

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Sitem Informasi Akuntansi (SIA)

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah sebuah sistem informasi yang menangani segala sesuatu yang berkenaan dengan akuntansi. Akuntansi sendiri sebenarnya adalah sebuah sistem informasi (Daud and Windana 2014). Sifat Informasi antara lain adalah (a.) Akurasi (*Accuracy*), (b) Ketepatan Waktu (*Timeliness*), (c) Kuantibilitas (*quantifiability*), (d) Kepadatan (*cinciseness*), dan (e) Relevan (*relevance*).

Dalam Sistem Informasi Akuntansi terdapat 5 siklus proses bisnis atau siklus transaksi (*business processes or transaction cycle*) yaitu: siklus pendapatan, siklus pengeluaran, siklus produksi atau konversi, siklus sumber daya alam, dan siklus pembiayaan (Romney and Steinbart 2015). Siklus-siklus tersebut saling berkaitan satu sama lain. Electronic commerce termasuk kedalam siklus pendapatan akuntansi sesuai dengan pengertian siklus pendapatan. Siklus pendapatan (*revenue cycle*) adalah serangkaian kegiatan bisnis dan operasi pemrosesan informasi terkait yang terus menerus dengan menyediakan barang atau jasa kepada pelanggan dan menerima pendapatan sebagai pembayaran atas penjualan tersebut (Romney and Steinbart 2015)

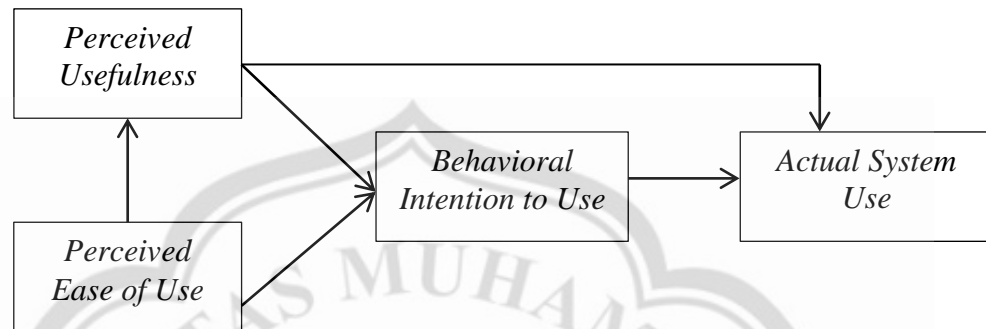
Definisi *e-commerce* adalah penggunaan Internet dan komputer dengan *web browser* untuk memperkenalkan, menawarkan, membeli, dan menjual produk (Maulana, Susilo, dan Riyadi 2015). Menurut Varmaat (2007) *e-commerce* merupakan transaksi bisnis yang dalam jaringan elektronik seperti internet. Siapapun yang terhubung dengan jaringan internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *e-commerce*. Penerapan *e-commerce* membutuhkan strategi yang matang, yang telah diputuskan oleh manajemen perusahaan, termasuk menyiapkan sumber daya manusia yang handal di bidang teknologi dan teknologi informasi seperti membangun sistem informasi untuk mengelola operasional perusahaan (Pranata & Darma, 2014).

2. Technology Acceptance Model (TAM)

TAM diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* yang dikembangkan oleh Davis (1989). TAM mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu *Perceived Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan). Berikut adalah gambar konstruk awal TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989):

Gambar 2.1

Technology Acceptance Model



Sumber: Davis (1989)

TAM merupakan teori sistem informasi yang menciptakan model bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi (Ratuolivia dan Siswanto 2012). Model TAM secara lebih terperinci menjelaskan bahwa penerimaan *e-commerce* dapat dengan mudah memengaruhi diterimanya Internet oleh pengguna dengan dua variabel yaitu kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) (Dewi and Santika 2018).

