

BAB IV

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Partisipan

Dalam penelitian ini partisipan atau sampel diambil dari karyawan pengguna sistem informasi akuntansi (SIA) Toko Bangunan di Semarang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* yaitu dikirimkan dalam bentuk [link](#) yang telah terhubung ke *google form* dan dapat diisi oleh karyawan pengguna SIA toko bangunan di Semarang. Kuesioner dalam bentuk *google form* ini dibagikan ke masing-masing toko bangunan yang dalam proses bisnisnya telah menggunakan SIA yang terkomputerisasi. Dari total 53 kuesioner yang telah dibagikan, jumlah kuesioner yang telah diisi oleh karyawan pengguna SIA di toko bangunan Semarang berjumlah 53 orang yang artinya semua kuesioner telah diisi, dan kuesioner yang dapat diolah adalah 53 kuesioner karena kelengkapan responden dalam mengisi kuesioner, baik dalam pengisian data responden maupun dalam pengisian item-item pernyataan kuesioner. Oleh karena itu pada penelitian sampel yang diperlukan sebanyak 53 responden.

Tabel 4. 1 Jumlah Sampel dan Jumlah Kuesioner

| NO | Toko Bangunan di Semarang | Jumlah Sampel Yang Dibutuhkan | Jumlah Kuesioner Yang Disebar | Jumlah Kuesioner Yang Diisi | Kuisoner Yang Dapat Diolah |
|-----|-----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| 1. | Aluminium Distributor AX | 6 | 6 | 6 | 6 |
| 2. | Toko Utama MT Haryono | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3. | Toko Utama Setiabudi | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 4. | Toko Utama Jendral Sudirman | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 5. | Toko Utama Majapahit | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 6. | CV. Rumah Kita | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 7. | TB Raja Muda Baja | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 8. | TB Putra Jaya Mandiri | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 9. | CV. Sarana | 6 | 6 | 6 | 6 |
| 10. | TB Tunggak Semi | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 11. | PT. Sutindo Raya Mulia | 8 | 8 | 8 | 8 |
| 12. | Toko Besi & Aluminium Wing | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 13. | UD. Lancar Jaya | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 14. | UD. Cemara | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 15. | UD. Matahari | 3 | 3 | 3 | 3 |
| | TOTAL | 53 | 53 | 53 | 53 |

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Gambaran responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, jabatan, lama bekerja yang dijelaskan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 2 Jenis Kelamin**Jenis_Kelamin**

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Laki-Laki | 20 | 37.7 | 37.7 | 37.7 |
| Perempuan | 33 | 62.3 | 62.3 | 100.0 |
| Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data primer diolah, 2020

Total responden pada penelitian ini berjumlah 53 orang, yang berjenis kelamin laki- laki yang berjumlah 20 orang (37,7%) dan berjenis kelamin

perempuan berjumlah 33 orang (62,3%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan sistem informasi akuntansi pada toko bangunan di Semarang adalah berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4. 3 Umur

Umur

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 18-25 | 31 | 58.5 | 58.5 | 58.5 |
| 26-30 | 16 | 30.2 | 30.2 | 88.7 |
| 31-40 | 5 | 9.4 | 9.4 | 98.1 |
| 41-50 | 1 | 1.9 | 1.9 | 100.0 |
| Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Kisaran umur 53 responden pada penelitian ini yang paling kecil atau yang paling minimum adalah berumur 18 tahun dan yang paling maksimum adalah 50 tahun. Responden dalam penelitian ini dibagi menjadi 4 *range* umur yaitu responden yang berumur 18- 25 tahun berjumlah 31 orang (58,5 %), 26- 30 tahun berjumlah 16 orang (30,2 %), 31-40 tahun berjumlah 5 orang (9,4 %), 41- 50 tahun berjumlah 1 orang (1,9 %). Hal ini menunjukkan bahwa responden karyawan pengguna sistem informasi akuntansi toko bangunan di Semarang yang paling banyak yaitu berjumlah 31 orang dengan jarak umur 18-25 tahun dan yang paling sedikit yaitu hanya berjumlah 1 orang dengan jarak umur 41-50 tahun.

Tabel 4. 4 Pendidikan**Pendidikan**

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid SMA/K | 14 | 26.4 | 26.4 | 26.4 |
| D3 | 14 | 26.4 | 26.4 | 52.8 |
| S1 | 25 | 47.2 | 47.2 | 100.0 |
| Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data primer diolah, 2020

Jenjang pendidikan 53 responden dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 jenjang pendidikan yaitu SMA/K, D3, S1. Dari 53 responden dalam penelitian ini, responden yang memiliki jenjang pendidikan SMA/K berjumlah 14 orang (26,4 %), responden yang memiliki jenjang pendidikan D3 berjumlah 14 orang (26,4 %), responden yang memiliki jenjang pendidikan S1 berjumlah 25 orang (47,2 %). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan sistem informasi akuntansi di toko bangunan Semarang berpendidikan S1.

Tabel 4. 5 Jabatan**Jabatan**

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Non Klerikal | 14 | 26.4 | 26.4 | 26.4 |
| Klerikal | 34 | 64.2 | 64.2 | 90.6 |
| Manajerial | 5 | 9.4 | 9.4 | 100.0 |
| Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data primer diolah, 2020

Jabatan 53 responden dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga jenis jabatan yaitu non klerikal (terdiri dari staf operasional/ non akuntansi seperti staf kontrol,

logistik, dan sumber daya manusia), klerikal (terdiri dari staf yang berhubungan dengan akuntansi seperti bagian keuangan, pajak, dan administrasi), manajerial (terdiri dari pimpinan seperti presiden direktur, direktur perusahaan, dan general manager). Responden yang berjabatan non klerikal berjumlah 14 orang (26,4%), kemudian responden yang berjabatan klerikal berjumlah 34 orang (64,2%), dan responden yang berjabatan manajerial berjumlah 5 orang (9,4 %). Hal ini menunjukkan mayoritas responden yang menggunakan sistem informasi akuntansi pada toko bangunan di Semarang terbanyak adalah berjabatan klerikal.

Tabel 4. 6 Lama Bekerja

| | | Lama_Bekerja | | | |
|-------|------------|--------------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | < 5 tahun | 38 | 71.7 | 71.7 | 71.7 |
| | 5-10 tahun | 13 | 24.5 | 24.5 | 96.2 |
| | > 10 tahun | 2 | 3.8 | 3.8 | 100.0 |
| | Total | 53 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data primer diolah, 2020

Dari 53 responden pada penelitian ini lama bekerja karyawan toko bangunan di Semarang dibagi menjadi 3 *range*. Lama bekerja karyawan yang kurang dari 5 tahun yaitu berjumlah 38 orang (71,7 %), lama bekerja karyawan 5 sampai 10 tahun yaitu berjumlah 13 orang (24,5 %), lama bekerja karyawan yang lebih dari 10 tahun yaitu berjumlah 2 orang (3,8 %). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan sistem informasi akuntansi pada toko bangunan di Semarang berlama kerja kurang dari 5 tahun.

