BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang relevan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Menurut (Sugiono, 2019a)

> "Metode penelitian adalah suatu proses ilmiah untuk memperoleh informasi yang ditujukan untuk tujuan dan manfaat tertentu. Ada empat konsep kunci penting yaitu pendekatan saintifik, data, tujuan dan manfaat. Pendekatan ilmiah mengacu pada praktik penelitian yang didasarkan pada prinsip-prinsip ilmiah, seperti rasionalitas, empirisme, dan sistematika. Rasionalitas menegaskan bahwa penelitian dilakukan dengan logika yang dapat dipahami manusia. Empirisme menekankan bahwa metode yang digunakan dapat diamati oleh indra manusia sehingga dapat dipahami dan ditiru oleh orang lain. Sistematika menunjukkan bahwa proses penelitian dilakukan secara terstruktur dan logis dengan menggunakan langkah-langkah yang telah ditentukan."

Dalam penelitian penulis bertujuan untuk menganalisis pengaruh atau hubungan antar variabel yang digunakan. Variabel independen yaitu persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, risiko, kepercayaan dan sikap pengguna terhadap variabel dependen yaitu minat pengguna pada *e-commerce* pada aplikasi Shopee. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif analisis deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan survei.

Survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) yang dilakukan dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang di sebarkan kepada responden yang telah di tentukan sebelumnya.

Menurut (Sugiono, 2019a) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif :

> "Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sempel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang ditetapkan."

Menurut (Sugiono, 2019a)

> "Metode penelitian survei merupakan pendekatan yang menggunakan instrumen tertentu, seperti kuesioner atau wawancara terstruktur, untuk mengumpulkan data secara sistematis dari responden yang mewakili populasi tertentu. Tujuan utamanya adalah memperoleh informasi yang kuat dan terukur tentang berbagai aspek seperti keyakinan, pendapat, karakteristik individu, perilaku dan hubungan antar variabel yang diteliti. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat mengeksplorasi data yang mencakup periode waktu yang berbeda, baik dulu maupun sekarang."

Analisisis deskriptif menurut (Sugiono, 2019a) metode penelitian analisis deskriptif adalah:

> "Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa ada maksud untuk membuat kesimpulan yang bersifat umum atau generalisasi."

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah subjek atau fenomena yang menjadi fokus utama analisis serta menjadi pusat perhatian untuk pemahaman, analisis, dan eksplorasi lebih dalam terhadap aspek-aspek tertentu yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Melalui proses penelitian, objek dipelajari secara detail untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai karakteristik, hubungan dengan variabel lain terhadap fenomena yang diteliti. Objek penelitian adalah pokok permasalahan yang diselidiki secara sistematis untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam.

Menurut (Sugiono, 2019a)

> "Objek penelitian berfokus pada ciri-ciri, watak, atau nilai-nilai yang ada pada diri individu yang tumbuh secara alami, tanpa campur tangan atau manipulasi dari peneliti, dan kehadiran peneliti tidak berdampak pada perkembangan atau ciri-ciri yang diteliti."

Objek penelitian yang ditetapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang ingin diteliti yaitu persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, risiko, kepercayaan dan sikap pengguna. Adapun lokasi penelitian pada Universitas Pasundan Bandung yang berlokasi di Jl. Tamansari No. 6-8, Kec. Bandung Wetan, Jawa Barat 40116.

3.3 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.3.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), menyatakan bahwa pengertian variabel penelitian adalah sebagai berikut :

> "Variabel penelitian adalah segala sesuatu dalam bentuk apapun yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan."

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

   Menurut (Ananda, 2021), Menyatakan bahwa pengertian variabel bebas adalah sebagai berikut :

   > "Variabel bebas bisa juga disebut variabel stimulus, prediktor, anteseden. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel terikat."

   Dalam penelitian ini terdapat 5 (lima) variabel *independent*, antara lain sebagai berikut:

   a. Persepsi Kemudahan (*Perceived Easy To Use*)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan definisi menurut (Adyas & Ainurahmah, 2020), mendefinisikan teknologi sebagai berikut :

> ”Pengertian persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem di rancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi penggunaan sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya.”

Adapun penulis yang digunakan untuk mengukur variabel ini menggunakan dimensi menurut (Pérez Dávila, 2020)., yaitu sebagai berikut :

1. Mudah Dipelajari (*Easy To Learn*).
2. Terkontrol (*Controllable*).
3. Mudah dimengerti (*Understandable*).

b. Persepsi Kegunaan

Menurut (T. W. Nugraha et al., 2021).

> “Persepsi kegunaan adalah ukuran bagaimana penggunaan suatu teknologi dianggap memberikan manfaat bagi orang yang menggunakannya; semakin kuat konsumen percaya bahwa aplikasi tersebut dapat meningkatkan teknologi tersebut, maka semakin besar pula manfaatnya. Semakin baik kinerja dan produktivitas seseorang, semakin besar kemungkinan konsumen memilih pembelian secara online.”

Adapun penulis yang digunakan untuk mengukur variabel ini menggunakan dimensi menurut (Rumayah, 2020) dan (Hariansyah et al.), sebagai berikut :

1. Produktifitas.
2. Efektifitas.
3. Berguna.

c. Risiko

Menurut (Rodiah & Melati, 2020)

> “Persepsi risiko merupakan penilaian subjektif terhadap kemungkinan terjadinya jenis kecelakaan dan seberapa besar dampak yang ditimbulkan.

