

PENGARUH LIFESTYLE, COMPUTER SELF EFFICACY, PERSEPSI MANFAAT, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SIA BERBASIS E-COMMERCE

Imelda Dian Rahmawati

imeldadian@umsida.ac.id

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mohammad Nasih

Universitas Airlangga

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of lifestyle, computer self-efficacy, and perceptions of benefits and perceptions of interest in using e-commerce based accounting information systems at PT GO-JEK Indonesia. This research approach is a quantitative approach. The study was conducted at 14 GO-JEK Indonesia branch offices located in East Java. The population in this study are representatives of staff, especially the accountant staff of PT GO-JEK Indonesia recorded samples in the 14 branch offices, namely 34. Due to the minimal population size, the sampling technique used was saturated sampling, so that this study was as large as the existing population, such as 34 GO-JEK accountants. Data were collected by questionnaire method and analyzed using a simple linear regression analysis technique. The results showed that lifestyle, computer self-efficacy, perceived benefits, and perceived risk had an effect on the interest in using an e-commerce based accounting system at PT GO-JEK. The strategy by PT GO-JEK in anticipating the development of the industrial revolution 4.0, is to increase the insight, skills, knowledge and capabilities of human resources in order to have an adaptive lifestyle, high computer skills, good perception of benefits and risk perception, by providing education and training on technological transformation.

Key words: lifestyle, computer self efficacy, e-commerce, accounting information systems

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *lifestyle*, *computer self efficacy*, serta persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada PT GO-JEK Indonesia. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan pada 14 kantor cabang GO-JEK Indonesia yang berada di wilayah Jawa Timur. Populasi dalam penelitian yaitu perwakilan staf dan karyawan, khususnya staf akuntan PT GO-JEK Indonesia yang bertugas di 14 kantor cabang tersebut, yakni sebanyak 34. Karena jumlah populasi minim, maka teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *sampling* jenuh, sehingga sampel penelitian ini sebanyak populasi yang ada, yakni 34 orang karyawan staf akuntan GO-JEK. Data dikumpulkan dengan metode kuesioner dan dianalisis dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan *lifestyle*, *computer self efficacy*, persepsi manfaat, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* pada PT GO-JEK. Strategi PT GO-JEK dalam mengantisipasi perkembangan revolusi industri 4.0, adalah meningkatkan wawasan, *skill*, pengetahuan, dan kemampuan SDM agar memiliki *lifestyle* yang adaptif, *computer self efficacy* yang tinggi, persepsi manfaat, dan persepsi risiko yang baik, dengan memberikan pendidikan dan pelatihan tentang transformasi teknologi.

Kata kunci: lifestyle, computer self efficacy, e-commerce, sistem informasi akuntansi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat. Fase perkembangannya memasuki era revolusi industri 4.0. Perilaku pengguna

sistem informasi akuntansi di *e-commerce* menjadi penelitian yang menarik saat ini. Pentingnya penelitian ini didasari maraknya transaksi bisnis yang dilakukan melalui *e-*

commerce (Okundaye *et al.*, 2019; Shemi dan Procter, 2018). Kepercayaan menjadi hal yang penting karena pengguna memasukkan informasi pribadinya ke dalam informasi *e-commerce* dan digunakan dalam transaksi secara online. Diperlukan mekanisme pencatatan akuntansi berbasis teknologi yang berbeda dan memiliki keamanan yang tinggi agar pelanggan merasa nyaman ketika berbelanja secara online (Abdullah *et al.*, 2018; Xu *et al.*, 2019). Pencatatan akuntansi keuangan berbasis teknologi informasi di *e-commerce* adalah pencatatan akuntansi yang telah menggunakan teknologi internet dalam transaksi yang dilakukan (Fan *et al.*, 2018).

Dampak perkembangan teknologi selanjutnya secara tidak langsung membuka peluang bisnis dan investasi baru pada berbagai bidang termasuk perkembangan pada bidang transportasi. Di daerah perkotaan transportasi bermasalah terkait dengan tempat parkir. Beberapa pusat perbelanjaan mempunyai tempat parkir yang terbatas. Transportasi *online* muncul di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia belum tertata dengan baik (Aziah dan Adawia, 2018). Kehadiran transportasi berbasis *online* ini adalah solusi tepat terkait permasalahan transportasi yang terjadi seperti kemacetan, sulitnya lahan parkir kendaraan, hingga pelanggaran lalu lintas.

Perkembangan industri transportasi mengalami kemajuan yang luar biasa setiap tahunnya. Hal ini terjadi seiring dengan tahapan perkembangan teknologi yang berubah dari waktu ke waktu. Memasuki revolusi industri 4.0 gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat berubah di segala bidang. *Lifestyle* ini secara tidak langsung mengubah sikap masyarakat beralih ke *e-commerce*. GO-JEK melihat peluang evolusi *lifestyle* ini sangat baik dengan menawarkan solusi transportasi *online* yang banyak diminati (Skinner *et al.*, 2018). Norrahmiati *et al.* (2020) dalam penelitiannya membuktikan bahwa penerimaan teknologi difusi inovasi teori dan pengaruh sosial yang menyebabkan generasi milenial untuk menggunakan layanan aplikasi transportasi *online*.

PT GO-JEK Indonesia menjadi salah satu perusahaan pertama yang hadir dengan menawarkan jasa transportasi *online* di Indonesia yang bertujuan untuk menekan angka kemacetan dan menekan angka pengangguran di Indonesia. Perusahaan penyedia jasa berbasis *online* merupakan bentuk dari *e-commerce*. *E-commerce* merupakan sistem perdagangan elektronik yang memanfaatkan kecanggihan komputer dan telekomunikasi sebagai media utamanya (Rachbini *et al.*, 2019). Perusahaan penyedia jasa layanan transportasi *online* merupakan perusahaan yang menjadikan sistem informasi berbasis komputer sebagai alat pengendalian internal perusahaan.

Romney dan Steinbart (2018) menyatakan bahwa informasi merupakan data yang telah diorganisir dan diproses untuk memberikan makna dan meningkatkan proses pengambilan keputusan. Didukung pula oleh Frisdayanti (2019) yang mengatakan bahwa sistem informasi merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu sistem perusahaan. Sistem informasi akan menghasilkan informasi yang dibutuhkan pihak manajemen dengan akurat, cepat, dan tepat waktu. GO-JEK menggunakan aplikasi berbasis internet pada *smartphone* dengan menawarkan berbagai fitur seperti pemesanan ojek, pembelian dan pengantaran makanan, pembelian dan pengantaran barang awal kemunculannya (Aziah dan Adawia, 2018).

