

Pengaruh E-Commerce, Digital Payment Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jember)

Oktaviana Fensi Anggraeni^{1*}, Moh. Halim¹ dan Achmad Syahfrudin Zulkarnaeni¹

¹Universitas Muhammadiyah Jember

e-mail : incesenchi@gmail.com, halim@unmuhjember.ac.id, syahfrudin@unmuhjember.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.32528/nms.v1i5.226>

*Correspondensi: Oktaviana Fensi Anggraeni

Email: incesenchi@gmail.com

Published: September, 2022



Copyright: © 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

nilai signifikansinya berpengaruh positif yang dibuktikan nilai sebesar (0,001) atau < 0,05).

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh E-Commerce, Digital Payment dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner menggunakan Googleform. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2018 yaitu sebanyak 81 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah 81 responden sesuai dengan jumlah populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Purposive Sampling. Variabel dalam penelitian ini adalah Pengaruh E-Commerce, Digital Payment, Sistem Informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel secara parsial yaitu E-Commerce, Digital Payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk berwirausaha dapat dibuktikan nilai t-hitung sebesar (2,569), (7,026) atau > 1,665 yang berarti berpengaruh positif dan nilai signifikansinya sebesar (0,012), (0,000) atau < 0,05. Sedangkan hasil penelitian pada variabel Sistem Informasi Akuntansi menunjukkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk berwirausaha yang dapat dibuktikan nilai t-hitung sebesar (-3,294) atau < 1,665 dan

Keyword: E-Commerce 1; Digital Payment 2; Sistem Informasi Akuntansi 3; Keputusan Berwirausaha 4.

PENDAHULUAN

Sejak adanya pandemi *COVID-19* pada tahun lalu, pemerintah memutuskan untuk "tinggal di rumah" dan "berlatih menjaga jarak" sangat berpengaruh pada semua kalangan dalam kehidupan termasuk pada dunia usaha. Mengingat semakin tinggi angka mobilitas manusia didunia sangat mendorong masyarakat indonesia pada dunia perdagangan menuntut untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa secara cepat, tepat sesuai permintaan pembeli. Oleh karena itu *e-commerce* sangat berperan penting dalam bertransaksi antara penyedia jasa atau barang dengan konsumen (Aco & Endang, 2017). Dengan adanya *e-commerce* dalam kehidupan masyarakat dapat mendorong untuk lebih sering menggunakan *e-commerce* daripada belanja secara langsung atau tradisional. Dengan meningkatnya jumlah transaksi *e-commerce* ini, dapat dikatakan hampir semua kebutuhan masyarakat terpenuhi melalui transaksi jual beli secara online. (Manajemen & Rabiah, 2020). Jika satu pedagang tidak bisa mengimbangi pedagang lain yang sudah berkembang, maka kehidupan dan peluang untuk mengembangkan usaha bisa cepat terancam. (Nurabiah et al., 2021) Keinginan seseorang untuk memulai suatu usaha akan mendorong kegiatan usaha tersebut. Namun kegiatan wirausaha memerlukan niat dan tekad yang kuat, serta memiliki kemampuan dan keahlian sesuai dengan bidang usaha yang digeluti,. (Wulandari et al., 2020) Tidak jarang mahasiswa jurusan tertentu mengalami ketakutan dan kecemasan ketika berhadapan dengan dunia kerja. Kecemasan menghadapi dunia kerja adalah rasa khawatir yang berlebihan yang dialami individu saat mengalami atau menghadapi dunia kerja. (Rizki et al., 2021).

Mahasiswa salah satu penerus bangsa yang setelah lulus nanti diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan Negara Indonesia, (Nuryahya et al., 2019). Salah satu faktor pendorong mahasiswa dalam membangun usaha yaitu terletak pada Universitas melalui pendidikan. Keberhasilan seorang wirausahawan dalam berbisnis tergantung pada kemampuannya dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan kestabilan bisnisnya di masa depan (SEPTIAWATI, 2017).

Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (P. E. Dan et al., 2017), (Rosyida, 2017), (Nuryahya et al., 2019) dan (Trihudyatmanto, 2019) menjelaskan bahwa *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi memiliki hasil berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Ika Febrilia et al., 2020) menjelaskan bahwa *digital payment* berpengaruh terhadap kemudahan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, sedangkan pada penelitian (Siska Khairani, 2022) menjelaskan bahwa *e-commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

Theory Thechnology Acceptence Model (TAM) menjelaskan pada teori ini terdapat dua persepsi yaitu persepsi kemudahan dan pemanfaatan dalam penggunaan sedangkan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan tentang niat berperilaku dari seseorang. *E-Commerce* merupakan proses melakukan transaksi menggunakan perangkat elektronik, sedangkan *Digital Payment* menjelaskan bahwa sistem pembayaran yang dapat dilakukan secara elektronik, SIA merupakan Sistem Informasi Akuntansi menjadi peranan penting dalam mengolah data akuntansi dan keuangan. Dengan hal tersebut, teori TAM dan *Theory of Planned Behavior* ini sangat relevan dengan variabel *E-Commerce*, *Digital Payment*, dan Sistem Informasi Akuntansi karena dengan ketiga variabel tersebut dapat mempermudah mahasiswa dalam pengambilan keputusan untuk membangun usaha melalui aplikasi *E-Commerce* serta memudahkan konsumen untuk menggunakan pembayaran melalui *Digital Payment* dan mahasiswa memanfaatkan Sistem Informasi Akuntansi sesuai dengan ilmu yang telah mereka dapat melalui Universitas.

Rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *E-commerce* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha?
2. Apakah *Digital Payment* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha?
3. Apakah penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha?

Tujuan Penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *E-commerce* terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Digital Payment* terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

Manfaat Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan informasi tentang penerapan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory Of Planned Behavior (TPB)* yang telah dipelajari dengan mempertimbangkan realitas yang terjadi di lapangan, khususnya perilaku organisasi yang mampu menjelaskan hubungan yang berkaitan dengan penerapan *E-commerce*, *Digital Payment* dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi yang terjadi dalam suatu organisasi atau usaha.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, yakni:

a. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat digunakan sebagai latihan dan penerapan disiplin ilmu dalam bangku perkuliahan, serta dapat menambah pengalaman tentang *e-commerce*, *digital payment*, penerapan sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

b. Bagi Mahasiswa Akuntansi

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan dalam penyusunan skripsi dan semakin banyak mahasiswa mengembangkan minat potensinya di bidang kewirausahaan dengan menerapkan *e-commerce*. Serta sebagai bahan untuk melakukan studi perbandingan maupun sebagai pendukung dalam penelitian selanjutnya.

c. Bagi Universitas Muhammadiyah Jember Penulis berharap penelitian ini dapat berguna sebagai variasi penelitian dalam bidang ilmu akuntansi, serta referensi bagi penelitian yang akan datang

METODE

1. Desain Penelitian

Pada penelitian ini dapat dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang akan dibagikan melalui Sosial Media kepada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jember. Kuesioner yang akan dibagikan dalam bentuk *google form* kemudian peneliti mendapatkan hasil dari jawaban responden melalui penyebaran kuesioner.

2. Populasi, Sampel, Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jember. Berdasarkan Data yang di dapat oleh peneliti sebanyak 81 Mahasiswa yang merupakan mahasiswa aktif jurusan akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember (Prodi Akuntansi, 2022). Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *Purposive Sampling* adalah teknik yang menentukan pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sesuai dengan data yang di dapatkan oleh peneliti bahwa jumlah mahasiswa S1 Akuntansi angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jember sebanyak 81 mahasiswa. Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 81 responden sesuai dengan jumlah populasi. Dengan demikian peneliti dapat menyebarkan kuesioner kepada Mahasiswa S1 Akuntansi angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jember sebanyak 81 responden.

3. Instrumen

Hipotesis yaitu jawaban sementara atas rumusan pertanyaan penelitian. Sebagai jawaban sementara atas hasil pertanyaan yang diajukan oleh penulis, asumsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha

E-commerce adalah penggunaan situs web untuk melakukan transaksi online atau memfasilitasi penjualan produk dan layanan, dan juga dapat digunakan sebagai alat membeli dan menjual produk atau layanan menggunakan sistem komputer melalui Internet untuk meningkatkan efisiensi secara keseluruhan suatu perusahaan. Biasanya mencakup transaksi yang dilakukan melalui kunjungan pembeli ke situs web penjual dan transaksi online (P. E. Dan et al., 2017). *E-commerce* menggambarkan proses pembelian, penjualan, transfer atau pertukaran produk, layanan dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* kini hadir melalui fasilitas internet, tidak hanya melalui website, namun konsumen kini dihadapkan pada beragam aplikasi *e-commerce* yang dapat diinstal pada setiap *smartphone*. Aplikasi *e-commerce* saat ini antara lain *Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp web, Bukalapak, Tokopedia, Shopee, JD ID*, dll. Aplikasi *e-commerce*, sebagai platform yang berguna untuk bisnis, tidak hanya datang dari perusahaan tetapi juga dari pedagang individu (Istiqomah, 2020).

Pada penelitian (Yadewani & Wijaya, 2017), (Chandra Kartika Sari, 2017) dan (Sihombing & Sulisty, 2021) menyatakan bahwa *E-Commerce* berpengaruh terhadap keputusan untuk berwirausaha.

Berdasarkan Penjelasan dan Penelitian terdahulu maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

H1: *E-Commerce* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

b. Pengaruh Digital Payment terhadap Minat Berwirausaha

Pembayaran *Digital Payment* merupakan kegiatan transaksi yang menggunakan media elektronik sebagai alat pembayaran. “Mata uang digital adalah pembayaran elektronik dan virtual yang memanfaatkan server, aplikasi web, dan akun virtual (Aprianti & Nurfadilah, 2019). Dengan mengubah peran uang tunai menjadi bentuk pembayaran non-tunai. Pembayaran *Digital Payment* dapat digunakan sebagai teknologi yang memberikan perspektif baru kepada masyarakat tentang pembayaran non-tunai yang lebih praktis dan aman dalam bertransaksi. Sebagian orang menyebut pembayaran digital sebagai *dompot digital* atau uang ponsel , yang dapat digunakan untuk membayar berbagai transaksi yang sudah tersedia.

Pembayaran digital atau yang lebih dikenal dengan *Digital Payment* memiliki dua bentuk dasar berupa jaringan komputer dan sistem digital. Pembayaran digital adalah metode pembayaran yang dilakukan melalui model digital. (Ika Febrilia et al., 2020)

Pada penelitian (Putra et al., 2017), (E-payment & Putri, n.d.) dan (Novianti & Wibisono, 2020) menyatakan bahwa *Digital Payment* berpengaruh terhadap keputusan untuk berwirausaha.

