

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 9, Oktober 2025, P. 34-43
E-ISSN: 2986-6340
Licensed by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17491099>

Pengaruh Metode *Technology Acceptance Model* (TAM) Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi *E-Commerce* Pada Aplikasi Tiktokshop (Studi Kasus Mahasiswa Stie Gici Pondok Gede)

The Influence of the Technology Acceptance Model (TAM) on the Intention to Use E-Commerce Accounting Information Systems in the TikTok Shop Application (A Case Study of STIE GICI Pondok Gede Students)

Anessa Musfitria, Mei Iswandi, Clara Dian Puspito Sari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok

Email: musfitriaanessa@gmail.com, meiiswandi623@gmail.com, claradianpuspita06@gmail.com

Abstrak

Penggunaan teknologi berkembang secara signifikan di era globalisasi, dengan kemajuan teknologi informasi yang sangat maju, penyebaran informasi dalam dunia usaha yang berlangsung melalui jaringan internet cukup meningkat, ini memberikan kemudahan bagi konsumen dan produsen untuk menjalin hubungan kerjasama dalam penjualan daring atau yang biasa disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* yang relatif populer pada saat ini adalah TikTok. Penelitian ini berlandaskan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kampus STIE GICI Pondok Gede. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan perolehan 57 responden. Responden penelitian ini adalah mahasiswa aktif angkatan 2021/2025. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 30. Hasil penelitian ini memperoleh kesimpulan: 1) secara parsial variabel kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan, risiko, dan sikap penggunaan tidak berpengaruh positif sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh positif 2) secara simultan berpengaruh positif. **Kata Kunci:** *kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan, risiko, kepercayaan, dan sikap penggunaan.*

Abstract

He use of technology has developed significantly in the era of globalization. With the rapid advancement of information technology, the dissemination of information in the business world through internet networks has increased considerably. This development provides convenience for both consumers and producers to establish cooperative relationships in online sales, commonly known as e-commerce. One of the relatively popular e-commerce platforms today is TikTok. This research is based on the Technology Acceptance Model (TAM) theory. This study uses a quantitative approach with an associative research type. The research object is STIE GICI Pondok Gede Campus. Data collection was carried out using a questionnaire distribution technique. The sample was selected using a purposive sampling method, resulting in 57 respondents. The respondents of this study were active students from the 2021/2025 academic cohort. The data analysis used is multiple linear regression with SPSS version 30. The results of this study concluded that: 1) partially, the variables of ease of use, perceived usefulness, risk, and attitude toward use do not have a positive influence, while the trust variable has a positive influence; 2) simultaneously, all variables have a positive influence.

Keywords: *ease of use, perceived usefulness, risk, and attitude toward*

Article Info

Received date: 15 Oktober 2025

Revised date: 20 Oktober 2025

Accepted date: 28 Oktober 2025

INTRODUCTION

Penggunaan teknologi berkembang secara signifikan di era globalisasi, dengan kemajuan teknologi informasi yang sangat maju, penyebaran informasi dalam dunia usaha yang berlangsung melalui jaringan internet cukup meningkat, ini memberikan kemudahan bagi konsumen dan produsen untuk menjalin hubungan kerjasama dalam penjualan daring atau yang biasa disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* adalah tempat untuk memfasilitasi aktivitas perdagangan secara daring dengan memanfaatkan teknologi dan komputer untuk menjalankan aktivitas itu melalui situs internet untuk

mengenalkan, menyediakan, dan melakukan transaksi penjualan barang. Kenaikan penjualan melalui internet di Indonesia cukup signifikan, menunjukkan bahwa pelanggan Indonesia telah merasakan keuntungan dari berbelanja secara daring sehingga mereka mulai menggunakan cara berbelanja ini (Utami, 2020).

E-commerce yang relatif populer pada saat ini adalah TikTok, yaitu sebuah *platform* yang memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk berimajinasi dan menyampaikan ide mereka melalui video pendek. Video tersebut kemudian dibagikan seluruh pengguna TikTok di seluruh dunia. Aplikasi TikTok di Indonesia digunakan dari berbagai jenis usia, mulai dari anak muda hingga orang dewasa. Pada awal tahun 2021, TikTok memperkenalkan fitur terbaru yaitu TikTok Shop. TikTok Shop merupakan suatu fasilitas yang diciptakan oleh perusahaan untuk melakukan transaksi perdagangan secara langsung dalam satu aplikasi tanpa perlu mengunjungi situs yang berbeda. Pengguna juga dapat dengan cepat memperoleh produk dengan hanya menekan gambar keranjang yang ada di aplikasi tersebut (Charla and Isyanawulan, 2023). Mahasiswa adalah bagian dari generasi yang tumbuh dengan teknologi digital dan memanfaatkan *e-commerce* di aplikasi TikTok shop, karena memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman dan menarik. Meskipun TikTok Shop sangat populer, masih ada tantangan yang mempengaruhi ketertarikan dalam menggunakan *platform* tersebut (Juliana, 2023).