4.2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif membantu memahami gambaran umum responden dalam penelitian yang dilakukan.

Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif

Behavioral Intention

| Item | Jumlah | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---------------|--------|---------|---------|-------|----------------|
| Jenis Kelamin | | | | | |
| Perempuan | 34 | 10 | 19 | 16,24 | 1,860 |
| Laki- laki | 19 | 15 | 20 | 17,21 | 1,512 |
| Umur | | | | | |
| 18-25 tahun | 31 | 10 | 20 | 16,35 | 2,009 |
| 26-30 tahun | 16 | 15 | 19 | 17,12 | 1,455 |
| 31-40 tahun | 5 | 15 | 18 | 16,40 | 1,342 |
| 41-50 tahun | 1 | | | | |
| Pendidikan | | | | | |
| SMA/K | 15 | 10 | 19 | 15,87 | 2,232 |
| D3 | 14 | 13 | 19 | 16,64 | 1,823 |
| S1 | 24 | 15 | 20 | 17,00 | 1,351 |
| Jabatan | | | | | |
| Non Klerikal | 14 | 14 | 20 | 16,57 | 1,828 |
| Klerikal | 34 | 10 | 19 | 16,53 | 1,879 |
| Manajerial | 5 | 16 | 19 | 17,00 | 1,225 |
| Lama Bekerja | | | | | |
| < 5 tahun | 39 | 10 | 20 | 16,46 | 1,862 |
| 5 – 10 tahun | 12 | 14 | 19 | 16,92 | 1,730 |
| > 10 tahun | 2 | | | | |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 3)

Pada Tabel Deskriptif 4.7 diatas, hasil skor rata- rata jawaban responden perempuan dari *Behavioral Intention* (BI) adalah sebesar 17,21 yang mana lebih besar dari rata- rata jawaban responden laki- laki adalah sebesar 16,24. Berarti dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), minat menggunakan (*behavioral intention*) yang merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi pada karyawan

pengguna sistem informasi akuntansi berjenis kelamin perempuan lebih berminat untuk tetap menggunakan sistem informasi tersebut di dalam pekerjaan dan ada keinginan untuk menggunakan sesering mungkin serta keinginan untuk meningkatkan penggunaan.

Kemudian, untuk item berdasarkan kelompok umur atau usia. Untuk variabel *Behavioral Intention* (BI) persepsi kelompok usia 18-25, usia 26-30, usia 31-40 tahun terhadap penggunaan teknologi informasi menghasilkan skor rata-rata berturut-turut sebesar 16,35 ; 17,12 ; 16,40. Persepsi kelompok usia 41-50 tahun terhadap penggunaan teknologi informasi tidak dapat menghasilkan skor rata-rata dikarenakan responden yang mengisi kuesioner hanya satu orang. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), sikap karyawan pengguna sistem informasi akuntansi di persepsi kelompok usia 26-30 tahun lebih berminat untuk tetap menggunakan sistem informasi tersebut dan ada keinginan untuk menggunakan sesering mungkin serta keinginan untuk meningkatkan penggunaan.

Selanjutnya, untuk item berdasarkan kelompok pendidikan. Untuk variabel *Behavioral Intention* (BI), persepsi kelompok pendidikan SMA/K, D3, S1 terhadap penggunaan teknologi informasi akuntansi menghasilkan skor rata-rata berturut-turut sebesar 15,87 ; 16,64 ; 17,00. Yang artinya berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), sikap karyawan pengguna sistem informasi akuntansi pada kelompok pendidikan S1 atau telah menempuh pendidikan S1 lebih berminat untuk tetap menggunakan sistem informasi tersebut dan ada keinginan

untuk menggunakan sesering mungkin serta keinginan untuk meningkatkan penggunaan.

Kemudian, untuk item berdasarkan kelompok jabatan. Untuk variabel *Behavioral Intention* (BI), persepsi kelompok jabatan non klerikal, klerikal, manajerial terhadap penggunaan teknologi informasi akuntansi menghasilkan skor rata-rata berturut-turut sebesar 16,57 ; 16,53 ; 17,00. Artinya berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), sikap karyawan pengguna sistem informasi akuntansi pada persepsi kelompok jabatan manajerial lebih berminat untuk tetap menggunakan sistem informasi tersebut dan ada keinginan untuk menggunakan sesering mungkin serta keinginan untuk meningkatkan penggunaan.

Selanjutnya, untuk item berdasarkan kelompok lama bekerja. Untuk variabel *Behavioral Intention* (BI), persepsi kelompok lama bekerja dibawah dari 5 tahun, 5 sampai 10 tahun terhadap penggunaan teknologi informasi akuntansi menghasilkan skor rata-rata berturut-turut sebesar 16,46 ; 16,92. Persepsi kelompok lama bekerja diatas 10 tahun tidak dapat dihitung skor rata – rata nya karena jumlah karyawan yang bekerja > 10 tahun berbeda signifikan dengan kelompok usia <5 tahun dan range 5-10 tahun. Artinya berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), sikap karyawan pengguna sistem informasi akuntansi pada persepsi kelompok lama bekerja 5- 10 tahun lebih berminat untuk tetap menggunakan sistem informasi tersebut dan ada keinginan untuk menggunakan sesering mungkin serta keinginan untuk meningkatkan penggunaan.

Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif*Attitude Toward Using*

| Item | Jumlah | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---------------|--------|---------|---------|-------|----------------|
| Jenis Kelamin | | | | | |
| Perempuan | 34 | 15,50 | 16,62 | 16,06 | 1,696 |
| Laki- laki | 19 | 16,29 | 17,92 | 17,11 | 1,613 |
| Umur | | | | | |
| 18-25 tahun | 31 | 15,77 | 17,01 | 16,39 | 1,687 |
| 26-30 tahun | 16 | 15,72 | 17,65 | 16,69 | 1,815 |
| 31-40 tahun | 5 | 14,52 | 18,28 | 16,40 | 1,517 |
| 41-50 tahun | 1 | | | | |
| Pendidikan | | | | | |
| SMA/K | 15 | 15,11 | 16,89 | 16,00 | 1,604 |
| D3 | 14 | 15,44 | 17,56 | 16,50 | 1,829 |
| S1 | 24 | 15,94 | 17,39 | 16,67 | 1,711 |
| Jabatan | | | | | |
| Non Klerikal | 14 | 15,57 | 17,72 | 16,64 | 1,865 |
| Klerikal | 34 | 15,73 | 16,85 | 16,29 | 1,605 |
| Manajerial | 5 | 14,11 | 19,49 | 16,80 | 2,168 |
| Lama Bekerja | | | | | |
| < 5 tahun | 39 | 15,82 | 16,85 | 16,33 | 1,595 |
| 5 – 10 tahun | 12 | 15,30 | 18,03 | 16,67 | 2,146 |
| > 10 tahun | 2 | 4,29 | 29,71 | 17,00 | 1,414 |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 3)

Pada Tabel Deskriptif 4.8 hasil skor rata-rata jawaban responden perempuan dari *Attitude Toward Using* (ATU) adalah sebesar 16,06 yang mana lebih kecil dari rata-rata jawaban responden laki-laki adalah sebesar 17,11. Berarti dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), sikap karyawan pengguna sistem informasi akuntansi berjenis kelamin laki-laki terhadap penggunaan teknologi informasi lebih menerima bahwa disaat menggunakan sistem informasi akuntansi pengguna tersebut merasakan ketertarikan, senang dan menyukai penggunaan SIA yang disediakan oleh perusahaan.

Kemudian, untuk item berdasarkan kelompok umur atau usia. Untuk variabel *Attitude Toward Using* (ATU) persepsi kelompok usia 18-25 tahun, 26-30 tahun, 31-40 tahun terhadap penggunaan teknologi informasi menghasilkan skor rata-rata berturut-turut sebesar 16,39 ; 16,69 ; 16,40. Persepsi kelompok usia 41-50 tahun terhadap penggunaan teknologi informasi tidak dapat menghasilkan skor rata-rata dikarenakan responden yang mengisi kuesioner di kelompok usia 41-50 tahun hanya satu orang. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), sikap karyawan pengguna sistem informasi akuntansi di persepsi kelompok usia 26-30 tahun terhadap penggunaan teknologi informasi lebih menerima bahwa disaat menggunakan sistem informasi akuntansi pengguna tersebut merasakan ketertarikan, senang dan menyukai penggunaan SIA yang disediakan oleh perusahaan.

Selanjutnya, untuk item berdasarkan kelompok pendidikan. Untuk variabel *Attitude Toward Using* (ATU), persepsi kelompok pendidikan SMA/K, D3, S1 terhadap penggunaan teknologi informasi akuntansi menghasilkan skor rata-rata berturut-turut sebesar 16,00 ; 16,50 ; 16,67. Yang artinya berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), sikap karyawan pengguna sistem informasi akuntansi di kelompok pendidikan S1 atau telah menempuh pendidikan S1 terhadap penggunaan teknologi informasi lebih menerima bahwa disaat menggunakan sistem informasi akuntansi pengguna tersebut merasakan ketertarikan, senang dan menyukai penggunaan SIA yang disediakan oleh perusahaan.

Kemudian, untuk item berdasarkan kelompok jabatan. Untuk variabel *Attitude Toward Using* (ATU), persepsi kelompok jabatan non klerikal, klerikal,

manajerial terhadap penggunaan teknologi informasi akuntansi menghasilkan skor rata-rata berturut-turut sebesar 16,64 ; 16,29 ; 16,80. Artinya berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), sikap karyawan pengguna sistem informasi akuntansi di persepsi kelompok jabatan manajerial terhadap penggunaan teknologi informasi lebih menerima bahwa disaat menggunakan sistem informasi akuntansi pengguna tersebut merasakan ketertarikan, senang dan menyukai penggunaan SIA yang disediakan oleh perusahaan.

Selanjutnya, untuk item berdasarkan kelompok lama bekerja. Untuk variabel *Attitude Toward Using* (ATU), persepsi kelompok lama bekerja dibawah 5 tahun, 5 sampai 10 tahun, diatas 10 tahun terhadap penggunaan teknologi informasi akuntansi menghasilkan skor rata-rata berturut-turut sebesar 16,33 ; 16,67 ; 17,00. Artinya berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), sikap karyawan pengguna sistem informasi akuntansi di kelompok lama bekerja diatas 10 tahun terhadap penggunaan teknologi informasi lebih menerima bahwa disaat menggunakan sistem informasi akuntansi pengguna tersebut merasakan ketertarikan, senang dan menyukai penggunaan SIA yang disediakan oleh perusahaan.

4.3. Pengujian Kualitas Data

4.3.1. Uji Validitas

Validitas yang diuji menggunakan *corrected item total correlation*, yaitu dengan cara mengkoreksi skor total yang diperoleh dengan menjumlahkan semua skor pertanyaan. Dengan kriteria pengujian validitas penelitian sebagai berikut (Ghozali, 2011) dalam (Carolina, 2017).

Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel *Perceived Usefulness*

| Item | r_{xy} | r_{tabel} | Keterangan |
|------|----------|-------------|------------|
| 1 | 0,868 | 0,266 | Valid |
| 2 | 0,864 | 0,266 | Valid |
| 3 | 0,855 | 0,266 | Valid |
| 4 | 0,787 | 0,266 | Valid |
| 5 | 0,846 | 0,266 | Valid |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 1)

Nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,266. Pada tabel 4.9 diatas memperlihatkan bahwa untuk seluruh item pada masing- masing pertanyaan yang terkait *perceived usefulness*, memiliki nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} (item 1-5), sehingga hal tersebut berarti semua item pertanyaan terkait dengan *perceived usefulness* telah valid dan bisa dipakai untuk mengukur variabel *perceived usefulness*.

Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel *Perceived Ease of Use*

| Item | r_{xy} | r_{tabel} | Keterangan |
|------|----------|-------------|------------|
| 1 | 0,704 | 0,266 | Valid |
| 2 | 0,727 | 0,266 | Valid |
| 3 | 0,828 | 0,266 | Valid |
| 4 | 0,884 | 0,266 | Valid |
| 5 | 0,830 | 0,266 | Valid |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 1)

Nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,266. Pada tabel 4.10 diatas memperlihatkan bahwa untuk seluruh item pada masing- masing pertanyaan yang terkait *perceived ease of use*, memiliki nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} (item 1-5), sehingga hal tersebut berarti semua item pertanyaan terkait dengan *perceived ease of use* telah valid dan bisa dipakai untuk mengukur variabel *perceived ease of use*.