> Persepsi risiko dapat berdampak negatif terhadap minat konsumen dalam menggunakan produk teknologi informasi, karena persepsi risiko berperan penting dalam menurunkan minat konsumen dalam melakukan transaksi elektronik. Persepsi risiko adalah persepsi ketidakpastian dan hasil yang tidak diinginkan ketika menggunakan suatu produk atau jasa."

Adapun penulis yang digunakan untuk mengukur variabel ini menggunakan dimensi menurut (Agustiningrum & Andjarwati, 2021) dan (Kehista et al., 2023), sebagai berikut :

1. Keamanan pembayaran.
2. Keamanan data pribadi.

d. Kepercayaan

Menurut (Primadasa et al., 2021)

> "Kepercayaan dapat dikonseptualisasikan sebagai keadaan psikologis yang memotivasi seseorang untuk menerima akibat yang tidak dapat diduga sebelumnya, dan secara khusus didasarkan pada harapan yang menguntungkan mengenai niat dan perilaku dari pihak lain. Dalam persepsi kemudahan dan kegunaan adopsi inovasi teknologi kepercayaan merupakan salah satu faktor external".

Adapun penulis yang digunakan untuk mengukur variabel ini menggunakan dimensi menurut (Widodo & Sunarto, 2022) dan (Rakhamad, 2024), sebagai berikut :

1. Jaminan kesesuaian produk.
2. Kepercayaan terhadap penyimpanan uang pada aplikasi.

e. Sikap Penggunaan

Menurut (Gabrielle Michaela K, 2024)

> "Minat pengguna adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengatur barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Perilaku pengguna dapat digambarkan sebagai penjelasan bagaimana individu memutuskan untuk menggunakan sesuatu. Persepsi mewakili

> bagaimana perasaan pengguna yang berasal dari pengalaman masa lalu, dan dapat mempengaruhi niat perilaku pengguna di masa depan."

Adapun penulis yang digunakan untuk mengukur variabel ini menggunakan dimensi menurut (Rumayah, 2020), sebagai berikut :

1. *Good idea to use.*
2. *Positive opinion to use.*

2. Variabel Terikat (*Dependen Variabel*)

Menurut Sugiyono (2019), menyatakan bahwa variabel terikat adalah sebagai berikut:

> "Variabel terikat, sering juga disebut variabel output, kriteria, atau konsekuensi, adalah salah satu jenis variabel dalam suatu penelitian atau eksperimen yang nilainya bergantung pada variabel bebas tersebut. Dalam konteks ini, variabel terikat adalah hasil atau dampak perubahan terhadap variabel bebas, yang diamati, diukur, atau dipelajari dalam suatu penelitian karena dipengaruhi oleh variabel bebas yang diteliti."

Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah variabel minat pengguna *e-commerce* pada aplikasi. Minat pengguna adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengatur barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Perilaku pengguna dapat digambarkan sebagai penjelasan bagaimana individu memutuskan untuk menggunakan sesuatu.

Dengan mengadopsi pengaruh minat pengguna, *e-commerce* dapat memanfaatkan ide-ide baru tersebut untuk meraih kesuksesan lebih besar dilingkungan bisnis yang semakin digital ini. Dimensi pengaruh minat pengguna sistem informasi akuntansi (Rumayah, 2020) :

1. *Use to assist activities*.

2. *Use often.*
3. *Use in future*.

3.3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional Variabel bermaksud untuk menjelaskan setiap variabel secara konsep dimensi dan indikator, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat statistik dapat terlaksana dengan baik. Sesuai dengan judul skripsi yang dipilih yaitu Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Pengguna *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee Dengan Munggunakan TAM. Terdapat 5 variabel, yaitu:

1. Kemudahan (X1)
2. Kegunaan (X2)
3. Risiko (X3)
4. Kepercayaan (X4)
5. Sikap Atas Penggunaan (X5)

Berikut ini uraian mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan untuk melakukan analisis dalam penelitian ini, antara lain:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Independen (X_1) : Persepsi Kemudahan

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Persepsi Kemudahan (X_1) Menurut (Andriyano, 2014) pengertian	1. Mudah Dipelajari (*Easy To Learn*).	Kemudahan dalam mengakses aplikasi	1-4
	2. Terkontrol (*Controllable).*	Dapat mengontrol sistem dengan cepat dan mudah.	5-8

perspektid kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem di rancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi penggunaan sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya (Adyas & Ainurahmah, 2020).	3. Dapat dimengerti *(Understandabl*e).	Isi yang mudah dipahami.	9-11

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Independen (X_2) : Persepsi Kegunaan

Varibel	Dimensi	Indikator	Item
Persepsi Kegunaan (X_2) Persepsi kegunaan adalah ukuran bagaimana penggunaan suatu teknologi dianggap memberikan manfaat bagi orang yang menggunakannya; semakin kuat konsumen percaya	1. Produktif.	Mencapai hasil yang optimal.	12-13
	2. Efektifitas	Hemat waktu untuk mencapai tujuan.	14-17
	3. Berguna.	Manfaat yang dirasakan pengguna.	18-22

bahwa aplikasi tersebut dapat meningkatkan teknologi tersebut, maka semakin besar pula manfaatnya. Semakin baik kinerja dan produktivitas seseorang, semakin besar kemungkinan konsumen memilih pembelian secara online (T. W. Nugraha et al., 2021).			

