

# Determinan Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis *Online*

Disusun Oleh:  
Intan Aisyah  
Dr. Zaki Baridwan, SE., MSi., Ak.

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya,  
Jl. MT. Haryono 165, Malang  
Email: [intan.aisyah@gmail.com](mailto:intan.aisyah@gmail.com) atau [zakibarid1@yahoo.com](mailto:zakibarid1@yahoo.com)

## *Abstract*

*The objective of this research is to examine factors that influence individual intention of doing online transactions. This research is a combination of variables from the researches done by Xu (2000) and Barnes (2014), which used the model of Theory of Reasoned Actions (TRA) as the basis of their researches. This research used survey method to collect data. Samples of this research were female students of Accounting in Economics and Business Faculty Brawijaya University who had ever done online transactions. A total of 156 data can be analyzed by using SmartPLS software. The result of this result shows that attitude, subjective norms, personality traits and perceived privacy have significant effect to individual intention of doing online transactions. Whereas perceived security has no significant influence to individual intention of doing online transactions. It means that individual intention of doing online transactions is influenced by attitude, subjective norms, personality traits and perceived privacy. The implication of this research is relevant for management of the company that concern about online transactions to consider the attitude, subjective norms, personality traits and perceived privacy in applying and developing their online transaction system.*

**Keywords:** *Theory of Reasoned Actions (TRA), online transactions, intention, attitude, subjective norms, personality traits, perceived security, perceived privacy*

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu melakukan transaksi berbasis *online*. Penelitian ini merupakan gabungan variabel-variabel yang dari penelitian yang dilakukan oleh Xu (2000) dan Barnes (2014), mereka menggunakan model *Theory of Reasoned Actions* (TRA) sebagai dasar penelitian mereka. Penelitian ini menggunakan metode survey dalam pengambilan data. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa perempuan S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang pernah melakukan transaksi berbasis *online*. Sebanyak 156 data dapat dianalisis dengan menggunakan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif, kepribadian dan persepsi privasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*.

Sedangkan persepsi keamanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*. Hal ini berarti bahwa minat melakukan transaksi berbasis *online* dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif, kepribadian dan persepsi privasi. Implikasi dari penelitian ini relevan bagi pihak manajemen perusahaan di bidang transaksi berbasis *online* agar lebih memperhatikan faktor sikap, norma subyektif, kepribadian dan persepsi privasi dalam menerapkan dan mengembangkan sistem informasi transaksi berbasis *onlinenya*.

**Kata Kunci:** *Theory of Reasoned Actions* (TRA), transaksi online, minat, attitude, norma subyektif, kepribadian, persepsi keamanan, persepsi privasi

## PENDAHULUAN

Teknologi adalah sarana penyedia barang- barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Teknologi juga semakin berkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini membuat masyarakat semakin merasa dimudahkan dan dimanjakan dengan keberadaannya. Perkembangan teknologi juga berpengaruh pada pengembangan sistem informasi, dimana pada Wikipedia (9 Oktober 2014) dijelaskan sistem informasi merupakan gabungan dari teknologi informasi dan kegiatan manusia yang menggunakan teknologi tersebut untuk mendukung manajemen dan operasi. Salah satu sistem informasi yang paling umum digunakan oleh masyarakat adalah internet.

Dalam situs BisnisUKM (8 Oktober 2014) menjelaskan adanya survei Badan Pusat Statistik (BPS) yang menunjukkan bahwa sampai akhir tahun 2013 jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 71,19 juta jiwa. Angka tersebut mengalami kenaikan sekitar 13% dari tahun sebelumnya, yang mana pada tahun 2012 jumlah pengguna internet baru sekitar 63 juta jiwa. Dilihat dari kenaikan angka pengguna internet tersebut, diprediksikan jumlahnya akan terus bertambah hingga mencapai 30% dari jumlah penduduk Indonesia atau sekitar 82 juta pengguna layanan internet. Hampir sekitar 95,75% dari mereka menggunakan internet untuk menerima dan mengirimkan surat elektronik. Selanjutnya, pemanfaatan internet lebih banyak digunakan untuk mencari berita terkini (78,49%), mencari informasi barang atau jasa yang mereka butuhkan (77,81%), untuk mengakses sosial media (61,23%) dan mengakses informasi lembaga pemerintahan (65,07%).

Seiring dengan fakta perkembangan penggunaan internet di Indonesia itu pula, maka semakin banyak pelaku industri perdagangan yang menyadari bahwa manfaat penggunaan internet akan sangat berpengaruh pada kemajuan bisnis mereka untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Industri perdagangan membutuhkan adanya proses komunikasi yang tinggi antar berbagai pihak, baik dari penjual ke penjual ataupun dari penjual ke pembeli. Disinilah peran penting penggunaan internet untuk mempercepat dan mempermudah proses komunikasi antar pihak tersebut. Maka dari itu, banyak pelaku industri perdagangan yang mengembangkan teknologi pada internet melalui penciptaan situs- situs untuk transaksi berbasis *online*.

