pendapatan pada perekonomian yang ada di Kota Malang. Berikut data UMKM yang ada di Kota Malang :

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kota Malang

Kecamatan di Kota Malang	Jumlah Tempat Usaha dan Pedagang di Kota Malang					
	Tempat Usaha (Unit)			Pedagang (Orang)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Kedungkandang	1 815	1 815	1 803	1 091	1 091	1 375
Sukun	3 409	3 409	3 674	2 671	2 671	2 824
Klojen	8 027	8 027	7 812	4 385	4 385	4 296
Blimbing	2 656	2 656	2 670	2 116	2 116	1 931
Lowokwaru	1 114	1 114	1 112	478	478	478
Kota Malang	17 021	17 021	17 071	10 741	10 741	10 904

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Malang, 2020

Berdasarkan data pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa Jumlah UMKM di Kota Malang mengalami peningkatan dari tahun 2018 sampai tahun 2020 dengan peningkatan paling tinggi di tahun 2020 yaitu sebesar 10.904 pelaku UMKM di Kota Malang (Depkop, 2020). Peningkatan jumlah UMKM tersebut disebabkan upaya Pemkot Kota Malang yang di bantu oleh akademisi dan masyarakat dalam membantu sektor UMKM agar dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian di Kota Malang. Selain itu, upaya tersebut dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada pelaku

UMKM. Pemerintahan Kota Malang saat ini telah menyiapkan Mall UMKM sebagai sarana display produk hasil UMKM, sehingga upaya tersebut menjadi daya tarik bagi masyarakat Kota Malang untuk membuka usaha baru. (antara news.com, 2021).

Dalam perkembangan penggunaan sistem informasi akuntansi memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap berbagai bidang yaitu bidang akuntansi. Hal tersebut tidak lepas dari pentingnya akuntansi bagi entitas bisnis bahkan untuk organisasi bisnis *e-commerce*. Sebuah sistem informasi akuntansi yang berbasis teknologi ternyata mampu untuk menyajikan data-data keuangan yang sangat informatif dan cepat. Apalagi dalam penelitian ini menggunakan obyek penelitian *e-commerce* yang lebih banyak berfokus pada perdagangan *online*. Kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce*, berpengaruh terhadap keputusan untuk berwirausaha atau semakin meningkatkan minat berwirausaha (Saadah et al., 2022).

Peran *e-commerce* pada masa pandemi bisa mengembangkan perekonomian modern yang sangat meningkat, juga mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia menjadi digital. Sehingga di perkirakan setelah pandemi berlalu, gaya hidup digital masih tetap berlangsung. Sehingga transformasi umkm menjadi digital, hal ini juga di pengaruhi oleh perubahan dan perkembangan teknologi di seluruh dunia terutama di negara maju. Di era revolusi industri 4.0 yang akan digantikan dengan era *society* 5.0, perubahan di Indonesia ini perlu di sikapi dengan lebih bijak dan lebih tenang. Hal ini perlu

menyeimbangi perubahan di era *society* 5.0 dengan mempersiapkan segala aspek yang berhubungan seperti lingkungan, teknologi dan manusianya.

Sistem Informasi Akuntansi yang terdapat pada media *e-commerce* dapat membuat manfaat bagi pengguna melalui aplikasi. Salah satu di bidang akuntansi yang banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi adalah sistem informasi akuntansi (Pramiswari et al., 2017). Adanya penggunaan sistem informasi akuntansi pada *e-commerce* dapat memberikan kesempatan pada pengguna untuk dapat melihat persediaan barang. Sistem informasi akuntansi pada *e-commerce* menjadi sistem yang bermanfaat untuk penjual menerima orderan maka langsung terhubung ke bagian IT sehingga tertera nominal transaksi yang dilakukan penjual. Keuntungan dengan adanya pencatatan akuntansi berbasis teknologi yaitu meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan (Fitri, 2019).

Pemanfaatan penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online* dikalangan masyarakat tidak hanya dimanfaatkan sebagai media untuk melakukan pembelian namun beberapa dari masyarakat sudah melakukan penjualan secara *online* dengan memanfaatkan aplikasi penjualan *online*. Sebagai masyarakat yang tanggap dengan perkembangan teknologi dan melihat adanya peluang menggunakan *e-commerce* untuk memulai bisnis tentu akan memanfaatkan aplikasi penjualan *online* sebagai media penjualannya, adanya pengguna *e-commerce* sebagai media penjualan untuk melakukan penjualan sangat mudah, sehingga cocok untuk masyarakat yang ingin memulai bisnis.