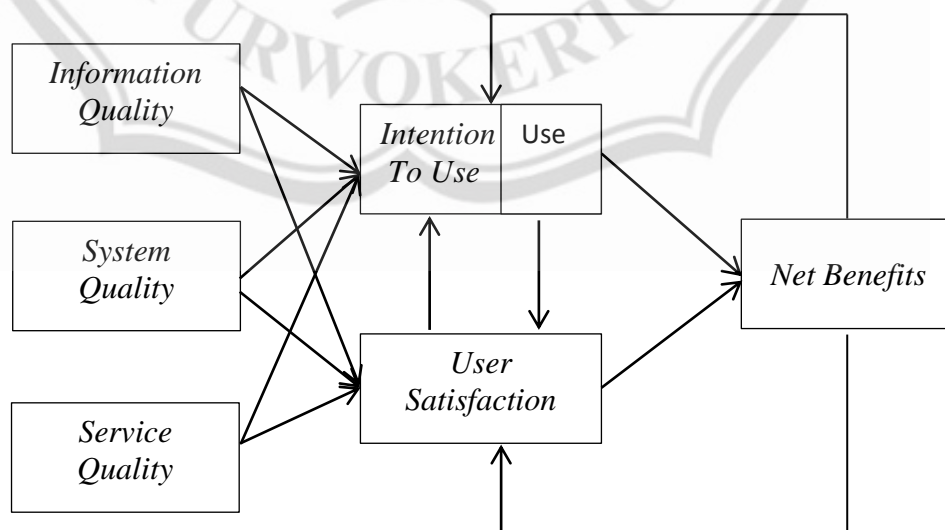
Model TAM dalam penelitian ini menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan dapat menentukan sikap mereka dalam menerima penggunaan teknologi informasi. Sikap tersebut akan menentukan apakah pengguna bermaksud untuk menggunakan sistem informasi atau tidak (Fitriati, Tubastuvi, dan Anggoro 2020).

3. Model Kesuksesan Sistem Informasi

Salah satu model yang biasa digunakan dalam mengukur tingkat kesuksesan suatu sistem informasi adalah model kesuksesan informasi yang dikembangkan oleh DeLone dan McLean (Wisudiawan 2015). Dalam penelitian teoritis model keberhasilan sistem informasi DeLone dan McLean, teori tersebut sampai pada suatu kesimpulan Kontribusi dari beberapa studi sebelumnya dan konsekuensi dari perubahan peran dan sistem pemrosesan informasi yang telah berkembang (Nugroho dkk, 2013). DeLone dan Mclean (2003) memperbarui modelnya, sebut saja Model Kesuksesan Sistem Informasi D&M Diperbarui (*The Reformulated D&M IS Success Model*). Kesuksesan Sistem Informasi Berikut adalah gambar ilustrasi Model Kesuksesan Sistem Infromasi yang diperkenalkan oleh DeLone dan McLean (2003):

Gambar 2.2

Model Kesuksesan Sistem Informasi



Sumber: *D&M IS Success Model (2003)*

Model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean dapat diukur dengan menggunakan enam faktor (DeLone and McLean, 2003), yaitu: kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna, manfaat bersih. Kualitas memiliki 3 faktor utama yaitu: kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan. Masing-masing harus diukur secara terpisah karena ketiga kualitas tersebut dapat mempengaruhi penggunaan.

4. Persepsi Kemanfaatan

Davis (1989) mendefinisikan Persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan performa kerjanya. Menurut Fadhli and Fachruddin (2016) persepsi manfaat adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja, produktivitas, dan efektivitas.

Jogiyanto (2007) mendeskripsikan persepsi manfaat sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jika seseorang percaya bahwa suatu sistem informasi bermanfaat, maka ia akan menggunakannya. Di sisi lain, jika seseorang berpikir bahwa sistem informasi tidak bermanfaat, maka dia tidak akan menggunakannya (Rakhmad, 2012).

Dari penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan merupakan bagian dari *Technology Acceptance Model* yang merupakan salah satu faktor penentu pengguna dalam sistem informasi.

