

**PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN HASIL MODEL
KESUKSESAN DELONE DAN MCLEAN TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS
*MOBILE PAYMENT***

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

TATA EMI WARDANI

NIM. 19.52.21.216

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
TAHUN 2023**

**PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN HASIL MODEL
KESUKSESAN DELONE DAN MCLEAN TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS
*MOBILE PAYMENT***

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

TATA EMI WARDANI

NIM. 19.52.21.216

Surakarta, 16 Maret 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



ARIF NUGROHO. M. Pd.
NIP: 19920516 201903 1 009

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : TATA EMI WARDANI
NIM : 19.52.21.216
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN HASIL MODEL KESUKSESAN DELONE DAN MCLEAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *MOBILE PAYMENT*”

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 16 Maret 2023



Tata Emi Wardani

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : TATA EMI WARDANI
NIM : 19.52.21.216
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul “PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN HASIL MODEL KESUKSESAN DELONE DAN MCLEAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *MOBILE PAYMENT*”

Benar-benar bukan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 16 Maret 2023



Tata Emi Wardani

Arif Nugroho, M.Pd.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Tata Emi Wardani

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Tata Emi Wardani NIM : 19.52.21.216 yang berjudul:

PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN HASIL
MODEL KESUKSESAN DELONE DAN MCLEAN TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *MOBILE
PAYMENT*

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S. Akun) dalam bidang ilmu Akuntansi Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 16 Maret 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



ARIF NUGROHO. M. Pd.

NIP: 19920516 201903 1 009

PENGESAHAN

**PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN HASIL MODEL
KESUKSESAN DELONE DAN MCLEAN TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS
MOBILE PAYMENT**

Oleh:

TATA EMI WARDANI
NIM. 19.52.21.216

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Selasa tanggal 04 April 2023 M / 13 Ramadhan 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Usnan, S.E.I., M.E.I.
NIP. 19850919 201403 1 001



Penguji II
Samsul Rosadi, M.Si.
NIK. 19871221 201701 1 165



Penguji III
Fahri Ali Ahzar, M.Si.
NIK. 19910513 201701 1 124



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Believe in yourself and all your possibilities even the small ones”

(Kim Namjoon)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa”

(Ridwan Kamil)

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan dengan penuh ketulusan, cinta, serta doa karya penelitian ini teruntuk:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua saya Bapak Ekat Supono dan Ibu Umi Sangadah yang selalu mencurahkan kasih sayang, motivasi, doa, dan memberikan dukungan yang tak terhitung nilainya.
3. Kakak perempuan saya Deta Sri Wardani yang senantiasa memotivasi, mendukung, dan memberi semangat kepada saya.
4. Kampus saya tercinta UIN Raden Mas Said Surakarta yang sudah menyediakan sarana prasarana kuliah serta berorganisasi.
5. Sahabat-sahabat saya yang telah membantu menyusun riset ini, Frisca, Indah, dan Faisah.
6. Seluruh rekan Akuntansi Syariah kelas G angkatan 2019 sebagai rekan seperjuangan selama masa kuliah.

KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang sudah memberikan hidayah, karunia dan Rahmat-Nya, oleh karenanya penulis bisa menuntaskan penulisan penelitian tentang “Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Hasil Model Kesuksesan Delone Dan Mclean Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *Mobile Payment*” yang merupakan tugas akhir dalam rangka memenuhi persyaratan meraih gelar Sarjana S1 Ekonomi bidang Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis memahami bahwasannya selama penelitian ini disusun, penulis memperoleh berbagai bantuan dari berbagai pihak, diantaranya dukungan waktu, tenaga, dan pikiran. Sehingga pada kesempatan baik ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., M.Pd., selaku rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. H. Khairul Imam, S.H.I, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

4. Fitri Laela Wijayati, S.E., M.Si, selaku Koordinator Prodi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
5. Arif Nugroho, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah membimbing dan mengarahkan penulis sepanjang proses penyelesaian skripsi.
6. Samsul Rosadi, S.Pd., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik Prodi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
7. Bapak beserta Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Bapak, Ibu, dan Kakak perempuan tercinta yang sudah banyak mencurahkan kasih sayang, doa, serta dukungan yang luar biasa untuk penulis.
9. Seluruh rekan-rekan akuntansi syariah kelas G angkatan 2019 dan program studi lain yang telah memberikan keceriaan dan arahan pada penulis selama menempuh studi di UIN Raden Mas Said Surakarta.
10. Semua pihak yang sudah memberi dukungan dan tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah berjasa dan membantu penulis baik moril maupun spirit dalam menyusun penelitian ini.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun

penulis serta dapat memberikan sumbangan pengetahuan dalam hal pendidikan.

Aamiin.

Wassalamua'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 16 Maret 2023

Penulis

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the Delone and Mclean models on user satisfaction of accounting information systems based mobile payment with trust as a mediating variable. The variables used are system quality, information quality, service quality, user satisfaction, and trust. This study used a purposive sampling technique and data analysis techniques using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). The data collection technique used a questionnaire which was distributed to food and beverage MSME actors in Klaten with a total sample of 100 respondents.

The results of this study prove that the quality of the system has no effect on trust. Information quality and service quality have a positive and significant influence on trust. Trust has a positive and significant influence on user satisfaction. System quality and information quality have a positive and significant impact on user satisfaction. The final finding of service quality has no effect on user satisfaction.

Keywords: Delone and Mclean Models, Trust, Accounting Information Systems, Mobile Payments.

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan guna mengidentifikasi pengaruh model delone dan mclean terhadap kepuasan para pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment* dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Studi ini memakai variabel berupa kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan pengguna. Sampel pada penelitian ini diambil dengan memakai metode *purposive sampling* dan data dianalisis memakai teknik *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Teknik pengumpulan data memakai kuesioner yang disebar kepada pelaku UMKM di bidang makanan dan minuman di Klaten, dengan total sampel sebesar 100 responden.

Hasil penelitian mengungkapkan kualitas sistem tidak mempengaruhi kepercayaan. Kualitas informasi dan layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kualitas sistem dan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Temuan terakhir adalah kualitas layanan tidak mempengaruhi kepuasan pengguna.

Kata Kunci: Model Delone dan Mclean, Kepercayaan, Sistem Informasi Akuntansi, *Mobile Payment*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
HALAMAN PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xii
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	21
1.2 Identifikasi Masalah	29
1.3 Batasan Masalah.....	30
1.4 Rumusan Masalah	30
1.5 Tujuan Penelitian.....	31
1.6 Manfaat Penelitian.....	31

1.7 Jadwal Penelitian	32
1.8 Sistematika Penulisan	32
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Teori	35
2.1.1 Model Kesuksesan Delone dan Mclean	35
2.1.2 Kualitas Sistem	37
2.1.3 Kualitas Informasi	38
2.1.4 Kualitas Layanan	39
2.1.5 Kepercayaan	40
2.1.6 Kepuasan Pengguna	41
2.2 Sistem Informasi Akuntansi	42
2.3 <i>Mobile Payment</i>	43
2.4 GoPay	43
2.5 Hasil Penelitian Yang Relevan	45
2.6 Kerangka Berpikir	52
2.7 Hipotesis Penelitian	53
2.7.1 Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepercayaan	53
2.7.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepercayaan	54
2.7.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan	55
2.7.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna	56
2.7.5 Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan Pengguna	57
2.7.6 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna ..	57
2.7.7 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna ...	58

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	60
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	60
3.3 Populasi dan Sampel.....	60
3.3.1 Populasi	60
3.3.2 Sampel	61
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	61
3.4 Sumber Data	62
3.5 Teknik Pengumpulan Data	62
3.6 Variabel Penelitian	63
3.6.1 Variabel Dependen (Y).....	63
3.6.2 Variabel Independen (X)	63
3.6.3 Variabel Mediasi (Z)	63
3.7 Definisi Operasional Variabel	64
3.8 Teknik Analisis Data	65
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	65
3.8.2 Uji Instrumen Data (<i>Outer Model</i>).....	66
3.8.3 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	68
3.8.4 Uji Mediasi	68

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian	70
4.2 Deskripsi Data Penelitian	70

4.3 Uji <i>Outer</i> Model	79
4.4 Uji <i>Inner</i> Model	84
4.5 Uji Hipotesis	85
4.6 Uji Mediasi	100
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Keterbatasan Penelitian	108
5.3 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian yang Relevan.....	45
Tabel 3.1	Skala <i>Likert</i>	62
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	64
Tabel 3.3	Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS.....	67
Tabel 4.1	Distribusi Kuesioner	70
Tabel 4.2	Data Karakteristik Responden	71
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif	74
Tabel 4.4	Rata-Rata Skor Penilaian Responden	75
Tabel 4.5	Nilai <i>Outer Loading</i>	80
Tabel 4.6	Nilai <i>Cross Loading</i>	81
Tabel 4.7	Nilai AVE.....	82
Tabel 4.8	Nilai <i>Fornell Larcker Criterion</i>	83
Tabel 4.9	Nilai <i>Cronbach Alpha dan Composite Reliability</i>	84
Tabel 4.10	Nilai <i>R Square</i>	84
Tabel 4.11	Hasil Uji Hipotesis	86
Tabel 4.12	Hasil Uji Tahap Pertama	99
Tabel 4.13	Hasil Uji Tahap Kedua	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Mobile Payment</i> di Indonesia	22
Gambar 2.1	Model Kesuksesan Delone dan Mclean 1992	35
Gambar 2.2	Model Kesuksesan Delone dan Mclean 2003	36
Gambar 2.3	Transaksi Gopay	44
Gambar 2.4	Pencairan Saldo	45
Gambar 2.5	Kerangka Berpikir	52
Gambar 3.1	Model <i>Direct Effect</i>	68
Gambar 3.2	Model <i>Indirect Effect</i>	69
Gambar 4.1	<i>Outer Loading</i>	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Penelitian	114
Lampiran 2: Jadwal Penelitian	115
Lampiran 3: Kuesioner Penelitian	116
Lampiran 4: Data Karakteristik Responden	122
Lampiran 5: Data Kuesioner Sebelum Diolah	135
Lampiran 6: <i>Output</i> SmartPLS	140
Lampiran 7: Penyebaran Kuesioner	144
Lampiran 8: Hasil Uji Plagiasi	145

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang semakin canggih di masa globalisasi membawa dampak signifikan terhadap teknologi informasi. Hampir setiap bidang usaha menggunakan teknologi informasi untuk mendukung operasional. Pemanfaatan teknologi informasi untuk membantu kegiatan operasional baik usaha besar maupun kecil telah menjadi kebutuhan pokok agar dapat bersaing di era globalisasi (Buana & Wirawati, 2018). Perusahaan harus dapat merancang serta memaksimalkan sistem informasi bermutu tinggi untuk mendukung operasi perusahaan mereka. Inovasi dalam pengembangan teknologi informasi yaitu sistem informasi akuntansi (Prayanthi et al., 2020).

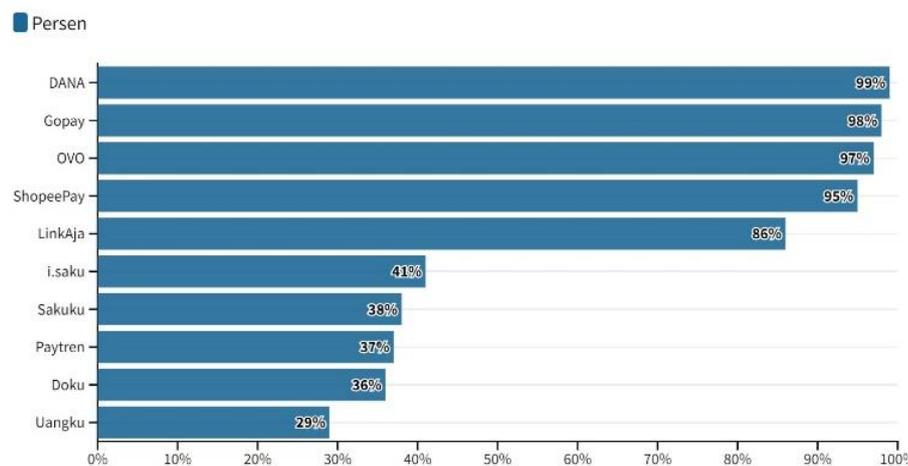
Sistem informasi akuntansi adalah sistem yang menghimpun, mengarsipkan, serta menganalisis data keuangan untuk digunakan dalam pengambilan keputusan. Semua tugas akuntansi termasuk pencatatan laporan keuangan dan audit laporan keuangan, ditangani oleh sistem informasi akuntansi (Maulida et al., 2020). Para pengguna laporan keuangan bisa mengakses laporan keuangan dengan efektif dan cepat berkat keberadaan sistem informasi akuntansi yang terkomputerisasi. Hasil dari laporan finansial yang berkualitas seperti mudah dipahami, relevan, dan tepat waktu dapat membantu pihak internal yaitu manajemen dalam mengambil keputusan (Buana & Wirawati, 2018).

Teknologi sistem informasi akuntansi yang berkembang pesat, juga telah

mempengaruhi sistem pembayaran yang dulunya mengandalkan uang tunai untuk bertransaksi, namun kini telah berkembang menjadi metode pembayaran nontunai yang lebih efektif dan terjangkau (Tarantang et al., 2019). Teknologi keuangan yang mulai dikembangkan di Indonesia yaitu *mobile payment*. *Mobile payment* merupakan layanan aplikasi elektronik yang berfungsi sebagai alat pembayaran dalam transaksi antar pengguna tanpa adanya interaksi fisik dan pembayarannya dapat dilakukan menggunakan *smartphone* (Aprilyanti, 2022). Munculnya teknologi keuangan berbasis digital yang banyak digunakan antara lain GoPay, OVO, DANA dan Shopee pay (Giovani & Oktaroza, 2021). Berikut merupakan grafik pengguna *mobile payment* di Indonesia:

10 Startup Digital Payment Paling Banyak Diketahui Masyarakat Indonesia

Q1 Tahun 2022



Gambar 1.1 *Mobile payment* di Indonesia

Sumber: Dailysocial, 2022

Dari gambar 1.1 memperlihatkan DANA, GoPay, OVO dan ShopeePay menjadi platform *mobile payment* yang paling banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia. DANA berhasil menempati posisi pertama dengan persentase

sebesar 99%, disusul Gopay pada posisi kedua dengan persentase sebesar 98%. Posisi Ketiga diraih oleh OVO dengan presentasi 98%. DANA, Gopay, dan OVO memiliki perbedaan yang sangat tipis yaitu 1%. Sedangkan pada posisi keempat terdapat Shopeepay dengan persentase sebesar 95%.

Munculnya *mobile payment* sebagai layanan teknologi keuangan dapat memudahkan masyarakat, khususnya pelaku UMKM dalam bertransaksi. Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) ialah usaha produktif mandiri yang dapat dioperasikan oleh satu atau sekelompok orang (Ningsih, 2020). UMKM memiliki peran yang penting dalam peningkatan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi serta penciptaan lapangan kerja di Indonesia. UMKM menjadi wadah bagi masyarakat yang memiliki modal usaha kecil tapi tetap dapat menjalankan kegiatan usahanya (Siagian, 2021). Kementerian Koperasi dan UKM mencatat ada 64,2 juta UMKM bisa memberikan 97% lapangan kerja serta berkontribusi pada PDB sebanyak Rp 8.573,89 triliun yang persentasenya 61,07% (idxchannel.com, 2022).

Pelaku UMKM memanfaatkan layanan *mobile payment* karena dinilai lebih berpeluang mendapat pemasukan yang tinggi. Pelaku UMKM juga terbantu dalam mengelola hasil penjualannya serta pencatatan kas yang lebih baik dari sebelumnya. Tingginya pengguna *mobile payment* di masyarakat membuat pelaku UMKM sadar untuk menggunakan teknologi keuangan pada bisnisnya. Namun tidak semua UMKM mengerti layanan berbasis teknologi keuangan (Wardani & Darmawan, 2020). Menurut Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Dan Perdagangan Kabupaten Klaten memiliki 55.100 usaha

yang tersebar di seluruh wilayah Klaten (dukmp.klaten.go.id, 2022). Eko Partono sebagai Sekretaris Dewan Kerajinan Nasional Daerah Jawa Tengah menyampaikan bahwa era digital menjadi tantangan bagi UMKM untuk menjangkau pasar dan bisa menjadi peluang bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan pasar dan bisnisnya. Upaya untuk memajukan UMKM Klaten dapat dilakukan dengan pemanfaatan teknologi digital, selain itu juga mengembangkan jaringan pemasaran usaha melalui pameran *online* atau *offline* (Klatenkab.go.id, 2021).

Pelaku UMKM dalam menggunakan sistem informasi akuntansi khususnya pada *gopay* dapat memudahkan untuk melaporkan transaksi keuangan secara rinci. Pendapatan yang meningkat meskipun tidak menggunakan sistem informasi berbasis digital dikarenakan tanpa menggunakan teknologi bukan berarti sistem informasi akuntansi berbasis digital tidak berhasil melainkan pendapatan yang meningkat dapat terjadi karena adanya dampak positif dari munculnya sistem tersebut.

Salah satu UMKM yang berperan terhadap perekonomian masyarakat di Klaten adalah industri pengolahan makanan dan minuman. Pada tahun 2021 terdapat 20 usaha olahan makanan dan minuman yang berhasil tembus di toko modern, hal tersebut dapat membuat masyarakat untuk mengenal hasil olahan UMKM, meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mengentaskan kemiskinan di Klaten (Klaten.sorot.co, 2021). Dipilihnya usaha makanan dan minuman karena industri tersebut salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang seiring dengan pertumbuhan penduduk serta peningkatan bahan

makanan pokok yang terus menerus tidak berpengaruh pada permintaan konsumen. Salah satu penyedia jasa layanan teknologi keuangan di kota Klaten ialah Gopay. Gopay merupakan bagian dari jenis *mobile payment* yang terdapat dalam aplikasi GoJek (Rakhmanita & Anggarini, 2020).

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Angga selaku pemilik warung makan dari salah satu UMKM makanan dan minuman yang berada di Klaten, alasan untuk menggunakan gopay karena gopay lebih mendominasi serta banyak konsumen yang menggunakannya. Mayoritas usaha yang ada disekitar juga lebih banyak memakai gopay daripada yang lainnya. Pencatatan transaksi juga berubah menjadi lebih mudah dan rapi sejak menggunakan gopay.

Beraneka ragam kemudahan yang ditawarkan *mobile payment* pada pelaku UMKM, menyebabkan fenomena terjadinya *cashless society* yang semakin meningkat. Teknologi yang semakin modern seperti sekarang ini bisa dimanfaatkan pelaku UMKM makanan dan minuman di Klaten untuk membantu dalam pencatatan dan mengolah transaksi keuangan. Pelaku UMKM dengan mudah melihat penghasilan yang masuk pada tiap harinya melalui sistem.

Keberhasilan sistem informasi bisa diukur melalui model DeLone & McLean (2003) yaitu meliputi enam faktor yang menentukan kesuksesan sistem. Faktor-faktor tersebut diantaranya kualitas informasi, kualitas layanan, kualitas sistem, niat pengguna, manfaat bersih, dan kepuasan pengguna. Pada studi ini nantinya menguji variabel kualitas sistem, kualitas layanan, kualitas informasi, kepuasan pengguna, serta menambahkan kepercayaan menjadi

variabel mediasi. Kepercayaan merupakan suatu kondisi dan perasaan yang dirasakan pengguna untuk percaya terhadap suatu sistem dan bisa dipakai untuk menjalin hubungan jangka panjang dalam melakukan transaksi dengan pengguna sistem informasi (Prajoko et al., 2022).

Kepercayaan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pengguna. Tingginya kepercayaan pada sistem informasi dapat membuat pengguna semakin merasa puas (Supertini et al., 2020). Kepuasan pengguna merupakan kondisi saat individu merasakan kepuasan sesudah memakai sistem informasi sebab kemudahan mengoperasikan sistem. Rasa puas dari pengguna yang telah memakai sistem menjadi faktor penentu dalam kesuksesan sebuah sistem informasi (Agustina et al., 2021).

Sesuai penelitian Imanda & Nuridin (2018) menunjukkan kepercayaan pengguna mempengaruhi secara signifikan pada kepuasan pengguna. Kondisi tersebut diperkuat oleh studi Wicaksono (2020) bahwa ada dampak positif signifikan antara kepercayaan dengan kepuasan pengguna. Indriyani & Helling (2018) lewat penelitiannya menyatakan hal yang sama bahwa kepercayaan berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pengguna.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepercayaan pengguna, salah satunya ialah kualitas sistem. *System quality* merupakan kombinasi antara *software*, *hardware*, *brainware*, *database*, dan jaringan komunikasi untuk menghasilkan informasi yang berkualitas (Andari et al., 2022). Penelitian yang dilakukan Gunawan et al. (2019), Geebren et al. (2021) menyatakan kepercayaan pengguna dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas sistem.