Wikipedia (10 Oktober 2014) menjelaskan bahwa transaksi berbasis *online* adalah kegiatan penjualan dan pembelian barang dan/atau jasa melalui media internet. Pembeli akan melihat barang dan/atau jasa yang dipromosikan penjual pada website yang dapat diakses melalui internet. Kegiatan transaksi berbasis *online* ini merupakan kegiatan baru yang tidak memerlukan tatap muka secara langsung, namun dapat dilakukan secara terpisah di seluruh penjuru dunia melalui segala media yang tersambung dengan layanan akses internet. Transaksi berbasis *online* adalah salah satu perdagangan elektronik yang digunakan untuk transaksi antar pihak dalam kegiatan perdagangan.

Besarnya manfaat transaksi berbasis *online* membuat terjadi peningkatan pada penggunaannya, walaupun masih banyak masyarakat Indonesia yang belum menggunakan fasilitas ini sepenuhnya karena lebih menyukai untuk melakukan transaksi perdagangan secara manual. Transaksi berbasis *online* menawarkan kemudahan dan kecepatan proses perdagangan, namun apabila diteliti lebih lanjut kegiatan ini juga mempunyai kelemahan yang tadinya dianggap kecil menjadi besar dan dapat menurunkan minat pengguna layanan transaksi berbasis *online*. Kelemahan-kelemahan tersebut menyebabkan pemanfaatan kegiatan transaksi berbasis *online* ini masih belum sepenuhnya dapat menarik untuk digunakan karena muncul banyaknya persepsi pada pembeli, sehingga perusahaan perdagangan sendiri perlu untuk mengkaji ulang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi-persepsi pembeli. Hasil kajian itu dapat digunakan untuk mengembangkan layanan ini agar menjadi lebih baik untuk masa yang akan datang.

Terdapat beberapa teori yang membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berperilaku individu. Salah satunya adalah *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dipopulerkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980). Hartono (2007) dalam Fathinah dan Baridwan (2013) menjelaskan *Theory of Reasoned Action* (TRA) sebagai tahapan manusia melakukan perilaku. Tahapan tersebut dimulai dari minat. Pada tahapan minat, diasumsikan bahwa perilaku manusia didasarkan pada minat untuk melakukan suatu perilaku. Kemudian pada tahap berikutnya, minat dijelaskan dalam bentuk sikap dan norma subyektif. Pada tahap ini, sikap dan norma subyektif diasumsikan dapat mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Tahapan tersebut mempertimbangkan sikap dan norma subyektif dalam bentuk kepercayaan-kepercayaan tentang konsekuensi melakukan perilakunya dan tentang ekspektasi normatif dari orang di sekeliling mereka.

Telah banyak peneliti terdahulu yang menjadikan *Theory of Reasoned Action* (TRA) sebagai landasan untuk penelitiannya. Xu (2000) meneliti tentang pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat pembelian produk kulit buaya Amerika. Selain kedua variabel tersebut Xu (2000) juga menambahkan beberapa variabel eksternal sebagai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat pembelian produk kulit buaya Amerika, salah satunya adalah kepribadian (*personal traits*). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap dan norma subyektif memiliki hubungan yang signifikan dengan minat pembelian produk kulit buaya Amerika, sedangkan kepribadian memiliki hubungan namun tidak signifikan terhadap minat pembelian produk kulit buaya Amerika tersebut.

Penelitian lain dilakukan oleh Barnes (2014) meneliti tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat pengadopsian sistem pembayaran elektronik.

Responden penelitian tersebut adalah 197 konsumen *online*, 18 tahun keatas, berdomsili di Amerika Serikat. Hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa persepsi keamanan dan persepsi kontrol serta beberapa faktor lainnya memiliki hubungan signifikan dan positif dengan minat pengadopsian sistem pembayaran elektronik.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*. Penelitian ini merupakan penggabungan variabel yang berasal dari dua penelitian yang telah dibahas sebelumnya, yaitu penelitian oleh Xu (2000) dan Barnes (2014). Peneliti ingin menguji apakah hasil penelitian akan sama jika menggunakan sampel yang berbeda. Peneliti menjadikan variabel sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kepribadian dalam penelitian yang dilakukan oleh Xu (2000) sebagai variabel-variabel yang mempengaruhi minat individu melakukan transaksi berbasis *online*. Sedangkan dari penelitian yang dilakukan oleh Barnes (2014), peneliti menjadikan variabel persepsi keamanan dan persepsi privasi sebagai faktor-faktor yang juga mempengaruhi minat individu melakukan transaksi berbasis *online*. Jadi, peneliti memilih kelima variabel independen tersebut untuk diteliti lebih lanjut terhadap variabel dependen minat melakukan transaksi berbasis *online*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang dengan tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut: 1) Apakah sikap pada transaksi berbasis *online* berpengaruh terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*?, 2) Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*?, 3) Apakah kepribadian berpengaruh terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*?, 4) Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*?, 5) Apakah persepsi privasi berpengaruh terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*?