Tabel 4. 11 Uji Validitas Variabel *Perceived Credibility*

| Item | r_{xy} | r_{tabel} | Keterangan |
|------|----------|-------------|------------|
| 1 | 0,790 | 0,266 | Valid |
| 2 | 0,691 | 0,266 | Valid |
| 3 | 0,683 | 0,266 | Valid |
| 4 | 0,749 | 0,266 | Valid |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 1)

Nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,266. Pada tabel 4.11 diatas memperlihatkan bahwa untuk seluruh item pada masing- masing pertanyaan yang terkait *perceived credibility*, memiliki nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} (item 1-5), sehingga hal tersebut berarti semua item pertanyaan terkait dengan *perceived credibility* telah valid dan bisa dipakai untuk mengukur variabel *perceived credibility*.

Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel *Attitude Toward Using*

| Item | r_{xy} | r_{tabel} | Keterangan |
|------|----------|-------------|------------|
| 1 | 0,730 | 0,266 | Valid |
| 2 | 0,703 | 0,266 | Valid |
| 3 | 0,622 | 0,266 | Valid |
| 4 | 0,657 | 0,266 | Valid |
| 5 | 0,519 | 0,266 | Valid |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 1)

Nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,266. Pada tabel 4.12 diatas memperlihatkan bahwa untuk seluruh item pada masing- masing pertanyaan yang terkait *attitude toward using*, memiliki nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} (item 1-5), sehingga hal tersebut berarti semua item pertanyaan terkait dengan *attitude toward using* telah valid dan bisa dipakai untuk mengukur variabel *attitude toward using*.

Tabel 4. 13 Uji Validitas Variabel *Behavioral Intention*

| Item | r_{xy} | r_{tabel} | Keterangan |
|------|----------|-------------|------------|
| 1 | 0,629 | 0,266 | Valid |
| 2 | 0,650 | 0,266 | Valid |
| 3 | 0,446 | 0,266 | Valid |
| 4 | 0,521 | 0,266 | Valid |
| 5 | 0,628 | 0,266 | Valid |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 1)

Nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,266. Pada tabel 4.13 diatas memperlihatkan bahwa untuk seluruh item pada masing- masing pertanyaan yang terkait *behavioral intention*, memiliki nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} (item 1-5), sehingga hal tersebut berarti semua item pertanyaan terkait dengan *behavioral intention* telah valid dan bisa dipakai untuk mengukur variabel *behavioral intention*.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini statistik *cronbach alpha* (α) digunakan untuk mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan, artinya semakin tinggi nilai α maka tingkat reliabilitas data akan semakin baik. Kuesioner dinilai atau dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,7$ (Ghozali, 2011) dalam (Carolina, 2017).

Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|------------------------------|------------------|-----------------|
| <i>Perceived Usefulness</i> | 0,899 | <i>Reliable</i> |
| <i>Perceived Ease of Use</i> | 0,856 | <i>Reliable</i> |
| <i>Perceived Credibility</i> | 0,738 | <i>Reliable</i> |
| <i>Attitude Toward Using</i> | 0,755 | <i>Reliable</i> |
| <i>Behavioral Intention</i> | 0,776 | <i>Reliable</i> |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 2)

Dapat dilihat pada tabel diatas (tabel 4.14) yang menunjukkan setiap *Cronbach's Alpha* dari variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Credibility*, *Attitude Toward Using*, dan *Behavioral Intention* berturut-turut sebesar 0,899 ; 0,856 ; 0,738 ; 0,755 ; 0,776. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7 maka hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel, dan terlihat nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel > 0,7 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.4. Desain Analisis Data

4.4.1. Uji Asumsi Klasik

Dalam pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan tidak bias, konsisten dan tepat. Agar persamaan regresi dapat digunakan dengan benar maka pengujian hipotesis yang harus dipenuhi meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas.

4.4.1.1. Uji Normalitas

Ghozali (2011) menjelaskan dalam (Carolina, 2017) bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data berdistribusi normal / tidak, dan dilakukan dengan statistik *Kolmogorov-Smirnov* hasil regresi *unstandardized residual*. Apabila nilai probabilitas (sig) *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari $\alpha = 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa data dalam keadaan normal (Ghozali, 2011) dalam (Carolina, 2017).

Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas

| | Model 1 | Model 2 | Model 3 |
|---------------------------|---------|---------|---------|
| <i>Sig.</i> | 0,253 | 0,491 | 0,228 |
| <i>Kolmogorov-Smirnov</i> | 1.016 | 0,833 | 1.041 |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 4)

Pada tabel diatas (tabel 4.15) menunjukkan hasil bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada model 1, 2 dan 3 berturut- turut adalah sebesar 1.016 ; 0,833 ; 1.041 dan nilai signifikansi berturut- turut sebesar 0,253 ; 0,491 ; 0,228 untuk 5 variabel di penelitian ini. Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi ketiga model regresi tersebut menunjukkan angka diatas atau lebih dari $\alpha = 5\%$ yang menyatakan bahwa data berdistribusi normal.

4.4.1.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut dari residual pada variabel independen. Jika variabel *absolute Ut* (AbsUt) lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011) dalam (Carolina, 2017).

Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 1

| Variabel Independen | <i>Sig.</i> |
|------------------------------|-------------|
| <i>Perceived Usefulness</i> | 0,770 |
| <i>Perceived Ease of Use</i> | 0,323 |
| <i>Perceived Credibility</i> | 0,387 |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 4)

Dapat dilihat data hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser* pada tabel diatas (tabel 4.16) memberikan hasil bahwa nilai signifikansi pada variabel

perceived usefulness, *perceived ease of use*, *perceived credibility* berturut-turut sebesar 0,770 ; 0,323 ; 0,387 Artinya nilai signifikansi model 1 pada setiap variabel lebih besar dari $\alpha = 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas atau bebas dari masalah heteroskedastisitas untuk semua variabel.

Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2

| Variabel Independen | Sig. |
|------------------------------|-------|
| <i>Perceived Usefulness</i> | 0,165 |
| <i>Perceived Ease of Use</i> | 0,327 |
| <i>Perceived Credibility</i> | 0,209 |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 4)

Dapat dilihat data hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser* pada tabel diatas (tabel 4.17) memberikan hasil bahwa nilai signifikansi pada variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived credibility* berturut-turut sebesar 0,165 ; 0,327 ; 0,209. Artinya nilai signifikansi model 2 untuk masing-masing variabel lebih besar dari $\alpha = 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak ada masalah heteroskedastisitas atau bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 3

| Variabel Independen | Sig. |
|------------------------------|-------|
| <i>Attitude Toward Using</i> | 0,153 |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 4)

Dapat dilihat data hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser* pada tabel diatas (tabel 4.18) memberikan hasil bahwa nilai signifikansi pada variabel *attitude toward using* sebesar 0,153. Artinya nilai signifikansi model 3 pada setiap variabel

lebih besar dari $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas atau bebas dari masalah heteroskedastisitas.

