

MINAT PENGGUNAAN APLIKASI AKUNTANSI MENGGUNAKAN TRA DAN TAM PADA PUSAT KEGIATAN BELAJAR MASYARAKAT (PKBM) DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Nurma Amalia¹, Inna Zahara²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, Indonesia

Correspondences: innazahara@gmail.com

Artikel Masuk: 11 Juli 2024

Artikel Direview: 25 Juli 2024

Artikel Diterima: 27 Juli 2024

Artikel dapat diakses : [Archives | Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa \(lppmpelitaibangsa.id\)](#)

ABSTRAK

Penggunaan aplikasi akuntansi akan memudahkan pengoperasian sistem informasi akuntansi dalam menyusun laporan keuangan yang baik. Namun, minat penggunaan aplikasi akuntansi yang lebih modern seperti Accurate oleh calon pengguna para staf dan manajemen masih menjadi faktor kritis yang perlu diperhatikan dalam mengadopsi aplikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi akuntansi menggunakan TRA dan TAM pada Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat di Kabupaten Lampung Selatan. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Sampel dalam penelitian terdiri dari 70 responden yang telah mengoperasikan microsoft excel dan pernah mengetahui aplikasi akuntansi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan PLS (Partial Least Square). Hasil penelitian menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi kegunaan, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap sikap pengguna, norma subjektif dan sikap pengguna memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi akuntansi.

Kata Kunci: TRA; TAM; Minat Penggunaan; Aplikasi Akuntansi; Sistem Informasi Akuntansi

ABSTRACT

Using an accounting application will facilitate the operation of the accounting information system in preparing good financial reports. However, the interest in using modern accounting applications such as Accurate by prospective users of staff and management remains a critical factor to be taken into account in adopting such applications. This study aims to determine the factors influencing the intention to use accounting applications using TRA and TAM at Community Learning Centers in South Lampung Regency. The sampling method used the purposive sampling technique. The study sample consisted of 70 respondents who were familiar with operating Microsoft Excel and had knowledge of accounting applications. Data collection was carried out using a questionnaire. The data analysis technique employed in this study is Partial Least Square (PLS). The research results indicate that perceived ease of use does not have an effect on perceived usefulness, perceived usefulness and perceived ease of use have a positive influence on user attitude, and subjective norm and user attitude have a positive impact on the intention to use accounting applications.

Keywords: Perceived usefulness; subjective norm; attitude; Interest in using accounting applications

PENDAHULUAN

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) pada era digital saat ini berpengaruh dalam pencapaian terciptanya pelaporan keuangan yang handal dan berkualitas. Pelaporan laporan keuangan disebut berkualitas, jika laporan keuangan tersebut menyajikan informasi akuntansi dengan benar dan dapat dipertanggung-jawabkan (Firmansyah, 2022). Informasi akuntansi sangat dibutuhkan bagi pihak yang berkepentingan seperti: manajer, karyawan, kreditur, investor, kantor pajak, akademisi dan lain-lain. Pemangku kepentingan (*stakeholders*) membutuhkan informasi akuntansi yang

menampilkan posisi keuangan perusahaan dengan skema yang menyeluruh. (Simkin et al., 2012).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan pada berbagai bidang sektor, termasuk sektor pendidikan. Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) adalah lembaga yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mendapatkan pendidikan nonformal. PKBM berperan penting dalam meningkatkan akses pendidikan nonformal bagi masyarakat di Kabupaten Lampung Selatan. Seiring berjalan waktu dengan pertumbuhan PKBM, kegiatan administratif dan akuntansi yang kompleks terus mengalami peningkatan. Perkembangan ini menjadi sebuah tantangan bagi PKBM dalam menjaga dan meningkatkan efisiensi serta efektivitas dalam manajemen administrasi dan keuangan mereka.

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) di Kabupaten Lampung Selatan mengandalkan *Microsoft Excel* untuk mengolah laporan keuangannya. Meskipun *Microsoft Excel* merupakan alat yang populer dan sering digunakan dalam pengolahan laporan keuangan, ada beberapa keterbatasan yang dihadapi oleh PKBM Lampung Selatan. Penggunaan *Microsoft Excel* memerlukan banyak waktu dan upaya yang signifikan seperti memasukkan data dan merumuskan formula. Hal ini dapat mengarah pada kesalahan perhitungan, ketidakkonsistenan dalam laporan keuangan, dan keraguan terhadap keandalan informasi keuangan yang dihasilkan. Contoh salah satu kasus yang terjadi pada salah satu PKBM di Kabupaten Lampung Selatan yaitu PKBM Dian Cipta Cendikia mengatakan bahwa laporan posisi keuangan yang tidak *balance* sehingga dilakukan pengecekan kembali satu per satu. Selain itu PKBM tersebut perlu membuat *template* laporan keuangan secara mandiri sehingga menghambat efisiensi dan produktivitas PKBM.

Salah satu pemberdayaan teknologi terhadap pelaku usaha kalangan menengah ke bawah yang menekankan pada pola ekonomi digital termasuk pencatatan akuntansi terus mengalami perkembangan. Hal ini dibuktikan dengan munculnya beberapa aplikasi yang mendukung aktivitas akuntansi, salah satunya adalah aplikasi berbasis *web* dan berbasis perangkat portabel melalui *smartphone* atau *tablet* (Putranto, 2020). Namun, minat penggunaan aplikasi akuntansi yang lebih *modern* seperti *Accurate* oleh calon pengguna para staf dan manajemen PKBM masih menjadi faktor kritis yang perlu diperhatikan dalam mengadopsi aplikasi tersebut.