Berdasarkan penjelasan dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H2: Digital Payment berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

c. Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Minat Berwirausaha

Menurut (Romney & Steinbart, 2019) Sistem Informasi Akuntansi merupakan sistem yang berkualitas dihasilkan melalui sistem informasi, salah satunya adalah Sistem Informasi Akuntansi

(SIA). Sistem Informasi Akuntansi adalah kecerdasan informasi yang menyediakan proses pengumpulan dan penyimpanan data. Selain itu dijelaskan bahwa Sistem Informasi Akuntansi memiliki enam komponen, yaitu orang yang menggunakan sistem (*user*), prosedur dan instruksi yang digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan dan mengolah data, organisasi data dan kegiatan bisnisnya, perangkat lunak (*software*) yang dapat digunakan untuk infrastruktur sistem informasi akuntansi termasuk perangkat keras (*hardware*) yang dapat digunakan sebagai pengawasan internal untuk melindungi dan mengamankan data Sistem Informasi Akuntansi. Jadi, sebuah Sistem Informasi Akuntansi memiliki dampak yang sangat berguna bagi organisasi maupun perusahaan sebagai penyediaan sistem informasi akuntansi untuk keputusan berwirausaha. Pengusaha harus memiliki pengetahuan terkait Sistem Informasi Akuntansi karena hal ini akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan. (Akuntansi et al., 2021).

Pada penelitian (Nurabiah et al., 2021), (Tumpal Manik, 2018) dan (Lestari & Rustiana, 2019) menyatakan bahwa Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

Berdasarkan penjelasan dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H3: Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha

4. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Dalam Penelitian ini kuesioner dapat dikatakan valid jika kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Dalam penelitian ini juga menggunakan *correlation bivariate* yang dapat diketahui pada output *cronbach alpha* yang dapat diketahui nilai *pearson correlation*-nya. Uji data yang dapat dilakukan dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikan 0,05. Jika nilai *r-hitung* > *r-tabel* maka data tersebut dapat dinyatakan valid. Namun jika nilai *r-hitung* < *r-tabel* maka data tersebut dapat dinyatakan tidak valid. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu pada variabel *e-commerce*, *Digital payment*, Sistem Informasi Akuntansi, keputusan berwirausaha. Berikut uji validitas yang dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini :

Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
E-Commerce	X1.1	1	0,218	Valid
	X1.2	0,687	0,218	Valid
	X1.3	0,872	0,218	Valid
	X1.4	0,854	0,218	Valid
	X1.5	0,943	0,218	Valid
Digital Payment	X2.1	1	0,218	Valid
	X2.2	0,775	0,218	Valid
	X2.3	0,846	0,218	Valid
	X2.4	0,836	0,218	Valid
	X2.5	0,896	0,218	Valid
Siste Informasi Akuntansi	X3.1	1	0,218	Valid
	X3.2	0,920	0,218	Valid
	X3.3	0,887	0,218	Valid
	X3.4	0,882	0,218	Valid
	X3.5	0,902	0,218	Valid
Keputusan berwirausaha	Y.1	1	0,218	Valid
	Y.2	0,980	0,218	Valid
	Y.3	0,876	0,218	Valid
	Y.4	0,990	0,218	Valid
	Y.5	0,917	0,218	Valid

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari hasil uji validitas pada tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa nilai *R-Hitung* dari semua pertanyaan pada setiap variabel independen dan variabel dependen menghasilkan nilai *R-Hitung* lebih besar dari *r-tabel* dimana nilai *r-tabel* yaitu 0,218. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen e-commerce, *digital payment*, sistem informasi akuntansi dan variabel dependen keputusan berwirausaha dari hasil uji validitas tersebut adalah valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dapat dikatakan realibel apabila jawaban dari responden terhadap pertanyaan dari kuesioner tersebut adalah konsisten. Metode dalam uji reabilitas menggunakan metode *cronbach alpha*. Apabila nilai dari *cronbach alpha* > *r-tabel* maka instrumen tersebut dapat dikatakan realibel. berikut hasil dari uji reabilitas dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini :

Tabel 1.2 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
E-Commerce	0,943	Realibel
Digital Payment	0,951	Realibel
Sistem Informasi Akuntansi	0,981	Realibel
Keputusan Berwirausaha	0,979	Realibel

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Hasil dari uji reabilitas pada tabel 1.1 Diatas dapat diketahui nilai cronbach alpha dari semua variabel menunjukkan bahwa nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ yaitu 0,218. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *E-commerce*, *Digital Payment*, Sistem Informasi Akuntansi, dan variabel Keputusan berwirausaha dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Jember

Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Jember didirikan pada 21 November 1989 dengan total SKS yang harus ditempuh 144 dengan gelar sarjana S.Ak. Program Studi Akuntansi Juga berdiri di bawah naungan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember dengan SK pendirian 0744/O/1989. Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Jember telah memiliki Akreditasi A pada tahun 2019 dengan No.SK 1238/SK/BAN/-PT/Akred/S/IV/2019 dan berlaku hingga tanggal 30 April 2022.

b. Visi dan Misi Tujuan Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Jember

i. Visi Program Studi Akuntansi Unmuh Jember

“Pada Tahun 2030 menjadi pusat pengembangan desain Sistem Informasi Akuntansi di Indonesia yang bernafaskan nilai-nilai keislaman”

ii.Misi Program Studi Akuntansi Unmuh Jember

- Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang bermutu berbasis desain Sistem Informasi Akuntansi dan ilmu akuntansi secara umum.
- Menyelenggarakan kemuhammadiyah penelitian dan pengabdian masyarakat yang bermutu berbasis desain sistem informasi dan ilmu akuntansi secara umum.
- Menyelenggarakan kerjasama bidang pendidikan ilmu akuntansi ditingkat regional, nasional,dan internasional.
- Menyelenggarakan Al-islam ada kemuhammadiyah berbasis bidang akuntansi.

2. Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini adalah mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Muhammadiyah Jember. Proses pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling*. Sesuai dengan data yang didapatkan oleh peneliti bahwa jumlah mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jember sebanyak 81 mahasiswa. Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 81 responden sesuai dengan jumlah populasi yang dapat digunakan sebagai uji hipotesis. Penjelasan tentang distribusi dari dari sampel yang digunakan pada penelitian ini, penulis menunjukkan pada tabel 1.3 dibawah ini :

Tabel 1.3
Distribusi Sampel

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner yang disebar	81	100%
Kuesioner yang kembali	81	100%
Kuesioner yang digunakan	81	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2022

3. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan pada penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Proses penilaian uji normalitas dengan p 2 (dua) sisi (two tailed). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jika hasil perhitungan KS dua sisi $> 0,05$ maka data tersebut dapat dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.4 dibawah ini :

Tabel 1.4 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	81
Asymp.Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber : Hasil olah data primer,2022

Hasil dari uji normalitas pada tabel 1.4 Diatas dapat diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 yang dapat diartikan nilai tersebut $> 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari 81 sampel yang digunakan tersebut merupakan data terdistribusi normal.

4. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi atau hubungan kuat antara variabel bebas. Ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat terdeteksi jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan toleransi $> 0,1$ maka artinya tidak ada masalah multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat dari tabel 1.5 dibawah ini :

Tabel 1.5 Hasil Uji Multikolinieritas

	Toleran	VIF
X1	0,195	5,119
X2	0,204	4.897
X3	0,252	3,969

Sumber : Hasil olah data primer,2022

Hasil dari uji multikolinieritas pada tabel 1.5 Diatas menunjukkan bahwa tabel X1, X2, X3 menghasilkan nilai toleransi $> 0,1$ dan VIF < 10 . Dengan demikian dapat disimpulkan bawah variabel independen dan variabel dependen tidak terjadi multikolinieritas sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

5. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi antara dua variabel. Untuk menguji data digunakan dengan uji glejser. Kriteria yang berlaku dalam pengujian uji glejser adalah nilai sig. Uji t $> 0,05$ maka variasi residual sama (*homokedastisitas*) atau tidak terjadi heteroskedastisitas. (Sugiyono, 2019) hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat dari tabel 1.6 dibawah ini.

Tabel 1.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Variabel	Sig
1	E-Commerce	0,367
2	Digital Payment	0,058
3	Sistem Informasi Akuntansi	0,859

Sumber : Hasil olah data primer,2022

Hasil dari uji heteroskedastisitas pada tabel 1.6 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel *E-commerce* 0,367, *Digital Payment* 0,058, Sistem Informasi Akuntansi 0,859 yang dapat diartikan bahwa lebih dari tingkat signifikansi 5% atau > 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dan tergolong dalam data yang baik.

6. Uji Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda dalam penelitian ini akan menguji apakah ada arah atau pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji regresi linier dapat dilihat dari tabel 4.7 dibawah ini :

Tabel 1.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	B	T	Sig
E-Commerce	0,228	2,569	0,012
Digital Payment	1,180	7,026	0,000
Sistem Informasi Akuntansi	-0,436	-3.294	0,001

Sumber: Hasil olah data primer,2022

Hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4.7 dapat diketahui melalui rumus berikut :

$$Y = a + BX1 + BX2 + BX3$$

$$Y = (-3,570) + 0,660 X1 + (-037) X2 + 0,514 X3 + e$$

Model regresi linier di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstantan (a) hasil dari uji regresi linier berganda sebesar 0,509 , hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta dari semua variabel independen dalam penelitian ini adalah sebesar 0,509.
2. *E-Commerce* memiliki nilai koefisien sebesar 0,228 yang berarti apabila terjadi penurunan satu persen maka variabel keputusan berwirausaha akan berkurang 0,228 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dari model regresi akan tetap pada nilainya.
3. *Digital Payment* memiliki nilai koefisien sebesar 1,180 yang berarti apabila terjadi penurunan satu persen maka variabel keputusan berwirausaha akan berkurang 1,180 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dari model regresi akan tetap pada nilainya.
4. Sistem Informasi Akuntansi memiliki nilai koefisien sebesar -0,436 yang berarti apabila terjadi penurunan satu persen maka variabel keputusan berwirausaha akan berkurang -0,436 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dari model regresi akan tetap pada nilainya.