Untuk membentuk sistem informasi akuntansi yang terintegrasi diperlukan yang namanya *Computer Self Efficacy* (CSE) dari setiap individu yang berperan sebagai pengguna internal dalam sistem akuntansi *e-commerce*. *Computer self efficacy* dapat menjadi faktor penting apakah seseorang tertarik untuk mengoperasikan suatu teknologi. Seseorang yang memiliki keyakinan diri bahwa mereka mampu memahami dan mengoperasikan teknologi dan akan lebih mudah untuk menerima perkembangan teknologi (He dan Lee, 2009). Banyak manfaat yang dirasakan oleh individu maupun perusahaan dengan adanya sistem perdagangan elektronik *e-commerce*. *Lifestyle* baru berupa

sistem perdagangan *e-commerce* tersebut memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku belanja masyarakat. Hal ini didukung oleh penelitian Prayugo (2018) bahwa teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut mengarahkan manusia bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi lainnya.

Sistem akuntansi yang terdapat dalam perdagangan elektronik *e-commerce* berbeda dengan sistem akuntansi perdagangan langsung atau *face to face*. Pencatatan akuntansi keuangan berbasis teknologi informasi di *e-commerce* adalah pencatatan akuntansi yang telah menggunakan teknologi internet dalam transaksi yang dilakukan (Fan *et al.*, 2018).

Computer self efficacy menurut Compeau dan Higgins (1995) didefinisikan sebagai penilaian kapabilitas dan keahlian individu untuk melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan teknologi informasi. Kondisi yang memfasilitasi pemakai merupakan tingkat keyakinan individu bahwa infrastruktur organisasi maupun dukungan teknis dan non teknis dari tenaga ahli dalam pengoperasian sistem informasi disuatu organisasi telah memadai untuk penggunaan sistem informasi sehingga mendorong minat individu untuk menggunakan sistem.

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

TINJAUAN TEORETIS

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (teori perilaku terencana) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishnein. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan

berbagai informasi yang mungkin baginya, secara sistematis. Orang cenderung memikirkan dampak dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan perilaku tertentu (Kan dan Fabrigar, 2017). Tiap individu akan memperhitungkan sikap dan norma-norma social serta control yang dirasakan sebagai niat berperilaku.

Pengertian Lifestyle

Gaya hidup (*lifestyle*) merupakan salah satu ceruk pasar potensial yang menysasar segmen psikografis konsumen. Kotler dan Armstrong (2012) menambahkan gaya hidup mencakup pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya serta memengaruhi seluruh aspek dari perilaku konsumsi seseorang. Pendekatan terhadap *lifestyle* memuat 3 dimensi penting, yaitu: *activities*, *interest*, dan *opinions* (Al-Dmour *et al.*, 2017). *Lifestyle* menyediakan pandangan yang lebih luas mengenai konsumen sehingga pemasar dapat menysasar konsumen dengan lebih efektif. Alasan utama dari penelitian mengenai *lifestyle* adalah semakin pemasar mengerti dan memahami konsumen, maka pemasar akan dapat berkomunikasi dan melayani konsumen dengan lebih baik.

Computer Self Efficacy

Didefinisikan sebagai penilaian kapabilitas dan keahlian komputer dari seseorang, *computer self efficacy* digunakan untuk melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan IT (Compeau dan Higgins, 1995). *Computer self-efficacy* dapat menjadi faktor penting apakah seseorang tertarik untuk mengoperasikan suatu teknologi. Seseorang yang memiliki keyakinan diri bahwa mereka mampu memahami dan mengoperasikan teknologi akan lebih mudah menerima perkembangan di dunia teknologi (He dan Lee, 2009).

Persepsi Manfaat

Manfaat dari digunakannya *e-commerce*. ini adalah dapat menekan biaya barang dan jasa, serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen sepanjang yang menyangkut

kecepatan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan harganya. Banyaknya konsumen yang mendapatkan manfaat positif terkait dengan transaksi online, maka semakin besar pula kemungkinan niat mereka untuk melakukan transaksi *online*, karena mereka sudah tahu manfaat apa yang dia dapat dengan melakukan transaksi secara *online*. Kim *et al.* (2008) mengatakan bahwa persepsi manfaat memberikan keyakinan tentang sejauh mana konsumen akan melakukan transaksi bisnis menggunakan situ internet tertentu. Sedangkan menurut Bhatti (2007), persepsi manfaat digunakan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja tugas mereka.

Di samping itu, adanya keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, observabilitas, dan pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan pada kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan, yang pada gilirannya menyebabkan perubahan sikap konsumen berikutnya dan niat adopsi (Min *et al.*, 2019).

Persepsi Risiko

Risiko adalah persepsi konsekuensi dan ketidakpastian yang akan terjadi setelah melakukan aktivitas tertentu. Kecanggihan teknologi tidak hanya memberikan manfaat bagi manusia, namun juga akan menimbulkan risiko bagi penggunaannya. Risiko yang terjadi dapat berupa hilangnya aktivitas dan pekerjaan-pekerjaan lama seperti salah satunya profesi akuntan. Persepsi risiko adalah penyebab utama mengapa orang-orang enggan berbelanja *online*, karena itu kepercayaan (*trust*) adalah hal pertama dan terutama yang harus dibangun para pemilik toko *online*. Karena sifatnya yang tidak bertemu langsung antara pembeli dan penjual, *ecommerce* memunculkan persepsi risiko yang bisa berbeda-beda bagi setiap orang. Ada yang khawatir dengan risiko kehilangan uang, ada yang mengkhawatirkan faktor waktu pengiriman, ada juga yang mempertimbangkan faktor keamanan informasi

pribadi. Penelitian tentang persepsi risiko juga dilakukan oleh Kim *et al.* (2008) yang menjelaskan bahwa persepsi ini mempunyai dampak negatif terhadap niat digunakannya *e-commerce*. Namun hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Syaifudin dan Hendrawan (2016) yang menyebutkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi risiko terhadap niat untuk bertransaksi secara *online*.

Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce

Sistem informasi akuntansi bisnis di *e-commerce* tidak selalu diterima oleh perilaku manusia yang menggunakan sistem informasi akuntansi tersebut (Dagiliene dan Šutiene, 2019; Hariyati *et al.*, 2019). Perilaku seseorang menggunakan teknologi mampu dijelaskan oleh salah satu teori psikologi yaitu teori utama penerimaan dan penggunaan teknologi (Mhina *et al.*, 2019). Teori ini menjelaskan penerimaan penggunaan teknologi pada diri seseorang oleh variabel ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, pengaruh/dorongan sosial, dan kondisi/keadaan fasilitas yang akan mempengaruhi intensi keperilaku seseorang dan diaktualisasikan kepada perilaku penggunaan suatu teknologi tertentu (Venkatesh *et al.*, 2016). Menggunakan teori ini diharapkan dapat menjelaskan model perilaku pelanggan menerima dan menggunakan sistem informasi akuntansi di *e-commerce*.