Teori yang dapat menjelaskan faktor-faktor minat individu terhadap penggunaan teknologi ialah salah satu di antaranya yaitu *Theory of Reason Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB), dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Ketiga teori ini telah digunakan sebagai kerangka kerja yang relevan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam mengadopsi teknologi (Sulistiyarini, 2016). Namun kerangka kerja TPB tidak digunakan dalam penelitian ini karena TPB memiliki fokus yang lebih luas dengan mencakup variabel-variabel seperti kontrol perilaku. Pertimbangan lainnya untuk tidak menggunakan TPB adalah pada karakteristik sampel responden yang belum memiliki pengalaman langsung tentang aplikasi akuntansi dapat membuat penggunaan TPB menjadi kurang sesuai. Hal ini dikarenakan TPB memasukkan faktor kontrol perilaku, untuk itu diperlukan pengalaman sebelumnya agar pengguna dapat mengukur kendali yang dirasakan (Mahyarni, 2013).

Rastini dan Respati (2021) telah menggunakan TRA dan TAM dalam penelitiannya tentang minat pada *mobile banking*. Sampel yang dipilih yaitu individu yang belum menggunakan *mobile banking* tetapi pernah mengetahui informasi tentang *mobile banking*. Sehingga individu tersebut masih dapat membentuk sikap dan persepsi awal

mereka terhadap minat *mobile banking* berdasarkan pengetahuan informasi yang telah diperoleh oleh individu tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan *Theory of Reason Action* (TRA) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah diadaptasi oleh Rastini dan Respati (2021).

Pendekatan yang digunakan merupakan model yang telah terbukti dalam memahami dan menjelaskan minat pengguna terhadap teknologi. TRA memberikan pandangan yang kuat tentang pengaruh sikap individu terhadap perilaku, sementara TAM berfokus pada persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi (Chaerni, 2018).

TRA pertama kali dibuat untuk menjelaskan perilaku manusia dalam konteks pengambilan keputusan. Sikap dalam model TRA dibentuk dari keyakinan atas konsekuensi suatu perilaku. Keyakinan ini dihubungkan oleh suatu perilaku yang akan diprediksi dengan manfaat atau kerugian dari perilaku tersebut. Norma subjektif dibentuk dari keyakinan individu untuk melakukan suatu perilaku berdasarkan pertimbangan dari pandangan orang lain atau orang-orang yang berpengaruh di kehidupannya. Teori ini dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1967 yang kemudian menjadi dasar pengembangan TAM.

TAM adalah kerangka kerja yang dikembangkan oleh Davis (1989) dengan mengadopsi model TRA untuk menjelaskan penerimaan teknologi oleh pengguna. Model ini mengasumsikan bahwa minat dan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* adalah kepercayaan individu terhadap kebermanfaatan atau kegunaan dari suatu teknologi. *Perceived ease of use* adalah kepercayaan individu terhadap kemudahan penggunaan teknologi untuk membantu mentuntaskan pekerjaan tanpa memerlukan usaha yang lebih.

Dalam studi penelitian sebelumnya, sejumlah model penelitian yang berkaitan dengan minat terhadap sistem teknologi informasi yang menggunakan kerangka kerja di atas dilakukan oleh Rastini dan Respati (2021) yang menyelidiki minat publik untuk bertransaksi *online* menggunakan *mobile banking*. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitiannya ialah *purposive sampling* dengan kriteria usia minimal 17 tahun dari responden yang belum menggunakan layanan *mobile banking*.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user attitudes*. Variabel *subjective norm*, *user attitudes* mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada *individual behavior interest*. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Mahendra (2022) tentang minat individu terhadap penggunaan *mobile banking*; pendekatan yang digunakan TAM dan TPB. Penelitiannya melibatkan responden yang menggunakan layanan *mobile banking* sebanyak 217 responden nasabah Bank Mandiri. Hasil penelitiannya menemukan fakta yang berbeda dengan Rastini dan Respati (2021) yaitu *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dan *subjective norm* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Penelitian yang sama didukung oleh Tyas dan Riza (2023) tentang minat *m-banking* Bank Syariah menemukan hasil yang sama dengan Mahendra (2022) namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Rastini dan Respati (2021) yaitu *subjective norm* tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking* Bank Syariah.

Meskipun penelitian ini memiliki kesamaan topik dengan penelitian terdahulu yang berfokus pada minat penggunaan teknologi, namun penelitian ini memiliki signifikansi penting dalam perbedaan sektor yang diteliti. Sebelumnya, penelitian terfokus pada sektor perbankan yakni minat dalam menggunakan *mobile banking*.

Berbeda dengan itu, penelitian ini difokuskan pada sektor pendidikan yaitu minat terhadap penggunaan aplikasi akuntansi pada PKBM di Kabupaten Lampung Selatan.

PKBM di Kabupaten Lampung Selatan sudah menggunakan *Microsoft Excel* sebagai alat akuntansi dasar untuk menyusun laporan keuangan. Penelitian ini memiliki harapan untuk memberikan panduan atau langkah awal sebelum mengadopsi aplikasi akuntansi melalui analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan aplikasi akuntansi. Contohnya aplikasi *Accurate* yang bisa disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan pengguna PKBM. Tujuannya adalah untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali kerangka teori penelitian sebelumnya dalam mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna potensial PKBM terhadap aplikasi akuntansi dengan menggunakan pendekatan *Theory of Reason Action (TRA)* dan *Technology Acceptance Model (TAM)*.

Perceived ease of use dan *perceived usefulness* merupakan faktor kunci yang mempengaruhi minat penggunaan teknologi. Jika pengguna merasa bahwa suatu teknologi mudah digunakan, mereka cenderung akan menganggap teknologi tersebut berguna (Davis, 1989). Penelitian terdahulu yang dilakukan Wallace dan Sheetz (2014) menunjukkan *perceived ease of use* berpengaruh positif secara langsung terhadap *perceived usefulness* pada pengadopsian perangkat lunak. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Altay dan Okumuş (2022) bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*. Oleh karena itu, hipotesis sebagai berikut:

H1: *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*.