Didukung oleh studi dari Yuan et al. (2020) bahwa kualitas sistem berhubungan positif dengan kepercayaan pengguna.

Kualitas sistem yang memadai dapat menyebabkan pengguna percaya dan menimbulkan kepuasan pada penggunanya. Penelitian yang telah dilakukan Agustina et al. (2021) membuktikan kualitas sistem mempengaruhi kepuasan pengguna secara signifikan. Yuan et al. (2020) melaksanakan studi dengan hasil secara positif kualitas sistem mempengaruhi kepuasan pengguna. Hariyadi et al. (2019), Buana & Wirawati (2018) menunjukkan kualitas sistem mempengaruhi secara positif signifikan pada kepuasan pengguna.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi kepercayaan adalah kualitas informasi. *Information quality* adalah hasil sistem informasi akuntansi berupa informasi yang dimanfaatkan oleh penggunanya untuk pengambilan keputusan. Makin baik kualitas informasi, maka keputusan yang ditetapkan juga makin tepat (Buana & Wirawati, 2018). Temuan penelitian yang dilakukan Maulana & Nasir (2021) menerangkan ada hubungan positif antara kualitas informasi dengan kepercayaan pengguna. Sedangkan Yuan et al. (2020) menurut risetnya membuktikan kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna. Gunawan et al. (2019) menunjukkan kualitas informasi mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna.

Kepercayaan dapat diperoleh apabila informasi tersebut bagus dan bisa dimanfaatkan dalam penetapan keputusan. Informasi yang baik juga bisa menambah kepuasan pengguna. Sesuai penelitian yang dilakukan Raihan &

Trihatmoko (2020), Franque et al. (2021) diketahui kualitas informasi berdampak positif terhadap *user satisfaction*. Didukung oleh hasil studi Giovani & Oktaroza (2021) bahwasannya kualitas informasi berpengaruh positif signifikan pada kepuasan pengguna. Bertentangan dengan studi Brata et al. (2018) bahwasannya kualitas informasi tidak memiliki dampak yang terlihat pada kepuasan pengguna.

Kepercayaan pengguna juga dipengaruhi kualitas dari layanan sistem informasi. *Service quality* merupakan tolak ukur mengenai seberapa baik tingkat layanan tersebut diberikan dalam memenuhi ekspektasi pengguna sistem informasi (Fajarini & Meria, 2020). Didukung penelitian Hasanudin & Arifianto (2020) kualitas layanan berpengaruh signifikan pada kepercayaan. Nurhadi & Aziz (2018) kualitas layanan berdampak positif pada kepercayaan pengguna. Didukung penelitian Pratiwi & Suparna (2018) menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan pengguna.

Pelanggan yang sudah percaya pada pelayanan yang diberikan dan merasa terbantu maka dapat juga menimbulkan kepuasan. Riset yang dilaksanakan Amarin & Wijaksana (2021) menyebut kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan pengguna. Andari & Mulyantomo (2020) dalam penelitiannya menunjukkan secara positif kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pengguna. Didukung temuan Franque et al. (2021) yang menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Adapun Brata et al. (2018) melalui risetnya mengungkapkan kualitas layanan tidak berdampak

signifikan pada kepuasan pengguna.

Penelitian ini sebagai tindak lanjut atas riset yang dilaksanakan oleh Franque et al. (2021), pada studi ini terdapat perbedaan yang terletak pada variabel, sampel dan responden. Dalam penelitian ini ditambahkan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Perbedaan kedua terletak pada sampel dan responden penelitian, yang mana riset sebelumnya dilaksanakan pada *mobile payment* (M-Pesa) di Afrika, sedangkan penelitian ini adalah *mobile payment* (Gopay) di Kabupaten Klaten. Adapun penelitian sebelumnya responden berasal dari pengguna M-Pesa di Afrika, Sedangkan penelitian ini responden berasal dari pelaku UMKM makanan dan minuman yang menggunakan *mobile payment* di Kabupaten Klaten.

Berdasarkan latar belakang yang telah terurai, tujuan riset ini adalah guna mengidentifikasi bagaimana peran mediasi kepercayaan pada model Delone dan Mclean terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi khususnya pelaku UMKM makanan dan minuman yang menggunakan *mobile payment*. Sehingga peneliti ingin melaksanakan studi dengan judul “Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Hasil Model Kesuksesan Delone Dan Mclean Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *Mobile Payment*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Merujuk pada penjelasan latar belakang tersebut, bisa diidentifikasi sejumlah persoalan yang terdapat pada penelitian ini diantaranya:

1. Era digital menjadi tantangan dan peluang bagi pelaku UMKM di Klaten

untuk mengembangkan usahanya.

2. Perkembangan teknologi sistem informasi akuntansi membuat pelaku UMKM tertarik menggunakan *mobile payment*.
3. Masih terdapat pelaku UMKM yang kurang mengetahui sistem informasi akuntansi berbasis digital.

1.3 Batasan Masalah

Mengingat banyaknya permasalahan, waktu, dan berbagai keterbatasan penelitian, diharapkan penelitian ini tidak menyimpang dari pembahasan. Oleh karena itu, penulis membatasi masalah dengan memfokuskan terkait Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Hasil Model Delone dan Mclean Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *Mobile Payment* pada pelaku UMKM makanan dan minuman yang berada di Klaten.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna sistem informasi akuntansi?
2. Apakah kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna sistem informasi akuntansi?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna sistem informasi akuntansi?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi?
5. Apakah kualitas sistem berpengaruh positif terhadap terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi?

6. Apakah kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi?
7. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh antara kualitas sistem terhadap kepercayaan pengguna sistem informasi akuntansi.
2. Menganalisis pengaruh antara kualitas informasi terhadap kepercayaan pengguna sistem informasi akuntansi.
3. Menganalisis pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepercayaan pengguna sistem informasi akuntansi.
4. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi.
5. Menganalisis pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi.
6. Menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi.
7. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Akademik

Harapannya riset ini bisa digunakan sebagai referensi bagi akademik untuk

proses pembelajaran di perkuliahan terkait perkembangan layanan keuangan.

2. Bagi Penelitian Berikutnya

Harapannya riset ini bisa bermanfaat menjadi sumber rujukan bagi peneliti di masa mendatang yang akan melaksanakan riset lebih dalam mengenai model Delone dan Mclean.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Pihak Perusahaan

Diharapkan riset ini bisa membantu para penyedia layanan untuk mengidentifikasi masalah sistem informasi akuntansi berbasis digital pada pelaku usaha.

2. Bagi Pelaku UMKM

Dengan adanya riset yang dilakukan, diharapkan dapat memberi masukan dan rekomendasi yang bisa dimanfaatkan sebagai pertimbangan pelaku UMKM untuk menggunakan layanan sistem informasi akuntansi berupa *mobile payment* agar memudahkan dalam pencatatan laporan finansial.

1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan riset ini mencakup lima bab diantaranya pendahuluan, kajian teori, metode riset, analisa data dan pembahasan, dan terakhir adalah simpulan dan saran. Berikut merupakan informasi lebih rinci tentang sistem penulisan:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian pertama memuat latar belakang, pengidentifikasian masalah, Batasan masalah, maksud dan kegunaan riset, dan sistematika penyusunan dicakup dalam ikhtisar bab ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian kedua menguraikan perihal berbagai teori dan konsep yang menawarkan solusi untuk masalah penelitian saat ini yakni kualitas sistem, informasi, dan layanan, kepuasan serta kepercayaan pengguna terhadap sistem informasi akuntansi, riset terdahulu yang relevan dan uraian hipotesis yang ditetapkan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan rancangan eksperimen yang melibatkan sampel dan populasi riset, sumber beserta teknik pengumpulan data, metode pengujian variabel, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian keempat mendeskripsikan analisis data dan olah data yang dilaksanakan memakai perangkat lunak SmartPLS, *output* uji hipotesis dan pembahasan tentang *output* yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bagian terakhir menguraikan tentang simpulan dan implikasinya sesudah menganalisis data, keterbatasan riset, dan rekomendasi bagi studi selanjutnya.

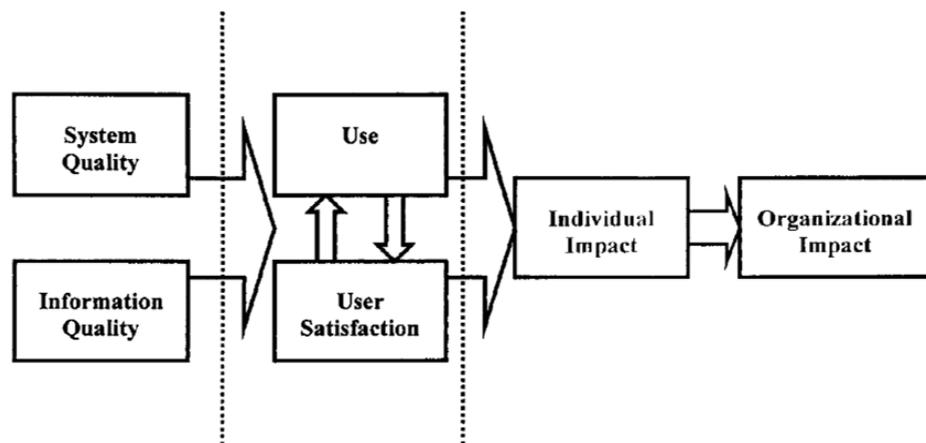
BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Model Kesuksesan Delone Dan Mclean

Penelitian yang dilakukan Delone dan Mclean ialah kajian yang dipakai guna menilai kajian efektivitas sistem informasi. Model pertama dikembangkan tahun 1992 oleh William H. DeLone dan Ephraim R. McLean yang menganalisis kinerja menurut enam variabel yang memiliki saling terintegrasi diantaranya: kualitas sistem, penggunaan, kualitas informasi, kepuasan pengguna, dampak organisasi, dan dampak individu (DeLone & McLean, 2003).

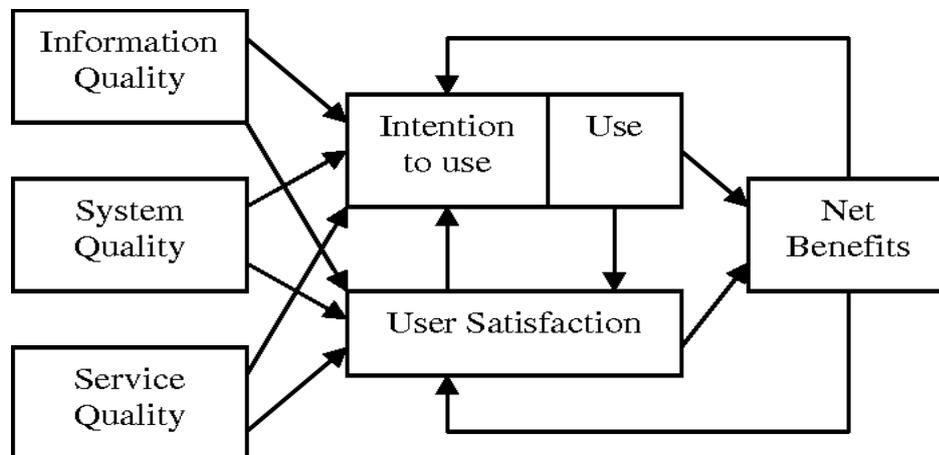


Gambar 2.1 Model DeLone & McLean 1992

Sumber: DeLone & McLean, 2003

Diketahui variabel kualitas informasi dan kualitas sistem mempengaruhi kepuasan pengguna dan penggunaan, selanjutnya variabel penggunaan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna, begitu pun sebaliknya.

Berikutnya variabel penggunaan dan kepuasan pengguna berpengaruh pada dampak individual, yang pada gilirannya berpengaruh pada variabel dampak organisasi (*organizational impact*). Sejumlah penelitian telah dilakukan dari waktu ke waktu untuk mendukung keandalan model sukses DeLone dan Mclean. Tercatat tahun 2003 terdapat peningkatan model DeLone dan Mclean dengan memasukkan sejumlah variabel yaitu kualitas pelayanan, niat penggunaan, dan menambah variabel manfaat bersih sebagai pengganti dari variabel dampak individu dan organisasi (DeLone & McLean, 2003)



Gambar 2.2 Model Kesuksesan DeLone & McLean (2003)

Sumber: Delone & Mclean, 2003

Variabel kualitas layanan (*service quality*) dimasukkan kedalam model keberhasilan DeLone dan Mclean karena kualitas dapat diukur berdasarkan sistem yang digunakan, informasi yang dihasilkan, dan layanan yang diberikan. maka tiap variabel wajib diuji secara terpisah-pisah. Apabila diuji secara tidak terpisah, maka akan mempengaruhi variabel penggunaan serta variabel kepuasan pengguna. Variabel niat untuk penggunaan ditambahkan DeLone &

McLean (2003) karena variabel penggunaan (*use*) sulit untuk dijelaskan dari berbagai sudut. Selanjutnya, variabel manfaat bersih merupakan pengganti dari variabel *organization impact* dan *individual impact*. Penyesuaian ini dilakukan karena sebuah sistem informasi memiliki efek signifikan pada masyarakat atau hubungan antar perusahaan di dalam entitas itu (DeLone & McLean, 2003). Pada studi ini, peneliti memakai sejumlah variabel antara lain kualitas sistem, kualitas layanan, kualitas informasi, serta kepuasan pengguna.

2.1.2 Kualitas Sistem

Kualitas sistem adalah ciri khas dari sebuah kualitas yang diharapkan dari sistem informasi serta informasi yang terdapat pada sifat produk (DeLone & McLean, 2003). *System quality* menurut Azhar (2013) merupakan penggabungan seluruh elemen dan sub-elemen untuk pengembangan sistem informasi dan pelaporan yang efisien. Elemen tersebut meliputi perangkat lunak, perangkat keras, *brainware*, *database*, serta jaringan komunikasi. Tam & Oliveira (2017) menyebut kualitas sistem bisa dinilai dengan mempertimbangkan tolak ukur di bawah ini:

1. Kemudahan Penggunaan (*Ease Of Use*)

Sistem informasi bisa dinyatakan bermutu apabila dibuat guna memberi kemudahan bagi penggunanya dari pemakaian sistem informasi. Untuk mengukurnya didasarkan dari pengalaman pengguna yang telah memakai sistem informasi. Dari keadaan inilah, kemudahan pemakaian tidak hanya untuk memudahkan dalam mempelajari serta menggunakan suatu sistem, tetapi dapat pula digunakan untuk memudahkan pekerjaan.

2. Fungsionalitas (*Functionality*)

Suatu sistem dapat dikatakan memiliki kualitas, jika bermanfaat kepada individu ataupun organisasi dalam melakukan aktivitas operasional dan pengambilan keputusan. Selain itu, fitur-fitur yang ditampilkan harus sesuai dengan kebutuhan pengguna.

3. Integrasi (*Integration*)

Sistem akan lebih efektif dan efisien untuk digunakan jika subsistem terhubung untuk memaksimalkan aliran data.

4. Flexibilitas (*Flexibility*)

Sistem informasi harus mampu melakukan modifikasi yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan sistem informasi. Bila sistem ini mampu memenuhi keinginan penggunanya, maka rasa puas pelanggan atas sistem informasi pun semakin bertambah.

5. Keandalan Sistem (*Reliability*)

Suatu sistem dianggap berkualitas jika tahan terhadap kerusakan atau kesalahan yang akan mungkin terjadi.

2.1.3 Kualitas Informasi

Kualitas informasi mengevaluasi hasil atau kualitas suatu sistem informasi khususnya berwujud laporan (DeLone & McLean, 2003). Azhar (2013) menegaskan bahwa kualitas informasi adalah sebuah informasi yang akurat, cepat, dan sesuai dengan keperluan pengelolaan serta informasi yang lengkap. Informasi yang bermanfaat bagi pengambil keputusan adalah informasi yang baik. Terdapat beberapa indikator menurut Tam & Oliveira (2017) dari kualitas

informasi, sebagai berikut:

1. Akurat (*Accuracy*)

Output dari sistem teknologi informasi yang sempurna dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan menunjukkan seberapa akurat informasi.

2. Tepat Waktu (*Timeliness*)

Disebut berkualitas jika informasinya tepat waktu dan andal. Ketika informasi diperoleh terlambat, nilainya akan berkurang yang berdampak pada pengambilan keputusan.

3. Lengkap (*Completeness*)

Ketika semua informasi memenuhi persyaratan untuk membantu pengambilan keputusan, dapat dikatakan informasi tersebut berkualitas.

4. Relevan (*Relevance*)

Jika informasi mempunyai keterkaitan yang jelas dan akurat, maka informasi tersebut berkualitas dan akan sangat membantu dalam penetapan kebijakan.

2.1.4 Kualitas Layanan

Kualitas layanan ialah kualitas tambahan yang didapatkan oleh pemakai sistem informasi dari divisi *information technology* (IT) (DeLone & McLean, 2003). Menurut Fajarini & Meria (2020) *service quality* merupakan tolak ukur seberapa baik pelayanan yang diberikan selaras dengan kebutuhan penggunanya. Kualitas layanan bergantung pada kapasitas penyedia jasa dalam merealisasikan keinginan atau kebutuhan pengguna yang selaras dengan

harapan pengguna. Kualitas layanan berdasarkan pendapat Tam & Oliveira (2017) diukur dengan:

1. Jaminan (*Assurance*)

Berkualitasnya layanan, yaitu dapat memastikan bahwa kesalahan tidak akan terjadi lagi dan dapat memastikan data yang disimpan dalam sistem informasi aman.

2. Kecepatan Respon (*Responsiveness*)

Kepuasan pengguna sistem informasi dapat terpengaruh jika respon yang diberikan tertunda atau mengalami keterlambatan.

3. Empati (*Empathy*)

Jika suatu layanan dapat memenuhi kebutuhan pengguna sistem informasi dan dalam berkomunikasi menggunakan tutur kata yang baik, maka dapat dikatakan berkualitas.

2.1.5 Kepercayaan

Keinginan entitas usaha dalam mengandalkan mitra bisnis ditandai dengan kepercayaan. Kepercayaan merupakan harapan dari pengguna sistem informasi bahwa penyedia layanan dapat dipercaya atau dapat diandalkan dalam memenuhi janjinya (Sirdeshmukh et al., 2002). Kepercayaan dapat terbentuk melalui pengalaman dua orang yang sebelumnya pernah bekerja sama dalam suatu usaha atau organisasi (Kirana & Moordiningsih, 2010). Kepercayaan artinya evaluasi terhadap jalinan interaksi antara seorang individu dan individu lainnya yang tengah bertransaksi. Kepercayaan mengarah pada kepuasan pengguna. Pengguna yang puas dengan layanan sistem informasi akan

meletakkan tingkat kepercayaan yang tinggi juga (Chuang et al., 2016). Menurut Yee & Faziharudean (2010) menegaskan bahwa indikator berikut dapat digunakan untuk mengukur kepercayaan:

1. Integritas (*Integrity*)

Penyedia layanan yang berkomitmen untuk menepati janji mereka kepada pelanggan dikatakan memiliki integritas. Konsumen akan memutuskan apakah akan mempercayai entitas sebagai hasilnya.

2. Kebaikan (*Benevolence*)

Kebaikan adalah ukuran seberapa besar seseorang mempercayai penjual untuk memperlakukan pelanggan dengan baik.

3. Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi adalah kemampuan penjual untuk menawarkan layanan pelanggan. Dengan kata lain, ketika konsumen bertransaksi dengan penyedia layanan, mereka harus yakin akan kepuasan dan keamanannya.

2.1.6 Kepuasan Pengguna

Evaluasi interaksi pengguna dengan sistem informasi dan efek potensialnya dikenal sebagai kepuasan pengguna (DeLone & McLean, 2003). Geebren et al. (2021) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna yakni kualitas layanan, kualitas informasi, dan kualitas sistem. Pemakai harus berkenan menggunakan sistem dan dapat memberikan ulasan positif agar sistem informasi akuntansi semakin efektif. Kepuasan pelanggan bertambah sesuai dengan meningkatnya kualitas informasi, kualitas layanan, dan kualitas sistem. Menurut Tam & Oliveira (2017) indikator berikut harus

dipakai guna menilai kepuasan pengguna antara lain:

1. Kepuasan Informasi (*Repeat Purchase*)

Kepuasan informasi adalah hasil dari membandingkan kinerja sistem yang dapat diterima dengan harapan pengguna sistem informasi.

2. Kepuasan Menyeluruh (*Repeat Visit*)

Cara untuk mengukur kepuasan pengguna, salah satunya adalah bagaimana perasaan mereka tentang sistem informasi. *User satisfaction* dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan fitur yang ditawarkan sistem informasi seperti kualitas informasi dan sistem yang disediakan. Seberapa bagus sistem informasi memenuhi permintaan penggunanya diukur dengan kepuasan pengguna.