Pengukuran konstruk kemanfaatan (*usefulness*) menurut Davis (2000) terdiri dari: (a.) Meningkatkan kinerja, (b.) Menambah tingkat produktifitas, (c) Meningkatkan efektifitas kinerja, (d.) Sistem informasi bermanfaat.

5. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan atau (*Perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan terbebas bebas dari usaha (Davis, 1989). Kemudahan adalah mengaplikasikan sesuatu tanpa adanya kesulitan atau tidak perlu berusaha keras (Fadhli dan Fachruddin, 2016).

Persepsi ini terkait dengan persepsi seorang konsumen yang merasa lebih mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi belanja *online* (Noviandini, 2012). Jika seseorang berpikir suatu sistem informasi mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang berpikir bahwa suatu sistem informasi tidak berguna, maka dia tidak akan menggunakannya (Rakhmad, 2012). Kemudahan penggunaan dalam sistem *e-commerce* dapat mencakup interaksi yang mudah, Antarmuka pengguna hingga proses pembelian (Yolanda 2013).

Dari penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan merupakan bagian dari *Technology Acceptance Model* yang merupakan salah satu faktor penentu pengguna dalam penggunaan *e-commerce*. Jika dikaitkan dengan penggunaan *e-commerce*, persepsi kemudahan berkaitan dengan seberapa mudah sistem *e-commerce* digunakan dan seberapa mudah

aplikasi *e-commerce* mudah dipahami. Pengukuran konstruk persepsi kemudahan menurut Venkatesh dan Davis (2000) terdiri dari: (a.) Sistem informasi jelas dan mudah dipahami (*clear and understandable*), (b.) Tidak memerlukan banyak usaha (*does not require a lot mental effort*), (c.) Mudah untuk digunakan (*ease to use*), dan (d.) Mudah dioperasikan sesuai dengan keinginan (*ease to get the system to do whats user wants to do*).

6. Persepsi Keamanan Sistem

Persepsi keamanan sistem adalah suatu kemampuan yang dimiliki *e-commerce* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan sebuah transaksi data (Sudjarmika 2017). Persepsi keamanan diartikan sebagai persepsi konsumen atas keamanan dalam melakukan transaksi *e-commerce* (Eid 2011). Secara teknis persepsi keamanan akan menjamin integritas, kerahasiaan, otentifikasi dan tanpa pencatatan transaksi (Flavián and Guinalú 2006).

Roca, García, dan Vega (2009) menjelaskan bahwa persepsi *privacy* berhubungan dengan perasaan konsumen tentang adanya kemungkinan bahwa perusahaan online mengumpulkan dan menggunakan data tentang individu secara tidak tepat. Tidak jarang untuk menghindari resiko ketidakpuasan dan penipuan yang terjadi saat belanja online, konsumen cenderung memilih untuk melakukan belanja online pada merek atau situs yang sudah dikenal dan terpercaya.

Dari penjabaran diatas, dapat disampaikan bahwa persepsi keamanan sistem merupakan bagian dari model kesuksesan sistem informasi yang merupakan salah satu faktor penentu pengguna dalam penggunaan *e-commerce*. Pengukuran konstruk persepsi keamanan sistem menurut Sudjatmika (2017) terdiri dari: (a.) Integritas, (b.) Pencegahan Penyangkalan, (c.) Keaslian, (d.) Kerahasiaan, (e.) Privasi, dan (f.) ketersediaan.

7. Kualitas Layanan

Menurut penelitian (DeLone and McLean 2003) kualitas layanan lebih penting daripada aplikasi lain, karena pengguna sistem saat ini lebih banyak pelanggan daripada karyawan atau pengguna internal organisasi. Oleh karena itu, dukungan yang buruk akan mengakibatkan hilangnya pelanggan bahkan kehilangan penjualan. Pallefi dan Widiartanto (2017) mendefinisikan kualitas layanan (*service quality*) sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan kepada pengguna mampu sesuai dengan ekspektasi pengguna.