Perceived usefulness merujuk pada persepsi pengguna tentang seberapa berguna sebuah sistem atau teknologi dalam mencapai tujuan atau memecahkan masalah tertentu. *User attitudes* merujuk pada sikap atau pendapat pengguna terhadap sistem atau teknologi tersebut (Davis, 1989). Maka, semakin tinggi persepsi pengguna tentang kebergunaan sistem atau teknologi, semakin positif pula sikap atau pendapat pengguna terhadap sistem atau teknologi tersebut. Menurut Putri dan Suprpti (2016) bahwa persepsi manfaat yang dirasakan berpengaruh langsung secara positif terhadap sikap penggunaan untuk menggunakan *mobile commerce*. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Rastini dan Respati (2021) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan atas *perceived usefulness* terhadap *user attitudes* pada minat menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, hipotesis sebagai berikut:

H2: *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *user attitudes*.

Persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan suatu teknologi berpengaruh terhadap sikap atau pendapat pengguna terhadap teknologi tersebut. Jika pengguna merasa bahwa suatu teknologi mudah digunakan, mereka cenderung akan memiliki sikap atau pendapat yang positif terhadap teknologi tersebut (Davis, 1989). Penelitian Dwinastiti (2021) *perceived ease of use* berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap *attitude*. Penelitian ini juga diterima oleh Kurniawan et al. (2013) bahwa *perceived ease of use* memberikan pengaruh positif terhadap *attitude*. Oleh karena itu, hipotesis sebagai berikut:

H3: *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *user attitudes*.

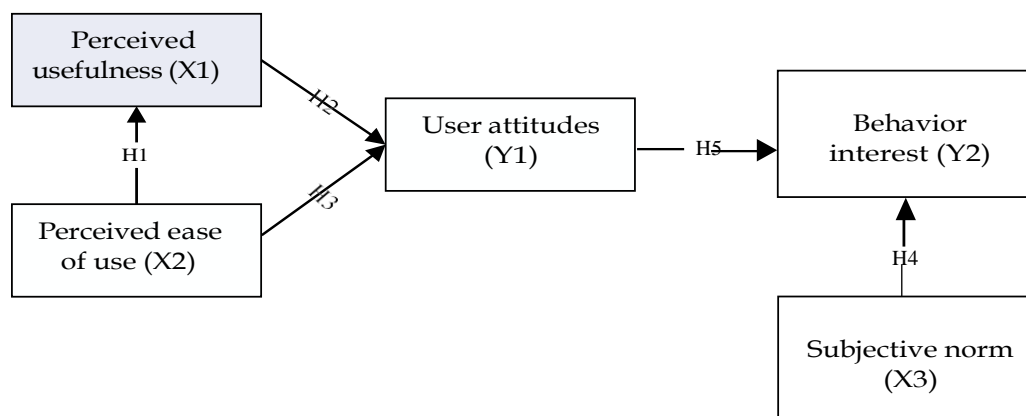
Subjective norm adalah persepsi individu tentang ekspektasi sosial atau tekanan dari orang lain yang dianggap penting terkait dengan perilaku tertentu. *Behavior interest* merujuk pada minat atau ketertarikan individu terhadap perilaku tersebut (Fishbein dan Ajzen, 1975). Semakin kuat persepsi norma subjektif yang mendukung, maka semakin tinggi minat atau ketertarikan individu terhadap perilaku tersebut. Menurut

penelitian Rastini dan Respati (2021) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan atas *subjective norm* terhadap *behavior interest* pada minat menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini bertolak belakang dengan pengujian penelitian yang dilakukan oleh Mahendra (2022) yang menyatakan tidak ada pengaruh positif pada variabel *subjective norm* terhadap *behavior interest*. Oleh karena itu, hipotesis sebagai berikut:

H4: *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *behavior interest*.

Penekanan sikap individu terhadap perilaku atau penggunaan sistem atau teknologi dalam mempengaruhi minat dan niat individu untuk melibatkan diri dalam perilaku tersebut. Semakin positif sikap atau pendapat pengguna terhadap sistem atau teknologi (*user attitudes* yang positif), semakin tinggi minat atau ketertarikan pengguna terhadap perilaku atau penggunaan sistem atau teknologi tersebut (*behavior interest* yang tinggi). Merujuk pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rastini dan Respati (2021) menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan atas *user attitudes* terhadap *behavior interest* pada minat menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini sejalan dengan pengujian yang dilakukan Deananda et al., (2020) *attitude* berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat. Oleh karena itu, hipotesis sebagai berikut:

H5: *user attitudes* berpengaruh positif terhadap *behavior interest*.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2024

METODE PENELITIAN

Kuantitatif adalah pendekatan penelitian berdasarkan pengumpulan data berupa angka. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif deskriptif untuk memaparkan karakteristik dari beberapa variabel dan menguji hasil hipotesis (Sugiyono, 2020). Populasi dalam penelitian ini PKBM di wilayah Kabupaten Lampung Selatan. Sampel pada penelitian ini sebanyak 70 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu dengan kriteria responden telah mengoperasikan *Microsoft Excel* dan responden pernah mengetahui aplikasi akuntansi (baik melalui pengalaman masa sekolah, pelatihan, atau pendidikan terkait).

Pengambilan data sampel dilakukan dengan kriteria Responden telah mengoperasikan *Microsoft Excel*; Responden pernah mengetahui aplikasi akuntansi (baik melalui pengalaman masa sekolah, pelatihan, atau pendidikan terkait). Teknik pengumpulan data survey adalah salah satu langkah untuk memperoleh data yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari responden dalam sebuah penelitian

(Sugiyono, 2020). Sumber data primer digunakan dalam instrumen penelitian untuk mengisi sebaran kuesioner melalui *google form*. Data primer yakni data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melalui distribusi kuesioner yang diisi oleh responden yang telah ditentukan sebelumnya.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data responden dengan menghitung distribusi respon jawaban. Selanjutnya metode statistik inferensial digunakan melalui analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan metode *Partial Least Squares* (PLS) untuk memeriksa pengaruh antar variabel dalam model.