2.2 Sistem Informasi Akuntansi

Proses pengumpulan, pendokumentasian, pengarsipan, pengolahan data akuntansi, dan pelaporan informasi yang andal dalam rangka penetapan keputusan dan/atau kebijakan dikenal sebagai sistem informasi akuntansi. Informasi yang sistematis, valid, dan tepat waktu dihasilkan dari pengelolaan yang baik (Nurhaida & Putra, 2019). Romney & Steinbart (2016) menyebut sistem informasi akuntansi ialah kombinasi perangkat terkomputerisasi yang bekerjasama dan berfungsi guna menghimpun, menyusun, mengarsipkan, sekaligus mengembangkan data agar diperoleh informasi yang bisa dipakai untuk menetapkan keputusan. Sedangkan menurut Hariyadi et al. (2019) sistem informasi akuntansi adalah elemen pendukung infrastruktur entitas usaha yang memberikan nilai tambah untuk entitas melalui penyediaan informasi yang valid.

2.3 *Mobile Payment*

Mobile payment merupakan perangkat yang digunakan untuk melakukan beberapa jenis pembayaran dengan memanfaatkan perangkat elektronik seperti *headset* nirkabel, PDA, perangkat frekuensi radio (RF), *smartphone* (Untoro et al., 2013). *Mobile payment* merupakan layanan untuk melakukan pembayaran, cek saldo, dan transfer uang dengan cara yang mudah, cepat, dan bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun untuk membayar barang, layanan jasa, dan tagihan. *Mobile payment* menggunakan teknologi nirkabel seperti jaringan ponsel, NFI, Bluetooth, RFID, dan sebagainya untuk melakukan transaksi. Ada berbagai cara untuk melakukan transaksi menggunakan *mobile payment*, yang paling sederhana adalah dengan menggunakan pesan singkat di *smartphone*, cara lain adalah dengan menggunakan NFC. Cara yang terakhir dapat mengunduh aplikasi, menginstal, dan mendaftar untuk mulai menggunakan aplikasi (Franque et al., 2021).

2.4 Go-Pay

Go-Pay ialah sistem transaksi berbasis elektronik yang terdaftar dan dikeluarkan perusahaan PT Dompot Anak Bangsa (DAB). Go-Pay melakukan fungsi serupa layaknya uang tunai dan sebagai instrumen transaksi yang sah bernilai setara dengan uang tunai yang pertama kali disetorkan ke akun Go-Pay. Adapun yang dimaksud akun Go-Pay ialah akun pemakai layanan Go-Pay ketika mendaftar. Akun Go-Pay dibentuk sesuai keterangan dan data yang diberikan ketika pengguna mendaftar (Ferdiana & Darma, 2019). Menurut Priyono (2017) Go-Pay dapat dipakai dalam transaksi seluruh layanan Go-Jek

(Go-Ride, Go-Car, GoSend, dan sebagainya) hingga pembayaran non tunai pada mitra bisnis *offline* dan *online*. Sejumlah layanan yang terdapat dalam Go-Pay yakni transfer dana, pembayaran, dan top-up. Untuk fitur top-up ialah layanan pengisian atau menambah saldo akun Go-Pay lewat driver Go-Jek, pembayaran melalui perbankan di Indonesia, dan bisa pula lewat platform dan lembaga lain yang ditetapkan oleh PT DAB (Aritonang & Arisman, 2017). Go-Pay bisa memudahkan UMKM dalam menjalankan usaha bisnisnya, berikut merupakan tampilan dari gopay yang dimiliki oleh pelaku usaha UMKM:



Gambar 2.3 Transaksi Gopay

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan gambar diatas, terdapat transaksi gopay yang dilakukan pelaku usaha UMKM Makanan dan Minuman di wilayah klaten pada bulan februari.



Gambar 2.4 Pencairan Saldo

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berlandaskan gambar tersebut, pencairan saldo dari gopay ke rekening bank dapat dilakukan setelah 1 hari transaksi dilakukan.

2.5 Hasil Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan

No	Identitas Jurnal	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Penulis: (Amarin & Wijaksana, 2021) Judul: Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen	X1: Kualitas Sistem X2: Kualitas Informasi X3: Kualitas Layanan Y: Kepuasan Pengguna	Populasi: Pengguna BerryBenka di Bandung Sampel: 150 responden	Studi ini membuktikan kepuasan pengguna dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas informasi, sistem, serta layanan.

2.	<p>Penulis: (Geebren et al., 2021)</p> <p>Judul: <i>Examining the role of consumer satisfaction within mobile eco-systems: Evidence from mobile banking</i></p>	<p>X1: Kualitas Sistem X2: Kualitas Informasi X3: Kualitas Layanan Z:Kepercayaan Y: Kepuasan Pengguna</p>	<p>Populasi: Seluruh pengguna <i>mobile banking</i> di Libya</p> <p>Sampel: 659 responden</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan kepercayaan signifikan memediasi kualitas sistem, layanan, dan informasi pada <i>user satisfaction</i>.</p>
3.	<p>Penulis: (Agustina et al., 2021)</p> <p>Judul: Pengaruh kualitas sistem dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi pada Indomarco Prismatama Cabang Banjarmasin</p>	<p>X1: Kualitas Sistem X2: Kualitas Informasi Y: Kepuasan Pengguna</p>	<p>Populasi: Karyawan PT. Indomarco Prismatama Cabang Banjarmasin</p> <p>Sampel: 60 responden</p>	<p>Studi ini mengungkapkan bahwasannya kualitas informasi dan sistem mempengaruhi kepuasan pengguna secara positif.</p>
4.	<p>Penulis: (Buana & Wirawati, 2018)</p> <p>Judul: pengaruh kualitas sistem</p>	<p>X1: Kualitas Sistem X2: Kualitas Informasi X3: <i>Perceived Usefulness</i> Y: Kepuasan</p>	<p>Populasi: Pengguna sistem informasi akuntansi pada PDAM Tirta Mangutama</p>	<p>Temuan studi menegaskan kepuasan pelanggan dipengaruhi positif dan signifikan oleh</p>

	informasi, kualitas informasi, dan <i>perceived usefulness</i> pada kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi	Pengguna Sistem Informasi Akuntansi	kabupaten Badung Sampel: 195 responden	kualitas informasi, sistem, dan keterlibatan pemakai.
5.	Penulis: (Giovani & Oktaroza, 2021) Judul: pengaruh kualitas sistem <i>digital payment</i> dan kualitas informasi <i>digital payment</i> terhadap kepuasan pengguna	X1: Kualitas sistem X2: Kualitas informasi Y: Kepuasan pengguna	Populasi: UMKM yang menggunakan <i>digital payment</i> di Bandung Sampel: 190 responden	Hasil riset menyebut kualitas sistem dan informasi berdampak positif yang signifikan pada kepuasan pengguna.
6.	Penulis: (Franque et al., 2021) Judul: <i>Understanding the factors of mobile payment continuance intention: empirical test in an African context</i>	X1: Kualitas Sistem X2: Kualitas Informasi X3: Kualitas Layanan Y: Kepuasan Pengguna	Populasi: Pengguna <i>mobile payment</i> (M-Pesa) di Africa Sampel: 338 responden	Penelitian ini menunjukkan efek positif dari kualitas sistem, informasi, serta layanan terhadap kepuasan pengguna.
7.	Penulis: (Yuan et al., 2020) Judul: <i>Determining the antecedents of</i>	X1: Kualitas Layanan X2: Kualitas Informasi X3: Kualitas System Z:	Populasi: Pengguna <i>mobile payment</i> China Sampel: 368 responden	Hasil studi membuktikan kualitas layanan, informasi, serta sistem memiliki dampak positif yang signifikan

	<i>mobile payment loyalty: Cognitive and affective perspectives</i>	Kepercayaan Y: Kepuasan Pengguna		pada kepercayaan serta kepuasan pengguna.
8.	Penulis: (Brata et al., 2018) Judul: Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi keuangan	X1: Kualitas Sistem X2: Kualitas Informasi X3: Kualitas Layanan Y: Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Keuangan	Populasi: Pengguna sistem informasi keuangan (SIMKUG) Sampel: 30 responden	Hasil studi ini menerangkan bahwasannya kualitas sistem mempengaruhi secara positif yang signifikan pada kepuasan pengguna, berbeda dari variabel kualitas informasi dan kualitas layanan yang tidak memiliki dampak pada kepuasan pengguna sistem informasi keuangan.
9.	Penulis: (Raihan & Trihatmoko, 2020) Judul: Pengaruh kualitas sistem informasi, kualitas informasi dan <i>perceived usefulness</i> terhadap	X1: Kualitas Sistem X2: Kualitas Informasi X3: Keterlibatan Pengguna Y: Kepuasan Pengguna	Populasi: Pengguna <i>software</i> akuntansi yang berada di Nusa Tenggara Barat (NTB) Sampel: 66 responden	Temuan riset menunjukkan kualitas sistem informasi, kualitas informasi, serta keterlibatan pengguna mempengaruhi secara positif pada kepuasan akhir pengguna perangkat lunak akuntansi.

	kepuasan <i>end user software</i> akuntansi			
10.	<p>Penulis: (Gunawan et al., 2019)</p> <p>Judul: Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Masyarakat Pada Informasi Publik Dari Badan Pemeriksa Keuangan Perwakilan Provinsi Riau</p>	<p>X1: Kualitas Informasi X2: Kualitas Sistem X3: Kualitas Layanan Y: Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna</p>	<p>Populasi: Instansi pemerintah dan mahasiswa yang menggunakan data informasi dari badan pemeriksa keuangan</p> <p>Sampel: 156 responden</p>	<p>Studi ini menerangkan ada pengaruh positif signifikan antara kualitas informasi, kualitas sistem dan layanan terhadap kepercayaan. kualitas sistem dan layanan berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pengguna, tetapi kualitas informasi tidak memiliki pengaruh pada kepuasan pengguna.</p>

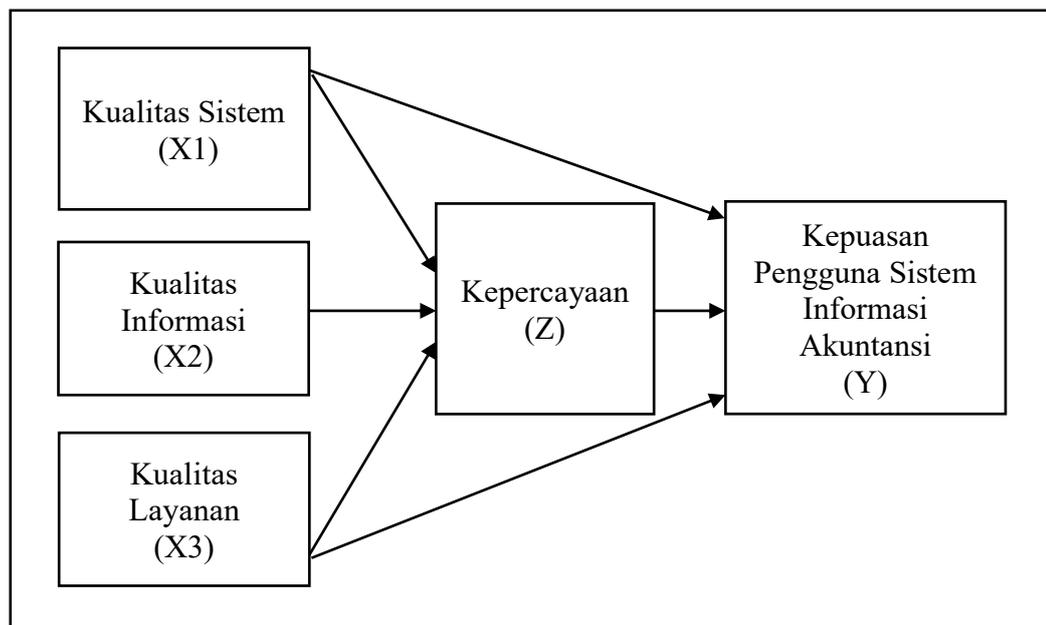
11	<p>Penulis: (Prajoko et al., 2022)</p> <p>Judul: Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kualitas Informasi Terhadap E-Kepuasan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna <i>Marketplace</i> Tokopedia Di Daerah Istimewa Yogyakarta</p>	<p>X1: Persepsi kegunaan X2: Kualitas Informasi Z: Kepercayaan Y: Kepuasan Pelanggan</p>	<p>Populasi: Pengguna <i>e-commerce</i> Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta</p> <p>Sampel: 140 responden</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan Persepsi kegunaan dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Kepuasan. Variabel kepercayaan dapat memediasi persepsi penggunaan dan kualitas informasi terhadap kepuasan.</p>
12	<p>Penulis: (Hariyadi et al., 2019)</p> <p>Judul: Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Dan Keamanan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kepuasan Pengguna</p>	<p>X1: Kualitas Sistem X2: Kualitas Informasi X3: Keamanan Sistem Informasi Akuntansi Y: Kepuasan Pengguna</p>	<p>Populasi: Karyawan perbankan syariah di Bengkulu</p> <p>Sampel: 60 responden</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan kualitas dan keamanan sistem informasi akuntansi berdampak signifikan terhadap kepuasan pengguna</p>

13.	<p>Penulis: (Wicaksono, 2020)</p> <p>Judul: Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan</p>	<p>X1: Kualitas Layanan X2: Harga X3: Kepercayaan Y: Kepuasan pelanggan</p>	<p>Populasi: Pelanggan yang memakai jasa PT. Bumi Bahari Gemilang EMKL</p>	<p>Studi ini memperlihatkan hasilnya bahwa kualitas layanan, harga, serta kepercayaan berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan</p>
14.	<p>Penulis: (Maulana & Nasir, 2021)</p> <p>Judul: Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi <i>E-Commerce</i> Di Kota Banda Aceh</p>	<p>X1: Kualitas Informasi X2: Persepsi Kemudahan Penggunaan Z: Kepercayaan Y: Keputusan Pembelian</p>	<p>Populasi: Pengguna Aplikasi <i>E-Commerce</i> Di Banda Aceh</p> <p>Sampel: 160 responden</p>	<p>Riset ini menerangkan persepsi kemudahan, kualitas informasi, serta kepercayaan pelanggan berhubungan signifikan pada keputusan pembelian. Dan hubungan kualitas informasi dan persepsi kemudahan penggunaan dengan keputusan pembelian dimediasi oleh kepercayaan.</p>

15.	Penulis: (Indriyani & Helling, 2018) Judul: Analisis Pengaruh Kualitas Website, Kepercayaan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia	X1: Kualitas Website X2: Kepercayaan X3: Promosi X4: Harga Y: Kepuasan Pelanggan	Populasi: Seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk secara <i>online</i> pada Tokopedia.com Sampel: 100 responden	Temuan studi menunjukkan kualitas <i>website</i> , kepercayaan, promosi, serta harga berdampak positif yang signifikan pada kepuasan konsumen.
-----	---	--	---	--

2.6 Kerangka Berpikir

Di bawah ini peneliti paparkan kerangka pemikiran pada riset ini:



Gambar 2.5 Kerangka Berpikir

2.7 Hipotesis Penelitian

2.7.1 Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepercayaan Pengguna

Kualitas sistem adalah salah satu elemen pada model DeLone & McLean, (2003). *System quality* adalah hasil gabungan *software* dan *hardware* sistem yang bekerja sama untuk memproses informasi sebagaimana kebutuhan penggunanya (Andari et al., 2022). Salah satu strategi untuk menarik dan mempertahankan pengguna adalah dengan meningkatkan kepercayaan dari pengguna sistem informasi. Pengguna lebih cenderung mempercayai dan memanfaatkan sistem informasi jika mudah digunakan, dapat diandalkan, dan menarik (Wicaksono, 2020).

Penelitian Gunawan et al. (2019) menunjukkan kualitas sistem memiliki dampak positif pada kepercayaan pengguna. Geebren et al. (2021) dalam penelitiannya menunjukkan kualitas sistem berdampak positif pada kepercayaan pengguna. Didukung hasil studi Yuan et al. (2020) membuktikan kualitas sistem mempengaruhi secara positif pada kepercayaan pengguna.

Kepercayaan menjadi salah satu syarat untuk mempertahankan pengguna supaya memakai sistem informasi. Kepercayaan ini bisa diperoleh melalui kualitas sistem yang baik, diantaranya memiliki kecepatan dalam merespons, dapat diandalkan, serta mudah digunakan. Merujuk para penjelasan tersebut, hipotesis pertama yaitu:

H1: Kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna

2.7.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepercayaan Pengguna

Keakuratan dari sistem informasi bisa diidentifikasi lewat seberapa bagus kualitas informasi yang dihasilkan. Penyedia layanan harus mengetahui harapan pengguna terkait penggunaan sistem informasi, apakah informasinya akurat, bermutu, dan memenuhi kebutuhan konsumen (Giovani & Oktaroza, 2021). Kepercayaan pengguna dapat meningkat apabila informasi dihasilkan berkualitas. Jika informasi yang dihasilkan berkualitas, maka pengguna sistem akan semakin percaya terhadap sistem aplikasi tersebut (Gunawan et al., 2019). Kualitas dari informasi dapat dilihat ketika informasi tersebut berguna dalam pengambilan keputusan. (Nurhaida & Putra, 2019).

Penelitian (Yuan et al., 2020) kualitas informasi berdampak positif pada kepercayaan pengguna. Didukung penelitian Maulana & Nasir (2021) kualitas informasi berdampak positif pada kepercayaan pengguna. Penelitian Geebren et al. (2021) juga menunjukkan kualitas informasi berdampak positif pada kepercayaan pengguna.

Rasa percaya dapat diperoleh melalui hasil informasi dari sistem informasi. Informasi yang berkualitas dan bisa membantu untuk mengambil keputusan menjadikan pengguna lebih mempercayai sistem yang dipakai. Makin berkualitasnya informasi mengakibatkan makin tinggi kepercayaan dari penggunanya. Merujuk pada penjelasan di atas, hipotesis kedua yakni:

H2: Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna

2.7.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Pengguna

Menciptakan kepercayaan untuk mendapatkan pelanggan dapat dilakukan dengan memberi upaya pelayanan yang terbaik (Pratiwi & Suparna, 2018). Apabila penyedia layanan menawarkan kualitas layanan yang baik maka Pengguna tersebut dapat memberikan kepercayaan pada penyedia layanan karena memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan harapan mereka (Fajarini & Meria, 2020). Layanan yang dapat diandalkan, berkualitas dan tepat waktu dalam menangani kendala saat terjadi error pada sistem maka dapat meningkatkan rasa percaya dalam menggunakan sistem informasi (Geebren et al., 2021).

Penelitian Hasanudin & Arifianto (2020) menunjukkan kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan pada kepercayaan pengguna. Penelitian Yuan et al. (2020) menunjukkan kualitas layanan berdampak positif pada kepercayaan pengguna. Didukung penelitian Nurhadi & Aziz (2018) kualitas layanan berdampak positif pada kepercayaan pengguna.

Penyedia layanan selalu memberikan upaya yang terbaik untuk setiap pengguna informasi yaitu memenuhi harapan pengguna sistem informasi dengan memberikan tanggapan yang cepat dalam menangani keluhan, informasi yang diberikan berkualitas dan dapat diandalkan maka dapat meningkatkan kepercayaan pada pengguna. Merujuk pada penjelasan di atas, maka hipotesis ketiga yakni:

H3: Kualitas layanan berdampak positif terhadap kepercayaan pengguna

2.7.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna

Supertini et al. (2020) menyatakan kepuasan dan kepercayaan memiliki hubungan yang erat. Kepuasan dapat timbul dari kepercayaan pengguna ketika memakai sebuah sistem informasi. Kepercayaan pengguna timbul karena adanya kepuasan yang diperoleh pengguna dari layanan yang telah digunakan. Ketika penyedia layanan telah mampu memberikan apa yang diharapkan oleh penggunanya maka akan timbul kepercayaan dari pengguna tersebut. Makin tinggi rasa percaya bisa menyebabkan makin tinggi kepuasan yang diraih (Andari et al., 2022).

Didukung penelitian Pratiwi & Suparna (2018) kepercayaan berdampak signifikan pada kepuasan pengguna. Penelitian Indriyani & Helling (2018) menunjukkan kepercayaan mempengaruhi secara positif signifikan terhadap kepuasan pengguna. Studi menurut Wicaksono (2020) kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif pada kepuasan pengguna.

Kepercayaan dan kepuasan memiliki keterkaitan antara satu sama lain, kepercayaan dapat diperoleh dari layanan maupun jasa yang telah digunakan. Apabila penyedia layanan telah memenuhi ekspektasi dari pengguna maka dengan sendirinya akan muncul rasa percaya pada pengguna layanan tersebut. Makin tinggi kepercayaan pengguna bisa membuat kepuasan yang diperoleh juga makin meningkat. Merujuk pada penjelasan di atas, maka hipotesis keempat yakni:

H4: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

2.7.5 Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan Pengguna

Sebuah komponen dari model DeLone & McLean (2003) adalah kualitas sistem. Menurut model ini, *user satisfaction* bisa dipengaruhi dari *system quality*. Kualitas sistem menggambarkan kemudahan dalam pemakaian, waktu dalam menanggapi keluhan dan keandalan sistem (Geebren et al., 2021). Dalam suatu perusahaan, sistem informasi yang menanggapi dengan cepat, akurat dan juga relevan dapat mempermudah pekerjaan. Hal tersebut dapat menentukan kepuasan pengguna (Hariyadi et al., 2019).

