

## **Determinan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce***

### ***Determinants of Use Accounting Information System E-commerce Based***

**Desyana Putri**

Program Studi Akuntansi, Fakultas Sosial Sains,  
Universitas Pembangunan Panca Budi, Indonesia

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Penelitian dilaksanakan di salah satu perguruan tinggi di Provinsi Riau dan Sumatera Utara. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode convenience sampling, dengan total sampel 96 responden. Metode penelitian yang digunakan mencakup studi pustaka dan lapangan, meliputi observasi, wawancara, korespondensi, dan kuesioner. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen dan independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh pada minat perilaku dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*, sedangkan sikap memiliki pengaruh yang lebih lemah terhadap minat perilaku dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

**Kata Kunci:** *E-commerce*; Sikap; Norma Subjektif; Persepsi Kemudahan Penggunaan.

#### **Abstract**

*This research aims to analyze the factors influencing the use of e-commerce-based accounting information systems. The study was conducted in one of the universities in Riau and North Sumatra Provinces. The sampling method employed convenience sampling, resulting in a sample size of 96 respondents. The research involved a combination of library and field research methods, including observation, interviews, correspondence, and questionnaires. Multiple linear regression analysis was used to determine the influence between dependent and independent variables. The research findings indicate that subjective norms and perceived ease of use affect the behavioral interest in using e-commerce-based accounting information systems, while attitudes have a relatively weaker influence on the behavioral interest in using e-commerce-based accounting information systems.*

**Keywords:** *E-commerce*; Attitudes; Subjective Norms; Perceived Ease Of Use.

**How to Cite:** Putri, D., (2023). Determinan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi. *Economics, Business and Management Science Journal*, 3(2) 2023: 103-109.



## PENDAHULUAN

Penelitian ini dimulai dengan pemaparan data pertumbuhan ekonomi yang dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang menunjukkan pertumbuhan ekonomi pada kuartal II tahun 2021 mencapai 7,07% year on year (yoy), mengalami peningkatan dari sebelumnya pada kuartal I tahun 2021 yang sebesar 5,32% year on year (yoy) (Aisyah, 2020). Dalam era globalisasi yang ditandai oleh perubahan teknologi yang cepat, ekonomi dan bisnis telah menjadi terjalin secara erat. Pertumbuhan ekonomi yang dicatat telah dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang pesat. Fenomena ini mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan mengimplementasikan teknologi dalam operasional mereka. Dalam era di mana pasar sangat kompetitif, perusahaan dituntut untuk meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan kualitas layanan untuk tetap bersaing di pasaran. Implementasi teknologi dan sistem informasi yang canggih merupakan alat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing mereka dan mengoptimalkan proses bisnis (Budiarto et al., 2018; Lestari, 2019; Rerung, 2018).

Pemanfaatan teknologi memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi, serta merespons perubahan pasar secara cepat. Adopsi teknologi membuka jalan bagi peningkatan efisiensi biaya, pengurangan kesalahan manusiawi, dan perbaikan proses bisnis secara menyeluruh. Dengan teknologi yang tepat, perusahaan dapat mengoptimalkan proses operasional mereka, mengendalikan biaya, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kualitas layanan. Inovasi dan implementasi teknologi yang tepat telah menjadi kunci utama dalam memungkinkan perusahaan untuk bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat (Botha et al., 2008; Gupta, 2014; Rayport & Jaworski, 2003).

Tidak hanya untuk meningkatkan efisiensi, tetapi teknologi juga memberikan ruang bagi perusahaan untuk mengakses pasar yang lebih luas, memperluas jaringan bisnis, dan menjangkau konsumen dengan cara yang lebih efektif. Dengan demikian, penggunaan teknologi tidak hanya membantu perusahaan meningkatkan produktivitas, tetapi juga memungkinkan mereka untuk bersaing secara global dan terus berkembang di pasar yang semakin terintegrasi. Integrasi teknologi telah memainkan peran kunci dalam memfasilitasi konektivitas global, mempercepat akses informasi, dan meningkatkan kolaborasi, memungkinkan perusahaan untuk terhubung dengan pelanggan dan rekan bisnis di berbagai belahan dunia (James & Steger, 2017; Lorenzen & Mudambi, 2013; Otiso et al., 2011).