Menurut Davis (1989) *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang cocok digunakan untuk mengukur minat individu dalam menerima sistem teknologi informasi. TAM untuk mengukur minat penggunaan *e-commerce* yang digunakan sebagai media untuk melakukan penjualan produk secara *online*. Pada model *Technology Acceptance Model* (TAM) Persepsi penggunaan dalam menerima teknologi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) (Jogiyanto 2007). Selain *Technology Acceptance Model* (TAM) terdapat faktor eksternal yang dapat digunakan untuk memprediksi minat seperti kepercayaan terhadap transaksi pada saat proses jual beli (Davis, 1989).

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yaitu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Menurut Agung et al., (2021) *perceived ease of use* merupakan tolak ukur perasaan yang dirasakan oleh penggunaan sistem informasi akuntansi dalam merasakan kemudahan ketika melakukan kegiatan dan dirasakan memiliki manfaat. Sehingga seorang akan mempertimbangkan bahwa berbelanja secara *online* dapat dirasakan mudah, efisien dan efektif dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

Faktor persepsi kemanfaatan penggunaan (*perceived usefulness*) juga dapat mempengaruhi minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Davis et. al (1989) memberikan penjelasan bahwa

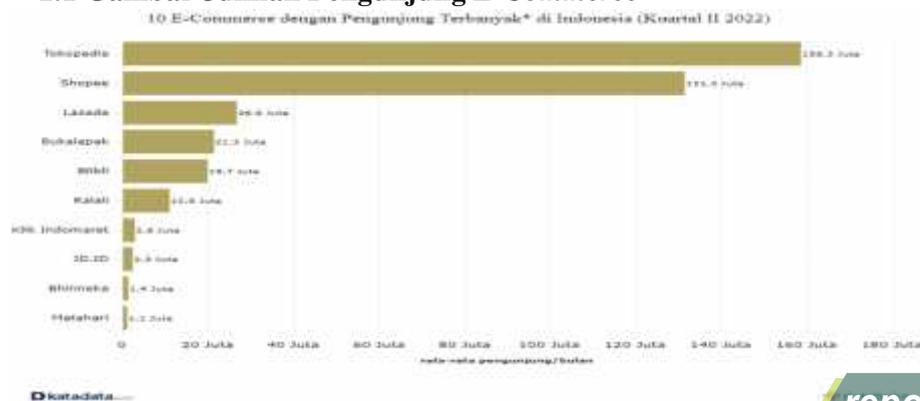
perceived usefulness sebagai konstruk keyakinan pemakaian suatu teknologi mampu meningkatkan kinerja seseorang. Persepsi manfaat merupakan kepercayaan dimana seseorang yakin bahwa suatu teknologi yang berguna bisa memberikan dampak positif untuk meningkatkan kinerja (Febriyanto, 2019).

Faktor persepsi kepercayaan dapat mempengaruhi minat perilaku terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Kepercayaan merupakan kemauan individu guna bertumpu pada orang lain yang mana kita mempunyai keyakinan pada orang tersebut. Kepercayaan juga merupakan kondisi mental seseorang yang terjadi berdasarkan situasi dan konteks sosial seseorang (Cesario, 2013)

Platform *e-commerce* atau situs penjualan *online* semakin hari semakin meningkat dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan seperti shopee, lazada, tokopedia, facebook marketplace, tiktokshop, dan lain sebagainya. Melalui banyaknya situs dan keunggulan yang ditawarkan memungkinkan masyarakat mengalami kebingungan dalam pemilihan dan minat menggunakan salah satu aplikasi yang ditawarkan.

Berdasarkan data pengunjung situs *e-commerce* terbesar di Indonesia pengunjung web bulanan (Kuartal II-2022), terdapat gambar grafik jumlah pengunjung *e-commerce* sebagai berikut:

1.1 Gambar Jumlah Pengunjung E-Commerce



Sumber : [D katadata.co.id](https://D.katadata.co.id), 2022

Dilihat dari gambar di atas menunjukkan bahwa jumlah pengguna *e-commerce*, tokopedia menempati urutan pertama jumlah perbulan terbanyak di Indonesia. Sedangkan Shopee menempati peringkat kedua. Tokopedia menjadi *platform e-commerce* dengan pengunjung situs bulanan terbesar di Indonesia. Data pengunjung situs *e-commerce* menunjukkan, *marketplace* Tokopedia ini mendapatkan sebanyak 158,3 juta dan *marketplace* Shopee 131,3 juta kunjungan kuartal II 2022. Lazada dan bukalapak menempati urutan selanjutnya dengan masing masing sebanyak 26,6 juta dan 21,3 juta kunjungan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, penelitian ini merupakan Replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Awaliah (2021). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Awaliah (2021) adalah obyek penelitian. Obyek penelitian ini dilakukan pada UMKM di Kota Malang. Sedangkan penelitian Awaliah pada tahun 2021 dilakukan di Universitas Satya Negara Indonesia, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait faktor yang mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online* kepada pelaku UMKM di Kota Malang. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS



**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE*
PADA APLIKASI PENJUALAN *ONLINE* DENGAN MENGGUNAKAN
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) (STUDI KASUS PADA
PELAKU UMKM DI KOTA MALANG)’.**



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan kepercayaan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online* ?
2. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online* ?
3. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online* ?
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online* ?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan kepercayaan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

1. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi atau masukan untuk menambah wawasan penelitian selanjutnya, khususnya mengenai topik yang berkaitan dengan masalah yang di bahas dalam penelitian serupa di sistem informasi akuntansi serta pengembangan ilmu terhadap pengetahuan sistem informasi akuntansi.