## **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi**

Sesungguhnya teknologi informasi memiliki hubungan erat dengan penggunaan sistem informasi, sehingga adanya teknologi informasi akan sangat mendukung tingkat kesuksesan penerapan suatu sistem informasi. Menurut Fathinah dan Baridwan (2013) yang mendasar pada Amijaya (2010) menyatakan bahwa teknologi terutama sistem informasi dan komputer memiliki peran penting dalam proses pekerjaan baik dalam banyak pekerjaan, perilaku- perilaku kerja individu, maupun kinerja. Disisi lain Maharsi (2000) dalam Fathinah dan Baridwan (2013) mendefinisikan teknologi informasi sebagai kolaborasi antara telekomunikasi dan teknologi computer dengan teknologi lainnta seperti *hardware, software, database*, teknologi jaringan dan peralatan telekomunikasi lainnya. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa teknologi sesungguhnya adalah suatu alat yang dibuat dan digunakan sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan untuk kelangsungan kehidupan manusia.

Sistem informasi akuntansi memerlukan dukungan teknologi seiring dengan perubahan data transaksi keuangan dan bisnis yang terus berkembang seiring

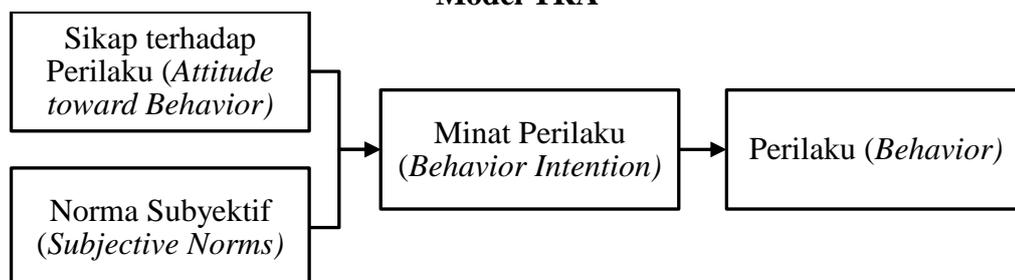
berjalannya waktu. Pengambilan keputusan oleh pihak yang berkepentingan dapat menjadi lamban, rumit dan tidak akurat tanpa adanya sistem informasi akuntansi yang berbasis teknologi tersebut. Sistem informasi akuntansi berbasis teknologi adalah suatu sistem yang menggunakan teknologi untuk menghasilkan informasi-informasi yang berkenaan dengan akuntansi melalui proses pencatatan dan pengolahan data keuangan (Lawrence dan Baridwan, 2014). Sistem informasi akuntansi berbasis teknomogi akan membuat informasi akuntansi tersebut tersebar secara luas, cepat, akurat, aman dan bahkan hemat biaya. Proses dan aktifitas bisnis juga akan berkembang seiring dengan adanya perkembangan teknologi, seperti fasilitas yang diterapkan di bidang perdagangan yaitu transaksi berbasis *online*.

### Model Teori Sistem Informasi Keperilakuan

Jogiyanto (2007) mendefinisikan sistem informasi keperilakuan adalah sistem yang menjelaskan hubungan sistem informasi dengan aspek keperilakuan individual-individual. Sistem informasi keperilakuan itu menjelaskan secara detail mengenai tindakan- tindakan pemakai sistem informasi dari sisi ilmu psikologi. Aspek keperilakuan pengguna sangatlah berpengaruh terhadap perkembangan dan keberhasilan sistem transaksi berbasis *online* saat ini. Jika aspek keperilakuan pengguna transaksi berbasis *online* tidak mendukung, maka sistem transaksi berbasis *online* pun tidak akan mengalami perkembangan yang pesat. Hal itu dibuktikan dengan adanya banyak pembeli yang tidak menggunakan fasilitas transaksi berbasis *online* namun memilih untuk melakukan transaksi secara langsung. Penelitian ini membahas tentang faktor- faktor yang mempengaruhi minat individu melakukan transaksi berbasis *online*. Keempat variabel dalam penelitian ini diteliti untuk mendapatkan bukti empiris mengenai hubungan dan pengaruhnya terhadap perilaku transaksi berbasis *online*.

Penelitian ini mendasarkan pada teori sistem informasi keperilakuan, yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Menurut Fishbein dan Ajzen (1975), TRA merupakan teori perilaku manusia yang paling mendasar dan berpengaruh (Lawrence, 2014). Teori tersebut berfokus pada faktor- faktor yang mempengaruhi minat perilaku dan melihat minat sebagai determinan untuk melakukan ataupun tidak melakukan suatu perilaku tertentu. TRA menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku dan norma subjektif sebagai faktor yang paling berpengaruh pada minat perilaku individu. Model *Theory of Reasoned Action* (TRA) dapat digambarkan seperti gambar dibawah ini.