Minat dalam penggunaan adalah faktor penting dalam menilai kecenderungan individu untuk memanfaatkan sebuah teknologi, termasuk sistem informasi akuntansi di *platform e-commerce* seperti TikTok Shop. Keberhasilan penerapan sistem informasi akuntansi di *platform* ini sangat tergantung pada sejauh mana pengguna memiliki keinginan untuk menggunakannya secara aktif dan berkelanjutan, karena keinginan tersebut mencerminkan sikap positif yang muncul dari pemahaman bahwa sistem itu berguna, mudah dioperasikan, dapat diandalkan, dan memiliki risiko yang bisa diterima. Pengguna yang memiliki minat tinggi cenderung untuk mengadopsi dan memanfaatkan sistem secara maksimal dalam kegiatan *e-commerce* mereka, sementara minat yang rendah dapat menyebabkan sistem tidak dimanfaatkan secara optimal, bahkan diabaikan meskipun teknologi tersebut sudah ada. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi di TikTok Shop agar penerapan teknologi benar-benar dapat mendukung minat para pembeli (Khoirunnisa, 2023).

Penelitian ini berlandaskan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989, yang menyatakan bahwa minat penggunaan dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan manfaat penggunaan, serta diperkuat oleh variabel lain seperti risiko, kepercayaan, dan sikap pengguna terhadap sistem menurut Davis dalam (Budiastuti and Muid, 2020).

Meskipun sudah banyak penelitian yang menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*, peneliti ingin secara spesifik menganalisis ketertarikan mahasiswa dalam penggunaan sistem ini di *platform* TikTok Shop, dikarenakan mahasiswa adalah generasi yang aktif dan berpotensi dalam perkembangan *e-commerce*. Untuk menangani kesenjangan ini, peneliti akan mengimplementasikan metode TAM dengan menyertakan variabel kepercayaan dan risiko untuk mengevaluasi ketertarikan penggunaan di kalangan mahasiswa STIE GICI Pondok Gede. Rencana ini diharapkan mampu mempengaruhi ketertarikan dalam penggunaan.

Penelitian ini akan berpusat pada mahasiswa STIE GICI Pondok Gede dalam menganalisis sistem informasi akuntansi *e-commerce* pada *platform* TikTok Shop, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih luas dan menitikberatkan pada *platform* lainnya seperti Shopee. Dilaksanakan pada tahun 2025, penelitian ini menganalisis perkembangan terbaru dalam kebiasaan pengguna, yang membedakan dari studi sebelumnya adalah dilakukan beberapa tahun yang lalu. Sampel yang diambil adalah populasi dari mahasiswa STIE GICI Pondok Gede, sesuai dengan kebutuhan untuk analisis statistik yang *valid*. Metode yang diterapkan di penelitian ini adalah data primer melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Selain itu, penelitian menambahkan variabel *eksternal* dari metode TAM yaitu, kepercayaan dan risiko. Dengan demikian penelitian ini diharapkan mampu memberikan peran yang penting dalam

penggunaan metode TAM terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* di aplikasi TikTok Shop kalangan mahasiswa.

METHOD

Jenis penelitian ini adalah menggunakan jenis metode penelitian pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan dan menguji hipotesis yang diajukan peneliti dengan melibatkan sejumlah angka yang mencakup proses pengumpulan, analisis dan hasil yang didominasi oleh data numerik.

