

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *Perceived Usefulness* secara langsung memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Hal ini sesuai dengan definisi dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dibuat secara khusus untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*). TAM mendefinisikan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi kemauan untuk memanfaatkan teknologi yaitu salah satunya adalah persepsi manfaat kegunaan (*Perceived Usefulness*) dalam menggunakan teknologi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Aditya & Wardhana, 2016) yang menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*.
2. *Perceived Ease of Use* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Hal ini sesuai dengan definisi dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dibuat secara khusus untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*). TAM mendefinisikan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi kemauan untuk memanfaatkan teknologi yaitu salah satunya adalah persepsi akan kemudahan dalam

menggunakan teknologi (*Perceived Ease of Use*). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Aditya & Wardhana, 2016) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

3. *Perceived Credibility* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Hal ini sesuai dengan definisi dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dibuat secara khusus untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Wang et al., 2003) dan (Ramadhan, 2016) yang menyatakan bahwa *Perceived Credibility* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*.
4. *Perceived Usefulness* secara tidak langsung berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Attitude Toward Using* sebagai variabel intervening dalam penelitian ini. Hal ini sesuai dengan definisi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Tyas & Darma, 2017) yang menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Attitude Toward Using* sebagai variabel intervening dalam penelitian ini.
5. *Perceived Ease of Use* secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* sebagai variabel intervening dalam penelitian ini. Hal ini sesuai dengan definisi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan

oleh (Davis, 1989) dan (Yani et al., 2013) yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using* sebagai variabel intervening dalam penelitian ini.

6. *Perceived Credibility* secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Hal ini sesuai dengan definisi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Istiarni & Hadiprajitno, 2014) yang menyatakan bahwa *Perceived Credibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*.
7. *Attitude Toward Using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Hal ini sesuai dengan definisi dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dibuat secara khusus untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Davis, 1989) dan (Yani et al., 2013) yang menyatakan bahwa *Attitude Toward Using* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Behavioral Intention*.
8. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel *Attitude Toward Using* (ATU) yang digunakan sebagai variabel intervening dapat memediasi variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini. Berarti pada penelitian selanjutnya variabel *Attitude Toward Using* (ATU) dapat digunakan sebagai variabel independen.

## 5.2. Implikasi Penelitian

Implikasi teori dalam penelitian ini yaitu mengenai ketertarikan penerimaan teknologi khususnya dalam perilaku masyarakat yang menciptakan berbagai *Technology Acceptance Model* (TAM) seperti dalam penggunaan SIA perusahaan sehingga sistem yang telah diciptakan bisa bermanfaat bagi penggunanya.

Implikasi kebijakan dalam penelitian ini yaitu penggunaan SIA dalam proses pekerjaan dan SIA yang digunakan dapat membantu proses pekerjaan berjalan dengan lancar.

Implikasi praktek dalam penelitian ini meliputi peningkatan kinerja individu, membantu proses bisnis lebih efisien, memudahkan pemakai SIA untuk mengukur tingkat penerimaan pengguna SIA terhadap teknologi, dan pengembangan dari SIA tersebut sehingga pengguna lebih merasakan manfaat dari penggunaan SIA.

## 5.3. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini hanya terbatas pada :

1. Karyawan pengguna sistem informasi akuntansi di jenis usaha toko bangunan.
2. Sistem informasi yang digunakan pada toko bangunan ini telah digunakan cukup lama dan tidak dilakukan pembaruan sistem secara berkala sehingga pengguna SIA telah mengetahui manfaat dari sistem tersebut. Hal tersebut dapat mengakibatkan pengguna SIA merasa sistem tersebut tidak membantu

mereka dalam hal peningkatan kualitas, efektifitas, dan efisiensi kinerja para penggunanya.

#### **5.4. Usulan untuk penelitian selanjutnya**

Dalam pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) didefinisikan terdapat dua faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Dan pada penelitian ini peneliti hanya menambahkan satu variabel eksternal yaitu *Perceived Credibility*. Maka untuk penelitian selanjutnya dapat mencari lagi faktor lain atau variabel penelitian tambahan diluar variabel dalam penelitian ini, sehingga dapat digunakan sebagai hipotesis tambahan dalam penelitian.

Pada penelitian selanjutnya, peneliti juga bisa mencari sampel di kota lainnya selain di kota yang periset teliti yaitu di kota Semarang. Dan juga bisa meneliti di beberapa kota, sehingga tidak hanya terfokus di wilayah kota Semarang saja. Pada penelitian ini, sampel yang digunakan dalam penelitian dinilai masih cukup rendah yaitu hanya berjumlah 53 responden karyawan pengguna SIA di toko bangunan di Semarang. Saran dari periset agar peneliti selanjutnya dapat memperbanyak jumlah sampel yang digunakan.

Periset tidak membatasi hanya pada toko bangunan saja, tetapi bisa juga ke jenis perusahaan lainnya yang telah menggunakan sistem informasi akuntansi pada perusahaannya sehingga semakin banyak perusahaan yang lebih mengetahui mengenai pentingnya penggunaan SIA dalam pekerjaan dan faktor- faktor apa saja

yang mempengaruhi penggunaan SIA yang membuat pengguna SIA dapat meningkatkan atau memaksimalkan SIA yang telah ada.