Pengaruh Lifestyle terhadap Minat menggunakan SIA berbasis E-commerce

Lifestyle berkembang dengan pesat mengikuti arus perubahan dan perkembangan teknologi yang terjadi dewasa ini. Seiring berkembangnya *lifestyle*, akan mempengaruhi perilaku dan kebiasaan masyarakat. Perkembangan teknologi mengakibatkan masyarakat memiliki kebiasaan baru yakni kebiasaan konsumtif. Kebiasaan konsumtif ini terjadi akibat kemudahan dan efisiensi waktu yang ditawarkan oleh teknologi. Kotler dan Armstrong (2012) menambahkan gaya hidup mencakup pola dimana orang

hidup dan menggunakan uang dan waktunya serta memengaruhi seluruh aspek dari perilaku konsumsi seseorang. Kepercayaan menjadi hal penting yaitu ada *e-commerce*, karena pelanggan memasukkan informasi pribadinya ke dalam pencatatan informasi *e-commerce* dan digunakan untuk melakukan transaksi secara *online* (Boritz dan No, 2011). Oleh karena itu, diperlukan mekanisme pencatatan akuntansi berbasis teknologi yang berbeda dan memiliki keamanan yang tinggi agar pelanggan merasa nyaman ketika menggunakan *e-commerce* (Xu *et al.*, 2019). Pencatatan akuntansi keuangan berbasis teknologi informasi di *e-commerce* adalah pencatatan akuntansi yang telah menggunakan teknologi internet dalam transaksi yang dilakukan (Fan *et al.*, 2018). Banyak pihak yang diuntungkan dengan adanya sistem pencatatan akuntansi berbasis teknologi ini. Di antara keuntungan tersebut yakni dapat meningkatkan hubungan antar perusahaan, antara perusahaan dan pelanggan, ataupun antar pelanggan (Chiu dan Wang, 2019).

Berdasarkan argumen di atas, ditetapkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

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

Pengaruh *Computer self efficacy* terhadap Minat Menggunakan SIA berbasis *E-commerce*

Computer Self Efficacy (CSE) dapat menjadi faktor penting apakah seseorang tertarik untuk mengoperasikan suatu teknologi. Seseorang yang memiliki keyakinan diri bahwa mereka mampu memahami dan mengoperasikan teknologi akan lebih mudah menerima perkembangan di dunia teknologi (He dan Lee, 2009). Compeau dan Higgins (1995) dalam studinya menunjukkan pengaruh yang signifikan CSE terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce* dan menyatakan bahwa *computer self efficacy* penting untuk menentukan perilaku individu dan kinerja dalam penggunaan teknologi informasi. Adanya *computer self efficacy* akan mendorong kinerja seseorang dalam me-

manfaat teknologi dalam hal ini adalah SIA berbasis *e-commerce*.

Agarwal dan Karahanna (2000) menegaskan bahwa aktivitas *computer self efficacy* sebagai salah satu variabel penting untuk studi perilaku individual dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi. CSE merupakan sebuah konsep yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan individu, khususnya dalam hal penggunaan sistem informasi akuntansi. CSE yang dimiliki seseorang akan membantunya dalam memanfaatkan teknologi dalam hal ini adalah SIA berbasis *e-commerce* sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Computer self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *E-commerce*

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

Davis (1989) menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja seseorang. Adanya persepsi manfaat mendukung keminatan seseorang untuk memanfaatkan suatu teknologi yang dalam hal ini adalah SIA berbasis *e-commerce*. Penggunaan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* diharapkan dapat membawa perubahan yang signifikan berupa efektivitas kinerja dan efisiensi waktu. Selain itu penelitian Mutiaraharja (2016) menegaskan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem akuntansi *e-commerce*. Dengan demikian dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

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

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

Setyowati dan Respati (2017) menyebutkan bahwa dengan kehadiran sistem bukan tidak mungkin aktivitas penginputan dan olah data akan dilakukan secara otomatis oleh sistem komputer. Oleh karena

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

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

METODE PENELITIAN

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

Populasi dan sampel

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

Probolinggo, dan Banyuwangi terdiri atas 3 staf akuntan karena mencakup beberapa wilayah di sekitarnya. Sedangkan untuk Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Mojokerto, Pasuruan, Malang, Jember, dan Jombang terdiri atas 2 staf akuntan karena hanya mencakup wilayahnya sendiri.

Adapun penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan teknik/metode sampel jenuh (*sensus*). Metode sampel jenuh merupakan teknik penentuan sampel yang menggunakan seluruh anggota dari populasi sebagai sampel (Sugiyono, 2017). Teknik sampel jenuh (*sensus*) dipilih berdasarkan jumlah populasinya yang terbilang minim yakni 34. Oleh sebab itu disini peneliti menggunakan seluruh anggota dari populasi tersebut yang berjumlah 34 orang perwakilan staf akuntan GO-JEK Indonesia Area Jawa Timur yang tersebar di 14 kabupaten/kota meliputi: Madura, Gresik, Bojonegoro, Surabaya, Sidoarjo, Pasuruan, Malang, Banyuwangi, Jember, Probolinggo, Mojokerto, Jombang, Kediri, Madiun. Penilaian dalam kuisisioner ini menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Ragu-Ragu, Setuju dan Sangat Setuju).

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sebagai upaya guna memperoleh kebenaran, maka peneliti memilih untuk menggunakan data kuantitatif. Sumber Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dari kuisisioner yang dibagikan kepada responden. Data primer ialah informasi atau data yang diperoleh langsung dari narasumber asli kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini untuk memperoleh informasi data yang relevan peneliti melakukan penyebaran/pengisian kuisisioner terhadap seluruh sampel yang berjumlah 34 orang staf akuntan kantor cabang GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur melalui *google form*. Penghimpunan data *google form* tersebut diawali dengan menghimpun data nomor hp dari setiap perwakilan staf yang ada di seluruh kantor

cabang wilayah Jawa Timur, data nomor hp tersebut diperoleh dari perwakilan staf yang berada di kantor cabang Sidoarjo untuk kemudian diteruskan kepada setiap perwakilan staf kantor cabang yang berada di seluruh Jawa Timur. Penyebaran *google form* telah dilakukan terhitung sejak bulan Juli 2021 dan kuesioner tersebut diisi oleh seluruh anggota sampel yakni, 34 staf akuntan GO-JEK Indonesia yang berada di Jawa Timur yang tersebar di 14 kabupaten/kota meliputi: Madura, Gresik, Bojonegoro, Surabaya, Sidoarjo, Pasuruan, Malang, Banyuwangi, Jember, Probolinggo, Mojekerto, Jombang, Kediri, Madiun.

Penilaian dalam kuisisioner ini menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 (sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju dan sangat setuju), tersaji pada tabel 1.

Tabel 1
Bobot Nilai Setiap Pertanyaan

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

Sumber: Data diolah

Teknik Analisis Data

(3) Pada tahapan analisis dan kualifikasi data peneliti menggunakan SPSS. Akan tetapi, sebelum tahap analisis dilakukan perlu adanya pengujian data valid dan *reliable*. Pengujian ini dilakukan untuk menguji tingkat validitas dari butir-butir pertanyaan yang akan diajukan kepada para responden dari instrumen pertanyaan dengan metode uji reliabilitas. Pengujian ini dilakukan untuk menguji tingkat validitas dari butir-butir pertanyaan yang akan diajukan kepada para responden. Beberapa uji untuk menunjang data tersebut adalah: (1) Uji normalitas, merupakan uji tentang normal atau tidaknya variabel dependen dan variabel independen. Uji normalitas ini menggunakan uji statistik non parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*,

asumsinya data terdistribusi normal apabila nilai signifikansinya lebih dari alpha 0,05 dan (2) Uji validitas, merupakan uji untuk mengetahui kevalidan suatu instrumen. Pada penelitian ini terlebih dahulu menggunakan uji hipotesis asosiatif karena X lebih dari satu. (3) Uji reabilitas, untuk mengukur ketepatan, keandalan, konsistensi, dan stabilitas dari alat yang digunakan.

