

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN KONSUMEN  
TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI *E-COMMERCE*  
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
DI KALIMANTAN SELATAN)**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Oleh:

**RAYSHA JASMINE SHEILASYHEFIA**

**NIM: 191031320039**

**PROGRAM STUDI: AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN**

**2023**

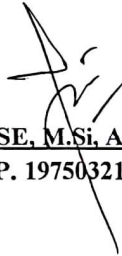
**LEMBAR LEGALITAS**  
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN KONSUMEN**  
**TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI *E-COMMERCE***  
**(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUNTANSI**  
**KALIMANTAN SELATAN)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**RAYSHA JASMINE SHEILASYHEFIA**  
**NIM. 1910313320039**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 4 Desember 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



Alfian, SE, M.Si, Ak, CA, CPS (Aus)  
NIP. 19750321 200312 1 001

Penguji I



Achmad Suhaili, SE, M.Si, Ak, CA  
NIP. 19670403 199502 1 001

Penguji II



Mellani Yulastina, SE, M.Ak, Ak, CA  
NIP. 19880801 202203 2 008

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi S1 Akuntansi



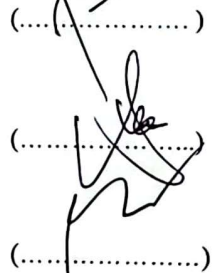
Alfian, SE, M.Si, Ak, CA, CPS (Aus)  
NIP. 19750321 200312 1 001

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Raysha Jasmine Sheilasyhefia  
NIM : 1910313320039  
Jurusan : S-1 Akuntansi  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan  
Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Commerce*  
(Studi Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi  
Kalimantan Selatan)  
Mata Kuliah Pokok : Sistem Informasi Akuntansi  
Ujian Dilaksanakan : Senin, 4 Desember 2023  
Jam 10.00 – 12.00 WITA

**TIM PENGUJI**

Pembimbing	: Alfian, SE, M.Si, Ak, CA, CPS (Aus)	(.....)
Ketua	: Achmad Suhaili, SE, M.Si, Ak, CA	(.....)
Sekretaris	: Mellani Yulastina, SE, M.Ak, Ak, CA	(.....)



## **BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI**

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : RAYSHA JASMINE SHEILASYHEFIA  
NIM : 1910313320039  
Program Studi : S-1 Akuntansi  
Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENERIMAANKONSUMEN TERHADAP  
PENGUNAAN APLIKASI E-COMMERCE (STUDI  
PADA MAHASISWA PROGRAMSTUDI AKUNTANSI  
DI KALIMANTAN SELATAN)  
Hari, Tanggal Ujian : Senin, 4 Desember 2023  
Waktu, Tempat : 10.00-12.00 WITA & R. Ujian 3 FEB ULM


Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji:


Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, Desember 2023


Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

Mahasiswa

  
Alfian, SE, M.Si, Ak, CA, CPS (Aus)  
NIP. 19750321 200312 1 001

  
RAYSHA JASMINE SHEILASYHEFIA  
NIM. 1910313320039

Koordinator Program Studi S1 Akuntansi

  
Alfian, SE, M.Si, Ak, CA, CPS (Aus)  
NIP. 19750321 200312 1 001

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin,  
Yang membuat pernyataan,



Raysha Jasmine Sheilasyhefia  
NIM. 1910313320039

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Kalimantan Selatan)”.

Skripsi ini diajukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Peneliti menyadari akan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, sehingga skripsi ini masih terdapat beberapa kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak agar dalam penyusunan karya tulis penelitian selanjutnya dapat menjadi lebih baik.

Selama penyusunan skripsi ini tidak lepas dari banyak bantuan berupa keuangan, kritik, saran, dorongan, dan nasihat dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Alfian, SE, M.Si, Ak, CA, CPS (Aus) selaku Koordinator Program Studi S1 Akuntansi Universitas Lambung Mangkurat serta Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi, arahan, masukan dan saran selama proses penyusunan skripsi.

3. Bapak Achmad Suhaili, SE, M.Si, Ak, CA selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan arahan, masukan dan saran berupa perbaikan dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Mellani Yulastina SE, M.Ak, Ak, CA selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan, masukan dan saran berupa perbaikan dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Hj. Diah Fitriaty, SE, M.Si selaku Dosen Penasehat Akademik atas arahan dan nasihat selama proses studi dari awal perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung mangkurat yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada peneliti selama perkuliahan berlangsung.
7. Keluarga saya yaitu Bapak Zainal Abidin, Ibu Irma Yulia Shanty, Rezha Alvin Fadhilah, Adani Huwaina Saifudin, Muhammad Febrian Fitrah, Regina Bella Syafira, dan Hasina Nurlaili yang selalu mendoakan dan membantu saya berupa dukungan finansial, moril dan materiil. Serta keponakan saya Shayma, Sannan, dan Shaina yang selalu menghibur dan memberikan semangat.
8. Teman-teman saya yaitu Husna, Indah, Mutia, Olga, Raihanah, Ramadhan, Tiara, dan Vira yang selalu memberikan doa, semangat dan menemani peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Akuntansi angkatan 2018, 2019, 2020, 2021, dan 2022 yang bersedia membantu peneliti untuk memberikan data guna mendukung penelitian ini.