Dari penjabaran diatas, dapat disampaikan bahwa persepsi kualitas layanan merupakan bagian dari model kesuksesan sistem informasi yang merupakan salah satu faktor penentu pengguna dalam penggunaan *e-commerce*. Pengukuran konstruk kualitas layanan menurut DeLone and McLean (2003) yaitu: (a.) Jaminan (*assurance*) yaitu jaminan kualitas yang diberikan sistem, (b.) Empati (*system empathy*) yaitu kepedulian sistem

terhadap pengguna, (c.) *system responsiveness* yaitu kualitas respon sistem terhadap aksi yang dilakukan oleh pengguna.

8. Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

Penggunaan adalah suatu tindakan yang diambil oleh seseorang. Dalam konteks penggunaan teknologi Informasi, tingkah laku (*behaviour*) (Andyka, dkk 2012). Penggunaan dapat digunakan sebagai pengukur tingkat keberhasilan sistem, tingkat keberhasilan dapat diukur dengan menggunakan frekuensi diversitas transaksi (Kusuma and Susilowati 2007).

Pengukuran konstruk penggunaan sistem menurut Andyka, dkk (2012) adalah Pemakaian nyata, Frekuensi penggunaan dan kepuasan pengguna.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Variabel yang Digunakan	Hasil
1	Shomad (2012) Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol. 1 No. 2	Variabel Dependen: Perilaku Penggunaan <i>E-commerce</i> Variabel Independen: Persepsi Kepercayaan Persepsi Kegunaan Persepsi Kemudahan Persepsi Risiko	Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan Persepsi keamanan berpengaruh negatif terhadap perilaku penggunaan
2	Irmadhani, Nugroho (2012) Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia Vol. 1 No. 3	Variabel Dependen: Penggunaan <i>Online Banking</i> Variabel Independen: Persepsi Kemanfaatan Persepsi Kemudahan	Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap Penggunaan <i>Online Banking</i> Pengaruh Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh terhadap Penggunaan <i>Online Banking</i>
3	Noviandini, (2012) Jurnal Nominal, Vol. 1 No. 1	Variabel Dependen: Penggunaan <i>E-filing</i>	Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap Penggunaan <i>E-filing</i>

		Variabel Independen: Persepsi Kemanfaatan Persepsi Kemudahan	Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif terhadap Penggunaan <i>E-filing</i>
4	Roca, Chiu, dan Martínez (2006) <i>Journal of Human-Computer</i> , Vol. 64 No. 8	Variabel Dependen: Kepuasan Pengguna Variabel Independen: Persepsi Kemanfaatan Persepsi Kemudahan Kualitas Layanan	Persepsi Kemanfaatan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Persepsi Kemanfaatan berpengaruh terhadap Kepuasan pengguna Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna
5	Yolanda (2013) <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB</i> , Vol. 2 No. 2	Variabel Dependen: Minat Menggunakan <i>E-commerce</i> Variabel Independen: Persepsi Kemanfaatan Persepsi Kemudahan	Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan <i>e-commerce</i> Persepsi Kemanfaatan berpengaruh tidak berpengaruh terhadap Minat Menggunakan <i>e-commerce</i>
6	Sakti, Astuti, and Kertahadi (2013) <i>Jurnal Administrasi Bisnis</i> , Vol. 6 No. 1	Variabel Dependen: Minat dan Penggunaan ATM Variabel Independen: Persepsi Kemudahan Persepsi Keamanan	Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif terhadap Minat dan Penggunaan ATM Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap Minat dan Penggunaan ATM
7	Rakhmad (2013) <i>Jurnal Administrasi Bisnis</i> Vol. 3 No. 1	Variabel Dependen: Penggunaan Youtube dengan Pendekatan TAM Variabel Independen: Persepsi Kemudahan Persepsi Kemanfaatan	Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan Youtube dengan pendekatan TAM Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap penggunaan Youtube dengan pendekatan TAM
8	Devi dan Suartana (2014) <i>E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana</i> , Vol. 6 No.1	Variabel Dependen: Penggunaan Sistem Informasi Variabel Independen: Persepsi Kemanfaatan	Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi
9	Putra, Astuti, and Riyadi (2015) <i>Jurnal Administrasi Bisnis</i> Vol. 21 No. 2	Variabel Dependen: Penggunaan <i>e-commerce</i> Variabel Independen: Persepsi Kemudahan	Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>e-commerce</i>
10	Rithmaya (2016) <i>Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen</i> , Vol. 16 No. 1	Variabel Dependen: Minat Ulang Menggunakan Variabel Independen: Kemudahan Kemanfaatan Risiko	Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan
11	Fadhli dan Fachruddin (2016) <i>Jurnal Ilmiah</i>	Variabel Dependen: Penggunaan Internet Banking	Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap Penggunaan Internet Banking