Terdapat lima variabel operasional pada penelitian ini yakni *Perceived usefulness* yang dirasakan adalah interpretasi keyakinan seseorang bahwa memanfaatkan teknologi tertentu dapat membuat mereka lebih produktif (Davis, 1989); *Perceived ease of use* didefinisikan tentang persepsi pengguna betapa mudahnya bagi mereka dalam pemanfaatan suatu sistem tanpa upaya yang lebih (Davis, 1989); *Subjective norm* adalah persepsi individu tentang tekanan dari lingkungan sekitarnya yang dapat mempengaruhi sikap dan niat individu untuk melakukan suatu tindakan (Fishben dan Ajzen, 1975); *Attitude* adalah sikap penerimaan atau penolakan pengguna ketika menggunakan teknologi dalam melakukan pekerjaannya (Davis, 1989); *Behavior Interest* dapat diukur dengan menggunakan norma subyektif dan sikap yang memengaruhi minat seseorang untuk bertindak (Rastini dan Respati 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan sebaran indikator pada setiap item kuesioner yang terkait dengan variabel. Data yang dianalisis berasal dari tanggapan responden terhadap kuesioner terkait variabel X dan Y. Secara keseluruhan, analisis deskriptif pada sebaran indikator kuesioner per item memberikan pemahaman awal tentang cara responden merespons setiap pernyataan dalam kuesioner. Temuan ini akan membantu dalam menggambarkan variasi tanggapan serta memahami pola persepsi yang mungkin muncul dalam analisis selanjutnya.

Variabel *perceived usefulness* (X1) mendeskripsikan nilai minimum jawaban atas pertanyaan responden yaitu 3 yang berarti responden pada variabel X1 dengan indikator X1P3 dan X1P4 terdapat jawaban netral. Nilai rata-rata X1P1 (4.357) menunjukkan data cenderung berkumpul di sekitar nilai ini dengan standar deviasi (0.479) yang menunjukkan pada indikator X1P1 cukup terkonsentrasi di sekitar rata-rata 4.357 dengan sedikit variasi. Sama halnya dengan X1P1, indikator X1P2, X1P3, dan X1P5 memiliki standar deviasi yang terkonsentrasi pada nilai rata-rata dan memiliki variasi yang terbatas. Karena standar deviasi pada 4 indikator variabel X1 tersebut relatif rendah (kurang dari 0.5). Pada indikator X1P4 memiliki variasi yang relatif besar dari pada indikator lainnya yang mengukur variabel X1 karena standar deviasi yang dimiliki X1P4 lebih dari 0.5. Nilai *excess kurtosis* dan *skewness* pada indikator X1P1, X1P2, X1P3, X1P4 mendekati distribusi normal berdasarkan kriteria *excess kurtosis* dan *skewness* dalam rentang -2 hingga 2. Namun, distribusi data pada indikator X1P5 cenderung memiliki puncak yang lebih datar daripada distribusi *platykurtis*.

Variabel *perceived ease of use* (X2) mendeskripsikan nilai minimum jawaban atas pertanyaan responden yaitu 3 yang berarti responden pada variabel X2 dengan indikator X2P2, X2P3, dan X2P4 terdapat jawaban netral. Nilai rata-rata X2P1 (4.438) menunjukkan data cenderung berkumpul di sekitar nilai ini dengan standar deviasi (0.487) yang menunjukkan pada indikator X2P1 cukup terkonsentrasi di sekitar rata-rata

4.438 dengan sedikit variasi. Sama halnya dengan X2P1, indikator X2P2, dan X2P5 memiliki standar deviasi yang terkonsentrasi pada nilai rata-rata dan memiliki variasi yang terbatas. Karena standar deviasi pada 3 indikator variabel X2 tersebut relatif rendah (kurang dari 0.5). Pada indikator X2P3 dan X2P4 memiliki variasi yang relatif besar daripada indikator lainnya yang mengukur variabel X2 karena standar deviasi yang dimiliki X2P3 dan X2P4 lebih dari 0.5. Nilai *excess kurtosis* dan *skewness* pada indikator X2P1, X2P2, X2P3, X2P4 mendekati distribusi normal berdasarkan kriteria *excess kurtosis* dan *skewness* dalam rentang -2 hingga 2. Namun, distribusi data pada indikator X2P5 cenderung memiliki puncak yang lebih datar daripada distribusi *platykurtis*.

Variabel *subjective norm* (X3) mendeskripsikan nilai minimum jawaban atas pertanyaan responden yaitu 3 yang berarti responden pada variabel X3 dengan indikator X3P2 dan X3P2 terdapat jawaban netral. Nilai rata-rata X3P1 (4.443) menunjukkan data cenderung berkumpul di sekitar nilai ini dengan standar deviasi (0.497) yang menunjukkan pada indikator X3P1 cukup terkonsentrasi di sekitar rata-rata 4.357 dengan sedikit variasi. Sama halnya dengan X3P1, indikator X3P3 memiliki standar deviasi yang terkonsentrasi pada nilai rata-rata dan memiliki variasi yang terbatas. Karena standar deviasi pada 2 indikator variabel X3 tersebut relatif rendah (kurang dari 0.5). Pada indikator X3P2 memiliki variasi yang relatif besar daripada indikator lainnya yang mengukur variabel X3 karena standar deviasi yang dimiliki X3P2 lebih dari 0.5. Nilai *excess kurtosis* dan *skewness* pada indikator X3P2 dan X3P3 mendekati distribusi normal berdasarkan kriteria *excess kurtosis* dan *skewness* dalam rentang -2 hingga 2. Namun, distribusi data pada indikator X3P1 cenderung memiliki puncak yang lebih datar dari pada distribusi *platykurtis*.

Variabel *user attitude* (Y1) mendeskripsikan nilai minimum jawaban atas pertanyaan responden yaitu 4 yang berarti responden pada variabel Y1 terdapat jawaban setuju. Nilai rata-rata Y1P1 (4.371) menunjukkan data cenderung berkumpul di sekitar nilai ini dengan standar deviasi (0.483) yang menunjukkan pada indikator Y1P1 cukup terkonsentrasi di sekitar rata-rata 4.371 dengan sedikit variasi. Sama halnya dengan Y1P1, indikator Y1P2, Y1P3, dan Y1P4 memiliki standar deviasi yang terkonsentrasi pada nilai rata-rata dan memiliki variasi yang terbatas. Karena standar deviasi pada 4 indikator variabel Y1 tersebut relatif rendah (kurang dari 0.5). Nilai *excess kurtosis* dan *skewness* pada indikator Y1P1, Y1P2, Y1P3, Y1P4 mendekati distribusi normal berdasarkan kriteria *excess kurtosis* dan *skewness* dalam rentang -2 hingga 2.