4.4.1.3. Uji Multikolinieritas

Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen. Metode yang digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas melalui *tolerance value* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai toleransi (*tolerance value*) $> 0,1$ dan $VIF \leq 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2011) dalam (Carolina, 2017).

Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinieritas Model 1

| Variabel Independen | <i>Tolerance</i> | VIF |
|------------------------------|------------------|-------|
| <i>Perceived Usefulness</i> | 0,887 | 1,128 |
| <i>Perceived Ease of Use</i> | 0,864 | 1,157 |
| <i>Perceived Credibility</i> | 0,961 | 1,041 |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 4)

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada setiap variabel independen model 1 di penelitian ini memiliki nilai *Tolerance* $> 0,1$ yang berarti tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* di masing- masing variabel dalam penelitian ini adalah ≤ 10 , hal ini menunjukkan bahwa semua variabel pada model 1 tidak memiliki masalah multikolinieritas atau bebas dari masalah multikolinieritas.

Tabel 4. 20 Hasil Uji Multikolinieritas Model 2

| Variabel Independen | <i>Tolerance</i> | VIF |
|------------------------------|------------------|-------|
| <i>Perceived Usefulness</i> | 0,887 | 1,128 |
| <i>Perceived Ease of Use</i> | 0,864 | 1,157 |
| <i>Perceived Credibility</i> | 0,961 | 1,041 |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 4)

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada setiap variabel independen model 2 di penelitian ini memiliki nilai *Tolerance* $>0,1$ yang berarti tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* di masing- masing variabel dalam penelitian ini adalah ≤ 10 , hal ini menunjukkan bahwa semua variabel pada model 2 tidak memiliki masalah multikolinieritas, atau telah terbebas dari masalah multikolinieritas.

Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikolinieritas Model 3

| Variabel Independen | <i>Tolerance</i> | VIF |
|------------------------------|------------------|-------|
| <i>Attitude Toward Using</i> | 1,000 | 1,000 |

Sumber: Data primer diolah, 2020 (Lampiran 4)

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel intervening model 3 di penelitian ini memiliki nilai *Tolerance* $>0,1$ yang berarti tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Sedangkan pada nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* pada variabel dalam penelitian ini memiliki nilai ≤ 10 , hal ini menunjukkan variabel pada model 3 telah terbebas dari masalah multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinieritas.

4.5. Model Pengujian Hipotesis

4.5.1. Pengujian Hipotesis (H_1 , H_2 , H_3)

Untuk menguji hipotesis 1, 2, dan 3, penelitian ini menggunakan model 1.

Bentuk model persamaan regresi model 1 dijelaskan sebagai berikut :

$$\text{Persamaan 1} : Y_2 = \alpha + \beta_1 \text{PU} + \beta_2 \text{PEOU} + \beta_3 \text{PC} + \varepsilon$$

Dalam uji H_1 , H_2 , H_3 yaitu variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Credibility* terhadap *Behavioral Intention* akan dilakukan pengujian pada masing- masing hipotesis. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Model 1

| Variabel | F-Test | Sig F | R ² | Adj R ² |
|---------------------------------------------------------------|--------|-------|----------------|--------------------|
| $\beta_1 \text{PU} + \beta_2 \text{PEOU} + \beta_3 \text{PC}$ | 85.271 | 0,000 | 0,839 | 0,829 |

Sumber : Data Primer diolah, 2020 (Lampiran 5)

Berdasarkan tabel 4.22 hasil pengujian model 1 diatas, dapat dilihat bahwa nilai F test sebesar 85.271 dengan nilai *Sig. F* sebesar 0,000 yang berarti signifikan pada level 1% maka model fit untuk digunakan. Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan atau secara simultan *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived credibility* berpengaruh secara langsung terhadap minat menggunakan (*behavioral intention*).

Kemudian berdasarkan hasil dari tabel 4.22 hasil pengujian model 1 diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R² dari model 1 yaitu variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived credibility* adalah sebesar

0,839. Nilai sebesar 0,839 adalah hasil kuadran dari nilai koefisien korelasi (R) dengan perhitungan $(0,916)^2 = 0,839$ atau apabila dipersenkan akan menjadi 83,9 %. Hasil tersebut memiliki arti bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived credibility* secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan (*behavioral intention*) suatu teknologi informasi akuntansi di perusahaan sebesar 83,9%, sedangkan sisanya atau $100\% - 83,9\% = 16,1\%$ lainnya, dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini. Dan hasil dari *adjusted R²* dari model 1 yaitu variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived credibility* adalah sebesar 0,829 apabila dipersenkan akan menjadi 82,9 %. Hasil tersebut memiliki arti bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived credibility* secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan (*behavioral intention*) suatu teknologi informasi akuntansi di perusahaan sebesar 82,9%, sedangkan sisanya atau $100\% - 82,9\% = 17,1\%$ lainnya, dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Tabel 4. 23 Hasil Uji Hipotesis Model 1

| Variabel | Koefisien β standardized | T- Test | Sig T |
|----------------|--------------------------------|---------|-------|
| β_1 PU | 0,434 | 7.129 | 0,000 |
| β_2 PEOU | 0,594 | 9.636 | 0,000 |
| β_3 PC | 0,229 | 3.926 | 0,000 |

Sumber : Data Primer diolah, 2020 (Lampiran 5)

Dari tabel 4.23 hasil Uji Hipotesis model 1 diatas, terlihat bahwa nilai beta (β) *Perceived Usefulness* adalah sebesar 0,434 dengan nilai T-test sebesar 7.129, dan nilai sig T sebesar 0,000. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) dan signifikan pada level 1%. Dengan demikian pernyataan H₁ yang menyatakan

bahwa *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) bisa terdukung secara empiris dan dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima. Hasil penelitian ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aditya & Wardhana, 2016) bahwa persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (*Behavioral Intention*).

Dari tabel 4.23 hasil Uji Hipotesis model 1 diatas, terlihat bahwa nilai beta (β) *Perceived Ease of Use* adalah sebesar 0,594 dengan nilai T-test sebesar 9.636, dan nilai sig T sebesar 0,000. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) dan signifikan pada level 1%. Dengan demikian pernyataan H₂ yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) bisa terdukung secara empiris dan dapat disimpulkan bahwa H₂ diterima. Hasil penelitian ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aditya & Wardhana, 2016) bahwa persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (*Behavioral Intention*).