Didukung penelitian Amarin & Wijaksana (2021) ada pengaruh positif antara kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna. Hasil studi Buana & Wirawati (2018) menunjukkan kualitas sistem berdampak positif dan signifikan pada kepuasan. Agustina et al. (2021) menunjukkan kualitas sistem berhubungan positif serta signifikan pada kepuasan pengguna.

Kepuasan pengguna dapat ditingkatkan dengan kualitas sistem. Apabila sistemnya bisa diandalkan, memiliki kemampuan mumpuni serta bisa merespon secara cepat maka pengguna merasa dimudahkan dalam menyelesaikan pekerjaan dan juga terbantu berkat sistem tersebut sehingga dapat menimbulkan kepuasan. Merujuk pada penjelasan tersebut, maka hipotesis kelima yaitu:

H5: Kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

2.7.6 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna

Kualitas informasi suatu sistem bisa ditingkatkan, apabila informasi yang diberikan dapat digunakan dan membantu dalam pengambilan keputusan.

Pengguna akan merasa lebih percaya jika informasinya berkualitas tinggi (Nurhaida & Putra, 2019). Informasi yang berkualitas tinggi ialah yang menghasilkan informasi akurat, sesuai, dan tepat waktu. Hal tersebut bisa menimbulkan rasa puas dalam penggunaan sistem (Agustina et al., 2021).

Didukung penelitian Franque et al. (2021) kualitas informasi berdampak positif pada kepuasan pengguna. Temuan tersebut didukung dengan studi Raihan & Trihatmoko (2020) bahwasannya kualitas informasi berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Riset menurut Giovani & Oktaroza (2021) menemukan kualitas informasi berdampak positif serta signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna.

Kepuasan konsumen terhadap kualitas informasi dapat diperoleh apabila informasi tersebut andal, cepat memberikan response, dan relevan untuk digunakan. Selain itu juga dapat dimanfaatkan dalam membantu proses pengambilan keputusan. Hal tersebut membuat pengguna percaya pada informasi dari suatu sistem informasi, rasa percaya bisa menimbulkan rasa puas dalam benak penggunanya. Makin bagus kualitas informasi, maka kepuasan pelanggan juga semakin bertambah. Merujuk pada uraian tersebut, hipotesis keenam yakni:

H6: Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

2.7.7 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Kualitas layanan (*service quality*) yang bagus menjadikan pelanggan terbantu dan puas atas layanan yang didapatkan. Makin baik kualitas layanan, maka rasa puas pengguna akan makin bertambah (Amarin & Wijaksana, 2021).

Pengguna akan merasa puas dan tidak ragu untuk memanfaatkan teknologi baru jika layanan yang ditawarkan penyedia layanan berkualitas tinggi, seperti mampu memberikan jaminan, tanggap dalam menangani keluhan, dan mempunyai empati tinggi terhadap pengguna sistem informasi (Nurhaida & Putra, 2019).

Penelitian Franque et al. (2021), menerangkan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Sejalan dengan studi Andari & Mulyantomo (2020) kualitas layanan berdampak positif pada kepuasan pengguna. Didukung riset menurut Yuan et al. (2020) yaitu kepuasan pengguna dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas informasi.

Penyedia layanan yang mampu memberikan jaminan aman terhadap sistem yang digunakan, tanggap dalam menangani keluhan yang dirasakan dan memiliki empati pada penggunanya, hal tersebut dapat membuat pengguna puas terhadap layanan tersebut. Selain itu, rasa puas dapat muncul ketika pengguna merasa terbantu dengan layanan yang diterima dari penyedia jasa. Kualitas layanan yang makin tinggi membuat pengguna makin puas atas layanan yang diperoleh. Merujuk pada penjelasan di atas, hipotesis ketujuh yakni:

H7: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada studi ini adalah penelitian kuantitatif sebagai metodologinya. Sugiyono (2017) menjelaskan penelitian kuantitatif adalah pendekatan riset postpositivisme yang meneliti suatu populasi maupun sampel, menghimpun data melalui instrumen penelitian, mengkaji data numerik ataupun statistik dalam rangka mengukur penerimaan atau penolakan terhadap hipotesis.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2023 sejak dikeluarkannya surat izin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 2 bulan, 1 bulan untuk pengumpulan data dan 1 bulan digunakan untuk pengolahan data meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung. Penelitian ini dilakukan pada UMKM makanan dan minuman di Klaten. Peneliti memilih lokasi tersebut karena terdapat fenomena dalam penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang mencakup subjek atau objek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti guna diselidiki serta dibuat simpulan (Sugiyono, 2017). Riset ini menetapkan populasi penelitian yaitu pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Kabupaten Klaten.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah anggota atau bagian dari populasi yang ditetapkan lewat suatu teknik, berisi statistik dan sifat tertentu yang dianggap mewakili populasi. Tidak mungkin untuk melihat populasi penuh karena ukurannya. Sehingga dibutuhkan sampel yang bisa dengan akurat mewakili seluruh populasi (Sugiyono, 2017). Ukuran sampel dihitung dengan berlandaskan teori Hair et al. (2010) yaitu agar mempergunakan 100-200 ukuran sampel untuk penelitian yang melibatkan kurang dari lima variabel dan ukuran sampel minimum harus 5-10 kali jumlah item pertanyaan. Minimal 85 (17 x 5) dan maksimal 170 (17 x 10) orang menjadi sampel untuk penyelidikan ini.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel riset ini dipilih melalui cara *non-probability sampling* dengan menerapkan metode *purposive sampling*. Sebagaimana pendapat Sugiyono (2017) bahwa *purposive sampling* adalah strategi penetapan sampel dari populasi berlandaskan pada kriteria pertimbangan yang sudah dirumuskan sebelumnya. Alasan peneliti memakai metode ini karena memungkinkan peneliti untuk mengambil sampel yang memenuhi kriteria pada riset ini, oleh karenanya hasil penelitian bisa merepresentasikan tujuan riset. Berikut adalah kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini:

1. Pelaku UMKMMakanan dan Minuman yang berada di Klaten.
2. Transaksi menggunakan gopay dalam waktu minimal 1 bulan.

3.4 Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Informasi yang dihimpun peneliti dari sumber aslinya dikenal sebagai data primer. Kuesioner diberikan pada responden untuk diisi dan responden tersebut dapat menjawab pertanyaan secara sistematis sebagai bagian dari prosedur pengumpulan data. Peneliti sudah menyediakan beberapa pilihan jawaban dan responden diminta memilih jawaban yang dirasa benar dan sesuai dengan kondisi masing-masing responden (Sugiyono, 2018).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Studi ini bertujuan guna memperoleh data dan keterangan, maka tahap pengumpulan data menjadi langkah penting dari tujuan penelitian. Peneliti menggunakan kuesioner dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2018) kuesioner merupakan cara guna memperoleh informasi, dimana responden diminta memilih jawaban atas sejumlah pertanyaan yang sudah disusun peneliti. Pernyataan dalam kuesioner dilengkapi dengan alternatif jawaban responden yang akan dinilai menggunakan skala *likert*. Fungsi *likert scale* adalah untuk menilai bagaimana perasaan individu maupun sekelompok individu perihal suatu gejala sosial. Pemanfaatan *likert scale* untuk membuat kuesioner (skor 1 sampai 5).

Tabel 3.1 Skala *Likert*

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah atribut, karakteristik, maupun nilai yang dimiliki individu, objek maupun peristiwa dengan ragam tertentu yang ditentukan peneliti dalam rangka diselidiki, selanjutnya dibuat kesimpulan terhadapnya (Sugiyono, 2017). Ada tiga jenis variabel pada riset ini, antara lain:

3.6.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen biasa dikatakan sebagai variabel terikat. Menurut Sugiyono (2017), variabel dependen adalah variabel yang diberikan pengaruh maupun sebagai akibat sebab keberadaan variabel bebas. Adapun pada studi ini, variabel terikatnya adalah kepuasan pengguna terhadap sistem informasi akuntansi.

3.6.2 Variabel Independen (X)

Variabel independen biasa dikatakan variabel bebas. Menurut Sugiyono (2017), variabel bebas adalah unsur yang mengakibatkan terjadinya variabel dependen. Pada penelitian ini, variabel independen meliputi kualitas sistem (X1), kualitas informasi (X2) dan kualitas layanan (X3).

3.6.3 Variabel Mediasi

Mediating variable biasa disebut *intervening variable* berfungsi sebagai variabel penghubung antara variabel terikat dan bebas, oleh karenanya variabel bebas tidak secara langsung berpengaruh pada perubahan maupun timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2018). Pada riset ini hanya ada satu mediasi, yaitu variabel kepercayaan.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kualitas Sistem (X1)	Tolak ukur mengenai seberapa baik kemampuan sistem informasi untuk memproses informasi yang dibutuhkan oleh pengguna (DeLone & McLean, 2003)	1. Mudah Digunakan 2. Fungsionalitas 3. Keandalan 4. Fleksibilitas 5. Integrasi (Tam & Oliveira, 2017)	<i>Likert</i> 1-5
2	Kualitas Informasi (X2)	Mengukur tingkat kebermanfaatan dari sebuah informasi yang dihasilkan oleh sistem (DeLone & McLean, 2003)	1. Akurat 2. Tepat Waktu 3. Lengkap 4. Relevan (Tam & Oliveira, 2017)	<i>Likert</i> 1-5
3	Kualitas Layanan (X3)	Tingkat kualitas dukungan dari penyedia jasa untuk pengguna sistem informasi dalam menangani permasalahan yang muncul (DeLone & McLean, 2003)	1. Jaminan 2. Kecepatan respon 3. Empati (Tam & Oliveira, 2017)	<i>Likert</i> 1-5
4	Kepercayaan (Z)	Harapan pengguna sistem informasi bahwa penyedia jasa dapat dipercaya dalam memenuhi janjinya (Sirdeshmukh et al., 2002)	1. Integritas 2. Kebajikan 3. Kompetensi (Yee & Faziharudean, 2010)	<i>Likert</i> 1-5
5	Kepuasan Pengguna (Y)	Tolak ukur respon pengguna sistem informasi terhadap informasi yang dihasilkan (DeLone & McLean, 2003)	1. Kepuasan Informasi 2. Kepuasan menyeluruh (Tam & Oliveira, 2017)	<i>Likert</i> 1-5

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini memakai *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan dukungan perangkat lunak *Partial Least Squares* (PLS). Metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) adalah teknik analisis multivariat yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel laten dan variabel *manifest*. Terdapat dua sub model dalam PLS-SEM, yaitu *outer* model (model pengukuran) dan *inner* model (model struktural). Model pengukuran menjelaskan bagaimana variabel *manifest* mempresentasikan variabel laten untuk diukur. Model ini cocok digunakan pada penelitian dengan jumlah sampel yang kurang dari 100, seperti pada kasus ini. PLS-SEM juga dilengkapi dengan tiga jenis uji, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Selanjutnya alat statistik yang diterapkan pada riset ini adalah SmartPLS 3.2.9.

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2017) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menelaah data dengan cara mendeskripsikan atau memperjelas data yang telah dikumpulkan tanpa berusaha menarik generalisasi atau kesimpulan yang luas. Data tersebut diperoleh dari jawaban responden terhadap butir-butir yang terdapat pada kuesioner kemudian disajikan melalui tabel berdasarkan nilai rerata (*mean*), minimum, maksimum, dan standar deviasi.

3.8.2 Uji Instrumen Data (*Outer Model*)

1. Uji Validitas

Pengujian validitas (*validity test*) terdiri dari validitas internal dan eksternal. Ketika temuan penelitian dapat diterapkan pada berbagai item, konteks, dan waktu yang beragam, dikatakan memiliki validitas eksternal. Sedangkan validitas internal menunjukkan kemampuan suatu alat penelitian untuk menilai apa yang seharusnya diukur dari suatu gagasan (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Pada saat menggunakan SEM-PLS untuk memverifikasi validitas data, suatu kumpulan data dianggap valid jika memenuhi persyaratan pengujian validitas konvergen dan diskriminan.

a. Validitas Konvergen

Tujuan pengukuran validitas konvergen adalah mengidentifikasi tingkat validitas dalam setiap korelasi variabel laten dengan indikator yang ada, dimana tingkat validitas ini diamati dari nilai *loading factor*. Adapun batas *rule of thumb* untuk *loading factor* sebesar $> 0,5$ namun lebih baik apabila *loading factor* $> 0,7$ (Abdillah & Jogiyanto, 2014).

b. Validitas Diskriminan

Fungsi pengukuran ini adalah guna memeriksa apakah masing-masing konsep dari setiap variabel laten memiliki keterbedaan dengan variabel lain. Validitas diskriminan diukur dengan memakai nilai *cross loading faktor* dan membandingkan akar AVE. Dalam satu variabel nilai *rule of thumb* untuk *cross loading* sebesar $> 0,7$ dan untuk akar AVE $> 0,5$. Apabila *rule of thumb* tidak mencapai $> 0,5$ hasilnya masih bisa digunakan karena hasil dari

convergent validity sudah diperoleh hasil valid (Abdillah & Jogiyanto, 2014).

Tabel 3.3 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS

Uji Validitas	Parameter	<i>Rule of thumb</i>
Konvergen	<i>Factor loading</i>	Diatas 0,7
	<i>Average variance extracted (AVE) communalilty</i>	Diatas 0,5
Diskriminan	Akar AVE dan korelasi variabel laten	Akar AVE > Korelasi variabel laten
	<i>Cross loading</i>	Dalam satu variabel diatas 0,7

Sumber: Diadaptasi dari Chin (1995)

2. Uji Reliabilitas

Reliability test digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur penelitian internal. Reliabilitas menunjukkan tingkat akurasi, konsistensi dan ketelitian suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji reliabilitas pada PLS dapat menggunakan dua metode yaitu *cronbach alpha* dan *composite reliability* (Abdillah & Jogiyanto, 2014).

a. *Composite Reliability*

Reliabilitas nilai aktual suatu konstruk diukur menggunakan *composite reliability*. Rule of thumb untuk *composite reliability* idealnya > 0,7, namun nilai 0,6 masih dapat diterima. Namun, setelah validitas konstruk ditunjukkan, uji konsistensi internal sebenarnya tidak terlalu diperlukan karena konstruk yang valid juga merupakan konstruk yang reliabel, dan sebaliknya konstruk yang reliabel belum tentu valid (Abdillah & Jogiyanto, 2014).

b. *Cronbach Alpha*

Nilai *composite reliability* dipastikan dengan menggunakan *cronbach alpha* untuk menilai batas bawah dari suatu konstruk. *Rule of thumb* untuk *cronbach alpha* harus lebih dari 0,7 (Abdillah & Jogiyanto, 2014).

3.8.3 Uji Model Struktural (*Inner Model*)

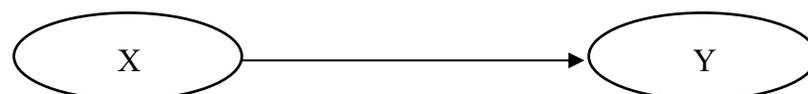
1. Uji Hipotesis

Riset ini akan memakai fungsi *bootstrapping* pada perangkat lunak SmartPLS 3.2.9 untuk menguji hipotesis. Menurut Abdillah & Jogiyanto (2014) Nilai *t-statistic* harus lebih besar atau sama dengan 1,64 atau 1,96 untuk dianggap signifikan, dan nilai *p value* harus lebih kecil dari 0,01, 0,05, atau 0,10 untuk dianggap signifikan. Ini adalah aturan umum untuk menentukan apakah hipotesis penelitian didukung, jika koefisien atau arah hubungan variabel (ditunjukkan dengan *original sample*) konsisten dengan yang dihipotesiskan.

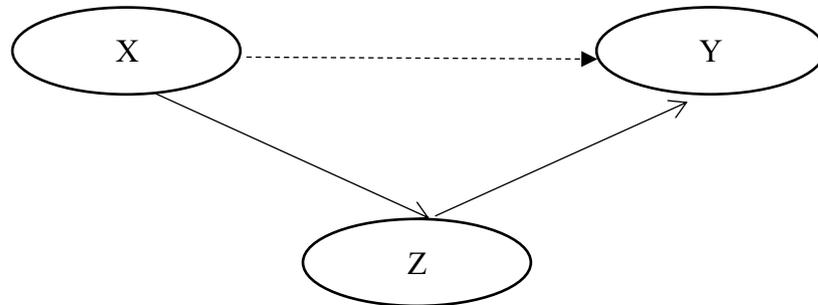
3.8.4 Uji Efek Mediasi

Pengukuran mediasi dilaksanakan dengan cara menilai pengaruh langsung dan tidak langsung. Prosedur dalam melakukan uji hipotesis variabel mediasi sebagai pemediasi hubungan antara variabel independen dan dependen dengan dua tahap yakni:

Gambar 3.1
Tahap 1: Model *Direct Effect*



Gambar 3.2
Tahap 2: Model *Indirect Effect*



Menurut Ghozali & Latan (2014) pengambilan kesimpulan dalam efek mediasi sebagai berikut:

1. Jika nilai pada tahap pertama naik dan pada tahap dua juga naik namun masih signifikan dan konstan, artinya hipotesis mediasi tidak didukung maupun 0 mediasi.
2. Jika nilai tahap kedua turun namun masih signifikan, artinya pola mediasi merupakan mediasi sebagian (*partial mediation*).
3. Jika nilai tahap kedua menurun serta tidak signifikan, artinya pola mediasi merupakan mediasi penuh (*full mediation*).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Peneliti memakai sampel pelaku UMKM bidang makanan dan minuman di Klaten. Sampel pada studi ini diambil memakai teknik *purposive sampling* dengan berlandaskan kriteria pertimbangan yang sudah dirumuskan. Data untuk studi ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner *offline* dan *google form*.

Tabel 4.1

Distribusi Kuesioner

Kriteria Data	Jumlah
Kuesioner yang disebar melalui <i>google form</i>	60
Kuesioner yang disebar secara <i>offline</i>	40
Data yang tidak dapat diolah	0
Jumlah Kuesioner siap dianalisis	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berlandaskan tabel 4.1 memperlihatkan bahwasannya dari 100 kuesioner yang disebar melalui angket dapat kembali secara utuh sebanyak 100 kuesioner. Dari 100 kuesioner yang kembali, tidak terdapat kuesioner yang bermasalah (cacat) dalam pengisian kuesioner. Sehingga sebanyak 100 kuesioner dapat digunakan menjadi sampel, yang mana kemudian data diolah dengan menggunakan metode SmartPLS.

4.2 Deskripsi Data Penelitian

Pada riset ini, para pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Klaten digunakan sebagai populasi, dengan sampel sebanyak 100 orang, diambil sesuai

atau memenuhi kriteria yang telah dirumuskan. Penetapan sampel memakai kuesioner yang dipublikasikan secara *offline* dan *online* melalui *google form*. Hasil dari kuesioner diklasifikasikan dan dijelaskan berdasarkan jenis kelamin, jenis usaha, usia mendirikan usaha tersebut, jumlah karyawan, *omzet* yang didapat pertahunnya, usia menggunakan pembayaran seluler dan alasan untuk menggunakan pembayaran seluler.

4.2.1 Data Karakteristik Responden

Berikut adalah tabel yang menyajikan data usia, jenis kelamin, jenis usaha responden, umur usaha, *omzet* per tahun, jumlah karyawan, penggunaan *mobile payment* dan alasan responden menggunakan *mobile payment*:

Tabel 4.2

Data Karakteristik Responden

Usia Responden	
19-30	32%
31-40	19%
>40	49%
Total	100%
Jenis Kelamin	
Laki-laki	37%
Perempuan	63%
Total	100%
Jenis Usaha	
Makanan	36%
Minuman	21%
Makanan dan Minuman	43%
Total	100%

Tabel berlanjut ...

Lanjutan tabel 4.2

Umur Usaha	
< 1 tahun	36%
1-5 tahun	45%
> 5 tahun	19%
Total	100%
Omzet Pertahun	
< 50 juta per tahun	97%
100-200 juta per tahun	3%
300-500 juta per tahun	0%
> 500 juta per tahun	0%
Total	100%
Jumlah Karyawan	
< 5 orang	97%
6-10 orang	2%
10-20 orang	0%
> 20 orang	0%
Total	100%
Penggunaan <i>Mobile Payment</i>	
< 1 tahun	63%
1-3 tahun	30%
> 3 tahun	7%
Total	100%
Alasan Menggunakan	
Lebih mudah melacak transaksi	29%
Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai	50%
Keamanan	21%
Total	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berlandaskan pada tabel 4.2 bisa disimpulkan dari 100 responden, dapat diketahui bahwa responden terbanyak berusia lebih dari 40 tahun yaitu sebesar 49% atau setara dengan 49 orang. Kemudian responden yang berada pada rentang 18-30 tahun menjadi responden terbanyak kedua, dengan persentase sebesar 32% atau setara dengan 32 orang. Selanjutnya, responden yang berada

pada rentang 31-40 tahun memiliki persentase sebesar 19% atau sekitar 19 orang dan menjadi kelompok dengan rentang usia paling sedikit dari total responden.