Variabel *behavior interest* (Y2) mendeskripsikan nilai minimum jawaban atas pertanyaan responden yaitu 4 yang berarti responden pada variabel Y1 terdapat jawaban setuju. Nilai rata-rata Y2P1 (4.329) menunjukkan data cenderung berkumpul di sekitar nilai ini dengan standar deviasi (0.499) yang menunjukkan pada indikator Y2P1 cukup terkonsentrasi di sekitar rata-rata 4.329 dengan sedikit variasi. Sama halnya dengan Y2P1, indikator Y2P2 memiliki standar deviasi yang terkonsentrasi pada nilai rata-rata dan memiliki variasi yang terbatas. Karena standar deviasi pada 2 indikator variabel Y2 tersebut relatif rendah (kurang dari 0.5). Nilai *excess kurtosis* dan *skewness* pada indikator Y2P1 dan Y2P2 mendekati distribusi normal berdasarkan kriteria *excess kurtosis* dan *skewness* dalam rentang -2 hingga 2.

Uji validitas menggunakan *convergent validity* dan *discriminant validity* dari pengukuran model reflektif. Hasil analisis *outer loading* terdapat pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 1 Outer loading

Variabel	Kode	Loading Factor	Evaluasi
Perceived Usefulness	X1P1	0.786	Valid
	X1P2	0.799	Valid
	X1P3	0.768	Valid
	X1P4	0.772	Valid
	X1P5	0.822	Valid
Perceived Ease of Use	X2P1	0.750	Valid
	X2P2	0.766	Valid
	X2P3	0.738	Valid
	X2P4	0.753	Valid
	X2P5	0.729	Valid
Subjective Norm	X3P1	0.857	Valid
	X3P2	0.833	Valid
	X3P3	0.898	Valid
User Attitude	Y1P1	0.723	Valid
	Y1P2	0.735	Valid
	Y1P3	0.809	Valid
	Y1P4	0.813	Valid
Behavior Interest	Y2P1	0.953	Valid
	Y2P2	0.943	Valid

Tabel 3 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *subjective norm*, *user attitudes*, dan *behavior interest* dalam penelitian ini dinyatakan valid. Bukti validitas tersebut terlihat dari nilai *loading factor* di atas 0,70. Penilaian *convergent validity* dapat dilakukan dengan melihat nilai AVE (*Average Variance Extracted*) di atas 0,50. Hasil analisis AVE dapat ditemukan dalam Tabel 3.

Tabel 2 Average Variance Extracted

Variabel	Average Variance Extrated (AVE)
Perceived Usefulness	0.624
Perceived Ease of Use	0.558
Subjective Norm	0.745
User Attitude	0.595
Behavior Interest	0.899

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai AVE *perceived usefulness* adalah 0.624 yang berarti besarnya variasi item pengukuran pada variabel tersebut sebesar 62.4%, *perceived ease of use* 55.8%, *subjective norm* 74.5%, *user attitude* 59.5%, dan *behavior interest* 89.9%. Berdasarkan nilai AVE dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi persyaratan validitas konvergen yang baik.

Tabel 3 Fornell-lacker

	Perceived Usefulness (X1)	Perceived Ease of Use (X2)	Subjective Norm (X3)	User Attitudes (Y1)	Behavior Interest (Y2)
X1	0.790				
X2	0.591	0.747			
X3	0.264	0.367	0.863		
Y1	0.214	0.335	0.419	0.771	
Y2	0.070	0.267	0.472	0.432	0.948

Analisis *fornell-larcker* digunakan untuk memeriksa apakah nilai akar AVE dari setiap variabel lebih besar dari korelasi dengan variabel lain. Jika nilai akar AVE lebih besar daripada korelasi antara variabel dengan variabel lain maka *discriminant validity* dianggap terpenuhi. Pada Tabel 4 terlihat bahwa korelasi antara indikator dengan variabelnya sendiri lebih besar dibandingkan dengan korelasi antara indikator dengan variabel lain.

Tabel 4 Cross loading

Variabel	Indikator	Perceived Usefulness (X1)	Perceived Ease of Use (X2)	Subjective Norm (X3)	User Attitude (Y1)	Behavior Interest (Y2)
X1	X1P1	0.786	0.520	0.043	0.101	0.063
	X1P2	0.799	0.486	0.250	0.083	0.006
	X1P3	0.768	0.501	0.302	0.170	0.007
	X1P4	0.772	0.295	0.215	0.230	0.060
	X1P5	0.822	0.483	0.235	0.272	0.135
X2	X2P1	0.478	0.750	0.254	0.048	0.147
	X2P2	0.458	0.766	0.369	0.335	0.243
	X2P3	0.481	0.738	0.157	0.221	0.265
	X2P4	0.436	0.753	0.335	0.185	0.053
	X2P5	0.361	0.729	0.253	0.419	0.262
X3	X3P1	0.199	0.253	0.857	0.350	0.400
	X3P2	0.262	0.330	0.833	0.367	0.402
	X3P3	0.223	0.365	0.898	0.367	0.420
Y1	Y1P1	0.080	0.208	0.266	0.723	0.386
	Y1P2	0.187	0.320	0.208	0.735	0.197
	Y1P3	0.171	0.235	0.320	0.809	0.377
	Y1P4	0.226	0.284	0.235	0.813	0.347
Y2	Y2P1	0.102	0.296	0.478	0.414	0.953
	Y2P2	0.028	0.205	0.414	0.404	0.943

Cross loading digunakan untuk memeriksa apakah indikator dari suatu variabel lebih kuat berkorelasi dengan variabelnya sendiri daripada dengan variabel lain.