7. Uji t

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independen terhadap dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 1.8 Dibawah ini :

Tabel 1.8 Hasil Uji t

Variabel	T	Sig
E-Commerce	2,569	0,012
Digital Payment	7,026	0,000
Sistem Informasi Akuntansi	-3,294	0,001

Sumber : Hasil olah data primer,2022

Hasil dari uji t berdasarkan tabel 1.8 di atas dapat dijelaskan bahwa tabel t yang dihasilkan dan dengan taraf signifikansinya 5% atau 0,05 diketahui bahwa $df = n - k - 1 = 81 - 3 - 1 = 77$, maka T-tabel $df = 1,665$. Dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Pengujian hipotesis E-Commerce

Berdasarkan hasil regresi pada tabel diatas bahwa nilai *t-hitung* sebesar 2,569 atau $> 1,665$ yang berarti berpengaruh positif dan signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,012 atau $< 0,05$ artinya hipotesis dapat diterima atau variabel *E-Commerce* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

b. Pengujian hipotesis Digital Payment

Berdasarkan hasil regresi pada tabel diatas bahwa nilai *t-hitung* sebesar 7,026 atau $> 1,665$ yang berarti berpengaruh positif dan nilai signifikannya sebesar 0,000 atau $< 0,05$ artinya hipotesis diterima atau variabel *Digital Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

c. Pengujian hipotesis Sistem Informasi Akuntansi

Berdasarkan hasil regresi pada tabel diatas bahwa nilai *t-hitung* sebesar -3,294 atau $< 1,665$ yang berarti tidak berpengaruh positif dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,001 atau $< 0,05$ artinya hipotesis dapat diterima atau variabel Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh signifikansi terhadap keputusan berwirausaha.

8. Uji Koefisien Determinan

Uji Koefisien berganda dalam penelitian ini digunakan untuk melihat hubungan dari variabel independen (*E-Commerce*, *Digital Payment*, Sistem Informasi Akuntansi) dengan variabel dependen (Keputusan Berwirausaha). Hasil uji R dapat dilihat pada tabel 1.9 dibawah ini :

Tabel 1.9 Hasil Uji Koefisien Determinan

Variabel	R	R- Square
E-Commerce	0,924	0,854
Digital Payment		
Sistem Informasi Akuntansi		

Sumber : Hasil olah data primer,2022

Hasil uji koefisien determinan pada tabel 1.9 menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,924. Nilai R yang dihasilkan dapat diartikan korelasi antara variabel *E-commerce*, *Digital Payment*, Sistem Informasi Akuntansi terhadap variabel keputusan berwirausaha sebesar 0,924. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan erat antara variabel *e-commerce*, *digital payment*, Sistem Informasi Akuntansi dengan variabel keputusan berwirausaha karena nilai yang dihasilkan mendekati angka 1.

Sedangkan pada kolom *Adjusted R-Square* menghasilkan nilai sebesar 0,854 yang dapat diartikan bahwa variabel *E-commerce*, *Digital Payment*, Sistem Informasi Akuntansi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berwirausaha yaitu sebesar 85%. Sedangkan sisa dari hasilnya tersebut sebesar 15% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa hasil sampel yang didapat melalui kuesioner bahwa 81 sampel yang lengkap dan layak untuk dapat dianalisis

9. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel *E-Commerce*, *Digital Payment*, Sistem Informasi Akuntansi terhadap keputusan berwirausaha.

Pada pengujian validitas yang sudah diuji pada data penelitian dapat menunjukkan bahwa dari semua pertanyaan pada variabel *E-commerce*, *Digital Payment*, Sistem Informasi Akuntansi dan variabel keputusan berwirausaha, yang dibuat oleh penulis yang ditujukan kepada responden dinyatakan valid dibuktikan pada *R-hitung* yang dihasilkan lebih dari nilai *R-tabel* yaitu 0,05. Yang dapat dibuktikan pada tabel 1.1

Uji reabilitas yang dilakukan penulis dapat menunjukkan bahwa hasil dari semua butir pertanyaan yang ditulis oleh penulis yang telah ditujukan kepada responden dapat menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* > 0,05 dan dapat dibuktikan pada tabel 1.2. Uji normalitas yang dihasilkan oleh penulis setelah dilakukan pengujian data menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi secara normal dan dapat dibuktikan dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 yang dapat diartikan nilai tersebut > 0,05. Dapat dibuktikan pada tabel 1.4. Uji multikolinieritas yang telah dilakukan oleh peneliti dapat menunjukkan hasil nilai VIF <10 dan nilai toleransinya >0,01 yang dapat dibuktikan pada *R-hitung* pada tabel 1.5 Yang dapat diartikan bahwa data yang diujikan tidak terjadi multikolinieritas atau terbebas dari gejala multikolinieritas. Uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan pengujian oleh penulis dapat menghasilkan nilai sig. > 0,05 dan dapat dibuktikan pada hasil uji data pada tabel 1.6 yang dapat diartikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai variabel independen maupun variabel dependen. Dalam uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 0,509 yang berarti bahwa nilai kekonsistenan dari variabel *E-Commerce*, *Digital Payment*, Sistem Informasi Akuntansi sebesar 0,509.

1. Pengaruh E-Commerce terhadap Keputusan Untuk Berwirausaha

E-commerce merupakan suatu transaksi yang melibatkan penjual dan pembeli dalam satu media internet. Hasil dari uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel *e-commerce* berpengaruh positif terhadap keputusan untuk berwirausaha. Hal ini dapat dibuktikan bahwa dari nilai *t-hitung* sebesar 2,569 atau $> 1,665$ yang dapat diartikan berpengaruh positif dan nilai signifikansi yang dihasilkan pada variabel *e-commerce* sebesar 0,012 atau nilai yang dihasilkan tersebut $< 0,05$ atau hipotesis diterima.