RESULTS

Uji Kualitas Data

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui berbagai tanggapan atas responden adalah melakukan uji kualitas data. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai item pernyataan atau indikator yang digunakan tersebut valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa sebuah data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Dibawah ini disajikan hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

NO	INDIKATOR	rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1.	Kemudahan Penggunaan 1	0.833	Valid	Karena rhitung > 0,2609
2.	Kemudahan Penggunaan 2	0.704	Valid	Karena rhitung > 0,2609
3.	Kemudahan Penggunaan 3	0.793	Valid	Karena rhitung > 0,2609
4.	Kemudahan Penggunaan 4	0.610	Valid	Karena rhitung > 0,2609
5.	Kemudahan Penggunaan 5	0.633	Valid	Karena rhitung > 0,2609
6.	Manfaat Penggunaan 1	0.819	Valid	Karena rhitung > 0,2609
7.	Manfaat Penggunaan 2	0.838	Valid	Karena rhitung > 0,2609
8.	Manfaat Penggunaan 3	0.818	Valid	Karena rhitung > 0,2609
9.	Manfaat Penggunaan 4	0.867	Valid	Karena rhitung > 0,2609
10.	Risiko 1	0.583	Valid	Karena rhitung > 0,2609
11.	Risiko 2	0.512	Valid	Karena rhitung > 0,2609
12.	Risiko 3	0.515	Valid	Karena rhitung > 0,2609
13.	Risiko 4	0.595	Valid	Karena rhitung > 0,2609
14.	Risiko 5	0.417	Valid	Karena rhitung > 0,2609
15.	Kepercayaan 1	0.812	Valid	Karena rhitung > 0,2609
16.	Kepercayaan 2	0.818	Valid	Karena rhitung > 0,2609
17.	Kepercayaan 3	0.830	Valid	Karena rhitung > 0,2609
18.	Kepercayaan 4	0.789	Valid	Karena rhitung > 0,2609
19.	Kepercayaan 5	0.834	Valid	Karena rhitung > 0,2609
20.	Sikap Penggunaan 1	0.590	Valid	Karena rhitung > 0,2609
21.	Sikap Penggunaan 2	0.441	Valid	Karena rhitung > 0,2609

22	Sikap Penggunaan 3	0.441	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,2609$
23	Sikap Penggunaan 4	0.711	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,2609$
24	Sikap Penggunaan 5	0.565	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,2609$
25	Minat Penggunaan 1	0.592	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,2609$
26	Minat Penggunaan 2	0.775	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,2609$
27	Minat Penggunaan 3	0.849	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,2609$
28	Minat Penggunaan 4	0.740	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,2609$
29	Minat Penggunaan 5	0.874	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,2609$

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan, risiko, kepercayaan, sikap penggunaan dan minat penggunaan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

NO	VARIABEL	Cronbach' α	SIMPULAN	KETERANGAN
1.	Kemudahan Penggunaan	0.874	Reliabel	Karena $\text{cronbach } \alpha > 0.70$
2.	Manfaat Penggunaan	0.928	Reliabel	Karena $\text{cronbach } \alpha > 0.70$
3.	Risiko	0.739	Reliabel	Karena $\text{cronbach } \alpha > 0.70$
4.	Kepercayaan	0.929	Reliabel	Karena $\text{cronbach } \alpha > 0.70$
5.	Sikap Penggunaan	0.756	Reliabel	Karena $\text{cronbach } \alpha > 0.70$
6.	Minat Penggunaan	0.901	Reliabel	Karena $\text{cronbach } \alpha > 0.70$

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang tertera dalam Tabel *Reliability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0.70 sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen penelitian ini handal (*reliable*) dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji kualitas data dan semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya maka yang perlu dilakukan adalah uji asumsi klasik. Uji ini wajib dilakukan sebelum seseorang melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun uji klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heteroskedastisitas.

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72820047
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.093
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.231
	95% Confidence Interval	
	Lower Bound	.220
	Upper Bound	.241

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Pada tabel di atas terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Asymp Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi minat penggunaan aplikasi TikTok Shop.

2. Uji Multikolinieritas

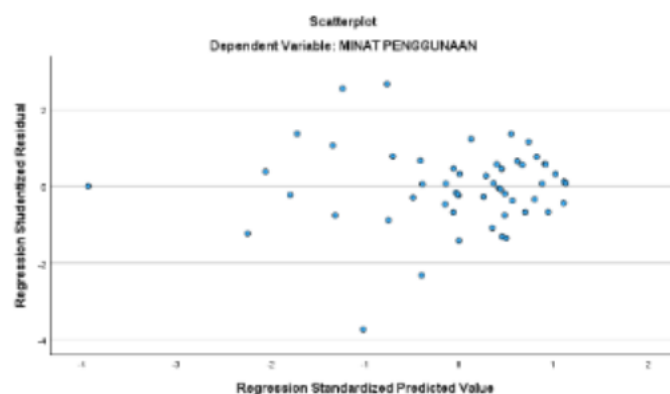
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.268	2.255		.119	.906		
	KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.077	.134	.070	.576	.567	.217	4.612
	MANFAAT PENGGUNAAN	.033	.160	.027	.207	.837	.166	5.364
	RISIKO	-.012	.062	-.009	-.143	.887	.892	1.121
	KEPERCAYAAN	.772	.128	.749	6.013	<.001	.205	4.876
	SIKAP PENGGUNAAN	.113	.089	.107	1.272	.209	.450	2.223