Hipotesis asosiatif menggunakan uji korelasi dengan rumus berikut:

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

R_{xy} = korelasi variabel x dan y

X = (x_i-x̄)

Y = (y_i-ȳ)

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis asosiatif (hubungan) Untuk melakukan uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi. Teknik korelasi dilakukan untuk menguji hipotesis yang berbentuk asosiatif atau hubungan dimana teknik tersebut digunakan sebagai acuan untuk melakukan uji ada atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Variabel X (bebas) terdiri atas: Lifestyle (Ls), Computer Self Efficacy (CSE), Persepsi Manfaat (PM), dan Persepsi Risiko (PR). Variabel Y adalah Minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (MSIA).

Uji signifikansi korelasi

Uji signifikansi korelasi dilakukan untuk menguji hubungan signifikansi antar suatu variabel melalui koefisien korelasi yakni dengan uji t. Uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui masing-masing variabel dependen terhadap variabel independen. Sebagai tindak lanjut dari uji statistik t maka langkah yang ditempuh dalam pengujian adalah menyusun hipotesis nol (H₀) dan hipotesis alternatif (H_a).

Karakteristik Responden

Mengacu dari hasil kuisisioner yang disebar bisa disajikan sebaran frekuensi responden.

Dari tabel 2, responden laki-lakinya sejumlah 6 orang (17,6%), sementara itu, perempuannya sebanyak 28 orang (82,4%). Distribusi tersebut memperlihatkan bahwa staf akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur sebagian besar adalah perempuan.

Tabel 2
Demografi Responden

Atribut	Item	F	%
Jenis	Laki-laki	6	17,6%
Kelamin	Perempuan	28	82,4%
Umur	22-26 th	21	61,8%
	27-30 th	8	23,5%
	>30 th	5	14,7%
Masa Kerja	1-2 th	1	2,9%
	3-5 th	22	64,7%
	>5 th	11	32,4%

Sumber: Data diolah

Sebaran Responden Menurut Usianya

Usia responden yang direntang 22-26 tahun sebanyak 21 orang (61,8%), responden yang berumur direntang 27-30 tahun sejumlah 8 orang (23,5%), sedangkan yang berumur lebih dari 30 tahun sebanyak 5 orang (14,7%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar staf akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur yakni umur yang produktif dalam rentang usia 22-26 tahun.

Sebaran Responden Menurut Masa Kerjanya

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

Sebaran Responden Menurut Pendidikannya

Pada tabel 3, responden dengan pendidikan D3 yang berjumlah 6 orang (17,6%), dan responden dengan pendidikan S1 sebanyak 28 orang (82,4%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah staf akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur memiliki pendidikan terakhir S1.

Tabel 3
Pendidikan Responden

Jenjang Pendidikan	Jumlah	Persentase
D3	6	17,6%
S1	28	82,4%
Total	34	100,0%

Sumber: Data diolah

Tabel 4
Sebaran Respon atas Variabel Ls

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STR (1)	TS (2)	R (3)	S (4)	SS (5)
1	Sebagai seorang akuntan saya bekerja <i>flexible</i> mengikuti arus perkembangan <i>lifestyle</i> yang ada	-	-	2	21	11
2	Sebagai seorang akuntan perkembangan gaya hidup mempengaruhi minat saya memilih sistem informasi akuntansi yang tepat untuk saya	-	-	6	22	6
3	Sebagai seorang akuntan perkembangan <i>lifestyle</i> di era New Normal membawa saya untuk beralih pada sistem informasi akuntansi <i>e-commerce</i>	-	-	9	14	11
	Total	-	-	17	57	28

Sumber: Data diolah

Deskripsi Variabel

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

1. Lifestyle (Ls)

Tabel 4 menyajikan bahwa variabel Ls sebagian besar tanggapan respondennya mempunyai skor 4 atau setuju sejumlah 57 tanggapan. Hal ini bermakna bahwa responden memberikan persetujuan atas pernyataan pada kuesioner tentang arti *lifestyle* bagi

para akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur sudah baik.

2. Computer Self Efficacy (CSE)

Tabel 5 menyajikan data bahwa variabel CSE sebagian besar tanggapan responden yaitu mempunyai skor 4 atau setuju sejumlah 73 tanggapan. Hal tersebut bermakna bahwa responden memberikan persetujuan atas pernyataan pada kuesioner yang artinya kemampuan CSE bagi staf akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur sudah baik.

Tabel 5
Sebaran Respon atas variabel CSE

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

Sumber: Data diolah

Tabel 6
Sebaran Respon atas variabel persepsi Manfaat

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

Sumber: Data diolah

3. Persepsi Manfaat (PM)

Tabel 6 menyajikan bahwa variabel persepsi manfaat sebagian besar tanggapan responden mempunyai skor 4 atau setuju sejumlah 59 tanggapan. Hasil tersebut bermakna bahwa responden memberikan persetujuan atas pernyataan pada angket yang artinya persepsi manfaat berpengaruh positif bagi staf akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur.

4. Persepsi Risiko (PR)

Tabel 7 menyajikan bahwa variabel persepsi risiko sebagian besar tanggapan responden yaitu mempunyai skor 4 atau setuju sejumlah 42 tanggapan. Hasil tersebut bermakna bahwa responden cenderung memberikan persetujuan atas pernyataan pada angket yang artinya persepsi risiko berpengaruh positif bagi staf akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa Timur.

Tabel 7
Sebaran atas respon variabel persepsi risiko

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STR	TS	R	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Selain manfaat risiko dari sistem informasi akuntansi juga diperhatikan	-	-	-	24	10
2	Disamping kebaikan, kekurangan sistem informasi akuntansi juga perlu dipertimbangkan guna meminimalisir <i>human error</i>	-	-	6	19	9
Total		-	-	6	43	19

Sumber: Data diolah

Tabel 8
Sebaran respon atas variabel MSIA

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STR	TS	R	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Untuk memilih suatu sistem informasi akuntansi maka, individu perlu mengikuti perkembangan lifestyle	-	-	3	19	12
2	Sebelum menentukan pilihan tentang sistem informasi akuntansi, mmaka CSE perlu dipertimbangkan guna menyesuaikan dengan kemampuan	-	-	-	26	8
3	Sebelum menentukan pilihan penggunaan sistem informasi akuntansi individu perlu mempertimbangkan manfaat dan risiko dari suatu sistem informasi akuntansi tersebut	-	-	7	17	10
4	Alangkah baiknya untuk bersikap bijak dalam menyikapi perkembangan lifestyle yang terdapat didalamnya	-	-	7	18	9
5	Sebagai seorang akuntan kiranya perlu mengevaluasi kemampuan untuk meningkatkan kinerja kedepannya	-	-	7	22	5
Total		-	24	102	44	29

Sumber: Data diolah

5. Minat Menggunakan SIA berbasis E-Commerce (MSIA)

Tabel 8 menyajikan data bahwa variabel MSIA sebagian besar tanggapan responden mempunyai skor 4 atau setuju sejumlah 102 responden. Hasil tersebut bermakna bahwa responden memberikan persetujuan atas pernyataan pada kuesioner yang artinya MSIA berbasis *e-commerce* bagi staf akuntan GO-JEK yang berada di wilayah Jawa timur sudah baik.