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Independen (X_3) : Risiko

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Risiko (X_3)	1. Keamanan bertransaksi.	Keyakinan pengguna melakukan transaksi.	23-26
persepsi risiko merupakan penilaian subjektif terhadap kemungkinan terjadinya jenis kecelakaan dan seberapa besar dampak yang ditimbulkan. Persepsi risiko dapat berdampak negatif terhadap minat konsumen dalam menggunakan produk teknologi informasi, karena persepsi risiko berperan penting dalam menurunkan	2. Keamanan informasi pribadi.	Keyakinan dengan keamanan data pribadi.	27-29

minat konsumen dalam melakukan transaksi elektronik. Menurut Pavlou (2003), persepsi risiko adalah persepsi ketidakpastian dan hasil yang tidak diinginkan ketika menggunakan suatu produk atau jasa (Rodiah & Melati, 2020).			

Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Independen (X_4) : Kepercayaan

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Kepercayaan (X_4) Kepercayaan dapat dikonseptualisasikan sebagai keadaan psikologis yang memotivasi seseorang untuk menerima akibat yang tidak dapat diduga sebelumnya, dan secara khusus didasarkan pada harapan yang menguntungkan mengenai niat dan perilaku dari pihak lain. Dalam persepsi kemudahan dan kegunaan adopsi inovasi teknologi	1. Jaminan kesesuaian produk.	*1.* Kendalan *(reliability).* *2.* daya tanggap *(responsiveness).* *3.* Jaminan *(assurances).* 4. Produk fisik *(tangible)*	30-33
	2. Kepercayaan penyimpanan uang pada aplikasi.	Pengalaman pengguna yang mempengaruhi minat,	34-36

kepercayaan merupakan salah satu faktor external (Primadasa et al., 2021).			

Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Independen (X_5) : Sikap Terhadap Penggunaan

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Sikap Atas penggunaan (X_5) Sikap pengguna yaitu proses dimana seseorang melakukan penilaian terhadap hasil yang menguntungkan atau tidak melalui kegiatan yang akan dilakukan olehnya. Sikap terhadap penggunaan atau *Attitude Toward Using* merupakan sikap terhadap penggunaan sistem yang berupa penerimaan atau penolakan sebagai suatu pengaruh ketika seseorang menggunakan teknologi dalam bekerja (T. W. Nugraha et al., 2021).	1. *Good idea to use.*	Membantu dalam pengambilan keputusan.	37-38
	2. *Positive opinion to use.*	Antusian pengguna dalam menggunakan aplikasi.	3-40

Tabel 3.6 Operasional Variabel Dependen (Y) : Minat Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan TAM

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Minat pengguna (Y) Minat pengguna adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengatur barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Perilaku pengguna dapat digambarkan sebagai penjelasan bagaimana individu memutuskan untuk menggunakan sesuatu. Persepsi mewakili bagaimana perasaan pengguna yang berasal dari pengalaman masa lalu, dan dapat mempengaruhi niat perilaku pengguna di masa depan (Gabrielle Michaela K, 2024).	1. *Use to assist activities.*	mendukung aktivitas yang sedang berlangsung.	41-42
	2. *Use often.*	Berminat menggunakan aplikasi.	43-46

3.4 Populasi Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiono, 2021b), populasi memiliki pengertian sebagai berikut:

> "Populasi adalah semua anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa, atau benda yang tinggal bersama dalam suatu tempat secara terencana menjadi tergat kesimpulan dari hasil akhir suatu penelitian. Populasi dapat berupa guru, siswa, kurikulum, fasilitas, Lembaga sekolah, hubungan sekolah dan masyarakat, karyawan perusahaan, jenis tanaman hutan, jenis padi, kegiatan marketing, hasil produksi dan sebagainya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga dapat organisasi, binatang, hasil karya manusia dan benda-benda alam yang lain."

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian pada mahasiswa/i Prodi Akuntansi Angkatan 2020 di Universitas Pasundan Bandung yang berlokasi di Jl. Tamnasari No. 6-8, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40116.

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut (Sugiono, 2021b), menyatakan bahwa pengertian sampel adalah sebagai berikut :

"Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, serta bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Dalam penelitian penulis mengambil sampel kurang lebih responden, dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut diharapkan dapat mewakili sebagai sampel penelitian. Sampel penelitian digunakan untuk mendapatkan gambaran dari populasi."