Produktivitas yang merupakan kunci kompetitivitas dapat ditingkatkan melalui sistem informasi yang efisien. Sistem informasi merupakan rangkaian prosedur formal pengumpulan data yang diolah menjadi informasi dan didistribusikan kepada para pengguna (Sidh, 2013; Suzanto & Sidharta, 2015). Pengguna sistem informasi akuntansi terbagi menjadi dua yaitu pengguna internal dan eksternal, termasuk investor, kreditur, pemerintah, pelanggan, dan masyarakat secara umum. Sistem informasi yang fokus pada bidang akuntansi disebut Sistem Informasi Akuntansi (SIA). Bodnar dan Hopwood (2003) mengungkapkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi melibatkan berbagai aktivitas terkait siklus pemrosesan transaksi perusahaan, termasuk siklus pendapatan dengan salah satu metodenya adalah *electronic commerce (e-commerce)* (Noni et al., 2022; Yusriadi, 2019)[3].

*E-commerce*, sebagai jaringan internet yang memfasilitasi pertukaran informasi bisnis, penjualan produk atau layanan, serta perancangan ulang proses kerja, memiliki dua jenis utama: Business to Consumer (B2C) dan Business to Business (B2B) yang telah membentuk evolusi akuntansi digital (Annisa, 2017; Suzanto & Sidharta, 2015). *E-commerce* telah menjadi pilar utama dalam lingkungan bisnis modern, mengubah cara konsumen berbelanja dan interaksi antara bisnis dan pelanggan. Perkembangan teknologi dan akses internet yang semakin luas, terutama di kota-kota besar di Indonesia, telah memfasilitasi pertumbuhan *e-commerce* dan mengubah cara transaksi bisnis dilakukan. Saat ini, *e-commerce* tidak hanya menawarkan kenyamanan, tetapi juga memungkinkan pelanggan untuk menjangkau berbagai barang dan layanan dengan cepat dan praktis.

Pada kota-kota besar di Indonesia, tren *e-commerce* telah mempengaruhi cara masyarakat berbelanja dan bertransaksi secara signifikan. Dengan sejumlah besar penduduk yang memiliki akses internet, khususnya di masa pandemi, *e-commerce* telah memfasilitasi kebutuhan pelanggan

untuk melakukan transaksi secara online tanpa harus meninggalkan kenyamanan rumah. Situs web dan platform *e-commerce* menawarkan pengalaman belanja yang mudah, dan berbagai opsi pembayaran yang memudahkan konsumen.

*E-commerce* juga menawarkan kesempatan bagi bisnis kecil dan menengah untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas. Mereka dapat memanfaatkan platform *e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih besar dan menawarkan produk mereka tanpa harus memiliki toko fisik. Bagi pelanggan, ini memungkinkan akses ke beragam produk tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Selain itu, dengan adopsi teknologi yang tepat, perusahaan dapat memperluas cakupan layanan dan memberikan pengalaman belanja yang lebih personal kepada pelanggan mereka.

Ketika transaksi terjadi dalam *e-commerce*, kepercayaan menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, sebab interaksi penjual dan pembeli seringkali dilakukan tanpa pertemuan langsung, sehingga informasi pribadi dibagikan dalam proses transaksi (Annisa, 2017; Rifa'i, 2019). Oleh karena itu, pentingnya sistem yang dapat menjamin keamanan untuk melindungi dari cyber crime seperti penipuan online. Kasus seperti itu menekankan pentingnya perusahaan memiliki sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yang memberikan rasa aman bagi penggunaannya.

Perilaku pengguna teknologi menjadi faktor penentu dalam membentuk model sistem informasi akuntansi. Theory of Planned Behavior (TBP) digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan pengaruh-pengaruh yang memengaruhinya (Afdalia et al., 2014; Sakdiyah et al., 2019). Dalam penelitian ini, Theory of Planned Behavior merujuk pada Technology Acceptance Model (TAM).

Dengan mempertimbangkan fenomena yang telah teridentifikasi dan penelitian sebelumnya, fokus utama penelitian ini adalah pada faktor-faktor yang berperan dalam mempengaruhi minat dan perilaku pengguna dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Lebih khusus lagi, penelitian ini difokuskan pada aspek sistem informasi akuntansi yang memengaruhi preferensi pengguna dalam menggunakan platform *e-commerce*. Dalam konteks bisnis modern yang diwarnai oleh pertumbuhan *e-commerce*, pemahaman faktor-faktor ini menjadi penting karena mereka dapat mempengaruhi cara individu, bisnis, dan pasar secara keseluruhan berinteraksi dalam ekosistem transaksi daring.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kausal asosiatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Fokusnya adalah mengevaluasi pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat perilaku dalam menggunakan sistem informasi akuntansi tersebut. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah convenience sampling, yang melibatkan anggota populasi yang bersedia untuk memberikan informasi (Sekaran, 2006).