Pada tabel 9 menyajikan data bahwa variabel Ls, CSE, PM, PR, dan MSIA mempunyai rata-rata lebih besar dari 4, termasuk kategori tinggi, artinya responden memberikan persetujuan atas item-item pernyataan dalam kuisisioner dan variabel Ls, CSE, PM, PR dan MSIA berbasis *e-commerce* pada perusahaan GO-JEK di Jawa Timur sudah baik.

Tabel 9
Nilai Mean variabel Penelitian

Variabel	Mean
Ls <i>Lifestyle</i>	4,11
CSE <i>Computer Self Efficacy</i>	4,16
PM Persepsi Manfaat	4,15
PR Persepsi Risiko	4,19
MSIA Minat menggunakann SIA berbasis <i>e-commerce</i>	4,12

Sumber: Data diolah

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (uji K-S). Berikut ini merupakan hasil uji normalitas:

1. Ls terhadap MSIA berbasis E-Commerce

Pada tabel 10, nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* menunjukkan nilai sebesar 0,094. Hasil itu menegaskan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,094 lebih tinggi dibanding taraf signifikansinya 0,05. Dengan demikian dapat diambil keputusan bahwa data *lifestyle* (Ls) terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (MSIA) tersebar normal.

Tabel 10
Uji Normalitas Pengaruh Ls terhadap MSIA berbasis E-Commerce

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

Sumber: Data diolah

2. CSE terhadap MSIA E-Commerce

Dilihat pada tabel 11, menegaskan bahwa nilai *Asymp. Sig (2- tailed)* 0,088 lebih tinggi dibanding taraf signifikansinya 0,05. Dengan demikian dapat diambil keputusan bahwa data *computer self efficacy* (CSE) terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (MSIA) tersebar normal.

Tabel 11
Uji Normalitas CSE terhadap MSIA berbasis E-Commerce

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

Sumber: Data diolah

3. PM terhadap MSIA berbasis E-Commerce

Dapat dilihat pada tabel 12, nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* menunjukkan nilai sebesar 0,082. Hasil itu menegaskan bahwa nilai *Asymp. Sig (2- tailed)* 0,082 lebih tinggi dibanding taraf signifikansinya 0,05. Dengan demikian dapat diambil keputusan bahwa data PM terhadap MSIA berbasis *e-commerce* (MSIA) tersebar normal.

Tabel 12
Uji Normalitas PM terhadap MSIA berbasis E-Commerce

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

Sumber: Data diolah

4. PR terhadap MSIA berbasis E-Commerce

Dilihat pada tabel 13, nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* menunjukkan nilai sebesar 0,091. Hasil itu menegaskan bahwa nilai *Asymp. Sig (2- tailed)* 0,091 lebih tinggi dibanding taraf signifikansinya 0,05. Dengan demikian dapat

diambil keputusan bahwa data persepsi risiko (PR) terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (MSIA) tersebar normal.

Tabel 13
Uji Normalitas PR terhadap MSIA
berbasis E-Commerce

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

Sumber: Data diolah

Uji Regresi Linier

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

Berdasarkan tabel 14 hasil koefisien beta semua variable (*lifestyle*, *computer self efficacy*, persepsi manfaat, dan persepsi risiko) menunjukkan hasil positif. Hal ini menunjukkan *Ls*, *CSE*, *PM*, *PR* berpengaruh terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce*.

Tabel 14
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

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

Sumber: Data diolah

Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji determinasi dapat dilihat pada tabel 15, merujuk pada tabel 15, *R Square* dari variabel *lifestyle* (*Ls*) terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* sebesar 0,896. Hasil ini berarti bahwa variabel *lifestyle* (*Ls*) dapat memberikan penjelasan variasi dari variabel minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce*

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

Tabel 15
Koefisien Determinasi Variabel
Independen terhadap Variabel Dependen

Variabel	R	<i>R Square</i>
<i>Lifestyle</i>	0,947	0,896
<i>Computer self efficacy</i>	0,895	0,802
Persepsi Manfaat	0,921	0,847
Persepsi Risiko	0,768	0,590

Sumber: Data diolah

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

Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis semua variabel tersaji pada tabel 16. Berdasarkan tabel 16 diketahui bahwa nilai *t* dari semua variabel (*lifestyle*,

computer self efficacy, persepsi manfaat, dan persepsi risiko) mempunyai nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000 yang artinya semua variabel (*lifestyle*, *computer self efficacy*, persepsi manfaat, dan persepsi risiko) berpengaruh positif signifikan terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce* (MSIA).

Tabel 16
Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen

Variabel	T	Sig	Keterangan
<i>Lifestyle</i>	16,617	0,000	Signifikan
<i>Computer self efficacy</i>	11,376	0,000	Signifikan
Persepsi Manfaat	13,334	0,000	Signifikan
Persepsi Risiko	6,784	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah

Pembahasan

Go-Jek adalah suatu perusahaan teknologi yang berasal dari Indonesia yang memberikan pelayanan transportasi lewat jasa ojek. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2010 di Jakarta yang didirikan Nadiem Makarim. Layanan GO-JEK ada di sejumlah kota besar di Indonesia antara lain: Jabodetabek, Bali, Bandung, Surabaya, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Solo, Malang, Yogyakarta, Balikpapan, Manado, Bandar Lampung, Padang, Pekanbaru, dan Batam. Sampai dengan bulan Juni 2016, aplikasi GOJEK telah di-download sejumlah hampir 10 juta kali di *Google Play* pada sistem operasi Android. Sekarang ini pula terdapat untuk iOS di *AppStore*.