Kaitan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan variabel *e-commerce* yaitu *e-commerce* dapat memberikan pemanfaatan dan kemudahan bertransaksi dan meningkatkan kesempatan konsumen dalam melakukan pembelian. Jangkauan pembelian menjadi lebih luas melalui beragam akses terhadap produk dan jasa yang tersedia. Dengan adanya *e-commerce* mahasiswa sebagai pengusaha tidak perlu mengeluarkan biaya yang berlebih dalam menyediakan banyak toko atau gedung. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan serta kemudahan dengan menurunkan biaya operasional. *E-commerce* bagi pembisnis seperti mahasiswa adalah penawaran dengan fleksibel yang tinggi untuk pembeli atau *customer* sehingga *customer* tidak memiliki batasan waktu dan larangan untuk melihat *katalog* produk kapan saja dan dimana saja *customer* bebas melakukan pemesanan dalam jangka waktu 24 jam setiap harinya.

H1 : *E-Commerce* berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Untuk Berwirausaha.

2. Pengaruh Digital Payment terhadap Keputusan Untuk Berwirausaha

Digital Payment merupakan alat dari bagian *e-commerce* sebagai layanan elektronik yang menyimpan data instrumen pembayaran sebagai alat pembayaran, dengan menggunakan kartu maupun uang elektronik, yang bertujuan untuk memberi pembeli kecepatan, kemudahan penggunaan, efisiensi, transparansi kepada pembeli. Hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan dengan variabel *digital payment* menunjukkan bahwa *digital payment* berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini dapat dibuktikan bahwa dari nilai *t-hitung* sebesar 7,026 atau $> 1,665$ yang dapat diartikan bahwa berpengaruh positif dan nilai signifikansi yang dihasilkan pada variabel *digital payment* sebesar 0,000 atau nilai yang dihasilkan tersebut $< 0,05$ atau hipotesis diterima.

Kaitan *Theory Of Planned Behavior* (TPB) dengan variabel *digital payment* yaitu perilaku dan sikap dari mahasiswa seperti penyebabnya adalah menggunakan layanan pembayaran *digital payment* menjadi lebih mudah dalam bertransaksi antara konsumen dengan penjual. Kemudahan *digital payment* saat transaksi akan membuat penggunanya dapat menimbulkan niat dan minat mahasiswa sehingga banyak mahasiswa melakukan pembelian online serta melakukan pembayaran lebih mudah melalui metode *Transfer, Alfamart, Indomart.dll*.

H2 : *Digital Payment* berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan untuk Berwirausaha.

3. Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Keputusan Untuk Berwirausaha

Sistem Informasi Akuntansi merupakan suatu komponen organisasi yang dirancang untuk mengolah data keuangan menjadi informasi keuangan atau melaporkannya kepada pihak di dalam dan di luar suatu perusahaan. Data yang diperoleh secara manual atau dengan bantuan suatu komputer. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini yang dilakukan pada variabel Sistem Informasi Akuntansi menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini dapat dibuktikan melalui nilai *t-hitung* -3,294 atau $< 1,665$ yang dapat

diartikan bahwa berpengaruh positif dan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,001 artinya nilai tersebut $< 0,05$ dan hipotesis diterima.

Kaitan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory Of Planned Behavior* (TPB) dengan variabel Sistem Informasi Akuntansi yaitu pada sikap dan perilaku seorang pengusaha dapat memberikan informasi yang tepat serta dapat meningkatkan kemampuan dalam pengambilan keputusan dalam efisiensi kinerja usahanya agar dalam situasi apapun pengusaha seperti mahasiswa mampu memantau, mengontrol, hingga memprediksi alur bisnis serta mempermudah melakukan transaksi di dalam penjualan online, oleh karena itu penerapan Sistem Informasi Akuntansi sangat diperlukan dalam dunia wirausaha.

H3 : Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan untuk Berwirausaha.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan di atas, maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu :

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan untuk berwirausaha. Hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel *e-commerce* berpengaruh positif terhadap keputusan untuk berwirausaha. Hal ini dapat dibuktikan bahwa dari *t-hitung* sebesar 2,569 atau $> 1,665$ yang dapat diartikan berpengaruh positif dan nilai signifikannya 0,012 atau nilai yang dihasilkan tersebut $< 0,05$. *E-Commerce* bagi mahasiswa dapat memberikan kemudahan serta pemanfaatan dalam transaksi jual beli.
2. *Digital Payment* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini dibuktikan pada hasil uji t yang menghasilkan nilai *t-hitung* sebesar 7,026 atau $> 1,665$ dan nilai signifikannya 0,000 yang dapat diartikan $< 0,05$.
3. Sistem Informasi Akuntansi secara parsial tidak berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk berwirausaha yang dapat dibuktikan. Hal ini dibuktikan pada hasil uji t yang menghasilkan *t-hitung* sebesar -3,294 dan nilai signifikansinya sebesar 0,001 yang artinya $< 0,05$. Sikap dan perilaku seorang pengusaha dapat memberikan informasi yang tepat dan dalam bisnisnya dapat lebih memantau, mengontrol hingga memprediksi alur bisnis serta mempermudah dalam transaksi jual beli