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahsiswa/i Prodi Akuntansi Universitas Pasundan Bandung yang lahir antara tahun 1995-2009 dan melakukan pembelian minimal 1-2 kali di *Platform* Shopee di Kota Bandung. Pada sampel penelitian ini, penulis menemukan bahwa populasi Mahasiswa/i Akuntansi Angkatan 2020 Universitas Pasundan Bandung adalah 105 orang. Tidak semua

anggota populasi diikut sertakan dalam penelitian ini, hanya sebagian dari populasi karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian, baik dari segi waktu dan tenaga serta pada populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus benar-benar representatif, sampel diambil dari populasi dengan tingkat kesalahan yang dapat diterima sebesar 10%. Penentuan besar sampel responden menggunakan rumus Slovin disajikan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Total Populasi

e = Toleransi kesalahan

$$n = \frac{105}{1 + 105(0{,}1)^2} = 51{,}21$$

Pada perhitungan rumus Slovin diatas didapatkan sebesar 51,21 yang diartikan bahwa peneliti membutuhkan 51,21 sampel untuk penelitian ini dan akan dibulatkan menjadi 52 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling menurut (Sugiono, 2021b) adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan yaitu :

1. *Probability Sampling* Yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan probabilitas atau peluang yang sama untuk setiap elemen atau anggota populasi

yang dipilih untuk pengambilan sampel. Dengan kata lain, metode pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi. Probability sampling dibagi menjadi beberapa metode yang berbeda yaitu diantaranya:

a. Pengambilan Sampel Acak Sederhana (Sampel Random Sederhana) *Sample random sampling* adalah cara pengambilan sampel angota populasi secara acak tanpa mempertimbangkan tingkatan anggota dari populasi.
b. Pengambilan Sampel Acak Sistematis (Sampel Random Sistematik) Prosedur pengambilan sampel bersifat sistematis dengan interval (jarak) tertentu antara sampel yang dipilih.
c. Sampel Random Berstrata (*Stratified Random Sampling*) Untuk mengambil sampel anggota populasi secara acak dan bergiliran, tetapi beberapa di antaranya tidak proporsional.
d. . Sampel Random Berkelompok (*Cluster Sampling*) Pengambilan sampel dilakukan dalam unit pengambilan sampel dimana pengambilan sampel terdiri dari satu kelompok.
e. Sampel Random Bertingkat (*Multi Sage Sampling*) Teknik pengambilan sampel dilakukan dalam dua tahap (*two-stagesampling*) atau lebih, masing-masing pada dua tingkat atau lebih.

2. *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak dipilih secara acak. Anggota populasi yang dipilih sebagai sampel mungkin karena kebetulan atau faktor lain yang direncanakan sebelumnya oleh peneliti.

Pengambilan sampel *non-probabilitas* menurut (Wijaya, 2020) dikembangkan untuk mengatasi kesulitan yang dihadapi dalam menerapkan teknik pengambilan sampel probabilitas, khususnya untuk menghilangkan masalah biaya dan kerangka pengambilan sampel. Jenis sampel *non-probability* diantaranya sebagai berikut:

a. Sampel Pertimbangan (*Purposive Sampling*) adalah satuan *sampling* yang dipilih setelah pertimbangan tertentu dengan tujuan untuk memperoleh unit *sampling* dengan karakteristik yang diinginkan.
b. Sampel Tanpa Sengaja (*Accidental Sampling*) adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan faktor spontanitas, yaitu seseorang yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel (responden) sesuai dengan karakteristiknya.
c. Sampel Kuota (*Quota Sampling*) Pengambilan sampel hanya didasarkan pada pendapat peneliti, hanya di sini ukuran sampel dan kriteria ditentukan sebelumnya.
d. Sampel Jenuh (*Saturation Sampling*) Teknik pengambilan sampel yang menggunakan semua anggota populasi sebagai sampel mensyaratkan bahwa populasinya tidak besar atau peneliti ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.
e. Sampel Bola Salju (*Snowball Sampling*) Sampel diambil secara berurutan, dimulai dengan ukuran sampel yang kecil dan semakin meningkat.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan

kesempatan yang sama kepada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *probability* yang digunakan adalah *simple random* sampling. *Simple random* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang sederhana karena anggota sampel dipilih dari populasi yang dihasilkan secara acak tanpa memperhatikan strata populasi yang ada (Sugiono, 2021b).

3.4.4 Teknik Analisis Data

Analisis data digunakan untuk mengolah data menjadi informasi sehingga data tersebut menjadi mudah dipahami dan bermanfaat dalam menjawab permasalahan yang berkaitan dengan penelitian. Analisis data menurut (Sugiono, 2021) adalah kegiatan setelah data dikumpulkan dari seluruh responden. Fungsi analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel masing-masing responden, menyajikan data pada setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan berdasarkan hipotesis yang disajikan.

Berdasarkan uraian di atas dapat dikemukakan bahwa analisis data bertujuan untuk mengolah data menjadi informasi, mengubah sifat data sedemikian rupa sehingga mudah dipahami dan bermanfaat dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif Dan Analisis Verifikatif, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

Data yang akan dianalisis dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya faktor-faktor pengaruh minat sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Shopee, menggunakan metode analisis data yang dipakai

adalah menggunakan kuesioner dengan Skala *Likert* sebagai metode pengumpulan data, dimana kuesioner disebarkan secara *online*. Dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert, yaitu variabel penelitian yang diukur dan diterjemahkan menjadi variabel indikator kemudian dijadikan patokan untuk merumuskan argumentasi, dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Tanggapan pada setiap Skala Likert berkisar dari sangat positif hingga sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, berikut adalah rincian tingkat skor untuk peneitian ini :