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce*. Hal ini menunjukkan semakin tinggi *lifestyle* seseorang maka semakin meningkat pula minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce*. Bisa diinterpretasikan bahwa *lifestyle* seseorang yang mengikuti perkembangan dan perubahan zaman akan

cenderung memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce*. Sebaliknya, *lifestyle* seseorang yang kurang mengikuti perkembangan dan perubahan zaman akan cenderung memiliki minat yang rendah dalam memanfaatkan SIA berbasis *e-commerce*. Hasil kajian ini didukung oleh teori yang disampaikan oleh Riadi (2018) bahwa gaya hidup (*lifestyle*) mempunyai kaitan erat dengan perubahan zaman dan perkembangan teknologi. Gaya hidup (*lifestyle*) menjadi salah satu upaya untuk membuat diri menjadi eksis dan tidak ketinggalan zaman. Seseorang memiliki *lifestyle* yang tinggi akan cenderung mengikuti perkembangan teknologi, salah satunya adalah SIA berbasis *e-commerce*. Selain selaras dengan teori, hasil penelitian ini juga searah dengan fenomena bahwa *lifestyle* berkembang dengan pesat mengikuti arus perubahan dan perkembangan teknologi yang terjadi dewasa ini. Seiring berkembangnya *lifestyle*, akan mempengaruhi perilaku dan kebiasaan masyarakat. Perkembangan teknologi mengakibatkan masyarakat memiliki kebiasaan baru yakni, kebiasaan konsumtif. Kebiasaan konsumtif ini terjadi akibat kemudahan dan efisiensi waktu yang ditawarkan oleh teknologi, salah satunya adalah SIA berbasis *e-commerce* yang menawarkan efisiensi waktu dibanding SIA yang tidak berbasis *e-commerce*.

Mengacu pada *mean* atau rata-rata keseluruhan item kuesioner pada variabel *lifestyle*, dapat diketahui bahwa variabel *lifestyle* termasuk berkategori tinggi. Hal ini bermakna bahwa responden memiliki *lifestyle* yang selalu beradaptasi dengan perkembangan dan perubahan teknologi. Tingginya *lifestyle* yang dimiliki responden pada akhirnya akan mendorong minat yang tinggi pula dalam penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Hasil penelitian ini juga selaras dengan teori TPB yang menyatakan bahwa perilaku *lifestyle* berkembang dengan pesat mengikuti arus perubahan teknologi yang juga akan mempengaruhi perilaku dan kebiasaan masyarakat. Perkembangan teknologi mengakibatkan masyarakat mempunyai kebiasaan konsumtif. Kebiasaan ini terjadi akibat kemu-

dahan dan efisiensi waktu yang ditawarkan teknologi, salah satunya adalah SIA berbasis *e-commerce*.

Pada perusahaan GO-JEK pemanfaatan *lifestyle* dimasukkan dalam aplikasi dengan menawarkan berbagai promo yang bersifat edision. Promo ini memiliki syarat dan ketentuan tertentu yang dikaitkan dengan *trend* di masyarakat. Misalnya promo pada satu waktu tanggal cantik setiap bulannya. GO-JEK juga menambahkan fasilitas GO-PAY yang berfungsi sebagai dompet *digital*. Tak hanya berfungsi sebagai pembayaran didalam aplikasi GO-JEK saja, saat ini GO-PAY juga bisa digunakan untuk melakukan transaksi di luar ekosistem GO-JEK. GO-PAY yang sebelumnya sudah dapat digunakan untuk membayar di SPBU, Gramedia, saat ini GO-PAY juga dapat dimanfaatkan untuk pembayaran belanja *online* di *merchant* mitranya. *Trend* ini tercipta seiring dengan *lifestyle* masyarakat yang mengedepankan aspek efisiensi dan efektifitas waktu. GO-JEK juga tidak hanya aplikasi untuk transportasi *online* melainkan berbagai fasilitas lain juga disediakan mulai dari aplikasi makanan sampai dengan *consumer goods* lainnya.

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *computer self efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce*. Hal ini berarti semakin tinggi CSE maka semakin meningkat pula minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce*. Hasil penelitian ini mendukung penelitiannya Achim dan Kassim (2015) serta Jahromi *et al.* (2016) yang menyampaikan bahwa semakin tinggi SCE maka penggunaan teknologi akan dirasa semakin mudah. Senada dengan penelitian sebelumnya oleh Putra dan Nugroho (2016) menemukan bahwa CSE juga berpengaruh positif terhadap minat seseorang untuk menggunakan *software* akuntansi, yang menunjukkan bahwa minat seseorang akan meningkat dengan adanya CSE. Hal ini mencerminkan bahwa kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuannya dalam menggunakan komputer akan mendorongnya untuk berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *e-commerce*.

Sebaliknya, kepercayaan diri seseorang yang rendah dalam menjalankan komputer akan membuatnya kurang berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *e-commerce*.

Thompson *et al.* (1991) dalam studinya menyatakan bahwa *Computer self efficacy* penting untuk menentukan perilaku individu dan kinerja dalam penggunaan teknologi informasi. Adanya CSE akan mendorong kinerja seseorang dalam memanfaatkan teknologi dalam hal ini adalah SIA berbasis *e-commerce*. Melalui pembaruan sistem aplikasi GO-JEK beberapa kebaruan diberikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Pelanggan yang berbelanja *online* menggunakan GO-PAY kini tidak perlu repot untuk mengakses aplikasi GO-JEK. Pembayaran GO-PAY sangat memudahkan karena akan langsung *redirect* ke aplikasi GO-JEK pengguna. Cukup memasukkan PIN akun GO-PAY untuk menyelesaikan pembayaran. Pelanggan juga dapat menggunakan QR sebagai alat penerimaan pembayaran. Penggunaan GO-PAY terbukti lebih praktis karena GO-PAY memproses pembayaran dari pelanggan secara otomatis ditransfer ke rekening bank yang telah terdaftar.

Hasil studi tersebut menyatakan bahwa *Computer Self Efficacy* berefek terhadap minat dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce*, selaras dengan teori kognitif sosial yang menunjukkan bahwa *self efficacy* sebagai kepercayaan seseorang yang mempunyai kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu. *Self efficacy* memainkan peranan penting dalam mempengaruhi motivasi dan perilaku. Di samping itu, *computer self efficacy* penting untuk menentukan perilaku individu dan kinerja dalam penggunaan teknologi informasi. Adanya CSE akan mendorong kinerja seseorang dalam memanfaatkan teknologi dalam hal ini adalah SIA berbasis *e-commerce*.

Agarwal dan Karahanna (2000) menegaskan bahwa *computer self efficacy* sebagai salah satu variabel penting untuk studi perilaku individual dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi. CSE merupakan sebuah konsep yang dapat digunakan untuk

mengukur kemampuan individu, khususnya dalam hal penggunaan sistem informasi akuntansi. CSE yang dimiliki seseorang akan membantunya dalam memanfaatkan teknologi SIA berbasis *e-commerce*. Merujuk pada *mean* atau rata-rata keseluruhan item kuesioner pada variabel *computer self efficacy*, dapat diketahui bahwa variabel *computer self efficacy* masuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa responden memiliki kepercayaan diri yang tinggi atas kemampuannya dalam menjalankan komputer. Tingginya *computer self efficacy* yang dimiliki responden pada akhirnya akan mendorong minat yang tinggi dalam penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.

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

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

Hasil riset ini juga didukung oleh penelitian Setyowati dan Respati (2017) yang menemukan bahwa seseorang yang memiliki persepsi manfaat yang tinggi tentang manfaat kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi berupa sistem akan cenderung termotivasi untuk menggunakan sistem tersebut.