2. Bagi Bidang Ilmu

Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan bidang sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*, Untuk



mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat perilaku terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*.



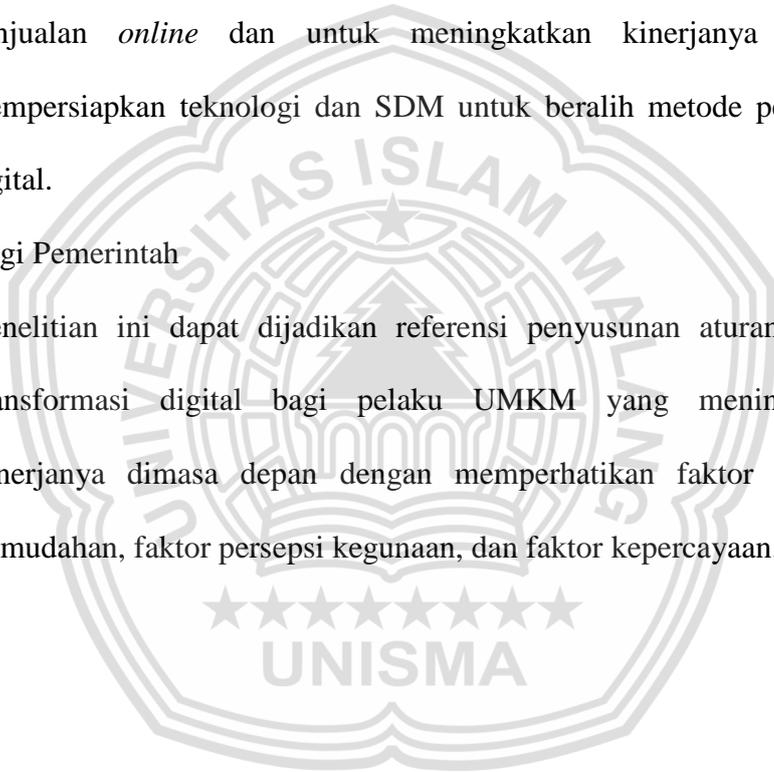
b. Secara Praktis

1. Bagi Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini dapat dijadikan oleh pelaku UMKM sebagai sumber informasi dan sebagai masukan bagi pelaku UMKM untuk mempersiapkan faktor yang mempengaruhi minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online* dan untuk meningkatkan kinerjanya dengan mempersiapkan teknologi dan SDM untuk beralih metode penjualan digital.

2. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat dijadikan referensi penyusunan aturan terkait transformasi digital bagi pelaku UMKM yang meningkatkan kinerjanya dimasa depan dengan memperhatikan faktor persepsi kemudahan, faktor persepsi kegunaan, dan faktor kepercayaan.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online* (Studi Kasus Pelaku UMKM di Kota Malang). Dari hasil pengujian dengan menggunakan model regresi linier berganda, dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini secara simultan dimana ketiga variabel independen yakni *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan kepercayaan dapat mempengaruhi secara simultan terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi.
2. Variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi.
3. Variabel *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi.
4. Variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi.

5.2 Keterbatasan

Adapun keterbatasan penelitian dalam penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Data penelitian yang berasal dari responden yang disampaikan secara tertulis melalui *google form* dengan bentuk instrumen kuesioner mungkin mempengaruhi validitas hasil. Hasil dari responden belum tentu menggambarkan keadaan yang sebenarnya.
2. Nilai *Adjusted R Square* hanya 26,0% karena peneliti hanya menggunakan variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan kepercayaan sebagai variabel independen dan minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi sebagai variabel dependen.
3. Populasi dan Sampel dalam penelitian hanya terbatas pada pelaku UMKM Kota Malang.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian di atas, maka penulis memberikan saran antara lain:

1. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan teknik lain selain kuesioner, seperti wawancara dalam mengumpulkan data mengenai minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi penjualan *online*, sehingga jawaban yang diperoleh dari responden terkait pernyataan yang diajukan saat penelitian dapat lebih akurat.