Dari tabel 4.23 hasil Uji Hipotesis model 1 diatas, terlihat bahwa nilai beta (β) *Perceived Credibility* (PC) adalah sebesar 0,229 dengan nilai T-test sebesar 3.926, dan nilai sig T sebesar 0,000. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *Perceived Credibility* (PC) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI)

dan signifikan pada level 1%. Dengan demikian pernyataan H₃ yang menyatakan bahwa *Perceived Credibility* (PC) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) bisa terdukung secara empiris dan dapat disimpulkan bahwa H₃ diterima. Hasil penelitian ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wang et al., 2003) dan (Ramadhan, 2016) bahwa persepsi kegunaan (*Perceived Credibility*) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (*Behavioral Intention*).

4.5.2. Pengujian Hipotesis (H₄, H₅, H₆)

Untuk menguji hipotesis 4, 5, dan 6, penelitian ini menggunakan model 2. Adapun bentuk persamaan regresi model 2 dijelaskan sebagai berikut :

$$\text{Persamaan 2} : Y_1 = \alpha + \beta_4 \text{PU} + \beta_5 \text{PEOU} + \beta_6 \text{PC} + \varepsilon$$

Dalam uji H₄, H₅, H₆ yaitu variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Credibility* terhadap *Attitude Toward Using* akan dilakukan pengujian pada masing- masing hipotesis. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. 24 Hasil Pengujian Model 2

| Variabel | F-Test | Sig F | R ² | Adj R ² |
|---------------------------------------------------------------|--------|-------|----------------|--------------------|
| $\beta_1 \text{PU} + \beta_2 \text{PEOU} + \beta_3 \text{PC}$ | 21.663 | 0,000 | 0,570 | 0,544 |

Sumber : Data Primer diolah, 2020 (Lampiran 5)

Berdasarkan tabel 4.24 hasil pengujian model 2 diatas, dapat dilihat bahwa nilai F test sebesar 21.663 dengan nilai Sig. F sebesar 0,000 yang berarti signifikan

pada level 1% maka model fit untuk digunakan. Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan atau secara simultan *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived credibility* berpengaruh terhadap sikap penerimaan penggunaan (*attitude toward using*).

Kemudian berdasarkan hasil dari tabel 4.24 hasil pengujian model 2 diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R^2 dari model 2 yaitu *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived credibility* adalah sebesar 0,570. Nilai sebesar 0,570 adalah hasil kuadran dari nilai koefisien korelasi (R) dengan perhitungan $(0,755)^2 = 0,570$ atau apabila dipersenkan akan menjadi 57 %. Hasil tersebut memiliki arti bahwa *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived credibility* secara simultan berpengaruh terhadap sikap penerimaan penggunaan (*attitude toward using*) suatu teknologi informasi akuntansi di perusahaan sebesar 57 %, sedangkan sisanya atau $100 \% - 57\% = 43\%$ lainnya, dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini. Dan hasil dari *adjusted R²* dari model 1 yaitu variabel *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived credibility* adalah sebesar 0,544 apabila dipersenkan akan menjadi 54,4 %. Hasil tersebut memiliki arti bahwa *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived credibility* secara simultan berpengaruh terhadap sikap penerimaan penggunaan (*attitude toward using*) suatu teknologi informasi akuntansi di perusahaan sebesar 54,4%, sedangkan sisanya atau $100\% - 54,4\% = 45,6 \%$ lainnya, dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Tabel 4. 25 Hasil Uji Hipotesis Model 2

| Variabel | Koefisien β standardized | T- Test | Sig T |
|----------------|--------------------------------|---------|-------|
| β_1 PU | 0,027 | 0.275 | 0,785 |
| β_2 PEOU | 0,596 | 5.919 | 0,000 |
| β_3 PC | 0,348 | 3.638 | 0,001 |

Sumber : Data Primer diolah, 2020 (Lampiran 5)

Dari tabel 4.25 hasil Uji Hipotesis model 2 diatas, terlihat bahwa nilai beta (β) *Perceived Usefulness* adalah sebesar 0,027 dengan nilai T-test sebesar 0.275, dan nilai sig T sebesar 0,785. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) namun secara statistik tidak signifikan. Dengan demikian pernyataan H₄ yang menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) tidak bisa terdukung secara empiris dan dapat disimpulkan bahwa H₄ diterima. Hasil penelitian ini mendukung teori *Theory of Reason Action* (TRA) dan mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Tyas & Darma, 2017) yang mengatakan bahwa *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (ATU).

Dari tabel 4.25 hasil Uji Hipotesis model 2 diatas, terlihat bahwa nilai beta (β) *Perceived Ease of Use* adalah sebesar 0,596 dengan nilai T-test sebesar 5.919, dan nilai sig T sebesar 0,000. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) dan signifikan pada level 1%. Dengan demikian pernyataan H₅ yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) bisa terdukung secara empiris dan dapat disimpulkan

bahwa H₅ diterima. Hasil penelitian ini mendukung teori *Theory of Reason Action* (TRA) dan mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Davis, 1989) dan (Yani et al., 2013) bahwa persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (ATU).

Dari tabel 4.25 hasil Uji Hipotesis model 2 diatas, terlihat bahwa nilai beta (β) *Perceived Credibility* (PC) adalah sebesar 0,348 dengan nilai T-test sebesar 3.638, dan nilai sig T sebesar 0,001. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *Perceived Credibility* (PC) berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) dan signifikan pada level 1%. Dengan demikian pernyataan H₆ yang menyatakan bahwa *Perceived Credibility* (PC) berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* (ATU) bisa terdukung secara empiris dan dapat disimpulkan bahwa H₆ diterima. Hasil penelitian ini mendukung teori *Theory of Reason Action* (TRA) dan mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Istiarni & Hadiprajitno, 2014) bahwa persepsi kegunaan (*Perceived Credibility*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Attitude Toward Using* (ATU).

4.5.3. Pengujian Hipotesis (H₇)

Untuk menguji hipotesis 7, penelitian ini menggunakan model 3. Adapun bentuk persamaan regresi model 1 dijabarkan sebagai berikut :

$$\text{Persamaan 3} : Y_2 = \alpha + \beta_4 \text{ATU} + \varepsilon$$

Dalam uji H₇ yaitu variabel *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention* akan dilakukan pengujian. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. 26 Hasil Pengujian Model 3

| Variabel | F-Test | Sig F | R ² | Adj R ² |
|---------------|--------|-------|----------------|--------------------|
| β_4 ATU | 48.018 | 0,000 | 0,485 | 0,475 |

Sumber : Data Primer diolah, 2020 (Lampiran 5)

Berdasarkan tabel 4.26 hasil pengujian model 3 diatas, nilai F test sebesar 48.018 dengan nilai *Sig. F* sebesar 0,000 yang berarti signifikan pada level 1% maka model fit untuk digunakan. Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan atau secara simultan *Attitude Toward Using* berpengaruh secara langsung terhadap minat menggunakan (*Behavioral Intention*).