Pengumpulan data dilakukan di sebuah perguruan tinggi swasta di Riau dan Sumatera Utara selama April 2023. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa aktif yang berjumlah 135 orang, terdiri dari 81 wanita dan 54 pria. Namun, dari total kuesioner yang disebar, hanya 96 responden, atau sekitar 71%, yang dikembalikan untuk analisis.

Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner, yang memberikan pertanyaan tentang persepsi responden terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*, terutama terkait belanja online. Semua variabel yang diteliti diukur menggunakan skala Likert, dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Pendekatan ini membatasi sampel pada individu yang memenuhi kriteria yang ditentukan (Sekaran, 2006) dan dianggap mampu memberikan informasi yang relevan.

Kriteria responden yang diikutsertakan dalam penelitian ini termasuk mahasiswa aktif dari perguruan tinggi swasta di Riau dan Sumatera Utara yang pernah melakukan transaksi belanja online menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* melalui berbagai platform seperti media sosial, Shopee, Tokopedia, OLX.co.id, Lazada.co.id, Zalora.com, Elevenia.com, dan platform serupa.



Selain itu, kriteria responden juga mencakup mahasiswa aktif dari perguruan tinggi tersebut yang pernah melakukan transaksi melalui aplikasi dari perusahaan yang menyediakan layanan bertransaksi dengan pengguna eksternal melalui internet, baik melalui website maupun jejaring sosial. Proses transaksi dimulai dari tahap pemesanan hingga saat pesanan diterima oleh pengguna eksternal.

Kedua kriteria tersebut membantu menyeleksi responden yang memiliki pengalaman nyata dalam bertransaksi online menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*, baik melalui platform *e-commerce* maupun aplikasi dari perusahaan yang melibatkan transaksi dengan pengguna eksternal melalui internet.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Selain itu, hasil uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi diperoleh hasil bahwa data penelitian terdistribusi normal, tidak ditemukan adanya masalah multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan tidak terjadi adanya gejala autokorelasi.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji statistik F) maka diketahui nilai F hitung sebesar 70,79 dan nilai *Sig.* adalah 0,000. Diketahui : F hitung 70,79 > nilai F tabel 3,09 dan Nilai *Sig.* 0,000 < 0,05. Maka sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dijelaskan:

1. Nilai koefisien regresi dari variabel sikap (*attitude*) adalah 0,122 yang bernilai positif. Nilai t hitung dari sikap (*attitude*) sebesar 1,428 < t tabel 1,986 dan nilai *sig.* 0,157 > 0,050. Hal ini berarti variabel independen sikap (*attitude*) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel dependen minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.
2. Nilai koefisien regresi dari variabel norma subjektif (*subjective norm*) adalah 0,180 yang bernilai positif. Nilai t hitung dari norma subjektif (*subjective norm*) sebesar 4,264 > t tabel 1,986 dan nilai *sig.* 0,000 < 0,050. Hal ini berarti variabel independen norma subjektif (*subjective norm*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.
3. Nilai koefisien regresi dari variabel kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) adalah 0,537. Nilai t hitung dari kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) sebesar 8,091 > t tabel 1,986 dan nilai *sig.* 0,000 < 0,050. Hal ini berarti variabel independen kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

Tingkat minat dan perilaku individu dalam menggunakan sistem informasi *e-commerce* dikenal sebagai hasil dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kemudahan penggunaan. Hasil dari penelitian ini menegaskan bahwa minat perilaku tersebut terpengaruh secara signifikan oleh norma subjektif dan persepsi kemudahan penggunaan. Namun, terdapat temuan menarik yang menunjukkan bahwa sikap tidak berpengaruh pada minat seseorang dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Hal ini menandakan bahwa para responden tidak sepenuhnya menggunakan sistem tersebut berdasarkan perasaan positif atau negatif semata.