Jenis kelamin dari 100 partisipan penelitian, dengan persentase 63% atau 63 peserta dalam penelitian ini adalah wanita, sedangkan 37% atau 37 peserta adalah pria. Sedangkan untuk jenis usaha dari total 100 partisipan riset, dengan persentase 36% menunjukkan mempunyai usaha makanan, kemudian yang memiliki jenis usaha minuman sebesar 21%, dan untuk usaha makanan dan minuman sebanyak 43%. Partisipan pada riset ini sebesar 45% mempunyai usaha yang telah berdiri 1-5 tahun. Kemudian yang usahanya telah berdiri selama lebih dari 1-5 tahun sebanyak 45% dan sisanya 19% memiliki usaha yang berdiri lebih dari 5 tahun.

Pada penelitian ini, kebanyakan partisipan memiliki pendapatan kurang dari 50 juta per tahunnya. Sedangkan sebanyak 3% dari partisipan memiliki pendapatan mencapai 100-200 juta per tahunnya. Sedangkan diketahui tidak ada responden pada riset ini dengan pendapatan 300-500 juta pertahunnya atau bahkan lebih dari 500 juta. Jumlah karyawan sebanyak 97 partisipan yaitu 97% memiliki karyawan yang tidak lebih dari 5. Kemudian, sisanya sebanyak 2% memiliki karyawan 6-10 orang. Diketahui pula bahwa tidak ada partisipan pada riset ini yang mempunyai karyawan lebih dari 10 orang.

Penggunaan *mobile payment* dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwasannya ada 63 orang atau 63% dari jumlah responden menggunakan *mobile payment* dalam waktu kurang dari 1 tahun. Kemudian, sebanyak 30%

responden menggunakan pembayaran non tunai selama 1-3 tahun. Sisanya sebanyak 7% menggunakan teknologi tersebut dalam kurun waktu lebih dari 3 tahun. Sebagian besar alasan partisipan menggunakan *mobile payment* dikarenakan lebih praktis daripada memakai pembayaran secara tunai, sebanyak 29% dari jumlah responden memakai teknologi tersebut karena dapat mempermudah dalam melacak transaksi, sisanya 21% menggunakan teknologi tersebut karena lebih aman.

4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang telah terkumpul dari responden yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan pengguna. Kuesioner yang diajukan berjumlah 17 pernyataan yang disebarkan kepada 100 responden, dimana masing-masing jawaban atas pernyataan dibuat skala 1-5 kategori jawaban. Berikut merupakan hasil dari uji statistik deskriptif:

Tabel 4.3

Statistik Deskriptif

Kualitas Sistem															
P	STS		TS		N		S		SS		Mean	Stdev	Max	Min	Kriteria
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%					
KS1	2	2	1	1	6	6	56	56	35	35	4,21	0,77	5	1	Sangat Tinggi
KS2	2	2	2	2	12	12	58	58	26	26	4,04	0,80	5	1	Tinggi
KS3	1	1	3	3	16	16	65	65	15	15	3,9	0,72	5	1	Tinggi
KS4	1	1	1	1	19	19	64	64	15	15	3,91	0,68	5	1	Tinggi
KS5	1	1	4	4	27	27	50	50	18	18	3,8	0,82	5	1	Tinggi
Total Mean											3,97		Tinggi		

Tabel berlanjut ...

Lanjutan tabel 4.3

Kualitas Informasi															
P	STS		TS		N		S		SS		Mean	Stdev	Max	Min	Kriteria
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%					
KI1	1	1	1	1	10	10	63	63	25	25	4,1	0,69	5	1	Tinggi
KI2	1	1	2	2	13	13	55	55	29	29	4,09	0,77	5	1	Tinggi
KI3	1	1	2	2	19	19	56	56	22	22	3,96	0,76	5	1	Tinggi
KI4	0	0	3	3	14	14	63	63	20	20	4	0,68	5	2	Tinggi
Total Mean											4,04			Tinggi	
Kualitas Layanan															
KL1	1	1	3	3	18	18	58	58	20	20	3,93	0,77	5	1	Tinggi
KL2	1	1	5	5	18	18	57	57	19	19	3,88	0,81	5	1	Tinggi
KL3	1	1	2	2	10	10	60	60	27	27	4,1	0,73	5	1	Tinggi
Total Mean											3,97			Tinggi	
Kepercayaan															
K1	1	1	1	1	14	14	66	66	18	18	3,99	0,67	5	1	Tinggi
K2	0	0	3	3	14	14	60	60	23	23	4,03	0,70	5	2	Tinggi
K3	0	0	3	3	13	13	58	58	26	26	4,07	0,71	5	2	Tinggi
Total Mean											4,03			Tinggi	
Kepuasan Pengguna															
KP1	2	2	3	3	11	11	56	56	28	28	4,05	0,83	5	1	Tinggi
KP2	0	0	3	3	15	15	56	56	26	26	4,05	0,73	5	2	Tinggi
Total Mean											4,05			Tinggi	

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa terdapat 100 responden dan masing-masing jawaban dinilai berdasarkan skala *likert* 1-5. Menurut Sugiyono (2017) terdapat kriteria rata-rata jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4.4

Kategori Rata-Rata Skor Penilaian Responden

Interval	Kategori
1,00 - 1,80	Sangat Rendah
1,81 - 2,00	Rendah
2,61 - 3,40	Sedang

Tabel berlanjut ...

Lanjutan tabel 4.4

Interval	Kategori
3,41 - 4,20	Tinggi
4,21 - 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2017)

Penjabaran dari hasil uji statistik deskriptif sebagai berikut:

a. Kualitas Sistem

Variabel kualitas sistem terdiri dari 5 item pertanyaan yaitu KS1 sampai KS5, dari 100 responden yang mengisi kuesioner mengenai variabel kualitas sistem, didapati nilai terendah (minimum) yaitu 1,00 yang menunjukkan tidak ada responden yang sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan. Sedangkan nilai tertinggi (maksimum) yaitu 5,00 yang menunjukkan semua responden sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan.

Nilai *mean* KS1 menunjukkan 4,21 yang termasuk dalam kategori tinggi. Sedangkan nilai KS2 menunjukkan nilai 4,04, KS3 menunjukkan sebesar 3,9, KS4 menunjukkan nilai 3,91 dan KS5 menunjukkan nilai 3,8. Masing-masing item KS2, KS3, KS4 dan KS5 termasuk dalam kategori tinggi. Total nilai *mean* dari variabel kualitas sistem yaitu 3,97. Nilai *mean* yang lebih besar dari standar deviasi menunjukkan bahwa simpangan pada penelitian ini termasuk rendah dan tidak menyebabkan bias. Hasil uji statistik deskriptif dari kualitas sistem dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memiliki penilaian yang tinggi terhadap kualitas sistem. Artinya, responden setuju bahwa sistem dari sistem informasi akuntansi mudah digunakan, sistem dapat diandalkan, bermanfaat dalam melakukan kegiatan operasional, dapat dimodifikasi dan subsistem saling terhubung.

b. Kualitas Informasi

Variabel kualitas informasi terdiri dari 4 item pertanyaan yaitu KI1, KI2, KI3, dan KI4. dari 100 responden yang mengisi kuesioner, didapati bahwa kualitas informasi menghasilkan nilai minimum 1,00 yang menunjukkan tidak ada responden yang sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan. Sedangkan nilai maksimum yaitu 5,00 yang menunjukkan semua responden sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan.

Nilai *mean* untuk item KI1 adalah 4,1, KI2 menunjukkan nilai sebesar 4,09, KI3 bernilai 3,96, dan KI4 memiliki nilai *mean* sebesar 4,00. Masing-masing dari item tersebut termasuk dalam kategori tinggi. Total nilai rata-rata variabel kualitas informasi sebesar 4,04. Nilai *mean* yang lebih besar dari standar deviasi menunjukkan bahwa simpangan pada penelitian ini termasuk rendah dan tidak menyebabkan bias. Hasil uji statistik deskriptif dari kualitas informasi dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memiliki penilaian yang tinggi terhadap kualitas informasi. Artinya, responden setuju bahwa informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi akuntansi tepat waktu, lengkap, akurat, dan relevan.

c. Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan terdiri dari 3 item pertanyaan yaitu KL1, KL2 dan KL3. Dapat disimpulkan bahwa 100 responden yang mengisi pernyataan kualitas layanan didapati nilai terendah yaitu 1,00 yang menunjukkan yang menunjukkan tidak ada responden yang sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan. Sedangkan nilai maksimum yaitu 5,00 yang menunjukkan semua responden sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan.

Item dari KL1 memiliki nilai *mean* sebesar 3,93, sedangkan KL2 rata-ratanya sebesar 3,88 dan KL3 memiliki rata-rata 4,1. Dapat disimpulkan dari masing-masing item pertanyaan KL1, KL2, dan KL3 memiliki kategori yang tinggi. Total keseluruhan rata-rata variabel kualitas layanan adalah 3,97. Nilai *mean* yang lebih besar dari standar deviasi menunjukkan bahwa simpangan pada penelitian ini termasuk rendah dan tidak menyebabkan bias. Responden memiliki penilaian yang tinggi terhadap layanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Artinya responden setuju bahwa layanan yang diberikan cepat dalam menanggapi keluhan, memiliki empati yang baik, dan penyedia jasa dapat menjamin tidak ada kesalahan pada sistem.

d. Kepercayaan

Variabel kepercayaan memiliki 3 item pertanyaan yang terdiri dari K1, K2 dan K3. Dapat diketahui bahwa 100 responden yang mengisi kuesioner mengenai variabel kepercayaan didapati nilai minimum yaitu 1,00 yang menunjukkan tidak ada responden yang sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan. Rata-rata dari item K1 yaitu 3,99 yang masuk dalam kategori tinggi, sedangkan *mean* K2 sebesar 4,03 dan *mean* K3 sebesar 4,07. Keduanya masuk dalam kategori tinggi. Variabel kepercayaan memiliki total *mean* sebesar 4,03. Nilai *mean* yang lebih besar dari standar deviasi menunjukkan bahwa simpangan pada penelitian ini termasuk rendah dan tidak menyebabkan bias.

Hasil uji statistik deskriptif dari kepercayaan dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap sistem informasi akuntansi. Artinya, responden percaya bahwa penyedia layanan mampu menepati

janjinya, dan percaya bahwa penyedia jasa dapat memperlakukan pelanggannya dengan baik.

e. Kepuasan Pengguna

Variabel dari kepuasan pengguna terdiri dari 2 item pertanyaan yaitu KS1 dan KS2. Dari 100 responden yang mengisi kuesioner mengenai variabel kepuasan pengguna, didapati nilai terendah (minimum) yaitu 1,00 yang menunjukkan tidak ada responden yang sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan. Sedangkan nilai tertinggi (maksimum) yaitu 5,00 yang menunjukkan semua responden sangat setuju. *Mean* dari item KS1 sebesar 4,05 dan KS2 memiliki nilai rata-rata yang sama sebesar 4,05. Keduanya termasuk dalam kategori yang tinggi. Variabel dari kepuasan pengguna memiliki nilai *mean* sebesar 4,05. Nilai *mean* yang lebih besar dari standar deviasi menunjukkan bahwa simpangan pada penelitian ini termasuk rendah dan tidak menyebabkan bias.

Hasil uji statistik deskriptif dari variabel kepuasan pengguna dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memiliki rasa kepuasan yang relatif tinggi. Artinya, responden puas terhadap informasi yang dihasilkan oleh sistem dan fitur-fitur yang diberikan oleh sistem tersebut.

4.3 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pada *outer model*, pengujian yang dilaksanakan adalah uji validitas (*validity test*) dan uji reliabilitas (*reliability test*). Tujuan *validity test* adalah guna mengukur apakah instrumen penelitian (kuesioner) yang dipakai untuk menghimpun data bisa dinyatakan valid. Adapun pengujian reliabilitas

dimaksudkan guna mengukur apakah kuesioner yang dipakai bisa diandalkan atau reliabel untuk menguji variabel riset.

4.3.1 Uji Validitas

a. Validitas Konvergen

Pengujian ini berfungsi untuk mengidentifikasi apakah korelasi antara variabel laten dengan berbagai indikatornya mempunyai nilai valid. Tingkat validitas ini diukur dengan memakai nilai berupa *loading factor*. Batas nilai *loading factor* supaya indikatornya dikatakan valid adalah sebesar 0,7.

Di bawah ini merupakan tabel tentang nilai *outer loadings* sesudah mengolah data:

Tabel 4.5

Nilai *Outer Loadings*

	Kepercayaan	Kepuasan Pengguna	Kualitas Informasi	Kualitas Layanan	Kualitas Sistem
K1	0,801				
K2	0,848				
K3	0,872				
KI1			0,878		
KI2			0,885		
KI3			0,797		
KI4			0,878		
KL1				0,867	
KL2				0,871	
KL3				0,832	
KP1		0,914			
KP2		0,917			
KS1					0,816
KS2					0,846
KS3					0,849
KS4					0,826
KS5					0,814

Sumber: *Output SmartPLS, 2023*

Merujuk pada data tabel 4.8 bisa dipahami bahwasannya kebanyakan indikator yang diterapkan pada riset ini mempunyai tingkat validitas yang memadai dibuktikan dari nilai *loading factor* > 0,7.

b. Validitas Diskriminan

Pelaksanaan uji validitas diskriminan yaitu dengan mengkomparasikan nilai *cross loading factor* indikator variabel laten dan indikator variabel laten lain. Nilai yang diperoleh harus melebihi nilai indikator variabel laten yang lain, dengan begitu bisa dinyatakan bahwasannya konstruk mempunyai diskriminan yang memadai. Di bawah ini merupakan tabel *nilai cross loading* sesudah peneliti mengolah data:

Tabel 4.6
Nilai *Cross Loading*

	Kepercayaan	Kepuasan Pengguna	Kualitas Informasi	Kualitas Layanan	Kualitas Sistem
K1	0,801	0,579	0,528	0,644	0,631
K2	0,848	0,636	0,630	0,531	0,478
K3	0,872	0,593	0,709	0,545	0,551
KI1	0,601	0,604	0,878	0,498	0,676
KI2	0,706	0,705	0,885	0,633	0,705
KI3	0,604	0,543	0,797	0,509	0,546
KI4	0,632	0,584	0,878	0,554	0,593
KL1	0,595	0,505	0,562	0,867	0,704
KL2	0,548	0,455	0,465	0,871	0,571
KL3	0,597	0,588	0,608	0,832	0,574
KP1	0,624	0,914	0,607	0,592	0,693
KP2	0,689	0,917	0,697	0,521	0,553
KS1	0,493	0,524	0,483	0,558	0,816
KS2	0,569	0,580	0,595	0,557	0,846
KS3	0,527	0,591	0,606	0,669	0,849
KS4	0,562	0,522	0,703	0,613	0,826
KS5	0,568	0,597	0,659	0,595	0,814

Sumber: *Output SmartPLS*, 2023

Merujuk pada hasil di atas menampilkan bahwasannya nilai *cross loading factor* dari indikator variabel laten memiliki nilai yang lebih tinggi daripada nilai pada indikator variabel laten yang lain, sehingga bisa disebut bahwa seluruh indikator di atas adalah valid serta pengukuran validitas diskriminannya sudah terpenuhi.

c. *Average Variance Extracted (AVE)*

Pengukuran berikutnya adalah memakai nilai AVE. Adapun batas nilai AVE adalah 0,50 oleh karena itu jika diperoleh nilai $AVE > 0,50$ artinya diasumsikan mempunyai *discriminant validity* yang baik. Di bawah ini merupakan tabel yang menyajikan nilai AVE:

Tabel 4.7

Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Kepercayaan	0,707
Kepuasan Pengguna	0,838
Kualitas Informasi	0,740
Kualitas Layanan	0,734
Kualitas Sistem	0,690

Sumber: *Output SmartPLS, 2023*

Merujuk pada tabel tersebut memperlihatkan bahwasannya seluruh nilai AVE dari tiap-tiap variabel laten mempunyai nilai 0,50 ke atas. Hal ini mencerminkan seluruh variabel latennya mempunyai tingkat *discriminant validity* yang baik.

Selanjutnya, di bawah ini ialah tabel yang menyajikan *output* akar kuadrat dari nilai AVE untuk tiap-tiap variabel yang diperoleh melalui *Fornell-Larcker Criterion* pada aplikasi SmartPLS 3.2.9:

Tabel 4.8

Nilai *Fornell-Larcker Criterion*

	Kepercayaan	Kepuasan Pengguna	Kualitas Informasi	Kualitas Layanan	Kualitas Sistem
Kepercayaan	0,841				
Kepuasan Pengguna	0,717	0,916			
Kualitas Informasi	0,742	0,713	0,860		
Kualitas Layanan	0,680	0,608	0,642	0,857	
Kualitas Sistem	0,656	0,679	0,736	0,721	0,830

Sumber: *Output* SmartPLS, 2023

Merujuk pada hasil hitungan diatas, diketahui bahwa akar kuadrat dari nilai AVE pada masing-masing variabel laten memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi dengan variabel yang lain. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut valid. Dari hasil *loading factor*, *average inflation factor* (AVE), dan kriteria *fornell larcker* telah terpenuhi syaratnya, sehingga bisa dinyatakan seluruh variabel laten sudah sesuai syarat pengujian validitas.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliability test yang dimaksudkan untuk menilai reliabilitas kuesioner dari riset ini adalah memakai nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* yang ada pada perangkat lunak SmartPLS 3.2.9. Kuesioner bisa dinyatakan

mempunyai derajat reliabilitas yang bagus bilamana nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* lebih besar daripada 0,7.

Tabel 4.9

Nilai *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability*

	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Kepercayaan	0,792	0,878
Kepuasan Pengguna	0,807	0,912
Kualitas Informasi	0,882	0,919
Kualitas Layanan	0,819	0,892
Kualitas Sistem	0,887	0,917

Sumber: *Output SmartPLS*, 2023

Merujuk pada hasil perhitungan di atas, diketahui nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability* seluruh variabel riset menghasilkan nilai $> 0,7$. Hal ini menandakan kuesioner yang dipakai pada riset ini dinyatakan mempunyai derajat reliabilitas yang baik serta bisa dilaksanakan uji selanjutnya.

4.4 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pengukuran *inner model* dilaksanakan guna mengukur korelasi antar variabel laten dalam model riset. Pada studi ini, korelasi tersebut bisa dilihat dari nilai *R-square* sebagai temuan pengolahan data menggunakan aplikasi SmartPLS.

Tabel 4.10
Nilai *R-square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Kepercayaan	0,623	0,611
Kepuasan Pengguna	0,615	0,599

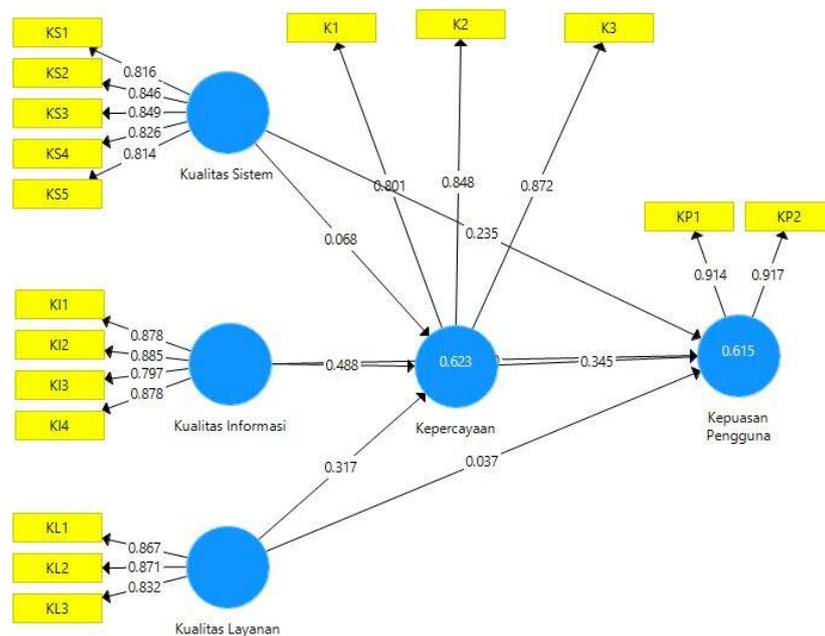
Sumber: *Output SmartPLS*, 2023

Merujuk pada hasil memperlihatkan nilai *R-square* untuk kepercayaan senilai 0,623 angka tersebut menunjukkan pengaruh dari kualitas sistem,

informasi, serta layanan terhadap kepercayaan besarnya yaitu 62,3%. Sisanya 37,7% dipengaruhi variabel lainnya di luar model. Nilai *R-square* untuk kepuasan pengguna yaitu 0,615 angka ini menunjukkan pengaruh kualitas sistem, informasi, dan layanan terhadap kepuasan pengguna besarnya yaitu 61,5% dan sisanya 38,5% dipengaruhi variabel di luar model riset ini.

