

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. dan Fishbein, M., 1975, *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley. Reading, MA.
- Ajzen, I., 1997, The Theory of Planned Behaviour, *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, Vol. 50, No. 2, 179-221.
- Al-maghrabi, T., *et al.*, 2011, “Determinants of Customer Continuance Intention of Online Shopping”, *International Journal of Business Science and Applied Management*, Vol. 6, No. 1, 41-65.
- Anonim, Jumlah Pengguna Internet di Indonesia, http://dailysocial.net/post/kemenkominfo.co.id/detail_berita.php. Diakses tanggal 3 April 2015 pk 06.00 WIB.
- Anonim, Pengertian Internet, <http://id.wikipedia.org/wiki/internet>. Diakses tanggal 3 April 2015 pk 06.00 WIB.
- Arikunto, S., 1998, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*, Rhineka Cipta, Jakarta.
- Arini, A.C., 2010, “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Persepsi Risiko, dan Pengalaman Terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online”, *Skripsi*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Christiyanti, M., 2010, “Analysis Technology Acceptance Model (TAM) on Application E-Banking (Empirical Study of Bank Customers in Bekasi)”, *Skripsi*, Universitas Gunadarma.
- Cowles *et al.*, 2002, Using Key Information Insight A Foundation for E-Retailing Theory Development, *Journal of Business Research*, Vol. 55, Pp. 629-636.
- Davis, F.D., 1989, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”, *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, 319-340.
- Fathinah, F.K., 2012, “Determinan Minat Individu dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Berbasis Teknologi di Bank Syariah”, *Jurnal Skripsi*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Ghozali, I., 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi Kelima, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Guay, D., dan Ettwein, J., 1998, Internet Commerce Basics, *Electronic Markets*, Vol. 8, No. 1, 12-15.
- Hardanti, K.N., dan Saraswati, E., 2013, “Faktor Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*”, *Makalah Simposium Nasional Akuntansi XVI, Sesi I/5*, September, 486-514.
- Hilman, C., dan Sitinjak, T., 2012, Analisis Fktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap dan Minat Belanja Melalui Online Pada Mahasiswa IBII, *Journal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2, Mei, 146-159.
- Jackson, C.M., Chow, S., dan Bitch, R., A., 1997, Toward an Understanding of The Behavioral Intention to Use an Information System, *Spring, Decision Sciences*, Vol. 28, No. 2.
- Jogiyanto, H.M., 2007, *Sistem Informasi Keprilakuan*, Erlangga, Yogyakarta.
- Jogiyanto, H.M., 2008, *Pedoman Survei Kuesioner, Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias, dan Meningkatkan Respon*, Andi, Yogyakarta.
- Kotler, P., 2003, *Marketing Management*, 11th edition, Prentice Hall Inc., Englewood-Cliffs, New Jersey.
- Kurniawati, W., 2010, “Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem Teknologi Informasi”, *Thesis*, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Lee *et al.*, 2008, “Factors Influencing the Adoption of Internet Banking: An Integration of TAM and TPB wit Perceived Risk and Perceived Benefit”, *Journal of Electronic Research and Aplication*, No. 51.
- Leung Au Yau, 2005, A Study of the Trust in On-Line Shopping in Hong Kong: Differences between Scholars and Students. *An Honours Degree Project; Information System Management Option*.
- Lui dan Jamieson, 2003, “Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce with The Technology Acceptance Model”, *European Conference on Information Systems (ECIS 2003)*, Naples.
- Nazar, M.R., dan Syahran, 2008, “Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman Terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online”, *Program Pasca Sarjana*, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

- Panggalih, R.G., 2013, "Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory of Planned Behavior", *Skripsi*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Pavlou, P.A., 2003, "Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7, No. 3, 69-103.
- Sekaran, U., 2009, *Research Method for Business: A Skill Building Approach*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Shomad, A.C., 2013, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce", *Skripsi*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Sin, See Siew., Khalil Md. Nor, dan Ameen M. Al-Agaga, 2012, "Factors Affecting Malaysian Young Consumer's Online Purchase Intention in Social Medi Websites", *Elsevier, Social and Behavioral Sciences*, Vol. 40, 326-333.
- Sulistiyarini, S., 2013, "Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behaviour (TPB)", *Skripsi*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Taylor, S. and Todd, P.A., 2001, "Understanding Information Technology Usage: A Test of Computing Models" *Forthcoming MIS Quartely, Information System Research*, Vol. 6, No. 2.
- Urbaczewski, A., Jessup, L.M., dan Wheeler, B., 2002, "Electronic Commerce Research: A Taxonomy and Synthesis", *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, Vol. 12, No. 4, 263-305.
- Widyaningrum, R., 2011, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Trust Pengguna Sistem E-Commerce di Yogyakarta", *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Windarta, I Wayan D.C., 2011, Determinan Minat Keperilakuan untuk Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Informasi, *Tesis Magister Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Yu, P., Li, H., dan Gagnon, M.P., 2009, Health IT Acceptance Factors In Long-Term Care Facilities A Cross-Sectional Survey, *Elsevier, International Journal of Medical Informatics*, Vol. 78, 219-229.

Yutadi, K.P., 2014, “Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Commerce*”, *Skripsi*, Universitas Brawijaya, Malang.