Temuan terkait norma subjektif mengindikasikan bahwa penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dipengaruhi oleh keyakinan individu terhadap persepsi masyarakat sekitarnya tentang penggunaan teknologi tersebut. Jika sebagian besar lingkungan mereka menganggap penting, efisien, atau menjadi standar dalam penggunaan sistem tersebut, hal ini dapat mempengaruhi minat individu untuk menggunakannya. Meskipun demikian, hasil penelitian menegaskan bahwa persepsi sikap individu terhadap kecanggihan teknologi itu sendiri tidak secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi *e-commerce*. Ini

menunjukkan bahwa sikap individu terhadap teknologi dalam hal ini tidak menjadi faktor penentu utama dalam penggunaan sistem *e-commerce* di bidang akuntansi.

Fenomena ini menyoroti bahwa keputusan menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* didasari oleh lebih dari sekadar preferensi pribadi. Penggunaan sistem tersebut didorong oleh pandangan yang lebih luas, yaitu norma subjektif dan persepsi akan kemudahan penggunaannya, sementara sikap individual terhadap teknologi itu sendiri bukanlah pemicu utama dalam penggunaan sistem tersebut. Ini menunjukkan kompleksitas faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengguna dalam menerima dan mengadopsi inovasi teknologi di dalam lingkungan akademis.

Implikasi dari penelitian ini bagi analisis sistem informasi akuntansi menunjukkan bahwa minat seseorang dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap kegunaan aplikasi tersebut, kepuasan pengguna, serta kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi tersebut. Sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yang digunakan dalam penelitian ini masih dianggap mudah dipahami oleh pengguna eksternal.

Penelitian ini menyoroti pentingnya pengguna melihat kegunaan sistem dan merasakan kepuasan dalam penggunaannya sebagai penggerak penting minat mereka dalam mengadopsi dan menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Penelitian menunjukkan bahwa pengalaman positif pengguna dengan sistem, bersama dengan persepsi mudahnya penggunaan, secara signifikan memengaruhi kecenderungan mereka untuk terlibat dan menerima inovasi teknologi. Klasifikasi sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yang dipelajari sebagai ramah pengguna mengimplikasikan bahwa sistem tersebut diterima dengan baik oleh pengguna eksternal, mencerminkan tingkat kemudahan pemahaman dan penggunaannya.

Hasil penelitian menekankan pentingnya kepuasan pengguna dan persepsi kemudahan penggunaan dalam membentuk sikap individu terhadap sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Hal ini menegaskan perlunya analisis sistem informasi memastikan bahwa sistem tersebut dirancang dengan cara yang memberikan kenyamanan, kegunaan, dan pengalaman pengguna yang menyenangkan. Hal ini dapat membangun persepsi yang lebih positif dan peningkatan penerimaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* di kalangan pengguna di lingkungan akademik maupun di luarnya.

Keterbatasan penelitian ini terutama terletak pada sampel yang terbatas. Dengan jumlah responden yang relatif kecil, hasil penelitian mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan keberagaman individu yang ada di populasi yang lebih luas. Oleh karena itu, generalisasi temuan dari penelitian ini perlu dilakukan dengan hati-hati karena keterbatasan sampel.

Penelitian mendatang diharapkan menggunakan metode probability sampling yang lebih luas, sehingga hasilnya dapat lebih representatif dan dapat diterapkan pada populasi yang lebih besar. Lebih jauh, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan mempertimbangkan pengaruh teknologi digital berdasarkan Technology Acceptance Model dan aspek kultural, serta bagaimana faktor-faktor ini berdampak pada perilaku individu dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Hal ini dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang bagaimana teknologi diterima dan digunakan di lingkungan yang lebih luas dan beragam (Venkatesh dan Davis, 2000).

## SIMPULAN

Dalam penelitian ini, hasil analisis menunjukkan bahwa sikap individu tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Namun, norma subjektif dan persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi minat penggunaan tersebut secara positif dan signifikan. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa minat pengguna dipengaruhi oleh persepsi kegunaan aplikasi, kepuasan pengguna, dan kemampuan teknologi, sementara sikap individu tidak menjadi pemicu utama dalam penggunaan sistem.