2. Penelitian selanjutnya apabila mengkaji penelitian serupa diharapkan menggunakan variabel selain variabel independen yang digunakan penelitian. Misalnya variabel *attitude towards using* seperti penelitian dari Budiastuti (2020), variabel kerumitan seperti penelitian dari Awaliah (2021), dan variabel *perceived risk* seperti penelitian dari Lasiba (2022).
3. Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya memperluas populasi dan sampel dari beberapa pelaku UMKM, misalnya populasi dan sampel seluruh pelaku UMKM di Jawa Timur sehingga memperkuat penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I. G., Permata, A., & Rahyuda, I, K. (2021). *Pengaruh Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Repurchase Intention*. 10(02), 61–72.
- Afifah, A., Ainun, K, R., & Hasnawati. (2022) *Analisis Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Aplikasi E-commerce Menggunakan TAM Selama Pandemi Covid 19*. Jurnal Ekonomi Trisakti.Vol. 2 No.2.
- Andrie,C.S., & Bambang, P. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Presepsi Kegunaan, Presepsi Kemudahan, Presepsi Resiko Terhadap Perilaku E-Commerce*. Vol.1, No.2, 411-466.
- Budiastuti, P., & Muid, D. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam)*. Diponegoro Journal of Accounting, 9(4), 1–10.
- Davis, F. D. (1989). *Percieved Usefulness, Percieved Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology*, MIS Quarterly. Vol. 13, No. 3, 319-339.
- Devina, S, 2016 . *Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kecepatan, keamanan, dan kerahasiaan serta kesiapan teknologi informasi wajib pajak terhadap penggunaan e-filing bagi wajib pajak orang pribadi di Kota Tangerang Kecamatan Karawaci*. *Ultima Accounting*, Vol. 8, No.1, 507-578.
- Dewa, A, D., & Ida, B, D. (2017). *Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha*. Vol.20, No.1, 261-289.
- Dianari, R.G.F.2017. *Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*".Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Katolik Soegijapranata.
- Eliza Virginia. (2020). *Pengaruh Sikap, Kepercayaan, Presepsi Kemudahan, Presepsi Kegunaan, dan Keamanan dalam Minat Menggunakan Jasa Layanan Gojek*.
- Farizi, H., & Syaefullah. (2014). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2(1), 1–18.

- Febriyanto, N. (2019). *Persepsi Masyarakat Kota Semarang Dalam Menggunakan E-Money*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Katolik Soegijapranata.
- Fitri Millennia. (2019, September 3). *E-Commerce Memiliki Sistem Informasi Akuntansi yang Sangat Mudah - Kompasiana.com*.
<https://www.kompasiana.com/millenniafitri/5d6e780b097f36319d46cf43/e>
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iis Awaliah. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Penjualan Online Dengan Menggunakan Technology Accepted Model (TAM)*.
- iPrice 2022 "The Map of E-Commerce In Indonesia". Diakses 21 November 2022
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-ii-2022>.
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan ed. rev.* Yogyakarta: Andi.
- Joko Salim (2009). *Step By Step Bisnis Online*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Mowen, Michael minor. (2012). *Perilaku konsumen Jilid 1 Edisi Kelima*. Jakarta : Erlangga.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munawar. (2009). *Berdagang Secara Online Atau Direct selling "Get And Deliver"*, Gava Media, Yogyakarta.
- Naufaldi, I. (2020). *Pengaruh Perceived Ease Of Use , Perceived Usefulness , dan Trust terhadap Intention To Use. II (3)*, 715–722.
- Oktapiani, Y., Rosario, M., & Nehemia, A. (2020). *Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi*, 2(3), 249-260.
- Riski, L., Nur, D., & Afifudin. (2022) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee*. *E-Jra Vol 11.No.2*
- Saadah, N., Nur Hakim, M. A., & Imron, A. (2022). *Perilaku Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Pada Pelaku Usaha UMKM Dalam Bisnis E-Commerce*. *Jurnal Infomasi, Perpajakan, Akuntansi, dan Keuangan*

Publik, 17(2), 195–218.

Siti, R., & Inayah, S.M. (2020). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milineal Kota Semarang.* 1(2) 66-80.

Sri, R, P., & Ratih, F, Y. (2022) *Pengaruh Persepsi Manfaat, Presepsi Kemudahan, Presepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Gopaylater Pada Aplikasi Gojek.* Vol.1, No. 6, 114-122.

Sugiyono; P. D. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*

<https://suryamalang.tribunnews.com>

<https://malangkota.bps.go.id>

<https://www.antaranews.com/berita/2116302/umkm-di-kota-malang-diharapkan-pandai-manfaatkan-peluang>

Zaenul, M., Adhimas, W., Agrian, D, L., & Samsudin. (2022). *Analisis Minat Konsumen Terhadap Aplikasi E-wallet Dalam Bertransaksi Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model.* 7(2). 508-514.