Penggunaan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* diharapkan dapat membawa perubahan yang signifikan berupa efektivitas kinerja dan efisiensi waktu. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitiannya bahwa dompet elektronik yang ditawarkan oleh Go-Pay dipandang bermanfaat bagi para penggunanya, dan *trust* menjadi komponen penting dalam penggunaan dompet elektronik sebagai alat pembayaran elektronik (Priyono, 2017). Burda dan Teuteberg (2013) menyatakan bahwa teknologi digital memandang *trust* sebagai salah satu elemen penting.

Riset ini juga mendapat dukungan dari Mutiaraharja (2016) yang menegaskan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem akuntansi *e-commerce*. Berlandaskan pada *mean* atau rata-rata keseluruhan item kuesioner pada variabel persepsi manfaat, dapat diketahui bahwa variabel persepsi manfaat berkategori tinggi. Hal ini menandakan bahwa responden memiliki persepsi yang positif atas manfaat yang akan didapat dari suatu teknologi. Tingginya persepsi manfaat yang dimiliki responden pada akhirnya akan mendorong minat yang tinggi dalam penggunaan SIA berbasis *e-commerce*. Banyaknya pengguna GO-JEK saat ini karena masyarakat merasakan manfaat yang diterima. Fasilitas Go-PAY yang disediakan memberikan berbagai manfaat dan kemudahan transaksi pembayaran *online* baik digunakan secara personal maupun untuk kepentingan bisnis.

Manfaat yang dirasakan bagi para pebisnis antara lain: (1) GO-PAY membayar dengan nominal yang sudah pas dan dilakukan secara *digital* sehingga kesalahan perhitungan dapat diminimalisir, (2) GO-PAY dapat mencegah *human eror* berupa kesalahan hitung total belanja dan menerima pembayaran yang langsung masuk kedalam rekening terdaftar. Fasilitas ini dapat dimanfaatkan sekaligus sebagai tabungan, dan (3) Pencatatan dana kas masuk dapat membantu mengembangkan usaha. Semua transaksi yang tercatat pada aplikasi GO-JEK khusus untuk penjual dapat digunakan untuk me-

ngetahui jumlah transaksi yang terjadi dalam satu hari atau dalam periode waktu tertentu.

Hasil penelitian ini sesuai dengan tingkat penerimaan *mobile payment* mengalami peningkatan dari tahun ke tahun di berbagai negara (Flood *et al.*, 2013). Di Amerika Latin, Kanada, dan Karibbean, 31% dari kartu bank dan 76% dari kasir dilengkapi dengan NFC yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembayaran dengan dompet elektronik (*electronic wallet*).

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

risiko yang dimiliki responden pada akhirnya akan membuat seseorang semakin berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *e-commerce*.

Risiko adalah segala sesuatu terkait dengan keamanan pengguna suatu sistem atau aplikasi. Hal senada disampaikan dalam penelitiannya Afghani dan Yulianti (2017) persepsi keamanan merupakan suatu perlindungan dimana seseorang merasa terjaga dari timbulnya ancaman-ancaman dari suatu aset informasi. Pada penelitian dari Haidari dan Tileng (2018) menyatakan variabel *trust* dan *perceived risk* berpengaruh positif secara parsial terhadap intensitas pengguna Go-pay. Berbagai risiko telah diantisipasi oleh pihak GO-JEK melalui syarat dan kebijakan pengguna aplikasi termasuk tenant yang menjadi mitranya. Risiko ini bertujuan untuk meminimalkan terjadinya Tindakan penipuan yang mengatasnamakan PT GO-JEK. Risiko lain yang berpotensi muncul adalah risiko teknologi. Risiko ini menjadi salah satu pertimbangan pengguna dalam memanfaatkan fasilitas yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor keamanan dalam menggunakan SIA *e-commerce* adalah hal yang paling utama karena pengguna merasa terlindungi. Persepsi keamanan terkait jaminan dana yang tersimpan pada *e-wallet* serta data pribadi saat mendaftarkan diri pada akun *e-wallet* tersebut menjadi hal utama yang dipertimbangkan sebelum menggunakan *e-wallet*.

SIMPULAN DAN SARAN

Lifestyle berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce*. Ini bermakna bahwa responden memiliki *lifestyle* yang selalu beradaptasi dengan perkembangan dan perubahan teknologi. Penelitian ini mengindikasikan bahwa *lifestyle* seseorang yang mengikuti perkembangan dan perubahan zaman akan cenderung memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan SIA berbasis *e-commerce*. Perkembangan teknologi yang sedemikian pesat akan mempengaruhi perilaku dan kebiasaan masyarakat. Kebiasaan ini terjadi

akibat kemudahan dan efisiensi waktu yang ditawarkan teknologi. Hasil penelitian ini selaras dengan teori *plan behavior* (TPB).

Kemampuan responden dalam mengoperasionalkan (*computer self efficacy*) berpengaruh terhadap minat menggunakan SIA berbasis *e-commerce*. Ini mencerminkan bahwa kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuannya dalam menggunakan komputer akan mendorongnya untuk berminat dalam memanfaatkan SIA berbasis *e-commerce*. Persepsi Manfaat dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat individu menggunakan SIA berbasis *e-commerce*. Kedua persepsi ini yang menjadikan pertimbangan pengguna dalam menggunakan *e-commerce*. Ini dibuktikan dengan layanan GO-JEK dengan tambahan fasilitas GO-PAY yang memberikan kemudahan dalam melakukan berbagai macam transaksi yang mengutamakan efisiensi, efektifitas, dan keamanan pengguna. Risiko keamanan menjadikan pertimbangan penting karena terkait dengan keamanan dananya dan data yang disimpan dan *e-wallet* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., B. Thomas, L. Murphy, dan E. Plant. 2018. An Investigation of the Benefits and Barriers of E-Business Adoption Activities in Yemeni SME. *Strategic Change* 27(3): 195-208. <https://doi.org/10.1002/jsc.2195>.
- Achim, N. dan A. A. Kassim. 2015. Computer Usage: The Impact of Computer Anxiety and Computer Self-efficacy. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 172: 701-708.
- Afghani, M. F. dan E. Yulianti. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah terhadap Adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business dan Banking* 6(1): 113-128. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.898>.
- Agarwal, R. dan E. Karahanna. 2000. Time Flies When You're Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs about Information Technology Usage. *MIS Quarterly* 24(4): 665-694. <https://doi.org/10.2307/3250951>.
- Al-Dmour, R., F. Hammdan, H. Al-Dmour, A. Alrowwad, dan S. M. Khwaldeh. 2017. The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case. *Asian Social Science* 13(11): 157-169. <https://doi.org/10.5539/ass.v13n11p157>.
- Aziah, A. dan P. R. Adawia. 2018. Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Cakrawala-Jurnal humaniora* 18(2): 149-156.
- Burda, D. dan F. Teuteberg. 2013. Sustaining Accessibility of Information through Digital Preservation: a Literature Review. *Journal of Information Science* 39(4): 439-455.
- Bhatti, T. 2007. Exploring Factors Influencing the Adoption of Mobile Commerce. *Journal of Internet Banking and Commerce* 12(3): 1-13.
- Boritz, J. E. dan W. G. No. 2011. E-Commerce and Privacy: Exploring What We Know and Opportunities for Future Discovery. *Journal of Information Systems* 25(2): 11-45. <https://doi.org/10.2308/isys-10090>.
- Chiu, T. dan T. D. Wang. 2019. The COSO Framework in Emerging Technology Environments: An Effective in-Class Exercise on Internal Control. *Journal of Emerging Technologies in Accounting* 16(2): 89-98. <https://doi.org/10.2308/jeta-52500>.
- Compeau, D. R. dan C. A. Higgins. 1995. Computer Self-Efficacy: Development of a Measure and Initial Test. *MIS Quarterly* 19: 189-211.
- Dagliene, L. dan K. Štutienė. 2019. Corporate Sustainability Accounting Information Systems: A Contingency-Based Approach. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal* 10(2): 260-289. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-07-2018-0200>.
- Davis, F. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS*