a. Dependent Variable: MINAT PENGGUNAAN

Gambar 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai tolerance variabel independen yang ada diatas 0,1 serta nilai VIF variabel independennya semua dibawah 10 yang berarti bawah tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3 Hasil Heteroskidastisitas

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independennya.

Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak untuk dilakukan uji selanjutnya, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis ini anatara lain uji regresi linier berganda, uji t (parsial), uji f (simultan) dan koefisien determinasi R^2 .

1. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardize d	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------	---	------	-------------------------

			Coefficients				
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.268	2.255		.119	.906		
KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.077	.134	.070	.576	.567	.217	4.612
MANFAAT PENGGUNAAN	.033	.160	.027	.207	.837	.186	5.384
RISIKO	-.012	.082	-.009	-.143	.887	.892	1.121
KEPERCAYAAN	.772	.128	.749	6.013	<.001	.205	4.876
SIKAP PENGGUNAAN	.113	.089	.107	1.272	.209	.450	2.223

a. Dependent Variabel: MINAT PENGGUNAAN

Persamaan regresi yang diperoleh:

$$\text{Rumus : } R = Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \epsilon$$

$$= 0,268 + 0,077 X_1 + 0,033 X_2 - 0,012 X_3 + 0,772 X_4 + 0,113 X_5 + \epsilon$$

Penjelasan:

1. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 0.268, maka bisa diartikan jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen (Y) bernilai 0.268.
2. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan diperoleh nilai sebesar 0.077 yang berarti jika variabel kemudahan penggunaan mengalami kenaikan sementara variabel lainnya diasumsikan tetap maka minat penggunaan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.077.
3. Nilai koefisien regresi variabel manfaat penggunaan diperoleh nilai sebesar 0.033 yang berarti jika variabel manfaat penggunaan mengalami kenaikan sementara variabel lainnya diasumsikan tetap maka minat penggunaan juga mengalami kenaikan sebesar 0.033.
4. Nilai koefisien regresi variabel risiko diperoleh nilai sebesar -0.012 yang berarti jika variabel risiko mengalami penurunan sementara variabel lainnya diasumsikan tetap maka minat penggunaan juga mengalami penurunan sebesar -0.012.
5. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan diperoleh nilai sebesar 0.772 yang berarti jika variabel kepercayaan mengalami kenaikan sementara variabel lainnya diasumsikan tetap maka minat penggunaan juga mengalami kenaikan sebesar 0.772.
6. Nilai koefisien regresi variabel sikap penggunaan sebesar 0.113 yang berarti jika variabel sikap penggunaan mengalami kenaikan sementara variabel lainnya diasumsikan tetap maka minat penggunaan juga mengalami kenaikan sebesar 0.113.

2. Hasil Uji T (Parsial)

Hasil Uji T penelitian ini dapat dilihat pada Tabel.3 di atas yaitu dengan melihat nilai t maupun sig.-nya, sedangkan nilai t tabel dapat dihitung dengan rumus $n - k = 57 - 6 = 51$. Jadi nilai t tabel pada $n = 57$ dan $k = 6$ dengan $df = 51$ pada tingkat signifikansi 0,05 adalah 2,00758. Berikut adalah penjelasannya:

- Kemudahan penggunaan (X_1), berdasarkan hasil uji T pada Tabel.3 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kemudahan penggunaan (X_1) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,567 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $0,576 < 2,00758$ r tabel. Kesimpulan: hipotesis kemudahan penggunaan secara parsial ditolak dan hipotesis kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif.
- Manfaat penggunaan (X_2), berdasarkan hasil uji T pada Tabel.3 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh manfaat penggunaan (X_2) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,837 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $0,207 < 2,00758$ nilai r tabel. Kesimpulan: hipotesis manfaat penggunaan secara parsial ditolak dan hipotesis manfaat penggunaan tidak berpengaruh positif.
- Risiko (X_3), berdasarkan hasil uji T pada Tabel.3 menunjukkan hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Risiko (X_3) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,887 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $-0,143 < 2,00758$ nilai r tabel. Kesimpulan: hipotesis risiko secara parsial diterima dan variabel risiko tidak berpengaruh positif.
- Kepercayaan (X_4), berdasarkan hasil uji T pada Tabel.3 menunjukkan hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Kepercayaan (X_4) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $6,013 > 2,00758$ nilai r tabel. Kesimpulan: hipotesis kepercayaan secara parsial diterima dan variabel kepercayaan berpengaruh positif.
- Sikap penggunaan (X_5), berdasarkan hasil uji T pada Tabel.3 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Sikap penggunaan (X_5) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,209 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $1,272 > 2,00758$. Kesimpulan: hipotesis ditolak dan variabel sikap penggunaan tidak berpengaruh positif.

3. Hasil Uji f (Simultan)

Tabel 4. Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	862.781	5	172.556	52.617	<.001b
Residual	167.254	51	3.279		
Total	1030.035	56			

a. Dependent Variabel: Minat Penggunaan

b. Predictor: (Constant), Sikap Penggunaan, Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Manfaat Penggunaan

Nilai f tabel dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$df1 = k - 1 = 6 - 1 = 5$$

$$df2 = n - k - 1 = 57 - 6 - 1 = 51$$

Dimana k adalah jumlah variabel penelitian dan n adalah jumlah sampel. Jadi f tabel pada $df1 = 5$ dan $df2 = 51$ dengan tingkat signifikansi 0,050 adalah 2,40. Berdasarkan hasil uji F yang dilakukan, diketahui bahwa variabel- variabel independen secara bersama - sama (simultan) memberikan pengaruh positif terhadap variabel dependen. Hal ini dapat ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,005$ dan nilai f hitung sebesar 52,617 yang lebih besar dari f tabel sebesar 2,40. Artinya, secara bersama-sama variabel kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan, risiko, kepercayaan, dan sikap penggunaan memiliki kontribusi yang berarti dalam memengaruhi minat penggunaan *e-commerce* pada aplikasi TikTok Shop.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.915 ^a	.837	.822	1.811

a. Predictors: (Constant), Sikap Penggunaan, Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Manfaat Penggunaan

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,822 atau 82,2%. Ini berarti bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen minat penggunaan aplikasi TikTok Shop sebesar 82,2% sedangkan sisanya sebesar 17,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

DISCUSSION

Penelitian dengan judul Pengaruh *Metode Technology Acceptance Model* (TAM) Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi *E-commerce* Pada Aplikasi TikTok Shop (Studi Kasus Mahasiswa STIE GICI PONDOK GEDE) melibatkan 57 responden untuk memberikan informasi mengenai pengaruh variabel X yaitu kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan, risiko, kepercayaan dan sikap penggunaan terhadap Variabel Y yaitu minat penggunaan.

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan, Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada di kuesioner yang telah disebar dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > 0.2609$. Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua memiliki koefisien keandalan atau cronbach's alpha > 0.70 . Hal ini menyatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner reliabel. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah $Y = 0,268 + 0,077 X_1 + 0,033 X_2 - 0,012 X_3 + 0,772 X_4 + 0,113 X_5 + \epsilon$.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi pada hasil penelitian dengan menghitung thitung dengan ttabel. Diketahui pengaruh kemudahan penggunaan (X_1) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,567 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $0,576 < 2,00758$ r tabel artinya kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pengaruh manfaat penggunaan (X_2) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,837 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $0,207 < 2,00758$ nilai r tabel artinya manfaat penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pengaruh Risiko (X_3) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,887 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $-0,143 < 2,00758$ nilai r tabel artinya risiko tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pengaruh Kepercayaan (X_4) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $6,013 > 2,00758$ nilai r tabel artinya kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan terhadap minat penggunaan. Pengaruh Sikap penggunaan (X_5) terhadap minat penggunaan (Y) adalah $0,209 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $1,272 > 2,00758$ artinya sikap penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan.

Dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya, diperoleh dari nilai koefisien determinasi. Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam *Adjusted R Square* adalah 0.822 atau 82.2%, ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel-variabel independen pada penelitian ini adalah sebesar 82.2% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimuat dalam penelitian ini.