Tabel 5 menunjukkan keberhasilan memenuhi *cross loading* memiliki *discriminant validity* yang baik karena dapat membedakan variabel konstruk yang satu dengan yang lain. HTMT berisi matrik korelasi antar rasio *monotrait correlation* dengan *heterotrait correlation*. Evaluasi *diskriminant validity* direkomendasikan untuk dilaporkan karena HTMT memiliki tingkat sensitivitas dan akurasi yang lebih baik dalam mengukur *diskriminant validity*. Kriteria penilaian HTMT Jika nilai HTMT dari setiap pasangan variabel kurang dari 0.90 maka *diskriminant validity* dianggap terpenuhi.

Tabel 5 HTMT

	Perceived Usefulness (X1)	Perceived Ease of Use (X2)	Subjective Norm (X3)	User Attitude (Y1)	Behavior Interest (Y2)
X1					
X2	0.700				
X3	0.316	0.454			
Y1	0.274	0.416	0.532		
Y2	0.087	0.305	0.549	0.512	

Uji reliabilitas diukur dengan menggunakan dua kriteria utama, yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability* (CR).

Tabel 6 Cronbach's alpha dan composite reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Evaluasi
Perceived Usefulness	0.850	0.892	Reliabel
Perceived Ease of Use	0.803	0.863	Reliabel
Subjective Norm	0.828	0.897	Reliabel
User Attitude	0.773	0.854	Reliabel
Behavior Interest	0.887	0.947	Reliabel

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 7 menunjukkan bahwa lima variabel memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,70 dan *composite reliability* \geq 0,70. Demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi atau baik. Artinya, indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk telah menunjukkan konsistensi yang baik dalam mengukur variabel.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis *path coefficient* dan *t-statistik*. Tujuan dari pengujian hipotesis adalah untuk menguji kesesuaian hasil analisis data dengan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Hasil lengkap dari pengujian hipotesis tersebut dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7 Hasil pengujian hipotesis

	Path	T-value	P-value	Hasil
Perceived ease of use -> Perceived usefulness	0.591	0.170	0.865	H1 Ditolak
Perceived usefulness -> User Attitudes	0.025	7.387	0.000	H2 Diterima
Perceived ease of use -> User attitudes	0.321	2.276	0.023	H3 Diterima
Subjective norm -> Individual behavior interest	0.353	2.991	0.003	H4 Diterima
User attitudes -> Individual behavior interest	0.284	2.231	0.026	H5 Diterima

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 nilai path koefisien menunjukkan hubungan positif antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Hal ini mengindikasikan bahwa

semakin mudah individu menganggap aplikasi akuntansi mudah digunakan maka semakin tinggi pula mereka melihat aplikasi akuntansi tersebut berguna. Menurut, Hair et al (2021) hipotesis dikatakan signifikan jika memiliki nilai *t-value* di atas 1.96 dan nilai *p-value* kurang dari 0.05. Namun *t-value* tidak melebihi nilai kritis (1.96) dan *p-value* sebesar 0.865 menunjukkan bahwa hasil tersebut tidak signifikan.

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1), *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *perceived usefulness*. Interpretasi hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam sampel yang diteliti tidak memiliki cukup bukti statistik yang kuat untuk mendukung hipotesis 1. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Chen dan Tsai (2019) yang menunjukkan adanya konsistensi dalam pola perilaku atau persepsi di antara sampel yang berbeda. Namun, hasil ini tidak sejalan dengan temuan yang ditemukan oleh Tyas dan Darma (2017). Perbedaan hasil ini bisa disebabkan oleh perbedaan dalam karakteristik sampel, atau variabel-variabel lain yang tidak dikontrol dalam penelitian. TAM secara umum memprediksi bahwa *persepsi ease of use* akan berkontribusi pada *persepsi usefulness*. *Perceived ease of use* mengacu pada persepsi pengguna tentang seberapa mudah teknologi tersebut digunakan. *Perceived usefulness* mengacu pada sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka dalam aktivitas tertentu. Kedua persepsi ini saling terkait dalam pemodelan TAM yang dikemukakan Davis 1989. Pengguna yang merasa suatu teknologi mudah digunakan maka pengguna juga lebih cenderung merasa teknologi itu bermanfaat.

Namun, hasil ini menunjukkan adanya perbedaan dalam lingkungan PKBM yang menyebabkan hasilnya tidak sejalan dengan prediksi TAM. Persepsi kemudahan penggunaan aplikasi akuntansi dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh signifikan pada sejauh mana pengguna menganggap aplikasi akuntansi berguna. Hal ini mungkin bisa disebabkan oleh faktor ketidakfamiliaran dan kurangnya pengalaman langsung bisa membuat persepsi kemudahan penggunaan menjadi kurang relevan dalam tahapan awal. Hasil ini merupakan langkah awal dalam membentuk persepsi pengguna terhadap aplikasi akuntansi. Penggunaan aplikasi akuntansi memerlukan pembiasaan dan adaptasi. Oleh karena itu, langkah-langkah pelatihan, edukasi, dan dukungan dalam memahami aplikasi akuntansi dapat membantu pengguna membangun persepsi yang lebih positif terhadap kemudahan penggunaan di masa mendatang. Dengan demikian temuan ini memberikan dasar untuk mengembangkan pendekatan yang lebih holistik dalam memperkenalkan dan mengadopsi aplikasi akuntansi dalam lingkungan PKBM.

Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan nilai koefisien positif sebesar 0.025, nilai *t-value* sebesar 7.387 dan *p-value* yang diperoleh adalah 0.000. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara *perceived usefulness* dengan *user attitudes* memiliki pengaruh signifikan yang tinggi dan bukti yang kuat untuk mendukung hipotesis 2.