**Gambar 1**  
**Model TRA**

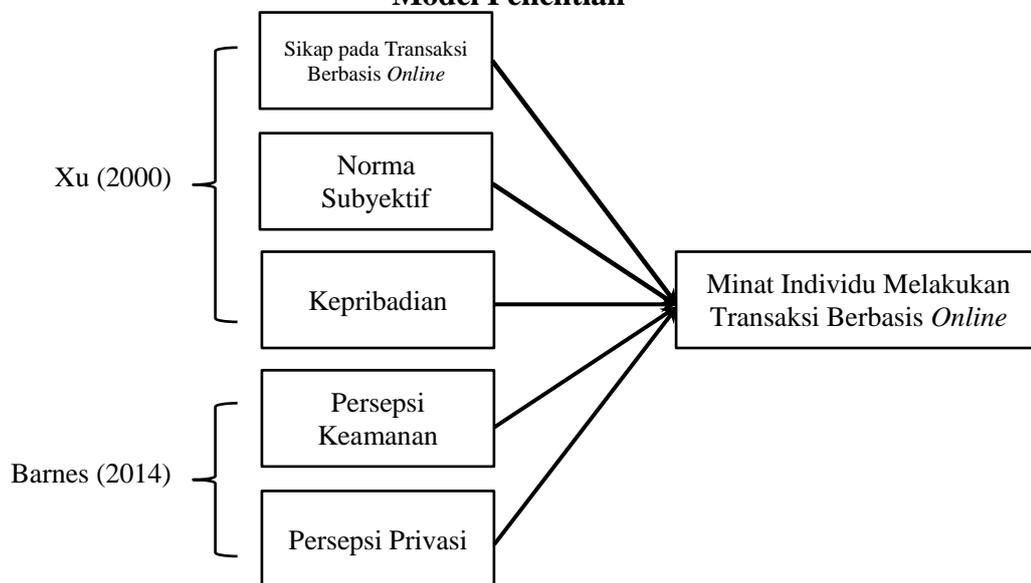


**Sumber: Jogiyanto (2007)**

## Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah hasil penggabungan variabel antara dua penelitian terdahulu yang menguji tentang faktor- faktor yang mempengaruhi minat pembelian produk kulit buaya Amerika (Xu, 2000) dan juga faktor- faktor yang mempengaruhi minat pengadopsian sistem *e-payment* (Barnes, 2014). Peneliti menggabungkan beberapa variabel independen yang memiliki hubungan signifikan terhadap variabel dependen berdasarkan kedua penelitian tersebut. Peneliti menguji pengaruh sikap pada transaksi berbasis *online*, norma subjektif, kepribadian, persepsi keamanan dan persepsi privasi terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*. Peneliti melakukan penelitian untuk mencari bukti empiris tentang keterkaitan antara kelima variabel tersebut terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*. Adapun model penelitian ini dapat dijelaskan pada gambar 2.2.

**Gambar 2.2**  
**Model Penelitian**



## Perumusan dan Pengembangan Hipotesis

### 1. Konsep Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis Online

Hartono (2007) mendefinisikan minat sebagai suatu keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Fathinah dan Baridwan, 2013). Minat dan perilaku aktual (*actual behavior*) adalah dua hal yang berbeda. Minat (*intention*) adalah keinginan seseorang untuk melakukan perilaku. Namun minat hanya berupa keinginan yang belum tercermin dalam perilaku atau tindakan yang nyata. Sedangkan perilaku aktual (*actual behavior*) adalah kegiatan atau tindakan nyata yang telah dilakukan dan dapat terlihat dengan jelas.

Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa dalam penelitian-penelitian terdahulu minat terhadap suatu perilaku adalah faktor yang paling baik untuk memprediksi penggunaan teknologi oleh pemakai sistem dari teknologi tersebut. Faktor utama dari perilaku individu adalah intensi. Dalam hal ini, intensi dianggap sebagai minat yang timbul pada individu untuk melakukan sesuatu. Jadi, semakin besar

intensi pembeli untuk melakukan transaksi berbasis *online* maka semakin besar pula kecenderungan dia untuk melakukan perilaku tersebut.

## **2. Hipotesis Pengaruh Sikap pada Transaksi Berbasis *Online* (*attitude toward online transaction*) Terhadap Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis *Online***

Menurut Davis *et al.* (1989) sikap adalah cerminan perasaan suka atau tidak suka mengenai kinerja dari sasaran perilaku yang dilakukan. Sehingga sikap merupakan faktor yang berpengaruh pada minat atau keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu (Fathinah dan Baridwan, 2013). Sikap adalah jumlah dari perasaan yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu hal atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menilai objek pada *evaluative scale* dua sisi penilaian misalnya setuju atau menolak; baik atau jelek; dan lain-lain. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa sikap seseorang terhadap sistem informasi mengindikasikan seberapa jauh orang tersebut merasakan baik atau jeleknya sistem informasi untuk dirinya. (Fishbein dan Ajzen, 1975 dalam Jogiyanto, 2007).