Tabel 3.7 Instrumen Penelitian Kuesioner

No.	Pemilihan Jawaban	Bobot Nilai
1	***Selalu/Sangat Memahami/Sangat Mengetahui/Sangat Minat/…***	**5**
2	***Sering/Memahami/Mengatahui/Minat/…***	**4**
3	***Kadang-kadang/Cukup Memahami/Cukup Mengetahui/Cukup Minat/…***	**3**
4	***Jarang/Tidak Memahami/Tidak Mengetahui/Tidak Minat/…***	**2**
5	***Tidak Pernah/Sangat Tidak Memahami/Sangat Tidak Mengetahui/Sangat Tidak Minat/…***	**1**

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.5.1 Uji Validitas Instumen

Sebuah kuesioner dianggap valid jika 78 pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat menyatakan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menguji validitas korelasi skor setiap item dengan skor total yang merupakan penjumlahan setiap skor penelitian, digunakan skor item butir. Yang tidak memenuhi persyaratan tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat-syarat instrumen

penelitian yang valid menurut (Sugiono, 2019), suatu alat penelitian dapat dikatakan valid jika memenuhi kriteria sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XiY) - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\}\{n(\sum Yi^2)(\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi Pearson

∑XY = Jumlah Perkalian Variabel X dan Y

∑X = Jumlah Nilai Variabel X

∑Y = Jumlah Nilai Variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah Pangkat Dua Nilai Variabel X

$\sum Y^2$ = Jumlah Pangkat Dua Nilai Variabel Y

n = Banyaknya Sampel.

3.5.2 Uji Reliabilitas Instumen

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk – konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner (Sugiono, 2019). Salah satu cara mengukur reliabilitas adalah dengan mengukur sekali saja, lalu hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha (α)*.

1. Jika nilai Alpha > 0,6 maka instrumen bersifat reliabel;
2. Jika nilai Alpha < 0,6 maka instrumen tidak reliabel.

3.6 Analisis Data Deskriptif

Menurut (Sugiono, 2019) analisis deskriptif memiliki definisi sebagai berikut:

"Statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud pembuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau regeneralisasi."

Analisis deskriptif diperlukan guna merincikan dan menjelaskan data dalam bentuk yang mudah dipahami, dibaca, dan diinterpretasikan. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkam kuesioner kepada responden.

Berikut beberapa langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam melakukan analisis data, yaitu :

1. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara sampling, dimana yang diselidiki adalah sampel yang merupakan pengguna dari pengukuran yang dipilih dari populasi yaitu pengguna Shopee pada Mahasiswa Akuntansi Angkatan 2020 Universitas Pasundan Bandung yang menjadi pembahasan dalam penelitian.
2. Setelah pengumpulan data ditentukan, kemudian penulis menentukan alat untuk memperoleh data dan informasi yang digunakan pada elemen-elemen yang diteliti. Alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa daftar pertanyaan atau kuesioner (angket). Dalam menentukan nilai dari kuesioner tersebut penulis menggunakan skala *likert*.
3. Daftar pertanyaan atau kuesioner tersebut kemudian disebarkan melalui media online yaitu pengguna Shopee mahasiswa/i akuntansi, yaitu pada umur 15-28 tahun, yang menjadi objek penelitian ini. Setiap item dari kuesioner memiliki

5 (lima) jawaban dengan masing-masing nilai yang berbeda untuk setiap pertanyaan.

4. Setelah semua data terkumpul, dilakukan pengolahan data dan disajikan serta dianalisis dalam bentuk tabel. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji statistik untuk mengevaluasi variabel X dan variabel Y, sehingga analisis yang digunakan adalah berdasarkan rata-rata (mean) dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata diperoleh dengan menjumlahkan keseluruhan data tiap variabeL kemudian dibagi dengan jumlah responden. Untuk menghitung rata-rata (mean) setiap variabel, dapat menggunakan rumus berikut :

Untuk variabel X Untuk variabel Y

$$Me = \frac{\sum X1}{n} \qquad Me = \frac{\sum Y1}{n}$$

Atau Nilai skor dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\%\ Nilai\ Skor = \frac{Nilai\ Skor}{Nilai\ Tertinggi} \times 100\%$$

Keterangan:

Me = Mean (rata-rata)

$\sum$ = Jumlah

X1= Nilai X ke 1 sampai n

Y1 = Nilai Y ke 1 sampai n

N = Jumlah pertanyaan/pernyataan masing-masing variabel

Setelah rata-rata setiap variabel ditentukan, lalu dibandingkan dengan kriteria yang ditentukan berdasarkan nilai terendah dan tertinggi dari hasil angket (kuesioner). Peneliti mengambil nilai terendah dan nilai tertinggi dari jumlah

pertanyaan dalam kuesioner dikalikan nilai terendah (1) dan nilai tertinggi (5) dengan skala likert.

Setelah mengetahui rata-rata setiap variabel dalam kuesioner, langkah selanjutnya adalah membandingkan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria tersebut biasanya ditetapkan dengan mengacu pada nilai terendah dan nilai tertinggi yang dari hasil kuesioner sebagai berikut :

1. Menentukan skor tertinggi dan terendah kuesioner dengan nilai tertinggi 5 dan nilai terendah 1.
   a. Presentasi nilai tertinggi adalah 5 dibagi dengan skor ideal (5).

