

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *E-COMMERCE***

SKRIPSI



Oleh :

Putri Nasucha

170302039

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

2021

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *E-COMMERCE***

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana Akuntansi



Oleh :

Putri Nasucha

NIM : 170302039

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

2021

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih yang telah memberikan ridho atas rahmat dan hidayah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Segala doa dan dukungan selalu datang dari orang – orang tersayang. Dengan ini kupersembahkan skripsi ini kepada :

1. Allah SWT, Tuhan yang maha esa lagi maha penyayang atas segala rahmat dan hidayahnya. Semoga persembahan ini menjadi salah satu wujud syukur atas ridho yang telah diberikan.
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan dan petunjuk bagi seluruh umat manusia. Semoga hasil penelitian ini bisa diamalkan dan menjadi rujukan bagi seluruh umat dengan sebaik mungkin.
3. Kedua orang tuaku yang aku sayangi, Aba Rofiq dan ibu Miskah, yang telah memberikan dukungan, kasih sayang dan ridho setiap saat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir. Pencapaian ini aku persembahkan dengan sangat istimewa kepada kedua orang tuaku dan keluargaku yang aku sayangi.
4. Kakaku Titik indahyati, M nanang setiawan, M andy suryo saputro dan saudara lainnya yang selalu menyemangati dan mendukung peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih telah memberikan motivasi, semangat, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Diri sendiri, yang selalu semangat, berjuang, dan berfikir positif sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih selalu berjuang dan semangat dalam keadaan apapun itu.
6. Sahabatku Nur Azmadella H, yang selalu ada dan mendukung serta menyemangatiku, agar selalu optimis dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih selalu ada dalam keadaan suka maupun duka.
7. Teman kecilku Nurul Ikhamtul L, avikhatus sholichah yang selalu menyemangati dan memberikan motivasi kepada peneliti. Terimakasih selalu support dalam keadaan apapun itu.
8. Teman – teman huru-haraku Elis, Dela, Mia,Nada, Fely, Devy, Nabila, Karin dan Alfi terima kasih telah setia menemani, mendukung, dan menyemangati baik

dalam suka maupun duka. Terimakasih selalu kompak dan mengajarkan aku arti untuk saling mengasihi satu sama lain.

9. Teman-teman keluarga besar Akuntansi A Pagi 2017 yang selalu ada dan mendukung dalam penyelesaian tugas akhir ini. Terimakasih telah memberikan warna disetiap waktu perkuliahan, pengalaman, kebersamaan semoga selamanya akan menjadi kenangan manis cerita kedepan dalam kampus ini.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, karunia serta hidayahnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Menggunakan E-Commerce**”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun agar dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Selama melakukan penelitian penulis telah banyak mendapat dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Eko Budi Leksono, S.T., M.T Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, S.E.,M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Syaiful, S.E.,MM., Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Gresikserta selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan arahan, saran, masukan, semangat, dan motivasi selama skripsi ini disusun.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Kedua orang tuaku yang aku sayangi, Aba Rofiq dan ibu Miskah, yang telah memberikan dukungan berupa doa restu, semangat dan financial agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
6. Kakaku Titik indahyati, M nanang setiawan, M andy suryo saputro dan saudara lainnya yang selalu menyemangati dan mendukung untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