DAFTAR PUSTAKA

- (2011), W. (2011). *Letters to the Editor*. 64, 20862. <https://doi.org/10.1002/clc.20863>
- Accountants, A. I. of. (1941). *Certified public Accountant*, 1941.
- Aco, A., & Endang, A. H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Teknik Informatika*, 2, 1–13.
- Aditya, R., Febriyanti, D., Salatiga, I., & Salatiga, I. (2021). *The effect of e-commerce on entrepreneurial decision making using an android application-based accounting information system as a moderating variable*. 1(1), 12–24.
- Akuntansi, J., Lovita, E., & Susanty, F. (2021). *Peranan Pemahaman E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Kewirausahaan*. 18(02), 47–54.

- Aprianti, I., & Nurfadilah, L. (2019). Tantangan yang Dihadapi oleh Perbankan Nasional pada Aplikasi Financial Technology Berbasis Cashless (Studi Kasus pada Pengguna Digital Payment di Kota Bandung). *Bisnis Dan Iptek*, 12(2), 68–78.
- Aris, A., Shneiderman, B., Plaisant, C., & Shmueli, G. (n.d.). *Representing Unevenly-Spaced Time Series Data for Visualization and Interactive Exploration*. 835–846.
- Ayo, C. K., & Ukpere, W. I. (2010). *Design of a secure unified e-payment system in Nigeria : A case study*. 4(9), 1753–1760.
- CHANDRA KARTIKA SARI, D. (2017). Pengaruh Penggunaan E-commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Ngraho. *It-Edu*, 2(01).
- Dan, K. (n.d.). *No Title*.
- Dan, P. E., Sistem, P., Ayu, D., & Pramiswari, A. (2017). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi*, 2017(1), 261–289.
- Davis, F. D., & Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology*. September. <https://doi.org/10.2307/249008>
- E-commerce, M. P. (2009). *Model penerimaan*. VII(2), 1–12.
- E-payment, S., & Putri, D. W. (n.d.). *Determinan Kepercayaan Individu : Studi Empiris Konteks*.
- Empiris, S., Mahasiswa, P., Ekonomi, F., Jurusan, B., Universitas, A., Negara, S., Akuntansi, P. S., Oleh, D., Nim, N., & Eka, R. (2020). *PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY DAN BUSINESS TREND E-COMMERCE TERHADAP MINAT PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY DAN BUSINESS TREND E-COMMERCE TERHADAP MINAT*.
- Gefen, D. (2000). *The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption : A Study of E-Commerce Adoption*. 1(November).
- Hernawan, A., Komarudin, R., & Afni, N. (2021). *Analisa Perbandingan Kualitas Pelayanan Web E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan WebQual 4*. 0. 15(1), 39–50.
- Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, & Irianto Djatikusumo. (2020). Minat Penggunaan Cashless Payment System – Dompot Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.1.01>
- Indonesia, G. B. (2016). *No Title*.
- Informatika, P. M., & Pringsewu, S. (2017). *PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS BUSINESS TO CONSUMERS UNTUK MENINGKATAN PENJUALAN PRODUK*. 15(2), 109–116.
- Istiqomah. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Akk Yogyakarta. *Jurnal Socia Akademika*, 6(2), 109–115.
- Jumlah Uang Elektronik Beredar*. (2021). April 2009, 2020.
- Lestari, M., Purnomo, H. D., & Sembiring, I. (2021). *PENGARUH E-PAYMENT TRUST TERHADAP MINAT TRANSAKSI PADA E-MARKETPLACE MENGGUNAKAN FRAMEWORK TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) 3 EFFECT OF E-PAYMENT TRUST ON TRANSACTION INTEREST ON E-MARKETPLACE USING THE FRAMEWORK TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) 3*. 8(5), 977–986. <https://doi.org/10.25126/jtiik.202185212>
- Lestari, N. A., & Rustiana, S. H. (2019). Pengaruh Persepsi Owner Dan Pengetahuan Akuntansi Dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Pamulang. *Journal of Business & Entrepreneurship Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 1(2), 67–80.