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Baridwan (2012), Nazar dan Syahrani (2008), Tjini dan Baridwan (2013), Astia dan Baridwan (2014), Lawrence dan Baridwan (2014) dan Al-Somali *et al.* (2008) serta Lee (2009) juga menunjukkan bahwa sikap pada perilaku berpengaruh terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*.

Oleh karena itu peneliti memilih untuk menguji pengaruh sikap (*attitude*) pada transaksi berbasis *online* terhadap minat (*intention*) individu melakukan transaksi berbasis *online*. Berikut ini hipotesis alternatifnya adalah:

**H1:** Sikap (*attitude*) pada transaksi berbasis *online* berpengaruh terhadap minat (*intention*) individu melakukan transaksi berbasis *online*.

## **3. Hipotesis Pengaruh Norma Subyektif (*subjective norms*) Terhadap Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis *Online***

Norma subyektif (*subjective norms*) adalah persepsi atau pandangan seseorang yang mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan dikarenakan kepercayaan-kepercayaan orang lain (Hartono, 2007 dalam Fathinah dan Baridwan, 2013). Fishbein dan Ajzen (1975) menyimpulkan hal tersebut hal itu dikarenakan persepsi individu bahwa peran orang penting bagi tiap individu adalah faktor yang berpengaruh melakukan ataupun tidak melakukan perilaku yang bersangkutan (Fathinah dan Baridwan, 2013).

Beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa norma subyektif berpengaruh terhadap minat berperilaku adalah penelitian yang dilakukan oleh Xu (2000), Fathinah dan Baridwan (2013), Asmarani (2012), Rochmawati (2013) Davis *et al.* (1989), Taylor dan Todd (2001), Sandberg dan Wahlberg (2006), Zahra (2009) serta Ozer dan Yilmaz (2010).

Dari beberapa penelitian itu, maka peneliti tertarik untuk melakukan pengujian pengaruh norma subyektif (*subjective norms*) terhadap minat (*intention*) individu melakukan transaksi berbasis *online*. Berikut ini hipotesis alternatifnya adalah:

**H2:** Norma subyektif (*subjective norms*) berpengaruh terhadap minat (*intention*) individu melakukan transaksi berbasis *online*.

#### **4. Hipotesis Pengaruh Kepribadian (*Personality Traits*) Terhadap Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis *Online***

Maddi (1989) mendefinisikan kepribadian sebagai kecenderungan yang stabil yang menentukan kesamaan orang-orang yang memiliki perbedaan pemikiran, perasaan dan tindakan ([www.pustakaakuntansi.wordpress.com](http://www.pustakaakuntansi.wordpress.com), 2014). Karakter kepribadian adalah suatu pola kecenderungan perilaku jangka panjang yang konsisten.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ajzen dan Fishbein (1980), pembelian produk akan berbeda dengan melihat maskulinitas-feminitas, gaya hidup, pemeliharaan ataupun ekstroversi-introversi konsumen (Xu, 2000). Penelitian oleh Gutman dan Mills (1982) mengungkapkan bahwa individu dengan berbagai persepsi diri akan memiliki respon yang berbeda terhadap suatu produk. Penelitian yang dilakukan oleh Xu (2000), Aprilianty (2012) serta Belleau *et al.* (2007) menunjukkan bahwa kepribadian berpengaruh terhadap minat berperilaku. Mereka menguji hubungan variabel tersebut dalam konteks yang berbeda-beda.

Dari beberapa penelitian itu, maka peneliti tertarik untuk melakukan pengujian pengaruh kepribadian (*personality traits*) terhadap minat (*intention*) individu melakukan transaksi berbasis *online*. Berikut ini hipotesis alternatifnya adalah:

**H3:** Kepribadian (*personality traits*) berpengaruh terhadap minat (*intention*) individu melakukan transaksi berbasis *online*.

#### **5. Hipotesis Pengaruh Persepsi Keamanan (*Perceived Security*) Terhadap Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis *Online***

Guynes *et al.* (2011) mendefinisikan persepsi keamanan sebagai kesadaran individu terhadap kemampuan pemilik sistem transaksi *online* untuk memenuhi langkah-langkah keamanan dalam lingkup *online*. Langkah-langkah tersebut bias berupa otentikasi, integritas dan enkripsi. Penelitian yang dilakukan oleh Noviandra (2012), Nisa (2011) serta Barnes (2014) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat berperilaku. Sedangkan Qomaru (2010) dan Herna (2010) membuktikan bahwa persepsi keamanan tidak mempengaruhi minat berperilaku.

Dari penelitian-penelitian itu, maka peneliti tertarik untuk melakukan pengujian pengaruh persepsi keamanan (*perceived security*) terhadap minat (*intention*) individu melakukan transaksi berbasis *online*. Berikut ini hipotesis alternatifnya adalah:

**H4:** Persepsi Keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh terhadap minat (*intention*) individu melakukan transaksi berbasis *online*.