      Nilai tertinggi = 5/5 x 100% = 100%
   b. Nilai terendah adalah 1 dari yang di harapkan skor ideal (5), maka :

      Nilai terendah = 1/5x100% = 20%
2. Menentukan Range

   = Nilai tertinggi – Nilai terendah

   = 100% - 20% = 80%
3. Menentukan Interval Kriteria
4. $$\frac{Nilai\ Range}{Nilai\ Interval} = 80\% = 16\%$$

Maka diperoleh kriteria variabel Persepsi Kemuadan (X1) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.8 Kriteria Persepsi Kemudahan (X1)

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	**Sangat Mudah**
68% - 83,9%	**Mudah**
52% - 67,9%	**Cukup Mudah**
36% - 51,9%	**Tidak Mudah**
20% - 35,9%	**Sangat Tidak Mudah**

Maka diperoleh kriteria variabel Persepsi Kegunaan (X2) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.9 Kriteria Persepsi Kegunaan (X2)

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	**Sangat Berguna**
68% - 83,9%	**Berguna**
52% - 67,9%	**Cukup Berguna**
36% - 51,9%	**Tidak Berguna**
20% - 35,9%	**Sangat Tidak Berguna**

Maka diperoleh kriteria variabel Risiko (X3) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.10 Kriteria Risiko (X3)

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	**Selalu**
68% - 83,9%	**Sering**
52% - 67,9%	**Kadang-Kadang**
36% - 51,9%	**Jarang**
20% - 35,9%	**Tidak Pernah**

Maka diperoleh kriteria variabel Kepercayaan (X4) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.11 Kriteria Kepercayaan (X4)

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	**Sangat Dipercaya**
68% - 83,9%	**Dipercaya**
52% - 67,9%	**Cukup Dipercaya**
36% - 51,9%	**Tidak Dipercaya**
20% - 35,9%	**Sangat Tidak Dipercaya**

Maka diperoleh kriteria variabel Sikap Terhadap Pengguna (X5) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.12 Kriteria Sikap Atas Penggunaan (X5)

Nilai Interval	Kriteria
84% - 100%	**Sangat Sering**
68% - 83,9%	**Sering**
52% - 67,9%	**Cukup Sering**
36% - 51,9%	**Tidak Sering**
20% - 35,9%	**Tidak Pernah**

3.6.1 Analisis Data Verifikatif

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan kebenaran ilmu dan pengetahuan, atau disebut juga dengan penelitian yang berusaha menguji hipotesis, yaitu menguji adanya hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih yang dirumuskan sebagai hipotesis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan teori, ilmu, pengetahuan baru, atau memperkuat yang sudah ada, atau mungkin juga meruntuhkan yang sudah ada. Menurut Narimawati (Zacharias et al., 2019) mengemukakan bahwa penelitian verifikatif merupakan metode pengujian hipotesis dengan menggunakan alat analisis statistik. Dalam hal ini penelitian deskriptif dan verifikatif bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh atau hubungan penelitian yang diteliti.

3.6.2 Metode Transformasi Data

Menstransformasi data ordinal menjadi data interval digunakan untuk memenuhi beberapa kebutuhan analisis parametrik, dimana data tersebut minimal satu skala interval. Teknik transformasi yang sederhana yaitu menggunakan MSI (*Method of Succesive Interval*). Langkah-langkah dilakukan di MSI sebagai berikut:

1. Perhatikan tanggapan masing-masing responden terhadap penyebaran kuesioner.
2. Di setiap item ditentukan berbagai karakter dari mana skor diperoleh 1,2,3,4,5 dan nyatakan dalam frekuensi.
3. Setiap frekuensi dibagi jumlah responden dan hasilnya disebut proporsi.
4. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan menjumlahkan nilainya rasio secara berurutan dengan skor kolom.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal, hitunglah nilai Z untuk setiap proporsi akumulasi laba dengan rumus :

$$SV = \frac{Kepadatan\ batas\ bawah - Kepaadatan\ batas\ atas}{Daerah\ dibawah\ batas\ atas - Daerah\ dibawah\ batas\ bawah}$$

6. Melakukan transformasi nilai skala ordinal ke nilai skala interval dengan rumus:

$$Transformasi\ Scale\ Value = S_{vi} + (SV\ Min)$$

Menggunakan rumus nilai skala terkecil sama dengan (=1) dan mengubah setiap skala dengan perubahan skala terkecil untuk mendapatkan *Transformasi Scale Value* (TSV).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Ada beberapa pengujian yang harus dilakukan sebelum analisis korelasi dan regresi dapat dibuat. Diuji apakah model yang digunakan mencerminkan realitas yang ada atau mendekatinya. Untuk menguji kelayakan regresi yang digunakan, terlebih dahulu harus melewati uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dilakukan lebih dulu sebelum dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi

berganda. Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat kekeliruan pada data atau tidak. Uji asumsi klasik terdiri dari :

1. Uji Normalitas Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam regresi, varian residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik yaitu memiliki distribusi data residual normal atau mendekati normal. Analisis grafik dan analisis statistik dapat digunakan untuk menentukan apakah residual berdistribusi normal atau tidak :
    a. Analisis Grafik Analisis grafik dapat dilihat dari grafik histogram yang membandingkan data pengamatan dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, distribusi normal membentuk satu garis diagonal lurus, dan diagram dari data residual dibandingkan. dengan data diagonal.
    b. Analisis Statistik. Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual. Jika hasil Z yang dihitung > Z tabel, maka distribusinya tidak normal.
2. Uji Multikolinearitas Menurut (Ghozali, 2018) uji multikolinearitas adalah uji yang dirancang untuk diuji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinearitas adalah hubungan linier yang sempurna atau jelas antara sebagian atau seluruh variabel bebas dalam model regresi. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai toleran dan saingannya, serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan seberapa banyak masing-masing variabel independen dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Toleran mengukur reliabilitas variabel independen yang terpilih tidak dapat dijelaskan oleh variabel lainnya. Pada

multikolinearitas, *cut off* yang umum digunakan adalah nilai toleransi ≤ 0,10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10.