Penelitian menggarisbawahi pentingnya persepsi kemudahan penggunaan dan kepuasan dalam penggunaan sistem informasi *e-commerce*. Namun, keterbatasan penelitian ini terletak pada sampel yang terbatas, sehingga generalisasi harus dilakukan dengan hati-hati. Studi selanjutnya

disarankan menggunakan metode sampling yang lebih luas dan mempertimbangkan pengaruh teknologi digital dan aspek budaya, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang adopsi sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* di berbagai lingkungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afdalia, N., Pontoh, G. T., & Kartini, K. (2014). Theory of planned behavior dan readiness for change dalam memprediksi niat implementasi peraturan pemerintah nomor 71 tahun 2010. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 110–123.
- Aisyah, S. (2020). *Dampak pandemi Covid-19 bagi UMKM serta strategi e-marketing UMKM di Indonesia*.
- Annisa, R. (2017). Perancangan Kamus Istilah Akuntansi Berbasis Desktop Dengan Metode Interpolation Search. *Jurnal Evolusi*, 5(1).
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). Perekonomian Indonesia. Retrieved from <http://www.bps.go.id/>.
- Bodnar, G. H., & Hopwood, W. S. (2003). Accounting Information System. (8th ed., Vol. 2). Sistem Informasi Akuntansi. Indeks, Gramedia.
- Brynjolfsson, E., & Smith, M. D. (2000). Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers. *Management Science*, 46(4), 563–585.
- Botha, J., Bothma, C. H., & Geldenhuys, P. (2008). *Managing E-commerce in Business*. Juta and Company Ltd.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Ugm Press.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use And User Acceptance Of Information Technology, *MIS Quarterly*. ABI/Inform Global. *Management Science*, 319.
- Deshmukh, A. (2005). *Digital Accounting: The Effects of the Internet and ERP on Accounting*. Pennsylvania State University: IRM Press.
- Fathinah, Z. B. (2013). Determinat Minat Individu dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Berbasis Teknologi di Bank Syariah. Skripsi. Universitas Brawijaya.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, A. (2014). E-Commerce: Role of E-Commerce in today's business. *International Journal of Computing and Corporate Research*, 4(1), 1–8.
- Hall, J. A. (2009). *Sistem Informasi Akuntansi* (2nd ed., 4th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Hardanti, & Saraswati, E. (2013). Faktor Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*. *Simposium Nasional Akuntansi XVI*.
- Jackson, S. E., et al. (2010). *Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jogiyanto, H. M. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI.
- James, P., & Steger, M. B. (2017). Globalization and global consciousness: Levels of connectivity. In *Global culture: Consciousness and connectivity* (pp. 21–39). Routledge.
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Lorenzen, M., & Mudambi, R. (2013). Clusters, connectivity and catch-up: Bollywood and Bangalore in the global economy. *Journal of Economic Geography*, 13(3), 501–534.
- Lee, et al. (2010). Investigating the on-line shopping intentions of Vietnamese students: An extension of the theory of planned behaviour. *World Transactions on Engineering and Technology Education*, 8(4).
- Likert, R. (2017). The method of constructing an attitude scale. In *Scaling: A Sourcebook for Behavioral Scientists* (pp. 233–243). <https://doi.org/10.4324/9781315128948-23>.
- McLeod Jr, R., & Schell, G. P. (2008). *Management Information Systems*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, A. (2012). Model Tingkat Penerimaan Sistem Informasi Berbasis Online Dengan Metode Integrasi TAM dan TPB. Studi Empiris Pada SIMA WEB FEB UNDIP. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Noni, A. M., Azhar, A., & Putra, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Hak Tanggungan Elektronik (HT-el). *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 360–370. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1161>
- Otiso, K. M., Derudder, B., Bassens, D., Devriendt, L., & Witlox, F. (2011). Airline connectivity as a measure of the globalization of African cities. *Applied Geography*, 31(2), 609–620.
- Rayport, J. F., & Jaworski, B. J. (2003). *Introduction to e-commerce*. McGraw-Hill, Inc.
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun loyalitas pelanggan*. IAIN Jember.
- Sakdiyah, L., Effendi, R., & Kustono, A. S. (2019). Analisis Penerimaan Penggunaan E-Learning dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 120–126.



- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business* (4th ed., Buku 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Sulistiyarini, S. (2012). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *JIMFEB*, 1(2).
- Sidh, R. (2013). Peranan brainware dalam sistem informasi manajemen. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(1), 19–29.
- Suzanto, B., & Sidharta, I. (2015). Pengukuran end-user computing satisfaction atas penggunaan sistem informasi akademik. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(1), 41357.
- Yusriadi, Y. (2019). The Effectiveness of the Sale and Purchase Agreement for Online Business People in Bone Regency. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 1(3), 177–189. <https://doi.org/10.34007/jehss.v1i3.37>
- .