4.5 Uji Hipotesis

Langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis, dilaksanakan setelah uji *outer model* dan *inner model*. *T-statistic* > 1,96 serta *p value* bernilai <0,05 digunakan dalam proses *bootstrap* perangkat lunak SmartPLS 3.2.9 untuk pengujian hipotesis. Temuan model penelitian ditampilkan dalam grafik ini:



Gambar 4.1 Model *Outer Loading*

Tabel 4.11

Hasil Uji Hipotesis

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	Keterangan
Kepercayaan - > Kepuasan Pengguna	0,345	2,425	0,016	Terdukung
Kualitas Informasi -> Kepercayaan	0,488	5,305	0,000	Terdukung
Kualitas Informasi -> Kepuasan Pengguna	0,260	2,159	0,031	Terdukung
Kualitas Layanan -> Kepercayaan	0,317	3,062	0,002	Terdukung
Kualitas Layanan -> Kepuasan Pengguna	0,037	0,268	0,789	Tidak Terdukung
Kualitas Sistem -> Kepercayaan	0,068	0,679	0,497	Tidak Terdukung
Kualitas Sistem -> Kepuasan Pengguna	0,235	2,059	0,040	Terdukung

Sumber: *Output SmartPLS, 2023*

Berdasarkan pengujian hipotesis jika diperoleh nilai *t-statistics* > 1,96 serta *p value* bernilai < 0,05 artinya hipotesis diterima dan berpengaruh signifikan. Dan sebaliknya, jika diperoleh nilai *t-statistics* < 1,96 serta *p value* bernilai > 0,05 artinya hipotesis ditolak dan berpengaruh tidak signifikan. Agar diketahui apakah hipotesis mempunyai pengaruh positif ataukah negatif yaitu dengan mengamati nilai *original sample*.

4.5.1 H1 = Kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepercayaan

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.11 bahwasannya kualitas sistem berhubungan positif terhadap kepercayaan, ditunjukkan dari nilai koefisien jalur 0,068 muncul untuk menunjukkan hal ini. Ini menyiratkan bahwa kepercayaan pengguna akan meningkat sejalan dengan tingkat kualitas sistem. Statistik-t pada hubungan ini adalah 0,679 serta *p value* 0,497. Nilai *t-statistic* < 1,96 sedangkan *p-values* > 0,05. Angka tersebut menunjukkan meskipun kualitas sistem dan kepercayaan memiliki hubungan yang positif, pengaruhnya tidak besar. Sehingga gagasan bahwa kualitas sistem mempengaruhi kepercayaan dinyatakan ditolak.

Hasil uji statistik variabel kualitas sistem dari item KS1 menunjukkan nilai rerata 4,21 dengan kriteria sangat tinggi, KS2 menunjukkan 4,04, KS3 menunjukkan 3,9, KS4 sebesar 3,91 dan KS5 sebesar 3,8 yang termasuk kriteria tinggi, serta memiliki total nilai rata-rata 3,97 dan masuk dalam kategori tinggi. Namun, berdasarkan jawaban responden terkait kualitas sistem, terdapat responden yang memberikan jawaban kurang setuju pada item pertanyaan “sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment* membantu dalam pencatatan laporan keuangan”. Artinya masih terdapat responden yang masih belum mengerti mengenai fitur yang disediakan sehingga pencatatan laporan keuangan dengan bantuan teknologi keuangan masih belum maksimal digunakan.

Berdasarkan karakteristik responden, tidak pengaruhnya kualitas sistem terhadap kepercayaan pengguna dapat disebabkan karena mayoritas pengguna

didominasi oleh usia > 40 tahun, sehingga pemahaman mengenai sistem informasi akuntansi berbasis digital masih rendah. Selain itu, dapat dilihat dari karakteristik berapa lama penggunaan *mobile payment*. Dari hasil tersebut, didominasi oleh 63% responden yang menggunakan gopay < 1 tahun. Sehingga, responden belum mengetahui sistem teknologi keuangan tersebut secara keseluruhan karena penggunaannya yang masih baru.

Temuan di atas tidak sesuai dengan hasil riset terdahulu sebagaimana menurut Geebren et al. (2021) yaitu kualitas sistem berpengaruh signifikan pada kepercayaan. Hal ini disebabkan sistem yang mudah digunakan dan dijalankan dapat meningkatkan kepercayaan pengguna pada sistem. Yuan et al. (2020) membuktikan ada pengaruh positif antara kualitas sistem dengan kepercayaan. Hal ini disebabkan oleh sistem yang memiliki kecepatan akses, memiliki tampilan menarik serta mudah untuk digunakan dapat menyebabkan pengguna percaya terhadap kualitas sistem.

Penelitian Gunawan et al. (2019) menyebut kualitas sistem berdampak positif signifikan pada kepercayaan. Hal ini disebabkan sistem yang aman dan lebih fleksibel untuk digunakan dapat meningkatkan kepercayaan. Akan tetapi hasil penelitian ini sesuai dan didukung oleh sejumlah kajian sebelumnya seperti menurut Hamid & Iqbal (2017) dalam penelitiannya mengungkapkan tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas sistem dengan kepercayaan. Hal ini disebabkan tingkat kepercayaan pelaku UMKM masih rendah terhadap kualitas sistem yang diberikan.

4.5.2 H2 = Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan

Berlandaskan tabel 4.11 membuktikan hubungan antara kualitas layanan terhadap kepercayaan mempunyai nilai koefisien jalur 0,488 yang berarti hubungan kedua variabel ini sifatnya positif. Sehingga jika terjadi peningkatan kualitas informasi, maka menyebabkan kepercayaan pengguna meningkat pula. Selanjutnya hubungan antara kualitas informasi dengan kepercayaan pemakai memperoleh nilai *t-statistics* 5,305 serta nilai *p* 0,000. Angka tersebut menunjukkan nilai *t-statistics* > 1,96 sedangkan *p value* bernilai < 0,05 oleh karenanya bisa dibuat kesimpulan kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif dan signifikan pada kepercayaan pengguna. Artinya hipotesis diterima dengan pernyataan secara positif kualitas informasi mempengaruhi kepercayaan.

Dilihat dari hasil analisis deskriptif, variabel kualitas informasi memiliki total nilai rata-rata 4,04 yang termasuk dalam kategori tinggi. Selain itu per item dari variabel kualitas informasi memiliki kategori yang tinggi. Artinya, pelaku UMKM yang berada di Klaten memiliki penilaian yang tinggi terhadap kualitas informasi dari sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment*.

Berdasarkan karakteristik responden, berpengaruhnya kualitas informasi terhadap kepercayaan pengguna dapat disebabkan karena terdapat 32% dari responden yang usianya 19-30 tahun, sehingga pemahaman mengenai teknologi cukup baik. Selain itu, dilihat dari karakteristik alasan penggunaan gopay, didominasi dengan alasan lebih praktis daripada menggunakan uang tunai. Hal tersebut artinya dengan menggunakan gopay dapat mempermudah transaksi dan

juga informasi yang dihasilkan lebih akurat dan tepat waktu.

Temuan ini didukung oleh beberapa riset terdahulu yang diselenggarakan Yuan et al. (2020) bahwa kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Hal ini disebabkan informasi yang tepat dan akurat dapat membantu pengguna dalam menjalankan bisnisnya. Maulana & Nasir (2021) dengan hasil kualitas informasi mempengaruhi secara positif pada kepercayaan. Kualitas informasi yang berkaitan dengan produk, layanan serta informasi yang akurat dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Penelitian Gunawan et al. (2019) menerangkan terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas informasi dengan kepercayaan pemakai. Informasi yang di publikasikan secara profesional dan berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem informasi.

4.5.3 H3 = Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan

Merujuk pada *output* estimasi pada tabel 4.11 mengungkapkan hubungan kualitas pelayanan dengan kepercayaan menghasilkan nilai koefisien jalur 0,317 hal ini menandakan sifat korelasi kedua variabel adalah positif. Sehingga jika terjadi peningkatan kualitas layanan, maka kepercayaan pengguna juga bertambah. Selanjutnya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan pengguna menghasilkan nilai *t-statistic* 3,062 dan *p value* bernilai 0,002. Angka tersebut mengindikasikan nilai *t-statistics* $> 1,96$ sedangkan *p value* $< 0,05$ Maka ada hubungan positif yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepercayaan pengguna. Temuan ini membuat hipotesis kualitas layanan berpengaruh positif pada kepuasan bisa diterima.

Dilihat dari hasil analisis deskriptif, variabel kualitas layanan memiliki total *mean* sebesar 3,97, hasil tersebut masuk ke dalam kategori yang tinggi. Item dari variabel kualitas layanan juga menunjukkan kategori tinggi seperti KL1 bernilai 3,93, KL2 bernilai 3,88 dan KL3 memiliki nilai *mean* sebesar 4,01. Artinya, pelaku UMKM di Klaten memiliki penilaian yang relatif tinggi terhadap kualitas layanan dari sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment*.

Berdasarkan karakteristik responden, berpengaruhnya kualitas layanan terhadap kepercayaan pengguna dapat dilihat dari karakteristik berapa lama penggunaan *mobile payment* (gopay), terdapat 30% responden yang menggunakan gopay dalam kurun waktu 1-3 tahun. Artinya, pelaku UMKM di Klaten merasa bahwa layanan yang diberikan oleh penyedia jasa dari sistem relatif baik sehingga pelaku usaha ingin menggunakan dalam kurun waktu yang cukup lama.

Temuan di atas selaras dengan penelitian sebelumnya sebagaimana menurut Nurhadi & Aziz (2018) yang membuktikan kualitas layanan berpengaruh positif pada kepercayaan. Semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepercayaan. Fajarini & Meria (2020) menyebut secara signifikan, kualitas layanan mempengaruhi kepercayaan pengguna. Hal ini disebabkan pelayanan yang diberikan baik sehingga menimbulkan kepercayaan pada pelanggan. Didukung Pratiwi & Suparna (2018) yang menunjukkan kualitas layanan berdampak positif dan signifikan pada kepercayaan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat

kepercayaan pelanggan.

4.5.4 H4 = Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

Merujuk pada hasil estimasi tabel 4.11 membuktikan hubungan kepercayaan dengan kepuasan pengguna menghasilkan nilai koefisien jalur 0,345 yang berarti korelasi kedua variabel tersebut sifatnya positif. Jika kepercayaan tinggi, maka akan menambah kepuasan pengguna terhadap sistem. Selanjutnya hubungan variabel di atas mempunyai nilai *t-statistics* 2,425 serta nilai yaitu 0,016. Angka tersebut mengindikasikan nilai *t-statistics* > 1,96 sedangkan *p value* < 0,05 sehingga kepercayaan secara positif signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna. Hal ini menandakan hipotesis jika kepercayaan berpengaruh positif pada kepuasan pengguna bisa diterima.

Dilihat dari hasil analisis deskriptif, variabel kepercayaan memiliki total nilai rata-rata 4,03 yang termasuk dalam kategori tinggi. Artinya, pelaku UMKM yang berada di Klaten memiliki rasa percaya yang tinggi terhadap sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment* (gopay).

Berdasarkan karakteristik responden, berpengaruhnya kepercayaan terhadap kepuasan pengguna dapat disebabkan dari karakteristik responden yang berapa lama penggunaan go pay. Dari karakteristik tersebut dapat dilihat terdapat 21% responden yang menjawab karena alasan keamanan. Artinya, pelaku UMKM percaya bahwa sistem tersebut aman dalam menyimpan seluruh data.

Temuan ini sesuai dengan riset sebelumnya seperti yang dilaksanakan Imanda & Nuridin (2018) menunjukkan kepercayaan berpengaruh signifikan

pada kepuasan pengguna. Hal ini disebabkan semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan maka tingkat kepuasan yang diperoleh juga semakin tinggi. Penelitian Indriyani & Helling (2018) menyatakan kepercayaan secara positif berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction*. Semakin tinggi kepercayaan maka tingkat kepuasan pengguna juga semakin meningkat. Wicaksono (2020) menemukan hasil kepercayaan secara positif berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction*. Hal ini disebabkan penyedia jasa memberikan kepercayaan dengan berperilaku jujur dan memiliki rasa profesionalisme sehingga pelanggan merasa puas.

4.5.5 H5 = Kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

Merujuk pada data yang disajikan dalam tabel 4.11 memperlihatkan hubungan antara kualitas sistem dengan kepuasan pengguna mempunyai nilai koefisien jalur 0,260 yang berarti hubungan kedua variabelnya bersifat positif. Adapun nilai *t-statistics* 2,059 serta *p value* bernilai 0,040. Angka tersebut menunjukkan nilai *t-statistics* > 1,96 sedangkan *p value* < 0,05 Sehingga membuktikan bahwasannya kualitas sistem berhubungan positif dan signifikan pada kepuasan pengguna. Maka bisa dibuat kesimpulan hipotesis dengan pernyataan kualitas sistem mempengaruhi secara positif terhadap kepuasan pengguna bisa diterima.

Dilihat dari hasil analisis deskriptif, variabel kualitas sistem memiliki total nilai rata-rata 3,97 yang termasuk dalam kategori tinggi. Selain itu item dari variabel kualitas sistem memiliki kategori yang tinggi. Misalnya, KS1 yang memiliki *mean* 4,21 dengan kategori sangat tinggi. KS2 yang menunjukkan nilai

rata-rata 4,04, KS3 yang memiliki nilai sebesar 3,9, KS4 sebesar 3,91 dan KS5 sebesar 3,8. Dari 4 item tersebut memiliki kriteria yang tinggi.

Berdasarkan karakteristik responden, berpengaruhnya kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna dapat dilihat dari karakteristik responden pada berapa lama dalam menggunakan gopay. Dari karakteristik tersebut terdapat 30% responden yang menggunakan gopay dalam kurun waktu 1-3 tahun. Artinya pelaku UMKM di Klaten merasa puas dengan kualitas sistem yang diberikan seperti sistem yang mudah digunakan dan dapat membantu dalam mencatat transaksi keuangan sehingga pelaku UMKM puas menggunakan gopay dalam kurun waktu yang cukup lama. Selain itu, terdapat 21% responden yang menyatakan karena keamanan. Artinya, pelaku UMKM Klaten merasa bahwa sistem gopay dapat menjamin keamanan dalam transaksi.

Hasil studi ini sesuai dengan Yuan et al. (2020) pada penelitiannya menerangkan bahwasannya secara positif kualitas sistem mempengaruhi kepuasan pengguna. Sistem yang mudah digunakan, dan memiliki kecepatan akses maka dapat menimbulkan kepuasan pada pengguna. Hariyadi et al. (2019) menyatakan kualitas sistem mempengaruhi kepuasan pengguna secara positif dan signifikan. Semakin tinggi kualitas sistem yang dihasilkan oleh sistem informasi maka semakin meningkatkan kepuasan pengguna. Buana & Wirawati (2018) yang membuktikan kualitas sistem memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini disebabkan semakin tinggi kualitas sistem maka semakin tinggi kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi.

4.5.6 H6 = Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

Berlandaskan *output* estimasi dalam tabel 4.11 menerangkan hubungan antara kualitas informasi dan kepuasan pengguna mempunyai nilai koefisien jalur 0,260 hal ini menandakan korelasi kedua variabel bersifat positif. Bilamana kualitas informasi bertambah maka mengakibatkan kepuasan pengguna terhadap sistem informasi akuntansi juga tinggi. Selanjutnya diperoleh nilai *t-statistics* dari hubungan kualitas informasi dan kepuasan pengguna senilai 2,159 serta nilai *p* 0,031. Kedua angka ini sudah memenuhi ketentuan penerimaan hipotesis yakni nilai *t-statistics* > 1,96 serta *p value* bernilai < 0,05. Sehingga bisa dinyatakan ada hubungan positif yang signifikan antara kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna. Maka hipotesis diterima dengan pernyataan kualitas informasi berpengaruh positif pada kepuasan pengguna.

Dilihat dari hasil analisis deskriptif, variabel kualitas informasi memiliki total nilai *mean* 4,04 yang termasuk dalam kriteria tinggi. Selain itu, item variabel kualitas informasi memiliki kategori yang tinggi. Misalnya, KI1 yang memiliki nilai 4,1, KI2 yang bernilai 4,09, KI3 yang memiliki nilai *mean* 3,96, dan KI4 yang bernilai 4,00. Artinya, pelaku UMKM yang berada di Klaten memiliki penilaian yang tinggi terhadap kualitas informasi.

Berdasarkan karakteristik responden, berpengaruhnya kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna dapat dilihat dari karakteristik responden pada waktu penggunaan. Terdapat 7% responden yang telah menggunakan gopay >

3 tahun. Hal tersebut dapat diketahui bahwa informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment* cukup lengkap dan akurat sehingga membuat pelaku UMKM menggunakan teknologi tersebut dalam kurun waktu yang lama. Selain itu, dapat dilihat dari alasan penggunaan dari 50% responden menjawab bahwa lebih praktis daripada memakai uang tunai. Sehingga, dengan menggunakan gopay dapat lebih efisien karena mempermudah transaksi.

Studi ini didukung dengan riset yang dilaksanakan Franque et al. (2021) bahwasannya kualitas informasi mempengaruhi secara positif pada kepuasan pengguna. Informasi yang akurat, lengkap dan *up to date* dapat mempengaruhi kepuasan pengguna. Penelitian Raihan & Trihatmoko (2020) menyatakan kualitas informasi berpengaruh positif pada kepuasan pengguna. Hal ini disebabkan pengguna yang merasa bahwa sistem informasi memiliki kualitas yang baik maka pengguna akan merasa puas dengan menggunakan sistem tersebut. Menurut Giovani & Oktaroza (2021) dalam penelitiannya menyatakan ada hubungan positif yang signifikan antara kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna. Hal ini disebabkan oleh sistem yang mudah dipahami, informasi yang disajikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan pengguna sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

4.5.7 H7 = Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

Merujuk pada *output* estimasi yang disajikan dalam tabel 4.11 memperlihatkan hubungan variabel kualitas layanan dan kepuasan pengguna

menghasilkan nilai koefisien jalur 0,037 maknanya sifat korelasi kedua variabel adalah positif. Akan tetapi, hasil kalkulasi mengungkapkan nilai *t-statistics* besarnya 0,268 sedangkan nilai *p* besarnya 0,789. Angka tersebut mengindikasikan nilai *t-statistics* < 1,96 serta *p value* > 0,05 sehingga kedua variabel ini memiliki hubungan positif, tetapi tingkat pengaruhnya tidak signifikan menentukan kepuasan pengguna, oleh karena itu hipotesis ditolak.

Hasil analisis deskriptif, variabel kualitas layanan memiliki kriteria yang tinggi. Dapat dilihat dari total *mean* sebesar 3,97, hasil tersebut masuk ke dalam kriteria tinggi. Item dari variabel kualitas layanan juga menunjukkan kriteria tinggi. Item KL1 bernilai 3,93, KL2 bernilai 3,88 dan KL3 memiliki nilai *mean* sebesar 4,01. Namun, berdasarkan jawaban responden terkait kualitas layanan, terdapat responden yang memberikan jawaban kurang setuju pada “sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment* memberikan tindak lanjut yang cepat jika terjadi kesalahan”. Artinya masih terdapat permasalahan dalam pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Misalnya tindak lanjut yang diberikan dalam menangani keluhan pelaku UMKM relatif cukup lama sehingga hal tersebut dapat membuat kegiatan transaksi terhambat.

Berdasarkan karakteristik responden, tidak berpengaruhnya kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna disebabkan dari karakteristik waktu penggunaan. Mayoritas responden sebesar 63% menggunakan gopay < 1 tahun. Waktu tersebut masih terlalu awal untuk mengetahui secara keseluruhan mengenai sistem. Selain itu, dapat dilihat dari karakteristik usia yang mayoritas > 40 tahun. Sehingga pemahaman terkait layanan dari sistem informasi

akuntansi berbasis *mobile payment* masih tergolong relatif rendah.

Pernyataan di atas tidak selaras dengan hasil kajian menurut Amarin & Wijaksana (2021) yang menyatakan kualitas layanan mempengaruhi secara positif pada kepuasan pengguna. Hal ini disebabkan pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa dapat membantu pengguna yang kebingungan dalam memesan sebuah produk serta penyedia jasa selalu menjawab pertanyaan konsumen dengan informatif. Andari & Mulyantomo (2020) bahwasannya kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif pada kepuasan pengguna. Kualitas pelayanan yang meningkat maka kepuasan pengguna juga meningkat.