3. Uji Heteroskedastisitas Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki persamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika Varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya bersifat tetap, disebut homoskedastisitas, dan bila berbeda disebut heteroskedastisitas. Deteksi dilakukan dengan menentukan :
   a. Jika titik-titik pola membentuk pola yang teratur, berarti telah terjadi heteroskedastisitas, dan sebaliknya.
   b. Jika polanya tidak jelas, seperti titik menyebar di atas dan di bawah angka nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Karena penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel bebas (independen) yang diuji untuk mengetahui variabel terikat (dependen), maka digunakan analisis regresi linier berganda sebagai proses regresi. Analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk menemukan persamaan regresi yang berguna untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen, dan juga untuk menemukan kemungkinan kesalahan dan menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen baik secara simultan maupun parsial.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang dampak *e-commerce* dan sistem

informasi akuntansi terhadap kepuasan belanja. Analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Belanja.

a = Konstanta, nilai Y bila X = 0 (harga konstan).

b_1 = Koefisien Regresi Pertama.

X_1 = *E-Commerce.*

b_2 = Koefisien Regresi Kedua.

X_2 = Sistem Informasi Akuntansi.

e = Tingkat Kesalahan (*error*).

3.6.5 Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi bertujuan untuk menunjukkan arah dan kekuatan hubungan antara masing-masing variabel. Dinyatakan dalam hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besar kecilnya koefisien korelasi. Untuk mengetahui apakah ada hubungan positif atau negatif antara masing-masing variabel, penulis menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} \frac{n\ (\rightarrow \sum XiYi) - (\sum Yi)}{\sqrt{\{n\ (\sum Xi2)\ -\ (\sum Xi)\ 2\}\{n\ -\ (\sum Yi2)\ -\ (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan :

rxy = Koefisien Korelasi Pearson.

$\sum XY$ = Jumlah Perkalian Variabel X dan Y.

$\sum X$ = Jumlah Variabel X.

$\sum Y$ = Jumlah Variabel Y 90.

$\sum X^2$ = Jumlah Pangkat Dua Nilai Variabel X.

$\sum Y^2$ = Jumlah Pangkat Dua Nilai Variabel Y.

n = Banyaknya Sampe.

3.6.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi yang dalam hal ini adalah korelasi *E-Commerce* Terhadap Minat Pengguna.

1. $Ho\ 1 : \beta 1 \leq 0$, Artinya Persepsi Kemudahan (X1) tidak berpengaruh positif terhadap Minat Pengguna *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee (Y).

   $Ha\ 1 : \beta 1 \geq 0$, Artinya Persepsi Kemudahan (X1) berpengaruh positif terhadap Minat Pengguna *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee (Y).

2. . $Ho2 : \beta 2 \leq 0$, Artinya Persepsi Kegunaan (X2) tidak berpengaruh positif terhadap Minat Pengguna *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee (Y).

   $Ha2 : \beta 2 \geq 0$, Artinya Persepsi Kegunaan (X2) berpengaruh positif terhadap Minat Pengguna *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee (Y).

3. $Ho3 : \beta 3 \geq 0$, Artinya Risiko (X3) tidak berpengaruh negatif terhadap Minat Pengguna *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee (Y).

   $Ha3 : \beta 3 \leq 0$, Artinya Risiko (X3) berpengaruh negatif terhadap Minat Pengguna *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee (Y).

4. $Ho4 : \beta 4 \leq 0$, Artinya Kepercayaan (X4) tidak berpengaruh negatif terhadap

Minat Pengguna *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee (Y).

$Ha4 : \beta 4 \geq 0$, Artinya Kepercayaan (X4) berpengaruh negatif terhadap Minat Pengguna *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee (Y).

5. $Ho5 : \beta 4 \leq 0$, Artinya Sikap Atas Penggunaan (X5) tidak positif signifikan terhadap Minat Pengguna *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee (Y).

   $Ha5 : \beta 5 \geq 0$, Artinya Atas Terhadap Penggunaan (X5) berpengaruh positif terhadap Minat Pengguna *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee (Y).

6. Ha : β1 = β2 = β3 = β4 = β5 = 0 Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Risiko, Kepercayaan Dan Sikap Atas Pengguna Berpengaruh Negatif Terhadap Minat Pengguna *E-commerce* Pada Aplikasi Shopee.

   Ha : β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ 0 Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Risiko, Kepercayaan Dan Sikap Atas Pengguna Berpengaruh Positif Terhadap Minat Pengguna *E-commerce* Pada Aplikasi Shopee.