- <https://doi.org/10.24853/baskara.1.2.67-80>
- Manajemen, E., & Rabiah, A. S. (2020). *Haruskah e-payment trust diterapkan e-commerce sebagai faktor kepuasan konsumen?* 9(7), 2724–2743.
- Mccloskey, D. (2016). *Evaluating electronic commerce acceptance with the technology acceptance model.* December 2003.
- Mustofa, I. (2012). Transaksi Elektronik (E-Commerce) Dalam Perspektif Fikih. *Jurnal Hukum Islam*, 10(2), 157–180. <http://e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi%0Ahttp://moraref.or.id/record/view/38978>
- Nim, N. (n.d.). *Data Detail Mahasiswa.* 0331.
- Novianti, A., & Wibisono, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Website E-Commerce Dan Penggunaan E-Payment Terhadap Nilai Bisnis Dengan.* 12(2), 120–141. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.23579>
- Nurabiah, N., Herlina Pusparini, & Yusli Mariadi. (2021). E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Faktor Pendorong Pengambilan Keputusan Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 5(2), 238–253. <https://doi.org/10.29303/jaa.v5i2.97>
- Nurabiah, Pusparin, H., & Mariadi, Y. (2021). *E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Berwirausaha.* 238–253.
- Nuryahya, E., Ichšana, Y., & Andini, K. M. (2019). *PERILAKU PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DI.* 10(3), 502–515.
- Pambudi, T., & Raden, A. R. (2021). The impact of pandemic covid-19 on digital payment: case study on electronic money in indonesia. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 3(1), 70–79.
- PH, L., Suwoso, R. H., Febrianto, T., Kushindarto, D., & Aziz, F. (2020). Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences. *Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences*, 1(1), 37–48.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (n.d.). *DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang) Pendahuluan Kajian Teori Perilaku Konsumen.*
- Priansa, D. J., & Suryawardani, B. (2020). *Jurnal Manajemen Indonesia Effects of E-Marketing and Social Media Marketing on E-commerce Shopping Decisions.* 20(1), 76–82.
- Putra, S. S. C., Indraningrat, K., & Halim, A. (2017). Persepsi Mahasiswa Terhadap E-commerce melalui Facebook di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akutansi*, 4(1), 72–78.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Rahmawati, N., Mulyono, H., & Marketing, A. (2016). *Analisis dan perancangan sistem informasi pemasaran berbasis web pada toko billy 12.* 1(2), 104–116.
- Rizki, A., Pasaribu, M. H., Islam, U., & Sumatera, N. (2021). *Meninjau Kegelisahan Mahasiswa Dengan Kondisi Lapangan Pekerjaan.* 1(November), 14–22.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2019). *Sistem Informasi Akuntansi Accounting Information Systems Diterjemahkan oleh : Kiki Sakinah; Nur Safira dan Novita Puspasari.*
- Rosyida, S. (2017). Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Internet dalam Berbelanja

- Online. *Jurnal Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, 2, 81–86.
<https://repository.bsi.ac.id/index.php/repo/viewitem/623>
- Santika, I. W., & Yadnya, I. P. (2017). Analisis Technology Acceptance Model Terhadap Penggunaan E-Commerce pada UKM Kerajinan di Gianyar. *Prosiding Seminar Nasional AIMI, 2015*, 255–264.
- Sanusi, M. A. (2001). (*E-Commerce*): *Studi tentang Permasalahan Hukum dan Solusinya*. 8(16), 10–29.
- Saputri, N. A. (2019). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMEPENGARUHI MINAT Pendahuluan Metode Penelitian*. 04(01), 13–18.
- Saragih, S. P. (2019). Technology Acceptance of Digital Payment System Pada Pelaku Umkm Di Kota Batam. *Computer Based Information System Journal*, 7(2), 82–90.
<https://doi.org/10.33884/cbis.v7i2.1402>
- SEPTIAWATI, S. (2017). Pengaruh Dukungan Sosial Dan Kepribadian Ekstraversi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*, 4(2), 77. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v4i2.3848>
- Setiawan, A. (2017). Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam E-Business. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 171–186.
- Setiawati, I., Hadiprajitno, P. T. B., & Ardiansah, M. N. (2021). Perspektif Model TAM Dalam Adaptasi Pembelajaran Akuntansi Melalui E-Learning Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 19(1), 36. <https://doi.org/10.24167/jab.v19i1.3471>
- Sihombing, M. J. S., & Sulisty, H. (2021). Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Sosial Sains*, 1(4), 309–321.
<https://doi.org/10.36418/sosains.v1i4.78>
- Sima, P. A. P., & Badera, I. D. N. (2018). Reputasi Auditor sebagai Pemoderasi Pengaruh Financial Distress dan Audit Fee pada Auditor Switching. *E-Jurnal Akuntansi*, 8(2), 58.
<https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i01.p03>
- Siska Khairani, P. Y. (2022). *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*. 01(01), 1–11.
- Stallings, W. (n.d.). *D ATA AND C OMPUTER*.
- Tri, R., Yanto, Y., & Dhia, A. (2021). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE (STUDI KASUS PENGGUNA TOKO ONLINE SHOPEE)*. 11, 1–13.
- Trihudyatmanto, M. (2019). Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Gender. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 93–103. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.678>
- Tsiakis, T., & Sthephanides, G. (2005). *The concept of security and trust in electronic payments*. 10–15.
<https://doi.org/10.1016/j.cose.2004.11.001>
- Tumpal Manik. (2018). Analisis Peranan Sistem Informasi Akuntansi Dalam E-Commerces Terhadap Pengendalian Bisnis Online. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 1(2), 51–64.
<https://doi.org/10.31629/jiafi.v1i2.1244>
- Turban, E. (2006). *Electronic Commerce 2006 : A Managerial Perspective*. January 2002, 4–8.
- Wirdasari, D. (2009). *TEKNOLOGI E-COMMERCE DALAM PROSES BISNIS*. 7(2).
- Wulandari, Maslichah, & Sudaryanti, D. (2020). Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Pengambilan Keputusan dalam Berwirausaha di Sanggam Mart Kabupaten Balangan. *E-Jra*, 09(02), 47–57.
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang). *Jurnal Benefita*, 2(2), 102–109.

<https://doi.org/10.22216/jbe.v2i2.478>

Yuwono, S. (n.d.). *TERHADAP TUMBUHNYA MINAT BERWIRUSAHA INFLUENCE OF ENTREPRENEURSHIP TRAINING ON THE GROWTH OF ENTREPRENEURSHIP INTEREST*. 119–127.