Riset yang dilakukan Yuan et al. (2020) membuktikan kualitas layanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pengguna. Penyedia jasa yang dapat diandalkan, memberikan tanggapan yang cepat dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Namun, riset ini juga sesuai dengan sejumlah studi sebelumnya yaitu Brata et al. (2018) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan pengguna. Hal ini disebabkan masih adanya rasa tidak percaya pada pengguna terhadap sistem informasi.

Penelitian Kasinem (2020) menyatakan hal yang sama bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan pengguna. Kualitas pelayanan yang buruk dan tidak ditingkatkan maka dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Zafitri (2021) dalam risetnya mengungkapkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan pengguna. Hal ini disebabkan responden telah mengetahui terkait kualitas layanan yang diberikan.

4.6 Uji Mediasi

Pengujian mediasi dilakukan guna mengetahui pengaruh *indirect effect*, pengaruh tersebut dapat dilihat pada uji *bootstrapping* dengan tabel ini:

Tabel 4.12

Hasil Uji Tahap Pertama

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna	0,345	0,342	0,142	2,425	0,016
Kualitas Informasi -> Kepercayaan	0,488	0,484	0,092	5,305	0,000
Kualitas Informasi -> Kepuasan Pengguna	0,260	0,271	0,120	2,159	0,031
Kualitas Layanan -> Kepercayaan	0,317	0,311	0,104	3,062	0,002
Kualitas Layanan -> Kepuasan Pengguna	0,037	0,025	0,137	0,268	0,789
Kualitas Sistem -> Kepercayaan	0,068	0,075	0,101	0,679	0,497
Kualitas Sistem -> Kepuasan Pengguna	0,235	0,239	0,114	2,059	0,040

Sumber: *Output SmartPLS, 2023*

Tabel 4.13

Hasil Uji Tahap Kedua

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P Values</i>
Kualitas Informasi -> Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna	0,169	0,166	0,080	2,110	0,035
Kualitas Layanan -> Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna	0,109	0,109	0,062	1,772	0,077
Kualitas Sistem -> Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna	0,024	0,022	0,036	0,649	0,517

Sumber: *Output SmartPLS, 2023*

Uji mediasi ada beberapa persyaratan yang harus terpenuhi diantaranya, bilamana nilainya pada dua bertambah dan signifikan, artinya tidak terdapat mediasi. Dan bilamana nilai yang dihasilkan pada tahap satu meningkat serta tetap signifikan artinya *partial mediation*, Kemudian bilamana nilainya pada tahap satu dan dua menurun dan tidak signifikan, artinya *full mediation*.

1. Variabel kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan

Pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan dapat dilihat pada tabel 4.12 dan 4.13, dimana nilai pengaruh langsung atau uji tahap pertama menunjukkan nilai 2,059 dan nilai pada pengaruh tidak langsung atau uji kedua menunjukkan sebesar 0,649. Dengan

hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah *full mediation* pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna. Hal ini sesuai dengan peran mediasi menurut Ghozali & Latan (2014) yang menyatakan apabila nilai pada tahap kedua menurun serta tidak signifikan maka pola mediasinya merupakan mediasi penuh (*full mediation*).

Temuan ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Geebren et al. (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat menjadi variabel mediator antara kualitas sistem dengan kepuasan pengguna. Hal tersebut disebabkan sistem yang mudah digunakan, mudah dijalankan dan memiliki tampilan yang menarik, pengguna akan cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sistem sehingga kepuasan pengguna juga meningkat.

Hasil penelitian Prayanthi et al. (2020) menunjukkan hasil kualitas sistem memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan pengguna. Kualitas sistem menjadi faktor pendukung untuk meninjau kepuasan pengguna. Giovani & Oktaroza (2021) menyatakan kualitas sistem memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna. Kualitas sistem yang semakin baik maka semakin puas pengguna dalam menggunakan sistem informasi.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepercayaan kuat dalam memediasi pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna pada pelaku UMKM di Klaten. Hal ini berarti pelaku usaha UMKM memiliki rasa percaya yang tinggi terhadap kualitas sistem yang diberikan. Pengguna yang percaya terhadap sistem yang mudah digunakan, membantu dalam pencatatan transaksi keuangan, sub bagian yang saling terhubung dan dapat diubah sesuai

kebutuhan dan sistem yang tidak sering terjadi *error* dapat meningkatkan rasa puas pada pelaku UMKM dalam menggunakan sistem tersebut.

2. Variabel kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan

Pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan dapat dilihat pada tabel 4.12 dan 4.13, dimana nilai pengaruh langsung atau uji tahap pertama menunjukkan nilai 2,159 dan nilai pada pengaruh tidak langsung atau uji kedua menunjukkan sebesar 2,110. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah *partial mediation* pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna. Hal ini sesuai dengan peran mediasi menurut Ghazali & Latan (2014) yang menyatakan apabila nilai pada tahap kedua menurun tetapi masih signifikan maka pola mediasinya *partial mediation* atau mediasi sebagian.

Riset ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Prajoko et al. (2022) yang menyatakan kepercayaan dapat memediasi kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna. Apabila kepercayaan meningkat maka kepuasan pengguna juga meningkat. Geebren et al. (2021) dalam penelitiannya bahwa kepercayaan dapat menjadi mediator untuk hubungan antara kualitas informasi dan kepuasan pengguna. Informasi yang tepat waktu, relevan, akurat dan lengkap dapat menimbulkan kepercayaan pada pengguna. Kepercayaan yang tinggi pada informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

Penelitian Giovani & Oktaroza (2021) menyatakan kualitas informasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna. Kualitas informasi yang semakin baik seperti informasi yang dihasilkan akurat, tepat waktu dan lengkap maka semakin puas pengguna dalam menggunakan aplikasi *mobile payment*.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepercayaan cukup kuat dalam memediasi pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna pada pelaku UMKM di Klaten. Hal ini berarti pelaku UMKM memiliki rasa kepercayaan yang baik terhadap kualitas informasi yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna. Rasa kepercayaan dari pelaku UMKM disebabkan oleh kualitas informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment* seperti informasi yang dihasilkan tepat waktu, akurat dan lengkap. Adanya rasa percaya yang baik terhadap kualitas informasi dapat menimbulkan kepuasan pada penggunanya yaitu pelaku UMKM di Klaten yang menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment*.

3. Variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan dapat dilihat pada tabel 4.12 dan 4.13, dimana nilai pengaruh langsung atau uji tahap pertama menunjukkan nilai 0,2,68 dan nilai pada pengaruh tidak langsung atau uji kedua menunjukkan sebesar 1,772. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak mampu menjadi

mediasi antara pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini sesuai dengan pernyataan menurut Ghozali & Latan (2014) terkait peran mediasi apabila pada tahap kedua mengalami kenaikan maka pola mediasi tidak terdukung atau 0 mediasi.

Hasil penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Geebren et al. (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat menjadi variabel mediasi kualitas layanan dengan kepuasan pengguna. Kualitas layanan yang baik dapat menyebabkan kepercayaan dan kepuasan pengguna yang tinggi. Penelitian Imanda & Nuridin (2018) menyatakan kualitas layanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kualitas layanan menjadi salah satu faktor penting dalam mewujudkan kepuasan pengguna karena terdiri dari keandalan, jaminan, ketanggapan, empati, dan bukti fisik yang diharapkan dapat membantu dalam menciptakan kepuasan pengguna.

Berbeda dengan riset yang dilakukan Brata et al. (2018) menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan tidak memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini disebabkan masih terdapat ketidakpercayaan pengguna pada sistem sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Didukung penelitian Kasinem (2020) bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh pada kepuasan pengguna. Kualitas pelayanan yang tidak ditingkatkan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak dapat menjadi mediator pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna pada pelaku UMKM di Klaten. Hal ini berarti pelaku UMKM yang berada di

Klaten masih kurang percaya terhadap layanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Misalnya, penyedia jasa dalam menanggapi keluhan yang diajukan oleh pelaku UMKM masih kurang cepat, dan penyedia jasa belum bisa menjamin tidak adanya *error* pada sistem. Rasa kurang percaya pada pelaku UMKM dapat mempengaruhi kepuasan yang disebabkan oleh kualitas layanan yang diberikan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pengukuran dan hasil analisis yang telah dibahas, maka bisa dibuat beberapa kesimpulan antara lain:

1. Hipotesis pertama ditolak, terbukti bahwasannya kualitas sistem tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap kepercayaan. Kemudahan yang ditawarkan oleh sistem serta *error* yang jarang terjadi pada sistem informasi akuntansi, hal tersebut tidak serta membuat para pelaku usaha UMKM untuk mempercayai kualitas sistem yang dimiliki teknologi pembayaran non tunai tersebut.
2. Hipotesis kedua diterima, terbukti bahwasannya kualitas informasi berpengaruh positif yang signifikan pada kepercayaan. Penyajian informasi yang komprehensif, tepat waktu, sekaligus akurat pada para pelaku usaha UMKM dapat membuat pelaku usaha percaya dengan informasi yang diberikan oleh sistem. Tingkat kualitas informasi dari sistem yang semakin tinggi dapat menambah tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh pelaku usaha UMKM.
3. Hipotesis ketiga diterima, terbukti bahwasannya kualitas layanan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan. Respon yang cepat ketika terjadi *error* dapat membuat para pelaku usaha yang diberi pelayanan merasa nyaman dan para pelaku usaha bisa secepatnya meneruskan dan menyelesaikan pekerjaannya memakai sistem informasi

akuntansi. Makin tinggi kualitas layanan dari pemberi jasa, maka dapat menjadikan tingkat kepuasan para pelaku usaha UMKM juga bertambah.

4. Hipotesis keempat diterima, terbukti bahwasannya kepercayaan mempengaruhi secara positif signifikan pada kepuasan pengguna. Sistem yang dapat dipercaya serta aman untuk digunakan, dan penyedia jasa yang memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pengguna mampu menaikkan kepuasan para pemakai sistem informasi ini.
5. Hipotesis kelima diterima, terbukti bahwasannya kualitas sistem mempengaruhi dengan positif serta signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kemudahan operasional sistem, memiliki fungsionalitas prima, sistem tidak sering *error* atau rusak dan antar sub-sistem saling terhubung mampu menjadikan pelaku usaha UMKM merasa puas karena sistem yang mereka gunakan.
6. Hipotesis keenam diterima, terbukti bahwasannya kualitas informasi mempengaruhi secara positif serta signifikan pada kepuasan pengguna. Informasi yang tepat waktu, lengkap, dan akurat yang diberikan bisa membantu proses pengambilan pencatatan laporan dapat selesai dalam waktu yang lebih cepat.
7. Hipotesis ketujuh ditolak, kualitas layanan terbukti tidak mempengaruhi yang signifikan pada kepuasan pengguna. Penyedia jasa yang melayani dengan baik dan dapat menjamin tidak terjadi *error* pada sistem, namun hal tersebut tidak lantas membuat pelaku usaha UMKM puas terhadap kualitas layanan yang diberikan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Selama menjalankan proses riset ini, peneliti mempunyai sejumlah keterbatasan yakni:

1. Belum meratanya distribusi kuesioner dikarenakan hanya mencakup pelaku usaha UMKM di sektor makanan dan minuman di Klaten. Jumlah responden dalam penelitian, dibatasi pada satu sektor UMKM makanan dan minuman di daerah Klaten, oleh karenanya derajat keterwakilannya masih kecil. Bukan hanya itu, total responden pada studi ini juga terbatas yaitu hanya sebesar 100 responden.
2. Keterbatasan variabel yang diuji, oleh karenanya kurang menyeluruh untuk mendeskripsikan gejala yang diselidiki dalam meningkatkan kepuasan para pelaku usaha UMKM yang menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment*.

5.3 Saran

Berlandaskan keterbatasan peneliti pada riset ini, maka dirumuskan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan landasan bagi penelitian berikutnya, antara lain:

1. Bagi riset kedepannya dapat dilaksanakan riset pada bidang usaha lain agar diperoleh representasi lebih luas mengenai kepuasan pengguna dalam memakai sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment* di Klaten.
2. Bagi penelitian berikutnya diupayakan bisa memasukkan variabel bebas diluar model Delone dan Mclean dan memperluas wilayah penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih variatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2014). Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris. BPFE.
- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. CV Andi Offset.
- Agustina, R., Gustiana, R., & Amini, O. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Pada Pt Indomarco Prismatama Cabang Banjarmasin. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 189–205.
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem , Kualitas Informasi , dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52.
- Andari, D. P. T. A., Novitasari, N. L. G., & Dewi, N. L. P. S. (2022). Pengaruh Etika Kepemimpinan, Kualitas Sistem Informasi Akuntansi, Fungsi Badan Pengawas, Tingkat Pemahaman Akuntansi, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pelaporan Keuangan Pada Lembaga Perkreditan Desa Di Kecamatan Blahbatuh. *Jurnal Kharisma*, 4(2), 180–189.
- Andari, & Mulyantomo, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel Pandanaran Semarang). *Jurnal Ilmiah*, 18(3), 77–88.
- Aprilyanti, V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dompot Digital Ovo Pada Masa Pandemi Covid-19. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(3), 546–555.
- Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2017). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, 2(1), 1–17.
- Azhar, S. (2013). Struktur Pengendalian Resiko Pengembangan (1st ed.). Lingga Jaya.
- Brata, M. E. W., Hapsari, D. W., & Priyandani, Y. S. (2018). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Keuangan (Studi Kasus Pegawai Keuangan Universitas Telkom). *E-Proceeding of Management*, 5(1), 860.
- Buana, M. I. B. G. M., & Wirawati, N. G. P. (2018). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan Perceived Usefulness Pada Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi*, 22(1), 683–713.

<https://doi.org/10.24843/eja.2018.v22.i01.p26>

- Chuang, L., Liu, C., & Kao, H. (2016). The Adoption of Fintech Service : TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*, 3(07), 1–15.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Fajarini, A., & Meria, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Klinik Kecantikan Beauty Inc). *JCA Ekonomi*, 1(2), 481–491.
- Ferdiana, A. M. K., & Darma, G. S. (2019). Understanding Fintech Through Go-Pay. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(2), 257–260.
- Franque, F. B., Oliveira, T., & Tam, C. (2021). Understanding the factors of mobile payment continuance intention: empirical test in an African context. *Heliyon*, 7(8), 2–12. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07807>
- Geebren, A., Jabbar, A., & Luo, M. (2021). Examining the role of consumer satisfaction within mobile eco-systems: Evidence from mobile banking services. *Computers in Human Behavior*, 114(3), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106584>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* ((2nd ed.)).
- Giovani, & Oktaroza, M. L. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem Digital Payment dan Kualitas Informasi Digital Payment terhadap Kepuasan Pengguna. *Prosiding Akuntansi*, 7(2), 418–421.
- Gunawan, H., Zulkarnain, & Alwie, A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Masyarakat Pada Informasi Publik Dari Badan Pemeriksa Keuangan Perwakilan Provinsi Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(4), 684–697.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & E, A. R. (2010). Multivariate Data Analysis. In *Mathematics of Computation* (Seventh Ed, Vol. 50, Issue 181). <https://doi.org/10.2307/2007941>
- Hamid, R. S., & Ikbal, M. (2017). Analisis Dampak Kepercayaan pada Penggunaan Media Pemasaran Online (E-Commerce) yang Diadopsi oleh UMKM: Perspektif Model DeLone & McLean. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(3), 310–337. <https://doi.org/10.12695/jmt.2017.16.3.6>

- Hariyadi, R., Fitri, M., & Arisandi, D. (2019). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi dan Keamanan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kepuasan Pengguna. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, 2(2), 206–217.
- Hasanudin, M. H., & Arifianto, C. F. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Yang Diterima Daring (Pesq) Terhadap E-Satisfaction Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Daring Atas Layanan Daring Pada Implementasi Espm. *Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 5(4), 343–354.
- Imanda, N., & Nuridin. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop Yellow Facy Jeans Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana Nadya*, 6(3), 1–15.
- Indriyani, F., & Helling, L. S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website , Kepercayaan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen*, 5(1), 56–68. <https://doi.org/10.32477/jrm.v5i1.42>
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Kirana, A., & Moordiningsih. (2010). Studi Korelasi Efikasi Diri Dan Dukungan Sosial Dengan Prestasi Akademik : Telaah Pada Siswa Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi*, 12(1), 47–54.
- Maulana, T. M. M., & Nasir. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(2), 368–384.
- Maulida, S., Hamidy, F., & Wahyudi, A. D. (2020). Monitoring Aplikasi Menggunakan Dashboard Untuk Sistem Informasi Akuntansi Pembelian Dan Penjualan (Studi Kasus : Ud Apung). *Jurnal Tekno Kompak*, 14(1), 47. <https://doi.org/10.33365/jtk.v14i1.503>
- Ningsih, D. R. (2020). Peran Financial Technology (Fintech) Dalam Membantu Perkembangan Wirausaha UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*, 270–277.
- Nurhadi, & Aziz, A. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan kesetiaan konsumen. *Jurnal Economia*, 14(1), 89–98.
- Nurhaida, A. M., & Putra, W. M. (2019). Pengujian Kesuksesan Implementasi Sistem Informasi Akuntansi pada Usaha Kecil Menengah dengan Model Adaptasi Delone & McLean. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 14–

26.

- Prajoko, M. A., Effendi, I., & Sugandini, D. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kualitas Informasi Terhadap E-Kepuasan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Marketplace Tokopedia Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 9(1), 287–306.
- Pratiwi, K. W., & Suparna, G. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Camely Salon Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 7(9), 4947–4970.
- Prayanthi, I., Lompoliu, E., & Langkedeng, R. D. (2020). The Effect of Accounting Information System Quality on Accounting Information Quality. *Research Journal of Finance and Accounting*, 1(2), 1–11.
- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompnet Elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Raihan, M. M., & Trihatmoko, H. (2020). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness terhadap Kepuasan End User Software Akuntansi. *E-JURNAL AKUNTANSI*, 30(10), 2566–2577.
- Rakhmanita, A., & Anggarini, D. T. (2020). Dampak Transaksi Pembayaran Go-Pay Bagi Peningkatan Penjualan Pedagang Kecil Menengah di Pasar Modern BSD. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2), 124–128.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2016). Sistem Informasi Akuntansi (D. oleh K. dan Novita (ed.)). Salemba empat.
- Siagian, A. O. (2021). Strategi Pemasaran E-Commerce Bagi Umkm Indonesia Untuk Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal AKRAB JUARA*, 3(2), 1–15.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., & Sabol, B. (2002). Consumer Trust , Value , and Loyalty in Relational Exchanges. *Journal of Marketing*, 66(1), 15–37. <https://doi.org/10.1509/jmkg.66.1.15.18449>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). CV Alfabeta.
- Supertini, N. P. ., Telagawathi, N. L. W. ., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61–73.
- Tam, C., & Oliveira, T. (2017). Understanding Mobile Banking Individual Performance The Delone & Mclean Model And The Moderating Effects Of

- Individual Culture. *Internet Research*, 27(3), 538–562.
<https://doi.org/10.1108/IntR-05-2016-0117>
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75.
<https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
- Untoro, Trenggana, R. A., & Dewi, K. (2013). Pemetaan Produk Dan Risiko Pembayaran Bergerak (Mobile Payment) Dalam Sistem Pembayaran Di Indonesia. *Bank Indonesia Working Paper*, 42(50), 1–74.
- Wardani, A. P. Y. K., & Darmawan, N. A. S. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM : Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 170–175.
- Wicaksono, A. P. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(4), 1–21.
- Yee, B., & Faziharudean, T. M. (2010). Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia. *Journal of Electronic Banking Systems*, 21(2), 1–22. <https://doi.org/10.5171/2010.592297>
- Yuan, S., Liu, L., Su, B., & Zhang, H. (2020). Determining The Antecedents Of Mobile Payment Loyalty: Cognitive And Affective Perspectives. *Electronic Commerce Research and Applications*, 41(49), 2–9.
<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.100971>
- Zafitri, B. F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Importir Asiacommerce. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 3(1), 1–18.

Lampiran 1: Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN KLATEN
 DINAS KOPERASI USAHA KECIL MENENGAH DAN
 PERDAGANGAN
 Jln. Pemuda No. 220 Klaten Kode Pos 57411
 Telp/Fax . (0272) 321320, 3392157
 K L A T E N

SURAT KETERANGAN

NOMOR : B/449.1/739/19

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANANG WIDJATMOKO, SH, MM
 Jabatan : Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan
 Perdagangan Kab. Klaten

Menunjuk surat dari Wakil Dekan Bidang Akademik Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Nomor B-370/Un.20/F.IV.1/PP.00.9/02/2023 Tanggal 13 Februari 2023 Perihal Permohonan Izin Penelitian. Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Tata Emi Wardani
 NIM : 195221216
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Prodi/Fakultas : Akuntansi Syariah/Ekonomi dan Bisnis Islam
 Judul : Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Hasil Model Kesuksesan Delone dan Mclean Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Mobile Payment
 Jangka Waktu : 2 Bulan (Februari-Maret)

Melaksanakan penelitian kepada para usaha mikro bidang makanan olahan di Kabupaten Klaten dan yang bersangkutan wajib menyerahkan laporan hasil penelitiannya sebanyak 1 berkas.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Apabila ada permasalahan dikemudian hari terkait penelitian tersebut menjadi tanggung jawab sepenuhnya yang bersangkutan.