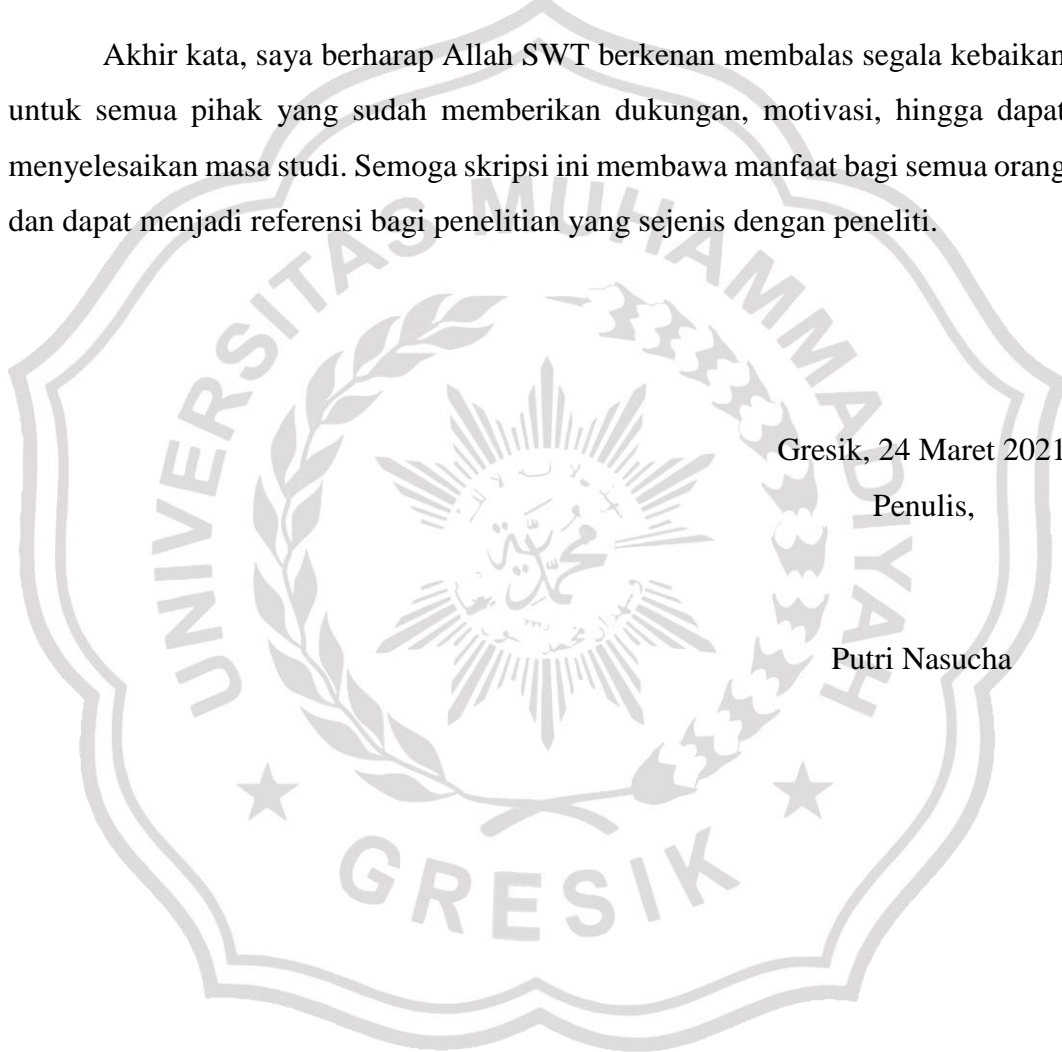
7. Sahabatku Nur Azmadela H., Nurul Ikhamtul L. yang selalu ada dan mendukung serta menyemangati.
8. Teman – teman huru-haraku Elis, Dela, Mia, Nada, Fely, Devy, Nabila, Karin dan Alfi terima kasih telah setia menemani, mendukung, dan menyemangati baik dalam suka maupun duka.
9. Teman-teman keluarga besar Akuntansi A Pagi 2017 yang selalu ada dan mendukung dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan untuk semua pihak yang sudah memberikan dukungan, motivasi, hingga dapat menyelesaikan masa studi. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi semua orang dan dapat menjadi referensi bagi penelitian yang sejenis dengan peneliti.

Gresik, 24 Maret 2021

Penulis,

Putri Nasucha



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kontribusi Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Sebelumnya	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	11
2.2.2 <i>Theory Of Planned Behaviour (TPB)</i>	12
2.2.3 <i>E-Commerce</i>	13
2.2.3.1 <i>Komponen E-Commerce</i>	13
2.2.3.2 <i>Jenis – Jenis E-Commerce</i>	14
2.2.4 <i>Minat Bertransaksi Menggunakan E-Commerce</i>	15
2.2.5 <i>Keamanan</i>	15
2.2.6 <i>Kemudahan</i>	16
2.2.7 <i>Norma Subyektif</i>	17
2.2.8 <i>Persepsi Risiko</i>	17
2.2.9 <i>Pengetahuan SIA</i>	18
2.3 <i>Hipotesis</i>	19
2.3.1 <i>Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Commerce</i>	19
2.3.2 <i>Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Commerce</i>	20
2.3.3 <i>Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Commerce</i>	21
2.3.4 <i>Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Commerce</i>	22
2.3.5 <i>Pengaruh Pengetahuan SIA Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Commerce</i>	23
2.4 <i>Kerangka Pikir</i>	24
BAB III : METODE PENELITIAN	26
3.1 <i>Pendekatan Penelitian</i>	26
3.2 <i>Populasi dan Sampel</i>	26
3.3 <i>Jenis dan Sumber Data</i>	27