	Mahasiswa Ekonomi Akuntansi, Vol. 1 No. 2	Variabel Independen: Persepsi Risiko Persepsi Kepercayaan Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan	Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Internet Banking Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap Penggunaan Internet Banking
12	Dewi dan Warmika (2016) <i>E-Jurnal Manajemen Unud</i> , Vol. 5 No. 4	Variabel Dependen: Niat Menggunakan <i>Mobile Commerce</i> Variabel Independen: Persepsi Kemudahan Pengguna Persepsi Manfaat Persepsi Risiko	Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan <i>Mobile Commerce</i> Persepsi Manfaat positif terhadap Niat Menggunakan <i>Mobile Commerce</i> Persepsi Risiko berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan <i>Mobile Commerce</i>
13	Setyarko (2016) <i>Jurnal Ekonomika dan Manajemen</i> , vol. 5 No. 2	Variabel Dependen: Keputusan Pembelian Produk Secara <i>Online</i> Variabel Independen: Kualitas Layanan Kemudahan Pengguna	Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara <i>Online</i> Kemudahan Pengguna berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara <i>Online</i>
14	Khotim, Amrul, dan Astini (2017) <i>VALID Jurnal Ilmiah</i> , Vol. 14 No. 2	Variabel Dependen: Kepuasan Mahasiswa dalam Penggunaan Sistem Informasi Variabel Independen: Keamanan Sitem Informasi Kemudahan Akses Informasi	Keamanan Sistem Informasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan dalam Penggunaan Sistem Informasi Kemudahan Akses Informasi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan dalam Penggunaan Sistem Informasi
15	Kristianti dan Pambudi (2017) <i>Jurnal Akuntansi</i> Vol. 11 No. 1	Variabel Dependen: Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Variabel Independen: Persepsi Kemudahaan Persepsi Keamanan Sistem	Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Persepsi Keamanan sistem berpengaruh positif terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i>
16	Utami dan Kusumawati (2017) <i>Jurnal Balance</i> , Vol. 14 No. 2	Variabel Dependen: Minat Pengguna Variabel Independen: Persepsi Kemanfaatan Persepsi Kemudahan Persepsi Keamanan	Persepsi Kemanfaatan tidak berpengaruh terhadap Minat Pengguna Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat pengguna Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap Minat Pengguna
17	Sastika (2018) <i>Jurnal Sosial dan Humaniora</i> , Vol 2 No. 2	Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan Variabel Independen: Kualitas Layanan	Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan
18	Meidita, Suprpto, dan Rokhmawati (2018) <i>Jurnal Pengembangan</i>	Variabel Dependen: Kepuasan Kepercayaan Loyalitas Pelanggan	Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan <i>E-commerce</i>

	Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, Vol. 2 No. 11	Variabel Independen: Kualitas Layanan	
19	Romahtin dan Andjawati (2019) Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 7 No. 1	Variabel Dependen: Niat Beli Ulang Variabel Independen: Kualitas Layanan Kemudahan Penggunaan	Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Niat Beli Ulang Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Niat Beli Ulang
20	Nursani, Arifin, dan Hufron (2019) Jurnal Ilmiah Riset Manajemen Vol.8 No 9	Variabel Dependen: Keputusan Pembelian Variabel Independen: Keamanan Kualitas Layanan	Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
21	Aziziyah (2020) Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 9 No. 1	Variabel Dependen: Penggunaan <i>E-commerce</i> Variabel Independen: Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Pengguna	Persepsi Kemanfaatan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan <i>E-commerce</i> Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap Minat penggunaan <i>E-commerce</i>
22	Prakosa dan Wintaka (2020) Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 3 No. 1	Variabel Dependen: Minat Pengguna Variabel Independen: Persepsi Kemudahan Persepsi Kemanfaatan	Persepsi Kemanfaatan berpengaruh terhadap Minat Pengguna Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Pengguna
23	Li dan Shang (2020) <i>Journal Information & Management</i> , Vol. 57 No. 3	Variabel Dependen: Niat Penggunaan <i>e-government</i> Variabel Independen: Kualitas Layanan	Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Niat Penggunaan <i>e-government</i>

Data: Diolah 2020

C. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan pada rumusan masalah, landasan teori, penelitian terdahulu yang telah diuraikan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

Persepsi Kemanfaatan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya (Davis, 1989). Menurut Wibowo (2008) persepsi manfaat merupakan suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Menurut Jogiyanto (2007) persepsi manfaat merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan adalah pemikiran pengguna tentang penggunaan sistem informasi untuk meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat bagi penggunanya. Oleh karena itu, jika seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi informasi dapat membawa manfaat, baik untuk meningkatkan kinerja maupun untuk kepentingannya sendiri, maka ia akan menggunakannya.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem,

diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Shomad (2012), Yolanda (2013), Wahyuningtyas and Widiastuti (2017), Fadhli and Fachruddin (2016), dan Aziziyah (2020).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diajukan hipotesis penelitian pertama sebagai berikut:

H1 = Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

b. Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang mempercayai bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan (Wibowo 2016). Menurut Amijaya (2010) persepsi kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Kemudahan penggunaan juga berarti teknologi informasi dapat mengurangi waktu dan tenaga seseorang untuk mempelajarinya atau menggunakannya sekaligus.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Noviandini (2012), Fadhli and Fachruddin (2016) (Kristianti and Pambudi 2017), Rohmatin dan Andjarwati (2018), dan Aziziyah (2020)

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diajukan hipotesis penelitian ke-dua sebagai berikut:

H2 = Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

c. Pengaruh Persepsi Keamanan Sistem terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Park dan Kim (2004), security atau keamanan diartikan sebagai kemampuan sistem informasi *e-commerce* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Sebagai saluran pemasaran baru, *E-commerce* lebih mengandung ketidakpastian dan risiko dibandingkan dengan pembelian secara konvensional. Hal ini dikarenakan antara penjual dan pembeli tidak saling bertemu pada saat transaksi berlangsung. Kejahatan secara online pun tidak dapat dihindari. Sehingga jaminan keamanan yang ditawarkan diduga memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna pembelian secara online di *e-commerce* (Pranata and Darma 2014).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi keamanan sistem berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Alwafi dan Magnadi (2016), Khotim dkk (2017), Kristianti dan Pambudi (2017), dan Nursani dkk (2019)

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diajukan hipotesis penelitian ke-tiga sebagai berikut:

H3 = Persepsi Keamanan Sistem berpengaruh positif terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

d. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai terpenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk memenuhi harapan pelanggan (Romahtin dan Andjawati 2019). Menurut Fang et al (2011) kualitas layanan mengacu kepada persepsi layanan yang telah diberikan *e-commerce* untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Hal ini termasuk efisiensi penanganan masalah dan pengembalian barang melalui situs *web e-commerce*.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Setyarko (2016), Sastika (2018), Rohmatin dan Andjarwati (2018),

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diajukan hipotesis penelitian ke-empat sebagai berikut:

H4 = Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

Berdasarkan kerangka penelitian dan pengembangan hipotesis seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat digambarkan kerangka model penelitian seperti pada Gambar 2.3.