Klaten, 14 Maret 2023
 Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil
 Menengah dan Perdagangan
 Kabupaten Klaten



Anang Widjatomoko, S.H., M.M.
 Pembina Utama Muda
 NIP. 196808091997031003

Lampiran 2: Jadwal Penelitian

NO	Bagian	Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal			x	x		x	x					x	x	x		
2	Konsultasi																x
3	Pendaftaran Seminar Proposal																x

NO	Bagian	Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal		x										
2	Konsultasi												
3	Pendaftaran Seminar Proposal												
4	Revisi Proposal			x	x								
5	Pengumpulan Data			x	x	x							
6	Analisis Data					x							
7	Penyusunan Draft Skripsi						x	x					
8	Pendaftaran Munaqasah								x				
9	Ujian Munaqasah										x		

Lampiran 3: Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Responden Yang Terhormat

Perkenalkan saya Tata Emi Wardani mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta. Bermaksud untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Hasil Model Kesuksesan Delone Dan Mclean Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *Mobile Payment GOPAY* (Studi kasus UMKM di Kabupaten Klaten)”.

Dengan hormat saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan ini sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Setiap informasi yang disertakan dalam angket ini semata-mata untuk kepentingan peneliti dan akan dijaga kerahasiaannya. Untuk itu, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan dari kuesioner tersebut secara akurat dan lengkap. Terima kasih atas waktu dan partisipasinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat saya

(Tata Emi Wardani)

Bagian 1

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

 Laki-laki Perempuan

Jenis Usaha :

 Makanan Minuman Makanan dan Minuman

Nama Usaha:

Umur usaha

a. < 1 tahun

b. 1-5 tahun

c. > 5 tahun

Omzet per tahun

a. < 50 juta per tahun

b. 100 juta sampai 200 juta per tahun

c. 300 juta sampai 500 juta per tahun

d. > 500 juta per tahun

Jumlah karyawan

- a. < 5 orang
- b. 6-10 orang
- c. 10-20 orang
- d. > 20 orang

Berapa lama menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment*?

- a. < 1 tahun
- b. 1-3 tahun
- c. > 3 tahun

Alasan utama menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *mobile payment*?

- a. Lebih mudah melacak transaksi
- b. Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
- c. Keamanan

B. PETUNJUK PENGISIAN

Untuk pernyataan dibawah ini pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara paling tepat dengan cara memberi tanda (√) pada pilihan yang tersedia, isilah jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Keterangan :

- 1. STS : Sangat tidak setuju
- 2. TS : Tidak Setuju
- 3. N : Netral

4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

C. Pernyataan

1. Kualitas Sistem (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> mudah digunakan					
2.	Sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> sangat membantu saya dalam melakukan pencatatan laporan keuangan					
3.	Saya merasa bahwa sub-bagian satu dengan yang lain pada sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> dapat saling terhubung					
4.	Sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> yang saya gunakan dapat diubah sesuai dengan kebutuhan					
5.	Sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> yang saya gunakan tidak sering terjadi <i>error</i>					

2. Kualitas Informasi (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> menyajikan informasi yang akurat					

2.	Sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> menyajikan informasi yang <i>update/tepat waktu</i>					
3.	Informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> sudah mencakup semua aspek yang saya butuhkan					
4.	Informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> relevan					

3. Kualitas Layanan (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Pelayanan yang cepat diberikan oleh sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> ketika terjadi <i>error</i> membuat saya merasa terjamin bahwa data yang tersimpan akan aman					
2.	Sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> memberikan tindak lanjut yang cepat jika terjadi kesalahan					
3.	Jika terjadi kesalahan, bantuan yang ditawarkan oleh sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> dilakukan dengan sopan dan sesuai dengan keluhan					

4. Kepercayaan (Z)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya percaya pada sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> karena memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada penggunanya					
2.	Saya percaya sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> dapat dipercaya					
3.	Saya percaya bahwa sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> aman					

5. Kepuasan Pengguna (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya puas dengan informasi yang diberikan sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i> karena memudahkan saya mencatat transaksi					
2.	Saya puas dengan fitur-fitur yang disajikan sistem informasi akuntansi berbasis <i>mobile payment</i>					

Lampiran 4: Data Karakteristik Responden

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Jenis Usaha	Nama Usaha	Umur Usaha	Omzet Pertahun	Jumlah Karyawan	Usia Gopay	Alasan
1	Aprilia	21	Perempuan	Makanan	Sosis Naga 52	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
2	Rosyid	21	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Jajan Nagih	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
3	Nining	52	Perempuan	Makanan	Little Treats	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
4	Wisnu	23	Laki-laki	Minuman	Nge-S	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
5	Novia	22	Perempuan	Makanan	Cilok Daging	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
6	Aryani	22	Perempuan	Minuman	Drinks.Id	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Keamanan

7	Sulistyowati	50	Perempuan	Makanan	Sosis Bakar Skrikandi	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
8	Juleha	21	Perempuan	Makanan dan Minuman	Nee A Cake n Dessert	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
9	Nazilatul	22	Perempuan	Makanan dan Minuman	Kedai Neka_Neka	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
10	Tina	22	Perempuan	Makanan	Jajanan Dek Oval	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Keamanan
11	Puji	22	Perempuan	Makanan dan Minuman	Jajanan D&D	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
12	Indah	22	Perempuan	Makanan dan Minuman	Go+Kar	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
13	Sarip	23	Laki-laki	Makanan	Bakso Bakar Mp	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
14	Leo	22	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Kedai Es Oyen	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi

15	Rifki	20	Perempuan	Makanan dan Minuman	Bakmi Minul	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
16	Abel	20	Perempuan	Makanan dan Minuman	Maem Mie	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
17	Ananda	20	Perempuan	Makanan	Sempol Nampol	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
18	Chisan	25	Laki-laki	Makanan	Sotel Zulzuan	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
19	Deta	27	Perempuan	Makanan	Ram's Banana	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
20	Selvia	21	Perempuan	Makanan dan Minuman	Yahoolt	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
21	Nisa	23	Perempuan	Minuman	Es Teh Kampul	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai

22	Savina	21	Perempuan	Makanan	Aneka Jajanan	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
23	Sartini	41	Perempuan	Makanan dan Minuman	Wonten Rice Bowl	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
24	Harits	21	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Warung Joseon	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
25	Habib	25	Laki-laki	Makanan	Banana Krezz	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
26	Ira	53	Perempuan	Makanan	Ropangkus	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Keamanan
27	Rani	28	Perempuan	Makanan dan Minuman	Mie Chik Chik	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
28	Sigit	43	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Nyentrik	> 5 tahun	100-200 juta per tahun	6-10 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
29	Eko Roni	45	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Es Coklat Nyos	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada

										menggunakan uang tunai
30	Arif	24	Laki-laki	Makanan	Gohan Fried Chicken	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
31	Warni	36	Perempuan	Makanan	Oishi Takoyaki	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Keamanan
32	Sukamta	55	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Dewa Mie	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
33	Anna	53	Perempuan	Makanan dan Minuman	Kedai ZieZie	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Keamanan
34	Ernawati	32	Perempuan	Makanan dan Minuman	Ny.Kaede	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
35	Andrea	33	Perempuan	Makanan	Roti Bakar Azar	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
36	Purwaningsih	41	Perempuan	Minuman	Salinda Boba	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
37	Suwarni	56	Perempuan	Makanan	Loys Jualan	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Keamanan

38	Suyadi	57	Laki-laki	Makanan	Jagung Bakar Saga	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
39	Partini	53	Perempuan	Makanan	Sweet Corndog	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Keamanan
40	Nanik	34	Perempuan	Minuman	Bunga Juice	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Keamanan
41	Ardian	30	Laki-laki	Makanan dan Minuman	De Ngombe	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
42	Lisa	36	Perempuan	Minuman	Sabubukuy	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
43	Dwi Zuliyani	36	Perempuan	Makanan dan Minuman	Sambal Ijo Qu	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
44	Yunita	27	Perempuan	Makanan dan Minuman	Saly Kitchen	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
45	Wiji	54	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Pentol Rindu	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Keamanan
46	Ratmi	35	Perempuan	Makanan dan Minuman	Keymilk dan Keysosis	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada

										menggunakan uang tunai
47	Tri budi	56	Perempuan	Makanan dan Minuman	Mico	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
48	Atin	42	Perempuan	Makanan dan Minuman	Dapur Seblak	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
49	Agus	62	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Happy Ayam Bakar	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
50	Suratmi	52	Perempuan	Makanan	Pendekar Gedhang	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
51	Sutopo	64	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Nuansa Rasa	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
52	Suciati	59	Perempuan	Makanan dan Minuman	Seblak Bloom	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	> 3 tahun	Keamanan
53	Supanti	56	Perempuan	Makanan	Danisa Food	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai

54	Hanawati	33	Perempuan	Makanan	Burger Kebab	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
55	Lilis	51	Perempuan	Makanan dan Minuman	Dapur D'Caca	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
56	Widi	46	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Cemal Cemil Rinjani	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
57	Rohmah	42	Perempuan	Makanan	Sosis Bakar DJ	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
58	Joko Dwi	43	Laki-laki	Makanan dan Minuman	DeJamur	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
59	Priyono	58	Laki-laki	Minuman	D'Kedai Kita	1-5	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
60	Wariso	50	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Wedangan Mewah	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 3 tahun	Keamanan
61	Handayani	47	Perempuan	Makanan	GorenganMo e	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada

										menggunakan uang tunai
62	Ita	35	Perempuan	Makanan	Sikupal	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
63	Wahyuni	34	Perempuan	Makanan dan Minuman	Dapur Sunda Teh Iha	> 5 tahun	100-200 juta per tahun	6-10 orang	< 3 tahun	Keamanan
64	Haryanto	52	Laki-laki	Minuman	Dcho Milk	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
65	Sugeng	55	Laki-laki	Makanan	Donat Telo	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
66	Rahma	32	Perempuan	Makanan	Maradana Pizza	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Keamanan
67	Lestari	47	Perempuan	Minuman	Delicious Bubble Tea	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Keamanan
68	Yulianti	38	Perempuan	Makanan dan Minuman	Yoi Bowl	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
69	Najib	45	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Arok Happy Food	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai

70	Tri	51	Laki-laki	Minuman	Tasty Cheese	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
71	Budi	30	Laki-laki	Minuman	Warung S3	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Keamanan
72	Yani	50	Perempuan	Makanan	Babekaran	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
73	Candra	27	Laki-laki	Minuman	Tea and You	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
74	Haryani	31	Perempuan	Makanan	Fazela Mini Corndog	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Keamanan
75	Dio	36	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Seblak Dio	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
76	Marsini	52	Perempuan	Makanan dan Minuman	Soto Mbah Muk	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
77	Kartini	42	Perempuan	Minuman	Es Teh Desa	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai

78	Toni	32	Laki-laki	Minuman	Mister Thai Tea	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
79	Farid	25	Laki-laki	Minuman	Gramoz Ice	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
80	Nur	33	Perempuan	Minuman	RealJuice	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Keamanan
81	Angga	45	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Warung Makan Mba Kris	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
82	Aji	46	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Tempura Aji	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
83	Kurnia	27	Perempuan	Makanan	Takoyakiku	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
84	Ririn	31	Perempuan	Minuman	So What Bubble	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
85	Ayu	30	Perempuan	Minuman	Freemilt	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
86	Fitri	34	Perempuan	Minuman	Naice	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi

87	Alifa	32	Perempuan	Makanan	Pisang Keju Alifa	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	> 3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
88	Edi	30	Laki-laki	Minuman	Maniak Susu	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Keamanan
89	Mujiyo	49	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Warung Awe	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	> 3 tahun	Keamanan
90	Sri	55	Perempuan	Makanan dan Minuman	Seblak Sri	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
91	Dewi	38	Perempuan	Makanan dan Minuman	Ceker Bledek	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	> 3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
92	Indarti	43	Perempuan	Makanan	Soulmate Donut	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	> 3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
93	Kusnadi	49	Laki-laki	Minuman	Scale Mix	> 5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi
94	Radit	23	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Kedai Es Mas Radit	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	> 3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai

95	Muji	57	Perempuan	Makanan dan Minuman	IDBS Kedai Mak E	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	> 3 tahun	Keamanan
96	Galih	25	Laki-laki	Makanan	Eat Kebab	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
97	Agung	25	Laki-laki	Makanan dan Minuman	Ilatte coffe	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	> 3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
98	Rina	26	Perempuan	Makanan	D'Telur Gulung	< 1 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	< 1 tahun	Keamanan
99	Indi	19	Perempuan	Makanan	Korean Hotdog	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih praktis daripada menggunakan uang tunai
100	Fisia	19	Perempuan	Makanan	Mentega Croffle	1-5 tahun	< 50 juta per tahun	< 5 orang	1-3 tahun	Lebih mudah melacak transaksi

Lampiran 5 : Kuesioner Sebelum Diolah

KS1	KS2	KS3	KS4	KS5	KI1	KI2	KI3	KI4	KL1	KL2	KL3	K1	K2	K3	KP1	KP2
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	5	1	2
1	1	1	3	3	4	4	5	5	1	1	3	1	5	5	1	5
4	3	4	4	3	4	5	3	3	3	4	5	3	3	4	3	5
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	4	4	5	5	5
4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	5	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	4
4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4

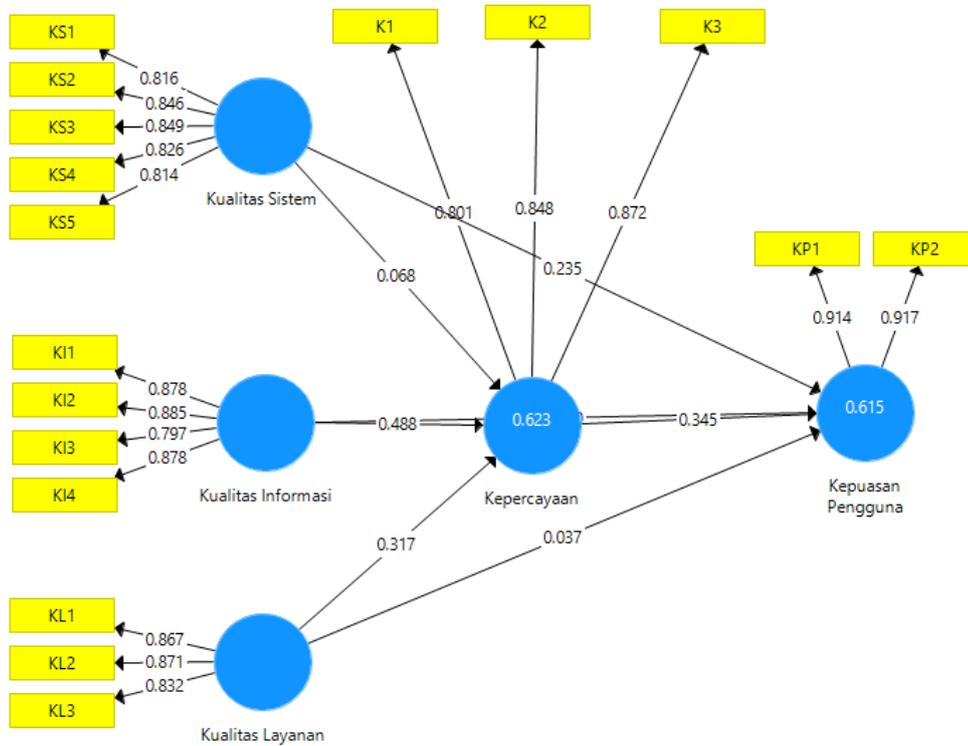
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
5	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3	5	3	3
3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	3	5	4
4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	4	3
5	3	5	5	3	5	3	5	3	4	3	4	3	3	4	5	3
4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	3	5	3	4	3	4	4

1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	2	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4
4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	2	5	5	4	5	5	4
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5

5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5
4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	5

Lampiran 6: Output SmartLS

1. Outer Loadings



Uji Validitas Konvergen
Nilai Outer Loadings

	Kepercayaan	Kepuasan Pengguna	Kualitas Informasi	Kualitas Layanan	Kualitas Sistem
K1	0,801				
K2	0,848				
K3	0,872				
KI1			0,878		
KI2			0,885		
KI3			0,797		
KI4			0,878		
KL1				0,867	
KL2				0,871	
KL3				0,832	
KP1		0,914			
KP2		0,917			

KS1					0,816
KS2					0,846
KS3					0,849
KS4					0,826
KS5					0,814

Uji Validitas Diskriminan
Cross Loadings

	Kepercayaan	Kepuasan Pengguna	Kualitas Informasi	Kualitas Layanan	Kualitas Sistem
K1	0,801	0,579	0,528	0,644	0,631
K2	0,848	0,636	0,630	0,531	0,478
K3	0,872	0,593	0,709	0,545	0,551
KI1	0,601	0,604	0,878	0,498	0,676
KI2	0,706	0,705	0,885	0,633	0,705
KI3	0,604	0,543	0,797	0,509	0,546
KI4	0,632	0,584	0,878	0,554	0,593
KL1	0,595	0,505	0,562	0,867	0,704
KL2	0,548	0,455	0,465	0,871	0,571
KL3	0,597	0,588	0,608	0,832	0,574
KP1	0,624	0,914	0,607	0,592	0,693
KP2	0,689	0,917	0,697	0,521	0,553
KS1	0,493	0,524	0,483	0,558	0,816
KS2	0,569	0,580	0,595	0,557	0,846
KS3	0,527	0,591	0,606	0,669	0,849
KS4	0,562	0,522	0,703	0,613	0,826
KS5	0,568	0,597	0,659	0,595	0,814

Uji Validitas Diskriminan
AVE

	Average Variance Extracted (AVE)
Kepercayaan	0,707
Kepuasan Pengguna	0,838
Kualitas Informasi	0,740
Kualitas Layanan	0,734
Kualitas Sistem	0,690

Uji Validitas Diskriminan

Nilai *Fornell Larcker Criterion*

	Kepercayaan	Kepuasan Pengguna	Kualitas Informasi	Kualitas Layanan	Kualitas Sistem
Kepercayaan	0,841				
Kepuasan Pengguna	0,717	0,916			
Kualitas Informasi	0,742	0,713	0,860		
Kualitas Layanan	0,680	0,608	0,642	0,857	
Kualitas Sistem	0,656	0,679	0,736	0,721	0,830

Uji Reliabilitas

Nilai *Cronbach Alpha dan Composite Reliability*

	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Kepercayaan	0,792	0,878
Kepuasan Pengguna	0,807	0,912
Kualitas Informasi	0,882	0,919
Kualitas Layanan	0,819	0,892
Kualitas Sistem	0,887	0,917

2. Uji *Inner Model*

Nilai *R-square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Kepercayaan	0,623	0,611
Kepuasan Pengguna	0,615	0,599

Uji Hipotesis

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P Values</i>
Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna	0,345	0,342	0,142	2,425	0,016
Kualitas Informasi -> Kepercayaan	0,488	0,484	0,092	5,305	0,000
Kualitas Informasi -> Kepuasan Pengguna	0,260	0,271	0,120	2,159	0,031
Kualitas Layanan -> Kepercayaan	0,317	0,311	0,104	3,062	0,002
Kualitas Layanan -> Kepuasan Pengguna	0,037	0,025	0,137	0,268	0,789
Kualitas Sistem -> Kepercayaan	0,068	0,075	0,101	0,679	0,497
Kualitas Sistem -> Kepuasan Pengguna	0,235	0,239	0,114	2,059	0,040

Uji Specific Indirect Effect

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P Values</i>
Kualitas Informasi -> Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna	0,169	0,166	0,080	2,110	0,035
Kualitas Layanan -> Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna	0,109	0,109	0,062	1,772	0,077
Kualitas Sistem -> Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna	0,024	0,022	0,036	0,649	0,517

Lampiran 7: Penyebaran Kuesioner



Lampiran 8: Hasil Uji Plagiasi

Tata Emi AKS_Muna

ORIGINALITY REPORT

12%	12%	8%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	dspace.uii.ac.id Internet Source	2%
2	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
3	Estie Grace Melisa Sinulingga, Kristoko D. Hartomo. "Analisis Kesuksesan Aplikasi Shopee Dari Perspektif Penggemar K-Pop Menggunakan Model Delone dan McLean", Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer), 2022 Publication	1%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
5	repository.dinamika.ac.id Internet Source	1%
6	core.ac.uk Internet Source	1%
7	123dok.com Internet Source	1%