Berdasarkan hasil dari tabel 4.26 hasil pengujian model 3 diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi dari model 3 yaitu variabel *attitude toward using* adalah sebesar 0,485. Nilai sebesar 0,485 adalah hasil kuadran dari nilai koefisien korelasi (R) dengan perhitungan $(0,696)^2 = 0,485$ atau apabila dipersenkan akan menjadi 48,5 %. Hasil tersebut memiliki arti bahwa *attitude toward using* secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan (*behavioral intention*) suatu teknologi informasi akuntansi di perusahaan sebesar 85,3%, sedangkan sisanya atau $100\% - 48,5\% = 51,5\%$ lainnya, dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini. Dan hasil dari *adjusted R²* dari model 3 yaitu variabel *attitude toward using* adalah sebesar 0,475 apabila dipersenkan akan menjadi 47,5 %. Hasil tersebut memiliki arti bahwa *attitude toward using* secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan (*behavioral intention*) suatu teknologi informasi akuntansi di perusahaan sebesar 47,5%, sedangkan sisanya atau $100\% - 47,5\% = 52,5\%$ lainnya, dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Tabel 4. 27 Hasil Uji Hipotesis Model 3

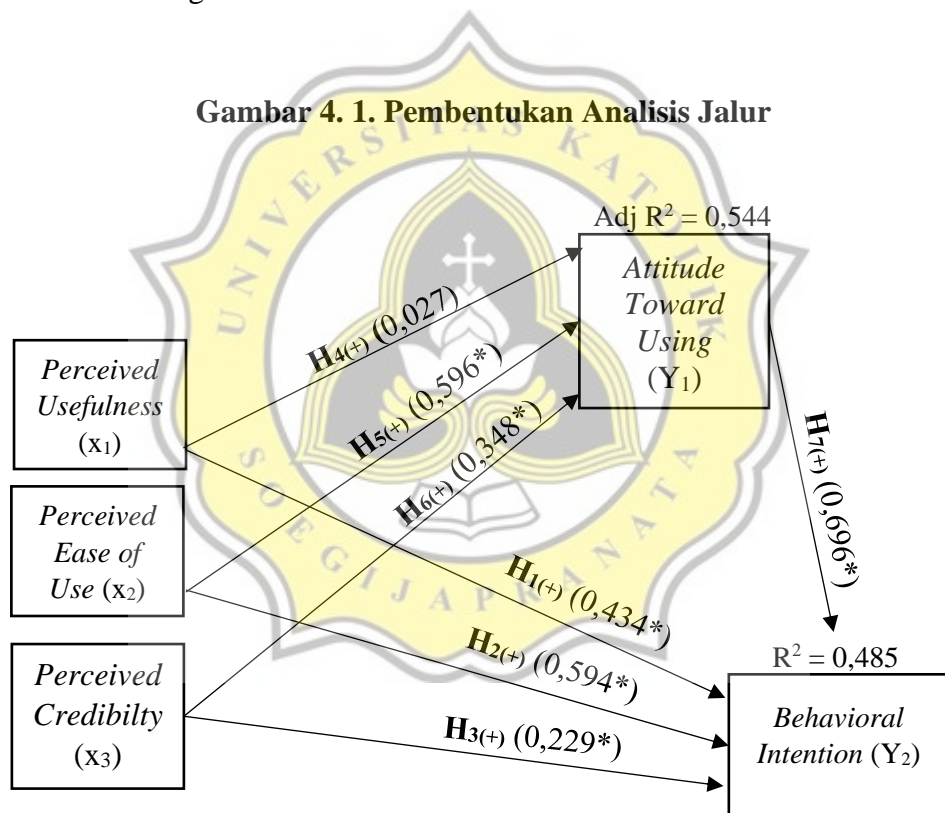
| Variabel | Koefisien β standardized | T- Test | Sig T |
|--------------------|--------------------------------|---------|-------|
| B ₄ ATU | 0,696 | 6.930 | 0,000 |

Sumber : Data Primer diolah, 2020 (Lampiran 5)

Dari tabel 4.27 hasil Uji Hipotesis model 3 diatas, terlihat bahwa nilai beta (β) *Attitude Toward Using* adalah sebesar 0,696 dengan nilai T-test sebesar 6.930, dan nilai sig T sebesar 0,000. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *Attitude Toward Using* (ATU) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) dan signifikan pada level 1%. Dengan demikian pernyataan H₇ yang menyatakan bahwa *Attitude Toward Using* (ATU) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) bisa terdukung secara empiris dan dapat disimpulkan bahwa H₇ diterima. Hasil penelitian ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Davis, 1989) dan (Yani et al., 2013) bahwa *Attitude Toward Using* (ATU) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (*Behavioral Intention*).

4.5.5. Analisis Jalur Model (*Path Analysis*)

Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived credibility* terhadap *behavioral intention*. Dan pengaruh tidak langsung *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived credibility* terhadap *attitude toward using* sebagai variabel intervening dalam penelitian ini. Dari analisis regresi model 1, model 2, dan model 3 diperoleh jalur model sebagai berikut.



Sumber: Data Primer diolah, 2020

Pada gambar 4.1. pembentukan analisis jalur diatas dapat dilihat H_1 ($0,434^*$). Hal tersebut berarti H_1 yang menyatakan X_1 berpengaruh positif terhadap Y_2 terdukung secara empiris dan signifikan pada level 1%.

Pada gambar 4.1. pembentukan analisis jalur diatas dapat dilihat H_2 (0,594*). Hal tersebut berarti H_2 yang menyatakan X_2 berpengaruh positif terhadap Y_2 terdukung secara empiris dan signifikan pada level 1%.

Pada gambar 4.1. pembentukan analisis jalur diatas dapat dilihat H_3 (0,229*). Hal tersebut berarti H_3 yang menyatakan X_3 berpengaruh positif terhadap Y_2 terdukung secara empiris dan signifikan pada level 1 %.

Pada gambar 4.1. pembentukan analisis jalur diatas dapat dilihat H_4 (0,027). Hal tersebut berarti H_4 yang menyatakan X_1 berpengaruh positif terhadap Y_1 terdukung secara empiris namun secara statistik tidak signifikan.

Pada gambar 4.1. pembentukan analisis jalur diatas dapat dilihat H_5 (0,596*). Hal tersebut berarti H_5 yang menyatakan X_2 berpengaruh positif terhadap Y_1 terdukung secara empiris dan signifikan pada level 1%.