LAMPIRAN

Lampiran 1
Lembar Kuesioner

LEMBAR KUESIONER

Kepada:
Yth Bapak/Ibu/Saudara

Di Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan sebagai penunjang skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)” yang disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner yang terlampir berikut ini. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini dan seluruh jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara akan dirahasiakan. Atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 9 Juli 2015

Pembimbing

Peneliti

Arum Indrasari Dra., M.Buss., Ak.
NIK: 143011

Nury Febryana

Kuesioner Penelitian

Pertanyaan-pertanyaan berikut ini adalah item-item mengenai faktor-faktor penentu minat perilaku menggunakan *e-commerce* (jual beli *online*). Untuk itu, mohon Bapak/Ibu/Saudara memberi tanda *tick mark* () atau silang () pada angka 1 sampai 5 dari setiap pertanyaan berikut sesuai dengan pengalaman setelah Bapak/Ibu/Saudara menggunakan layanan *e-commerce*.

Bagian I. Data Responden

Isi data berikut. Data anda terjamin kerahasiaannya.

1. Nama : (boleh tidak di isi)
2. Usia : tahun
3. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
4. Pengalaman menggunakan internet : () 1-5 tahun
() 5-10 tahun
() >10 tahun
5. Produk yang dibeli : () peralatan elektronik (ex. Gadget, laptop, dll)
() aksesoris tubuh (ex. Jam, gelang, dll)
() buku
() pernak-pernik
() pakaian
() lain-lain

Bagian II. Persepsi Mengenai Faktor-faktor Minat Pengguna SIA Berbasis *E-Commerce*

Mohon diisi pada salah satu jawaban yang paling sesuai.

Petunjuk:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

1. Sikap

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1.	Saya berfikir bahwa menggunakan <i>e-commerce</i> merupakan ide yang baik.					
2.	Saya berfikir bahwa menggunakan <i>e-commerce</i> untuk transaksi jual-beli merupakan ide yang bijaksana.					

3.	Saya berfikir bahwa sangat nyaman menggunakan <i>e-commerce</i> untuk transaksi jual-beli.					
4.	Menurut pendapat saya, menggunakan <i>e-commerce</i> dalam memanfaatkan layanan jual-beli merupakan hal yang sangat saya inginkan.					

2. Norma Subyektif

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1.	Keluarga saya berfikir bahwa saya sebaiknya meneruskan menggunakan <i>e-commerce</i> untuk transaksi jual-beli.					
2.	Kolega-kolega saya berfikir bahwa saya sebaiknya meneruskan menggunakan <i>e-commerce</i> untuk transaksi jual-beli.					
3.	Teman-teman saya berfikir bahwa, saya sebaiknya meneruskan menggunakan <i>e-commerce</i> untuk transaksi jual-beli.					
4.	Orang-orang yang saya kenal berfikir bahwa saya sebaiknya meneruskan menggunakan <i>e-commerce</i> untuk transaksi jual-beli.					

3. Persepsi Kontrol Perilaku

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1.	Saya dapat mengoperasikan <i>e-commerce</i> .					
2.	Saya memiliki sumber daya untuk menggunakan <i>e-commerce</i> .					
3.	Saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan <i>e-commerce</i> .					
4.	Saya memiliki kemampuan untuk menggunakan <i>e-commerce</i> .					

4. Persepsi Kemudahan Penggunaan

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1.	Saya merasa begitu mudah untuk melakukan apa yang ingin saya lakukan dengan menggunakan <i>e-commerce</i> .					
2.	Mempelajari penggunaan <i>e-commerce</i> merupakan suatu hal yang mudah bagi saya.					
3.	Bagi saya penggunaan <i>e-commerce</i> sangatlah mudah dan dapat dimengerti.					
4.	Sangat mudah bagi saya menjadi lebih terampil untuk menggunakan <i>e-commerce</i> .					
5.	Saya merasa bahwa <i>e-commerce</i> sangat fleksibel untuk digunakan.					
6.	Secara keseluruhan, saya merasa bahwa <i>e-commerce</i> mudah digunakan.					

5. Persepsi Kegunaan

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1.	Dengan menggunakan <i>e-commerce</i> , mampu meningkatkan efektivitas saya dalam melakukan transaksi jual-beli.					
2.	Dengan menggunakan <i>e-commerce</i> , memungkinkan saya untuk melakukan transaksi jual-beli dengan lebih cepat.					
3.	Dengan menggunakan <i>e-commerce</i> untuk melakukan transaksi jual-beli, akan meningkatkan produktifitas saya.					
4.	Dengan menggunakan <i>e-commerce</i> , akan meningkatkan kinerja saya dalam melakukan transaksi jual-beli.					
5.	Secara keseluruhan, <i>e-commerce</i> akan berguna bagi saya dalam melakukan transaksi jual-beli.					

6. Persepsi Risiko

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1.	Saya merasa rugi seandainya memberi informasi pribadi pada toko <i>online</i> .					
2.	Saya rasa penuh resiko seandainya memberikan informasi pribadi pada toko <i>online</i> .					
3.	Saya rasa toko <i>online</i> menyediakan informasi yang menimbulkan banyak permasalahan yang tak diduga.					

7. Minat

No.	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1.	Saya berkeinginan untuk berbelanja secara <i>online</i> .					
2.	Saya berencana untuk berbelanja secara <i>online</i> di masa yang akan datang.					
3.	Saya merasa berbelanja secara <i>online</i> merupakan suatu kebutuhan.					

TERIMA KASIH