10. Seluruh Staf Karyawan dari STIEI, STIENAS, STIEPAN, POLIBAN, POLITALA, dan UNISM atas segala bantuan dalam memberikan informasi.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu terima kasih atas segala bantuannya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari adanya kekurangan dan keterbatasan dalam skripsi ini, oleh karena itu peneliti memohon maaf apabila terdapat kesalahan. Saran dan kritik yang bersifat membangun akan dijadikan cermin dan cambuk untuk berkarya lebih baik kedepannya. Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Banjarmasin, Desember 2023



Raysha Jasmine Sheilasyhefia  
1910313320039



## ABSTRACT

**Sheilasyhefia (2023).** *Factors Influencing the Consumer Acceptance in Using E-Commerce Application (Study on Accounting Students in South Kalimantan).* Supervisor: Alfian, SE, M.Si, Ak, CA, CPS (AUS).

*This study aims to examine and analyze the factors that influence the consumer acceptance of e-commerce application. The independent variables are e-service quality, trust, security, and perceived risk. While the dependent variable used in this study is behavioral intention.*

*The population in this study were accounting students in South Kalimantan. This study used purposive sampling technique. The questionnaires were distributed to 143 respondents, then the data were analyzed by multiple linear regression technique by using SPSS ver.26.*

*The results show that e-service quality and security have a strong effect on consumer behavioral intention of e-commerce application usage, while trust and perceived risk have low effect on consumer behavioral intention of e-commerce application usage.*

**Keywords:** *E-Service Quality, Trust, Security, Perceived Risk, E-Commerce, Consumer Acceptance, Behavioral Intention.*

## ABSTRAK

**Sheilasyhefia (2023).** Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Kalimantan Selatan). Pembimbing: Alfian, SE, M.Si, Ak, CA, CPS (AUS)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap penggunaan aplikasi e-commerce. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penelitian ini diukur dengan variabel independen *e-service quality*, kepercayaan, keamanan, dan risiko. Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah niat berperilaku.

Populasi dalam penelitian ini ialah Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Kalimantan Selatan. Metode penelitian yang digunakan ialah *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan jenis data primer melalui penyebaran kuesioner dan mendapatkan 143 responden. Teknis analisis data yang digunakan ialah analisis linear berganda dengan alat bantu analisis SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality* dan keamanan berpengaruh sangat kuat terhadap niat berperilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi *e-commerce*, sedangkan kepercayaan dan persepsi risiko berpengaruh lemah terhadap niat berperilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi *e-commerce*.

**Kata Kunci:** *E-Service Quality*, Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, *E-Commerce*, Penerimaan Konsumen, *Behavioral Intention*.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR LEGALITAS</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Pembahasan.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 <i>E-Commerce</i> .....	11
2.1.4.1 Jenis-Jenis <i>E-commerce</i> .....	12
2.1.4.2 Keuntungan dan Kerugian <i>E-commerce</i> untuk Konsumen.....	15
2.1.4.3 Keuntungan dan Kerugian <i>E-commerce</i> untuk Bisnis .....	17
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	20
2.1.3 <i>Behavioral Intention</i> .....	21
2.1.4 Sistem Informasi Akuntansi (SIA).....	24
2.1.4.1 Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-commerce</i> .....	25
2.1.5 <i>E-Service Quality</i> .....	26
2.1.6 Kepercayaan .....	28
2.1.7 Keamanan.....	29

2.1.8 Persepsi Risiko .....	31
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	32
<b>BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN. 40</b>	
3.1 Kerangka Konseptual (Model Penelitian) .....	40
3.2 Hipotesis Penelitian .....	44
3.2.1 <i>E-Service Quality</i> .....	44
3.2.2 Kepercayaan.....	45
3.2.3 Keamanan .....	46
3.2.4 Persepsi Risiko.....	47
<b>BAB IV METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	48
4.2 Jenis Penelitian .....	48
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian.....	49
4.4 Unit Analisis.....	50
4.5 Populasi dan Sampel .....	50
4.5.1 Populasi.....	50
4.5.2 Sampel .....	50
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	51
4.6.1 Variabel Penelitian.....	51
4.6.2 Definisi Operasional variabel .....	52
4.7 Teknik Pengumpulan Data .....	53
4.8 Teknik Analisis Data .....	54
4.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	54
4.8.2 Uji kualitas data .....	54
4.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	57
4.8.5 Uji Kesesuaian Model.....	58
4.8.6 Uji Hipotesis .....	59
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....</b>	<b>61</b>
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	61

5.2 Hasil dan Analisis.....	62
5.2.1 Karakteristik Responden.....	62
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian .....	66
5.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	69
5.2.3.1 Uji Validitas .....	69
5.2.3.2 Uji Reliabilitas .....	71
5.2.4 Analisis Data.....	72
5.2.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	72
5.2.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	74
5.2.4.3 Uji Fit Model.....	77
5.2.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
5.2.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	91
5.2.7.1 Implikasi Teoritis .....	92
5.2.7.2 Implikasi Praktis .....	93
5.2.8 Keterbatasan Penelitian.....	93
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
6.1 Kesimpulan.....	94
6.2 Saran.....	95

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 4.1 Lokasi Penelitian.....	48
Tabel 4.2 Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 4.3 Skala Likert.....	53
Tabel 4.4 <i>Rule of Thumb</i> .....	58
Tabel 5.1 Lokasi Penelitian.....	60
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi...63	
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Strata.....	64
Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi <i>E-Commerce</i> .....	65
Tabel 5.7 Statistik Deskriptif.....	66
Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas Kuesioner.....	69
Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 5.10 Hasil Uji Normalitas.....	71
Tabel 5.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 5.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	73
Tabel 5.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel 5.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76
Tabel 5.15 Hasil Uji F.....	77
Tabel 5.16 Hasil Uji t.....	78

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 3.1 Kerangka Pikir.....</b>	<b>41</b>
<b>Gambar 3.2 Model Penelitian.....</b>	<b>42</b>