Pada gambar 4.1. pembentukan analisis jalur diatas dapat dilihat H_6 (0,348*). Hal tersebut berarti H_6 yang menyatakan X_3 berpengaruh positif terhadap Y_1 terdukung secara empiris dan signifikan pada level 1%.

Pada gambar 4.1. pembentukan analisis jalur diatas dapat dilihat H_7 (0,696*). Hal tersebut berarti H_7 yang menyatakan Y_1 berpengaruh positif terhadap Y_2 terdukung secara empiris dan signifikan pada level 1%.

4.6. Pembahasan

Dari hasil analisis yang telah dijabarkan dalam penelitian ini mengenai analisis tentang penerimaan pengguna sistem informasi akuntansi dari perspektif TAM pengguna SIA pada toko bangunan di Semarang memberikan hasil sebagai berikut :

1. Variabel independen yang secara langsung berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen :

Perceived Usefulness terhadap *Behavioral Intention*. *Perceived usefulness* didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Hasil penelitian yang telah dilakukan kepada pengguna SIA di toko bangunan Semarang, menunjukkan bahwa dengan menggunakan SIA dapat mempercepat pekerjaannya, meningkatkan kinerja mereka, meningkatkan efektivitas kerja, dan meningkatkan produktivitas mereka. Apabila seseorang merasakan kegunaan atau manfaat saat menggunakan sistem informasi akuntansi dalam pekerjaannya, maka ia akan berminat untuk menggunakan sistem informasi tersebut bahkan lebih lanjut. Berdasarkan hasil uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Aditya & Wardhana, 2016) bahwa persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (*Behavioral Intention*).

Perceived Ease of Use terhadap *Behavioral Intention*. Persepsi kemudahan penggunaan yang berarti dimana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan bebas dari upaya atau tidak mengalami kesulitan dalam menggunakannya. Kemudahan yang dimaksud adalah seperti kemudahan sistem untuk dikontrol, kemudahan sistem untuk dipelajari, fleksibilitas interaksi, jelas, dan mudah untuk digunakan. Dengan meningkatnya persepsi seseorang akan kemudahan dalam menggunakan suatu sistem teknologi tertentu seperti SIA maka akan menghasilkan minat atau niat dalam menggunakan SIA. Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yaitu penelitian (Aditya & Wardhana, 2016) yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEOU) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (*Behavioral Intention*).

Perceived Credibility terhadap *Behavioral Intention*. Persepsi kredibilitas yang didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa sistem yang digunakan tetap menjamin keamanan dan privasinya. Oleh karena itu, dengan meningkatnya kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu sistem informasi akuntansi dan peningkatan kredibilitas suatu sistem informasi akuntansi, hal tersebut akan mempengaruhi minat atau niat dalam menggunakan teknologi oleh karyawan pengguna SIA. Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yaitu penelitian (Wang et al., 2003) dan (Ramadhan, 2016) yang

menyatakan bahwa *Perceived Credibility* (PC) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (*Behavioral Intention*).

2. Variabel independen yang secara tidak langsung berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap variabel intervening :

Perceived Ease of Use terhadap *Attitude Toward Using*. Persepsi kemudahan penggunaan yang berarti dimana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan bebas dari upaya atau tidak mengalami kesulitan dalam menggunakannya. Kemudahan yang dimaksud adalah seperti kemudahan sistem untuk dikontrol, kemudahan sistem untuk dipelajari, fleksibilitas interaksi, jelas, dan mudah untuk digunakan. Dengan meningkatnya persepsi seseorang akan kemudahan dalam menggunakan suatu sistem teknologi tertentu seperti SIA maka akan menghasilkan penerimaan dalam penggunaan sistem informasi yang tinggi pula. Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yaitu penelitian (Davis, 1989) dan (Yani et al., 2013) yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (ATU).

Perceived Credibility terhadap *Attitude Toward Using*. Persepsi kredibilitas yang didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa sistem yang digunakan tetap menjamin keamanan dan privasinya. Oleh karena itu, dengan meningkatnya kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu sistem informasi

akuntansi dan meningkatnya kredibilitas suatu sistem informasi akuntansi, hal tersebut akan mempengaruhi peningkatan penerimaan oleh karyawan pengguna SIA terhadap suatu sistem teknologi pada perusahaan. Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yaitu penelitian (Istiarni & Hadiprajitno, 2014) yang menyatakan bahwa *Perceived Credibility* (PC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (ATU).

3. Variabel independen yang secara tidak langsung berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel intervening :

Perceived Usefulness terhadap *Attitude Toward Using*. *Perceived usefulness* didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Hal tersebut dapat mengindikasikan bahwa, dapat diduga karena suatu teknologi informasi tertentu telah lama digunakan pada suatu perusahaan atau toko bangunan di Semarang ini, hal tersebut membuat para karyawan pengguna SIA tersebut terbiasa dalam menggunakan teknologi informasi tersebut. Hal ini juga dapat dilihat dari item usia atau umur pengguna (karyawan), masa kerja, tingkat pendidikan serta lamanya sistem tersebut telah digunakan oleh orang tersebut atau di perusahaan tersebut. Jika suatu perusahaan telah menggunakan suatu teknologi informasi dalam jangka waktu yang panjang dan tidak dilakukan pembaharuan sistem sama sekali selama

sistem tersebut dibuat, maka hal tersebut dapat mengakibatkan pengguna SIA semakin terbiasa dalam menggunakan sistem tersebut, karena pengguna telah mengetahui manfaat dari sistem tersebut sehingga hal tersebut tidak membantu mereka dalam hal peningkatan kualitas, efektifitas, dan efisiensi kinerja para penggunanya. Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Tyas & Darma, 2017) yang mengatakan bahwa *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Attitude Toward Using* (ATU).

4. Variabel intervening berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen :

Attitude Toward Using terhadap *Behavioral Intention*. *Attitude Toward Using* atau sikap penerimaan penggunaan terhadap suatu teknologi dapat diartikan sebagai evaluasi dari seseorang dalam bentuk perasaan positif atau negatif. Hasil penelitian terhadap karyawan pengguna SIA yang telah menggunakan suatu sistem teknologi dalam mengerjakan pekerjaan, mereka merasa menyukai dalam hal menggunakan, tertarik menggunakan, senang dalam penggunaan, dan menikmati suatu teknologi tersebut. Maka hal tersebut menunjukkan sikap penerimaan suatu sistem teknologi dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan SIA lebih lanjut. Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yaitu penelitian (Davis, 1989) dan (Yani et al., 2013) yang menyatakan bahwa

Attitude Toward Using (ATU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention (BI)*.