## **6. Hipotesis Pengaruh Persepsi Privasi (*Perceived Privacy*) Terhadap Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis *Online***

Trisnawati *et al.* (2012) berpendapat bahwa privasi adalah sejauh mana situs web aman dan melindungi informasi konsumen. Sedangkan Yaghoubi *et al.* (2011) mendefinisikan privasi sebagai suatu pemahaman pembeli/ konsumen transaksi *online* tentang bagaimana penjual/ pemilik web transaksi *online* dapat melindungi informasi pribadi yang dikumpulkan selama proses transaksi *online* (Barnes, 2014). Terdapat beberapa persepsi bahwa pemilik web transaksi berbasis *online* biasanya mengumpulkan informasi pribadi konsumen dan menggunakan informasi tersebut secara tidak tepat, hal itu membuat konsumen enggan untuk memberikan informasi pribadi ketika proses transaksi berbasis *online* berlangsung. Maka dari itu, beberapa penelitian sebelumnya menyarankan perusahaan transaksi berbasis *online* untuk membuat kebijakan privasi, mensosialisasikannya dan menggunakan jasa organisasi eksternal agar dapat menjaga reputasi perusahaan dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi privasi berpengaruh terhadap minat berperilaku, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati *et al.* (2012), Barnes (2014), Qomaru Z. (2010) serta Arifin (2009).

Oleh karena itu peneliti memilih untuk menguji pengaruh persepsi privasi (*perceived privacy*) terhadap minat (*intention*) individu melakukan transaksi berbasis *online*. Berikut ini hipotesis alternatifnya adalah:

**H5:** Persepsi Privasi (*Perceived Privacy*) berpengaruh terhadap minat (*intention*) individu melakukan transaksi berbasis *online*.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Pengumpulan Data**

Diperlukan adanya pembuktian kebenaran atas hipotesis yang telah dibentuk sebelumnya dengan data- data yang ada di lapangan untuk menguji bahwa hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Prosedur sistematis terstandarisasi digunakan untuk mengumpulkan data- data yang ada di lapangan untuk memperoleh hasil yang diperlukan dalam proses penelitian. Peneliti menggunakan metode survey sebagai metode pengumpulan data. Atha (2011) menjelaskan bahwa survey adalah metode analisis dengan cara mengajukan pertanyaan pada orang- orang dan mendokumentasikan jawabannya (Astia dan Baridwan, 2014). Metode ini memerlukan adanya kontak antara responden dengan peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

Jogiyanto (2010) dalam Lawrence dan Baridwan (2014) mendefinisikan metode survey sebagai metode pengumpulan data primer dengan cara memberikan pertanyaan kepada subyek penelitian. Sedangkan Sekaran (2006) dalam Anggraini dan Baridwan (2012) menjelaskan beberapa contoh sumber data primer adalah data responden, individu, kelompok fokus dan panel yang ditentukan oleh peneliti secara khusus dan terkait permasalahan tertentu. Sumber lain juga bias dicari pada majalah, buku dan bahkan internet.

Penelitian ini menggunakan metode survey dalam bentuk kuesioner untuk menghasilkan data primer yang berasal dari para responden yang menjadi sampel penelitian. Kuesioner adalah daftar pernyataan tertulis yang telah dibentuk sebelumnya dan akan dijawab oleh responden dalam alternatif pilihan jawaban yang jelas (Sekaran 2006 dalam Anggraini dan Baridwan (2012). Jogyanto (2010) dalam Lawrence dan Baridwan (2014) berpendapat bahwa penelitian replikasi lebih baik menggunakan instrumen pertanyaan- pertanyaan yang berasal dari riset aslinya pula. Maka dari itu, peneliti membuat pertanyaan- pertanyaan berdasarkan pada penelitian Barnes (2014). Instrumen pertanyaan yang dimiliki oleh peneliti terdahulu merupakan pertanyaan berbahasa Inggris.

Peneliti melakukan beberapa langkah untuk mengadopsi item pertanyaan pada penelitian Barnes (2014), yaitu:

1. Peneliti menerjemahkan item- item pertanyaan berbahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia.
2. Peneliti melakukan kegiatan diskusi dengan orang yang berpengalaman dalam pembuatan instrumen penelitian.
3. Peneliti melakukan *pre-test* dengan menyebarkan kuesioner pada nonresponden untuk menguji pemahaman responden akan makna dari setiap item pernyataan yang diajukan oleh peneliti. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dan reabilitas pada *pre-test* yang dilakukan terhadap 30 kuesioner *pre-test* yang dapat diolah.