3.4 Teknik Pengambilan Data	27
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	28
3.5.1.1 Variabel Dependensi	28
3.5.1.2 Variabel Independensi	28
3.5.2 Pengukuran Variabel	30
3.6 Teknik Analisis Data	30
3.6.1 Uji Kualitas Data	30
3.6.1.1 Uji Validitas	31
3.6.1.2 Uji Reabilitas	31
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	31
3.6.2.1 Uji Normalitas	31
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas	32
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	32
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.6.4 Uji Hipotesis 33	
3.6.4.1 Uji T	33
3.6.4.2 Uji F	34
3.6.4.3 Uji Koefisien Determinasi	35
BAB IV : HASIL PENELITIAN	36
4.1 Gambaran Objek Penelitian	36
4.1.1 Profil Universitas Muhammadiyah Gresik	36
4.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan	36
4.1.3 Gambaran Subyek Penelitian	37
4.1.4 Deskriptif Karakteristik Responden	38
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	42
4.2.1 Analisis Deskriptif Data	42
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	47
4.3 Analisis Hasil Penelitian	49
4.3.1 Uji Kualitas Data	49
4.3.1.1 Uji Validitas	49
4.3.1.2 Uji Reabilitas	50
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	51
4.3.2.1 Uji Normalitas	51
4.3.2.2 Uji Multikolinieritas	52
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.3.4 Uji Hipotesis 56	
4.3.4.1 Uji T	56
4.3.4.2 Uji F	59
4.3.4.3 Uji Koefisien Determinasi	59
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian	60
4.4.1 Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-commerce</i>	60
4.4.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-commerce</i>	61
4.4.3 Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-commerce</i>	62

4.4.4 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-commerce</i>	63
4.4.5 Pengaruh Pengetahuan SIA Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-commerce</i>	65
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Keterbatasan	67
5.3 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN – LAMPIRAN	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	25
Gambar 3.1 Uji T	34
Gambar 3.2 Uji F	35
Gambar 4.1 PP Plot Stanadarized Residual	51
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot	54



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Ikhtisar Distribusi & Pengembalian Kuesioner	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Yang Digunakan	41
Tabel 4.7 Kriteria Analisis Deskriptif	42
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Keamanan	43
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Kemudahan	43
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Norma Subyektif	44
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Persepsi Risiko	45
Tabel 4.12 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Pengetahuan SIA	45
Tabel 4.13 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Commerce</i>	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Deskriptif Statistik	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.16 Hasil Uji Reabilitas	51
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas	53
Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	55
Tabel 4.20 Hasil Uji T	57
Tabel 4.21 Perbandingan Hasil Uji T	57
Tabel 4.22 Hasil Uji F	59
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuersioner Penelitian	71
Lampiran 2 Tabel Tabulasi Data Kuesioner	77
Lampiran 3 Hasil Output SPSS	107
Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan Skripsi	116
Lampiran 5 Bukti Bebas Plagiasi	117
Lampiran 6 Daftar Revisi Usulan Penelitian	118
Lampiran 7 Daftar Perbaikan Skripsi	121
Lampiran 8 Persetujuan Revisi Skripsi	124
Lampiran 9 Berita Acara Ujian Sidang Skripsi	125



Putri Nasucha, 170302039, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce*, Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik, Maret 2021

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi minat seseorang untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce*. Metode penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer dalam bentuk kuisioner. Sampel penelitian ini yaitu mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Gresik yang berjumlah 169 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis berganda dengan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan, norma subyektif, dan pengetahuan SIA berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-commerce*, sedangkan keamanan dan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-commerce*.

Kata kunci : Keamanan, Kemudahan, Norma Subyektif, Persepsi Risiko, Pengetahuan SIA, Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce*.



Putri Nasucha, 170302039, Analysis of Factors Affecting Transaction Interest Using E-Commerce, Accounting, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Gresik, March 2021.

ABSTRACT

The purpose of this study is to see what is behind one's interest in transacting using e-commerce. This research method is to use quantitative methods using primary data in the form of a questionnaire. The sample of this research is accounting students of Muhammadiyah University of Gresik who can accommodate 169 respondents. This research uses multiple analysis techniques with purposive sampling method. The results showed that precise variables, subjective norms, and SIA knowledge had an effect on the interest in transactions using e-commerce, while the risk and risk perception had no effect on the interest in transacting using e-commerce.

Keywords: Security, Convenience, Subjective Norms, Perceptions of Risk, Knowledge of SIA, Interests in Transactions Using E-Commerce.