3.5.6.1 Uji Parsial

Pengujian individual ini menunjukan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2017:184) rumus uji t sebagai berikut :

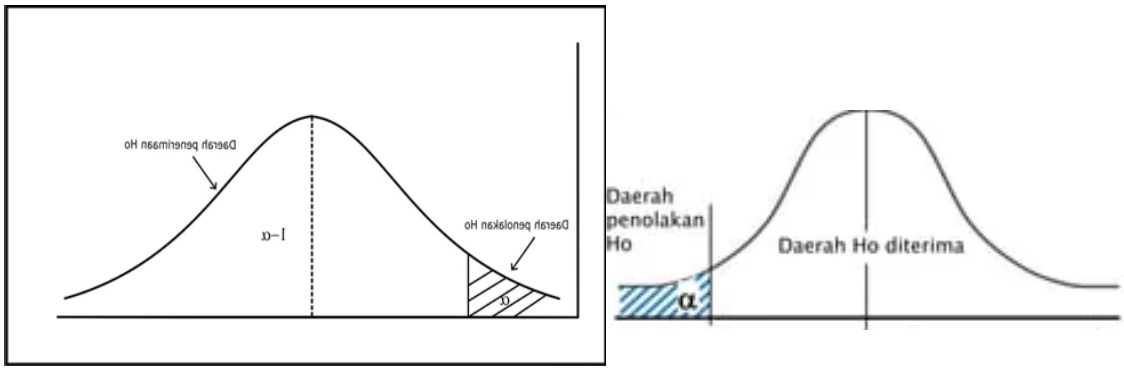
$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan :

t = Tingkat Signifikan thitung yang selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel}

r = Koefisien Korelasi.

n = Banyaknya Responden.



Gambar 3. 1 Gambar Daerah Penerimaan Ho Pada Uji T

Apabila berdasarkan asumsi tingkat kepercayaan 95% dan taraf signifikan 5%. Setelah mendapatkan nilai thitung kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

a) Hipotesisi Positif

1. Tolak H0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau jika $\alpha <$ 0,05.
2. Terima H0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau jika $\alpha >$ 0,05.

b) Hipotesis Negatif

1. jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau jika $\alpha < 0.05$

2. jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau jika $\alpha > 0{,}05$

3.5.6.2 Uji Simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (independen) dapat menjelaskan variabel terikat (dependen), maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistic F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Mencari F hitung menggunakan rumus :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Keterangan :

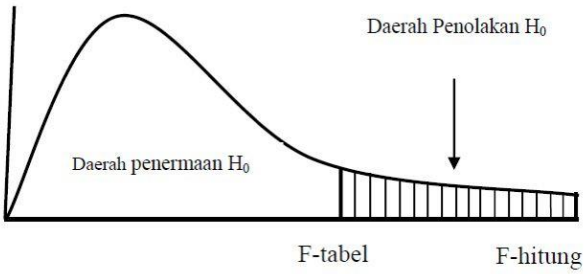
R^2 = Koefisien Korelasi Ganda Yang Telah Ditentukan

K = Banyaknya Variabel Bebas

N = Ukuran Sampel

F = Fhitung Yang Selanjutnya Dibandingkan Dengan F_{tabel}

(n – K – 1) = Derajat Kebebasan.



Gambar 3. 1 Gambar Daerah Penerimaan Ho Pada Uji F

Setelah mendapat nilai F_{hitung}, kemudian dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 yang mana akan diperoleh suatu hipotesis dengan syarat :

a. Jika angka sig. > 0,05 maka Ho diterima.

b. Jika angka sig. < 0,05 maka Ho ditolak.

Jika Ho diterima, maka diinterpretasikan sebagai model regresi berganda yang diperoleh tidak signifikan, sehingga menimbulkan pengaruh ketidak signifikannya dari variabel bebas *(independen)* terhadap variabel terikat *(dependen).*

3.4.6.1 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi parsial dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh secara parsial persepsi kemudahan (X1), persepsi kegunaan (X2), risiko (X3), kepercayaan (X4) dan sikap atas kegunaan (X5) terhadap minat pengguna *e-commerce* (Y) yaitu dengan cara mengalikan nilai *standardized coefficients beta* dengan *correlations (zero order)* terkait dengan hasil perhitungan menggunakan perangkat lunak SPPS *for window*. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$Kd = \text{x}\ Zero\ Order\ \text{x}\ 100\%$$

Keterangan:

β = Beta (nilai *standardized coefficients*).

Zero Order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat.

Yaitu apabila :

a. Kd = 0, artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah.

b. Kd = 1, artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat.

Adapun rumus simultan antara lain sebagai berikut:

$$r^2 \times 100\%$$

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen untuk mengumpulkan data atau informasi yang beroperasi dalam bentuk item atau pernyataan. Kuesioner dibuat dengan harapan untuk mengetahui variabel mana yang penting dari sudut pandang pengguna *e-commerce* Shopee pada mahasiswa. Survei ini berisi pernyataan tentang variabel minat pengguna dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Shopee, seperti yang ditunjukkan dalam pengoperasian variabel tersebut. Kuesioner ini bersifat tertutup, pernyataan membawa responden pada alternatif jawaban yang diberikan dan ditentukan sebelumnya sehingga responden hanya perlu memilih dari kolom yang sudah disediakan.