- Quarterly* 13: 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Fan, J., L. Tang, W. Zhu, dan B. Zou. 2018. The Alibaba Effect: Spatial Consumption Inequality and the Welfare Gains from E-Commerce. *Journal of International Economics* 114: 203-220. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2018.07.002>.
- Flood, D., T. West, dan D. Wheadon. 2013. Trends in Mobile Payments in Developing and Advanced Economies. *RBA Bulletin* 1: 71-80.
- Frisdayanti, A. 2019. Peranan Brainware dalam Sistem Informasi Manajemen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 1(1): 60-69. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i1.47>.
- Hariyati, H., B. Tjahjadi, dan N. Soewarno. 2019. The Mediating Effect of Intellectual Capital, Management Accounting Information Systems, Internal Process Performance, and Customer Performance. *International Journal of Productivity and Performance Management* 68(7): 12501271. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-02-2018-0049>.
- Haidari, M. B. dan K. G. Tileng. 2018. Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay. *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi (JUISI) Universitas Ciputra* 04(01): 10-15.
- He, J. dan F. Lee, F. 2009. Are Men More Technology Oriented than Women? The Role of Gender on the Development of General Computer Self-Efficacy of College Students. *15th Americas Conference on Information Systems 2009, AMCIS 2009* 8(2): 5546-5557.
- Jahromi, S. A. F., A. Forouzan, dan R. Gholaminejad, R. 2016. Computer Anxiety and Computer SelfEfficacy as Predictors of Iranian EFL Learners' Performance on the Reading Section of the TOEFL iBT. *Higher Education of Social Science* 11(6): 55-65.
- Kan, M. P. H. dan L. R. Fabrigar. 2017. Theory of Planned Behavior. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*: 1-8. <https://doi.org/10.1007/978-3>
- Kim, D. J., D. L. Ferrin, dan H. R. Rao. 2008. A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support Systems* 44: 544-564.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. 14th Edition. Prentice Hall. Jakarta.
- Mutiaraharja, L. R. P. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman, Manfaat, dan Risiko terhadap Minat Pembeli untuk menggunakan Sistem E-Commerce (Studi Empiris Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mhina, J. R. A., M. G. M. Johar, dan M. H. Alkawaz. 2019. The Influence of Perceived Confidentiality Risks and Attitude on Tanzania Government Employees' Intention to Adopt Web 2.0 and Social Media for Work-Related Purposes. *International Journal of Public Administration* 42(7): 558-571. <https://doi.org/10.1080/01900692.2018.1491596>.
- Min, S., K. K. F. So, dan M. Jeong. 2019. Consumer Adoption of the Uber Mobile Application: Insights From Diffusion of Innovation Theory and Technology Acceptance Model. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 36(7): 770-783. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1507866>.
- Syaifudin, M. dan D. Hendrawan. 2016. Analisis Pengaruh Privasi, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online di olx.co.id. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 2(2):1-16. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1193>.
- Norrahmiati, N., K. Anwar, dan E. Ernawati. 2020. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Generasi Z untuk menggunakan Kembali Aplikasi Transportasi Daring. *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia* 4(1): 44-57. DOI: 10.26805/jmkli v4i1.91.

- Okundaye, K., S. Fan, dan R. Dwyer. 2019. Impact of Information and Communication Technology in Nigerian Small-to Medium-Sized Enterprises. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science* 24(47): 29-46. <https://doi.org/10.1108/JEFAS-08-2018-0086>.
- Putra, A. K. dan M. A. Nugroho. 2016. Pengaruh Computer Anxiety Computer Attitude dan Computer Self Efficacy terhadap Minat Menggunakan Software Akuntansi the Impacts of Computer Anxiety, Computer Attitude and Computer Self. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi* 4(6): 1-19.
- Priyono, A. 2017. Analisis Pengaruh Trust dan Risk dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik GO-PAY. *Jurnal Siasat Bisnis* 21(1): 88-106. <http://www.jurnal.uui.ac.id/index.php/jsb>.
- Prayugo, D.W. 2018. Pengaruh Komunitas Virtual Terhadap Minat Beli Online pada Grup Facebook Bubuhan Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi* 6(1): 143-157.
- Rachbini, W., F. Salim, M. G. Haque, dan E. Rahmawati, E. 2019. Analisis Niat Pembelian Ulang E-Commerce Mobile dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 5(3): 530-540. <https://doi.org/10.17358/jabm.5.3.53>.
- Riadi, M. 2018. Aspek, Jenis, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli. <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>.
- Romney, M. B. dan P. J. Steinbart. 2018. *Accounting Information Systems*. 14th Edition. Pearson Education, Inc. London.
- Setyowati dan Respati. 2017. Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Computer Self Efficacy, dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 13(1): 63-75.
- Shemi, A. dan C. Procter. 2018. E-Commerce and Entrepreneurship in SMEs: Case of MyBot. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 25(3): 501-520. <https://doi.org/10.1108/JSBED-03-2017-0088>.
- Skinner, H., D. Sarpong, dan G. R. T. White. 2018. Meeting the Needs of the Millennials and Generation Z: Gamification in Tourism through Geocaching. *Journal of Tourism Futures* 4(1): 93-104. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0060>.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Cetakan 15. Alfabeta. Bandung.
- Thompson, R. L., C. A. Higgins, dan J. W. Howell. 1991. Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MISQuarterly* 15(1): 124-143.
- Venkatesh, V., J. Y. L. Thong, dan X. Xu. 2016. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. *Journal of the Association of Information Systems* 17(5): 328-376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>.
- Xu, W., Y. Zuo, X. Gao, dan M. Yao. 2019. The Influencing Factors of Satisfaction and Lending Intention in Online Lending Investment: An Empirical Study Based on the Chinese Market. *Accounting dan Finance* 59(2): 2045-2071. <https://doi.org/10.1111/acfi.12551>.