**Tabel 1**  
***Cross Loadings (Pre-Test)***

|    | X1       | X2        | X3        | X4        | X5        | Y        |
|----|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| S1 | 0.783167 | 0.234259  | 0.352979  | 0.058831  | 0.146592  | 0.507644 |
| S2 | 0.854735 | 0.494424  | 0.276419  | -0.116034 | 0.072973  | 0.399402 |
| S3 | 0.931377 | 0.368122  | 0.325980  | 0.012401  | 0.227828  | 0.489532 |
| S4 | 0.725848 | 0.672866  | 0.092231  | 0.347385  | 0.206335  | 0.536742 |
| N1 | 0.401566 | 0.803376  | -0.118213 | 0.224505  | 0.171966  | 0.455435 |
| N2 | 0.221608 | 0.689905  | -0.339129 | 0.267757  | 0.309907  | 0.160395 |
| N3 | 0.516697 | 0.802866  | 0.124730  | 0.009514  | 0.095204  | 0.601623 |
| N4 | 0.292412 | 0.620674  | -0.234925 | 0.234004  | 0.357117  | 0.225530 |
| K1 | 0.340131 | 0.076839  | 0.856702  | -0.130740 | -0.304238 | 0.163780 |
| K2 | 0.273625 | -0.111027 | 0.863490  | -0.232783 | -0.264609 | 0.102009 |
| K3 | 0.174210 | -0.217188 | 0.735080  | -0.194187 | -0.156694 | 0.071401 |
| K4 | 0.219542 | -0.107173 | 0.829660  | -0.187598 | -0.052280 | 0.184238 |
| A1 | 0.121245 | 0.222351  | -0.213093 | 0.919759  | 0.538394  | 0.180016 |
| A2 | 0.047120 | 0.058666  | -0.158655 | 0.816202  | 0.647421  | 0.155613 |
| A3 | 0.118538 | 0.195362  | -0.203059 | 0.939502  | 0.689585  | 0.236687 |
| P1 | 0.177890 | 0.241930  | -0.270454 | 0.730802  | 0.922864  | 0.276259 |
| P2 | 0.079934 | 0.245100  | -0.305953 | 0.597231  | 0.884715  | 0.324269 |
| P3 | 0.271809 | 0.182649  | -0.081172 | 0.596744  | 0.904777  | 0.424053 |
| Y1 | 0.526619 | 0.578244  | 0.259438  | 0.255263  | 0.357818  | 0.913739 |
| Y2 | 0.573959 | 0.438405  | 0.190951  | 0.210299  | 0.504755  | 0.904075 |

|    |          |          |           |          |           |          |
|----|----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|
| Y3 | 0.368395 | 0.501998 | -0.151384 | 0.007251 | -0.052243 | 0.674598 |
|----|----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|

Sumber : Data Primer (diolah)

**Tabel 2**  
**Overview Algoritma (Pre-Test)**

|    | AVE      | Composite Reliability | R-Square | Cronbachs Alpha | Communality | Redundancy |
|----|----------|-----------------------|----------|-----------------|-------------|------------|
| X1 | 0.684560 | 0.895891              |          | 0.842988        | 0.684560    |            |
| X2 | 0.537803 | 0.821488              |          | 0.761410        | 0.537803    |            |
| X3 | 0.677058 | 0.893088              |          | 0.850699        | 0.677058    |            |
| X4 | 0.798269 | 0.922044              |          | 0.873875        | 0.798269    |            |
| X5 | 0.817674 | 0.930796              |          | 0.890698        | 0.817674    |            |
| Y  | 0.702451 | 0.874359              | 0.535006 | 0.792118        | 0.702451    | 0.172537   |

Sumber : Data Primer (diolah)

Langkah- langkah tersebut dilakukan agar tidak terjadi bias pada saat pengumpulan data yang sesungguhnya. Hasilnya menunjukkan bahwa kuesioner sudah valid dan reliabel sehingga sudah dapat dipergunakan sebagai alat pengumpulan data yang sesungguhnya.

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner dengan dua cara yaitu secara langsung dan melalui perantara. Pada penyebaran langsung, kuesioner dapat ditunggu dan secara langsung diambil kembali oleh peneliti setelah selesai diisi oleh responden. Sedangkan penyebaran melalui perantara dilakukan dengan cara menitipkan kuesioner kepada teman yang berperan sebagai asisten dosen akuntansi untuk disebarkan lebih lanjut kepada mahasiswa perempuan yang mengikuti kelas asistensinya. Penyebaran kuesioner berlangsung kurang lebih dua minggu dan selanjutnya peneliti melakukan rekapitulasi data pada hasil kuesioner yang terisi.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah satu kumpulan dari seluruh elemen- elemen yang merupakan sumber informasi dalam suatu penelitian (Anggraini dan Baridwan, 2012). Sekaran (2006) dalam Anggraini dan Baridwan (2012) menyebutkan bahwa populasi adalah keseluruhan orang, kejadian, atau hal yang ingin peneliti uji.