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2), *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *user attitude*. Interpretasi hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam sampel yang diteliti memiliki cukup bukti statistik yang kuat untuk mendukung hipotesis 2. Hasil ini sejalan dengan teori penerimaan teknologi yang dikemukakan oleh Davis pada tahun 1989. Menurut teori ini, pengguna cenderung memiliki sikap positif terhadap teknologi jika mereka percaya bahwa teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja dan produktivitas mereka. Hasil temuan ini juga konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Dwinastiti (2021) dan Altay dan Okumuş (2022) yang juga mengindikasikan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *user attitude*.

Implikasi dari hasil ini adalah semakin pengguna percaya bahwa aplikasi akuntansi bermanfaat dalam aktivitas PKBM maka semakin cenderung mereka membentuk sikap yang positif terhadap penggunaan aplikasi akuntansi. Hal ini bisa disebabkan oleh persepsi mereka terhadap aplikasi akuntansi akan lebih membantu mereka dalam mengelola akuntansi dengan lebih efisien, akurat, dan bermanfaat bagi kegiatan PKBM. Hasil ini bisa digunakan sebagai dasar untuk lebih memperkuat pendekatan pelatihan terkait terhadap aplikasi akuntansi kepada anggota PKBM dengan menekankan manfaat nyata yang bisa diperoleh melalui penggunaan aplikasi akuntansi.

Hipotesis 3 menunjukkan hasil *path coefficient* sebesar 0.321 hal ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara persepsi kemudahan penggunaan dan sikap pengguna. Nilai *t-value* sebesar 2.276 dengan *p-value* 0.023 menunjukkan bahwa pengaruh *perceived ease of use* terhadap *user attitudes* signifikan. Artinya terdapat cukup bukti statistik yang mendukung hipotesis tersebut.

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3), *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *user attitude*. Interpretasi hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam sampel yang diteliti memiliki cukup bukti statistik yang kuat untuk mendukung hipotesis 3. Implikasi dari temuan ini dapat dijelaskan melalui teori TAM serta penelitian sebelumnya yang relevan. TAM mengemukakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan dirasakan akan memengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi (*user attitude*). Dalam konteks penelitian ini, temuan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *user attitude* sejalan dengan prediksi TAM.

Hasil temuan ini juga mendapat dukungan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Oktapiani (2017) dan Tyas dan Riza (2023) yang juga menemukan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *user attitude*. Hal ini menunjukkan adanya konsistensi dalam temuan dari berbagai penelitian yang semakin memperkuat keyakinan bahwa kemudahan penggunaan memainkan peran penting dalam membentuk sikap pengguna terhadap teknologi. Interpretasi temuan ini adalah semakin pengguna merasa mudah untuk mengoperasikan aplikasi akuntansi maka semakin positif pula sikap pengguna terhadap aplikasi tersebut. Hal ini bisa disebabkan oleh persepsi penggunaan aplikasi akan memerlukan usaha dan waktu yang lebih sedikit sehingga meningkatkan kenyamanan dan kesenangan dalam menggunakan aplikasi akuntansi. Dengan demikian, temuan ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mempertimbangkan upaya yang lebih kuat untuk memfasilitasi penggunaan aplikasi akuntansi pada PKBM. Fokus pada penyederhanaan antarmuka, panduan yang jelas, dan strategi untuk mengatasi hambatan teknis dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan membangun sikap positif terhadap aplikasi akuntansi di PKBM.

Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *subjective norm* dengan *behavior interest* dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.353. Nilai *t-value* sebesar 2.991 dengan *p-value* sebesar 0.003, menunjukkan bahwa pengaruh *subjective norm* terhadap *user attitudes* signifikan. Artinya terdapat cukup bukti statistik yang mendukung hipotesis 4.

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H4), *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *behavior interest*. Interpretasi hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam sampel yang diteliti memiliki cukup bukti statistik yang kuat untuk mendukung hipotesis 4. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin kuat pengaruh norma subjektif mendorong individu untuk menggunakan aplikasi akuntansi maka semakin tinggi juga minat perilaku mereka untuk menggunakannya. Temuan ini dapat dihubungkan dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang

menekankan pentingnya pengaruh dari norma sosial atau *subjective norm* terhadap minat perilaku individu.

Temuan ini sejalan dengan prinsip TRA, bahwa persepsi tentang ekspektasi normatif dari orang lain dalam lingkungan sosial dapat membentuk minat perilaku individu. Penelitian ini juga sejalan oleh Rastini dan Respati (2021) yang juga menemukan hasil hubungan positif antara *subjective norm* dan *behavior interest*. Namun penemuan ini tidak sejalan dengan Mahendra (2022) Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh variasi dalam jawaban responden, karakteristik sampel, atau faktor-faktor lain yang memengaruhi hasil. Implikasi dari hasil ini menunjukkan bahwa dukungan sosial dan dorongan dari kolega atau rekan di PKBM memiliki peran penting dalam membentuk minat individu untuk mengadopsi teknologi baru. Hasil ini bisa menjadi dasar untuk mengembangkan strategi komunikasi dan sosialisasi di antara anggota PKBM dengan menekankan manfaat dan dukungan yang akan diberikan oleh individu lain ketika mereka menggunakan aplikasi akuntansi. Temuan ini bisa menjadi dasar untuk mengembangkan strategi komunikasi dan sosialisasi di antara anggota PKBM dengan menekankan peran norma sosial dan dukungan dari individu lain dalam mendorong penggunaan aplikasi akuntansi.

Hasil pengujian hipotesis 5 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *user attitudes* dan *behavior interest* dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.284. Nilai *t-value* sebesar 2.231 dengan *p-value* sebesar 0.026 menunjukkan bahwa hubungan ini memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif antara *user attitudes* dan *behavior interest* didukung oleh data penelitian ini.