CONCLUSION

Sesuai dengan uraian-uraian diatas serta hasil analisis dan interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut :

1. Secara parsial kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi TikTok Shop terhadap Mahasiswa STIE GICI Pondok Gede angkatan 2021 sampai dengan 2024.
2. Secara parsial manfaat penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi TikTok Shop terhadap Mahasiswa STIE GICI Pondok Gede angkatan 2021 sampai dengan 2024.
3. Secara parsial risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi TikTok Shop terhadap Mahasiswa STIE GICI Pondok Gede angkatan 2021 sampai dengan 2024.
4. Secara parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi TikTok Shop terhadap Mahasiswa STIE GICI Pondok Gede angkatan 2021 sampai dengan 2024.
5. Secara parsial sikap penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi TikTok Shop terhadap Mahasiswa STIE GICI Pondok Gede angkatan 2021 sampai dengan 2024.
6. Secara simultan kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan, risiko, kepercayaan dan sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi TikTok Shop terhadap Mahasiswa STIE GICI Pondok Gede angkatan 2021 sampai dengan 2024.

REFERENCES

- Aditya, L. (2023). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Obat Berbahan Tradisional Di PT. Yahi Utama Berbasis Website Dengan Menggunakan Metode TAM. *Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Buddhi Dharma*, 103.
- Albab, Maslichah, & Afifudin. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce Pada Aplikasi Penjualan Online Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kota Malang). *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* 12(2), 480–488.
- Andira Ayu. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Diponegoro Journal of Accounting*,
- Budiastuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan TAM. *Diponegoro Journal of Accounting*, 9, 1–10.
- Charla, U., & Isyanawulan, G. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z (Studi Di Desa Batu Ampar Baru Kabupaten Ogan Komering Ilir. *Jurnal Empirika*, 8(1), 58–73. <https://doi.org/10.47753/je.v8i1.133>
- Dwi, I. K., & Supartha, G. (2023). *Sistem Informasi Akuntansi Penghantar dan Penerapan SIA Berbagai Sektor* (Sepriano (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.
- Hasibuan, R. (2022). *Sistem akuntansi*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilaku*. Penerbit Andi.
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.5443/sinomka.v1i6.754>
- Khoirunisa, A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Aplikasi Tokopedia, Shopee dan Tiktok Shop Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM).

- Komala, A. (2020). *Pengukuran Sistem Informasi Di Berbagai Bidang Dengan Menggunakan Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model/TAM)*. Kolisch, 49–56.
- Lumintang, J. J. B., Rumagit, G. A. J., & Taroreh, M. L. G. (2020). Kajian Manfaat E-Commerce Pada Penjualan Produk Usaha “Snacking” Di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 16(3), 413. <https://doi.org/10.35791/agrsossek.16.3.2020.31131>
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.
- Minan, K. (2021). *Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce*. 3(2), 181–187. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1118>
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. In *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222. <https://www.bi.go.id>
- Paramitha, N. M. A., & Mulyadi, M. (2017). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Manajerial Dan Pengambilan Keputusan Investasi Di Pt. Bank Negara Indonesia (Bni) 46 Cabang Denpasar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi & Bisnis*, 2(2), 306–317.
- Purwanto, E. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. Yayasan Pendidika Philadelphia. www.philpublishing.com
- Rizkison, D. A. (2024). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Uang Pendaftaran Calo Murid Baru. *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 3(2), 87–98. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v3i2.1615>
- Setyawati Rena Eka. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Gopay Di Kota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1). <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798>
- Sinaga, O. S., Marpaung, F. K., Dewi, R. S., & Sudirman, A. (2021). Kontribusi Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Security Terhadap Behavioral Intention To Use Aplikasi JAKET. *Insight Management Journal*, 1(3), 86–94. <https://doi.org/10.47065/imj.v1i3.71>
- Sitepu, H. V. (2023). Tpet (Where Theory , Practice , Experience , Dan Talent Meet) Community Service. *Journal Peluang Dan Tantangan Profesi Akuntansi Di Era.3*, 3(November), 1–6. <https://journal.stiegici.ac.id/index.php/tpet%0A>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://doi.org/979-8433-64-0>
- Sujarweni, W. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. PUSTAKABABARUPRESS.
- Taufiq, M., & Indrayeni, I. (2022). Pengaruh E-Commerce, Self Efficacy Dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 187–195. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v1i1.423>
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 79–93. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Edisi Pert, Issue March). Seribu Bintang. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>