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis kelima (H5), *user attitude* berpengaruh positif terhadap *behavior interest*. Interpretasi hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam sampel yang diteliti memiliki cukup bukti statistik yang kuat untuk mendukung hipotesis 5. Penelitian sebelumnya, seperti Sulistiyarini (2016) dan Deananda et al. (2020) juga mendukung temuan ini dengan menunjukkan hubungan yang positif antara sikap dan minat. Implikasi utama dari temuan ini adalah pentingnya mempertahankan dan memperkuat sikap positif pengguna terhadap penggunaan aplikasi akuntansi. Strategi komunikasi dan pelatihan dapat difokuskan untuk meningkatkan persepsi positif pengguna tentang manfaat aplikasi akuntansi. Dengan menjelaskan bagaimana aplikasi akuntansi akan memberikan dampak positif pada kegiatan PKBM, pengguna akan lebih termotivasi untuk mengadopsi teknologi tersebut dalam aktivitas mereka.

Interpretasi nilai *R-squared* memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1. Nilai *R-squared* yang semakin mendekati 1 artinya model regresi memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan variasi dalam data dan memberikan prediksi yang akurat. Rincian hasil dari analisis *R-square* dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 8 Uji R-Square

	R-Square
Perceived Usefulness	0.350
User Attitude	0.113
Behavior Interest	0.289

Perceived usefulness memiliki presentase nilai *R-squared* 35% berdasarkan variasi dari variabel eksogen yang ada dalam model. *User attitudes* memiliki presentase nilai *R-squared* 11.3% dari variabel eksogen yang terdapat dalam model. *Behavior interest* memiliki presentase nilai *R-squared* 28.9% dari variabel endogen berdasarkan variasi

dari variabel eksogen yang ada dalam model.

Hasil *Q-square* mencerminkan sejauh mana model cocok dengan data keseluruhan yang telah digunakan dalam analisis. Nilai *Q-square* di atas 0 menunjukkan hasil observasi yang baik.

Tabel 9 Q-Square

	Q-Square
Perceived Usefulness	0.200
User Attitude	0.043
Behavior Interest	0.213

SRMR adalah salah satu ukuran *goodness of fit* untuk mengevaluasi kecocokan model atau sejauh mana model yang dibangun sesuai dengan data observasi yang ada. Menurut Ramayah (2017) nilai SRMR di bawah 1 atau nilai SRMR < 1,0 maka model penelitian dianggap memiliki kecocokan yang baik atau fit dengan data observasi.

Tabel 10 SRMR

	Estimated Model
SRMR	0.104

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan pengguna tidak berpengaruh terhadap persepsi kegunaan aplikasi akuntansi, sedangkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap pengguna tentang penggunaan aplikasi akuntansi, serta norma subjektif dan sikap pengguna memiliki berpengaruh positif terhadap minat perilaku pengguna terkait penggunaan aplikasi akuntansi pada PKBM di Kabupaten Lampung Selatan.

Cakupan dalam penelitian ini hanya terbatas pada PKBM di Kabupaten Lampung Selatan. Penelitian selanjutnya, dapat memperluas cakupan penelitian ini dengan memasukkan beberapa PKBM atau lembaga pendidikan non-formal berbeda. Perluasan cakupan ini akan memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang bagaimana faktor-faktor minat berinteraksi dalam berbagai situasi. Selain itu penelitian ini hanya menggunakan konsep model utama yang berinteraksi langsung dengan model TRA dan TAM. Penelitian selanjutnya dapat melanjutkan penelitian dengan memasukkan variabel mediasi atau moderasi dalam analisis. Hal ini akan membuka jendela baru untuk memahami kompleksitas dan interaksi faktor-faktor minat yang lebih mendalam.

REFERENSI

- Altay, B. C., & Okumuş, A. (2022). User adoption of integrated mobility technologies: The case of multimodal trip-planning apps in Turkey. *Research in Transportation Business and Management*, 43(August 2021), 1-8.
- Chaerni, A. (2018). Kajian penggunaan Software akuntansi dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM): Studi pada UMKM di Kota Malang. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Chen, C. C., & Tsai, J. L. (2019). Determinants of behavioral intention to use the

- Personalized Location-based Mobile Tourism Application: An empirical study by integrating TAM with ISSM. *Future Generation Computer Systems*, 96, 628–638.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 1–23.
- Deananda, A., Budiastuti, P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1–10.
- Dwinastiti, B. G. (2021). Analisis Penerimaan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi dari Perspektif Technology Acceptance Model. In *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi* (Issue February).
- Firmansyah, A., Yuniar, M. R., & Arfiansyah, Z. (2022). Kualitas Laporan Keuangan Di Indonesia: Transparansi Informasi Keuangan Dan Karakteristik Pemerintah Daerah. *Jurnal Anggaran Dan Keuangan Negara Indonesia (AKURASI)*, 4(2), 181–197.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. In *Computers in Human Behavior* (Vol.72, pp. 189–199).
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *An Introduction to Structural Equation Modeling*.
- Kurniawan, D., E, P. H. S. S., Japarianto, E., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Reasoned Action. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–13.
- Mahendra, T. (2022). Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Modified Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). 1–18.
- Mahyarni, M. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13.
- Oktapiani, R. (2017). Interpretasi Model Penerimaan Sistem Ujian Online Dengan Pendekatan Teknologi Acceptance Model (TAM) Dan Theory Planned of Behavior (TPB) Di Smk Pasim Plus Kota. *Swabumi*, 5, 1–9.
- Putranto, R. B. (2020). Implementasi Mobile Application Akuntansi UKM pada UMKM Sektor Industri Cokelat Olahan. *Simposium Nasional Keuangan Negara*.
- Putri, N., & Suprpti, N. (2016). Aplikasi Model Tam Dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(4), 251953.
- Rastini, Ni Made Respati, N. N. R. (2021). Public Attitudes and Interests in Using Online Transactions (TAM Application And TRA Model). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(1), 175–190.
- Simkin, M. G., Rose, J. M., & Norman, C. S. (2012). Core Concepts of Accounting Information Systems 12th Edition. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. *ALFABETA*, 1(2), 1–7.
- Sulistiyarini, S. (2016). Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB). 1–23.
- Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul

- Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 25-35.
- Tyas Utami Pangastuti, & Riza, A. F. (2023). Memprediksi Minat M-Banking Bank Syariah dengan Pendekatan TAM dan TPB: Studi Generasi Milenial di Bantul. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(1), 60-74.