Peneliti memilih seluruh mahasiswa perempuan S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang yang berstatus aktif pada semester ganjil tahun ajaran 2014/2015 sebagai populasi dikarenakan peneliti berkeyakinan bahwa mahasiswa perempuan merupakan pengamat dan pengguna teknologi serta merupakan konsumen yang memiliki pengaruh besar terhadap kegiatan transaksi berbasis *online*. Pemilihan lokasi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya dikarenakan pertimbangan lokasi yang berdekatan dengan peneliti serta terdapat keterbatasan waktu dan biaya yang dimiliki oleh peneliti sendiri.

Sampel adalah sekelompok anggota yang dipilih dari populasi. Jadi sampel adalah sebagian atau subkelompok dari populasi (Sekaran, 2006 dalam Lawrence dan Baridwan, 2014). Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 697 orang. Jumlah ini diperoleh dari data yang dimiliki oleh Bagian Recording Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Metode *convenience*

*sampling* digunakan untuk melakukan pengambilan sampel dari populasi dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% dari daftar pengambilan sampel yang dianggap representatif. *Convenience sampling* merupakan salah satu tipe dari *non probability sampling*, dimana aspek kemudahan diutamakan dalam pengambilan sampel. Dengan metode itu peneliti dapat meneliti mahasiswa manapun yang ditemui di lingkungan Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Jumlah sampel sebanyak 255 orang yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Berikut ini rumus yang digunakan oleh peneliti.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = nilai kritis ketelitian (batas ketelitian) yang diinginkan

Peneliti mengharapkan 30% kuesioner kembali dari total jumlah kuesioner yang disebar. Hal tersebut dilandasi adanya keyakinan bahwa jumlah tersebut telah mewakili jumlah sampel yang disebar. Keyakinan tersebut sesuai dengan keyakinan Lawrence dan Baridwan (2014) serta Anggraini dan Baridwan (2012) yang juga meneliti tentang minat keperilakuan pada bidang lainnya. Jogyanto (2010) dalam Lawrence dan Baridwan (2014) menjelaskan bahwa survei dengan tingkat respons 30% dari total yang dikirimkan kepada responden sudah dapat dikatakan baik untuk suatu penelitian.

### **Definisi Konstruk, Indikator dan Pengukuran**

Terdapat enam konstruk dalam penelitian ini, yaitu sikap, norma subyektif, kepribadian, persepsi keamanan, persepsi privasi dan minat individu melakukan transaksi berbasis *online*. Dari keenam konstruk tersebut akan diuraikan indikator dari masing-masing konstruk. Item-item pernyataan pada kuesioner mendasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Barnes (2014).

Pengukuran indikator konstruk menggunakan skala likert tujuh poin mulai dari sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), agak tidak setuju (ATS), netral (N), agak setuju (AS), setuju (S), sampai dengan sangat setuju (SS). Cara pengukuran skala ini yaitu dengan memberikan sebuah pertanyaan kepada responden yang kemudian diminta merespon pernyataan dengan pilihan: “sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), agak tidak setuju (ATS), netral (N), agak setuju (AS), setuju (S), sampai dengan sangat setuju (SS).”

### **Evaluasi Model**

Penelitian ini menggunakan pengujian model pengukuran pada konstruk reflektif pada *first order construct* (FOC). *First Order Construct* (SOC) adalah korelasi teoritikal antara variabel dengan parameter yang diestimasi atau indikatornya. Dibawah ini beberapa pengujian hipotesis dengan PLS yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini: 1) Evaluasi *outer model* (Model Pengukuran) untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Uji validitas konstruk terdiri atas uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Sedangkan uji reliabilitas dengan menggunakan dua metode yaitu *cronbach's alpha* dan

*composite reliability*. 2) Evaluasi *inner model* (Model Struktural) yang dievaluasi dengan menggunakan nilai  $R^2$  dan nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model stuktural.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa perempuan Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang yang berstatus aktif pada semester ganjil tahun ajaran 2014/2015. Seperti yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya, peneliti menggunakan metode pengumpulan data primer dari survei dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada responden individu. Peneliti melakukan pemilihan responden secara acak dan melakukan pengumpulan data selama lebih kurang dua minggu dengan menyebarkan kuesioner secara langsung maupun tidak langsung.

Total jumlah kuesioner yang disebar adalah sebanyak 255 kuesioner. Terdapat 221 kuesioner yang kembali dan terisi, sedangkan 34 kuesioner lainnya tidak kembali atau tidak terisi. Kuesioner ini menggunakan satu indikator pertanyaan pengendali pada variabel minat individu melakukan transaksi berbasis *online*. Manfaat adanya indikator pengendali adalah sebagai pengontrol untuk mengetahui apakah responden membaca dengan teliti setiap pertanyaan dalam kuesioner atau hanya asal mengisinya. Ketika dalam suatu kuesioner yang telah terisi terdeteksi adanya pelanggaran atas indikator pertanyaan pengendali maka peneliti tidak menggunakan hasil kuesioner tersebut sebagai bahan penelitian.

Setelah peneliti memeriksa hasil kuesioner ditemukan 65 kuesioner bias yang tidak dapat digunakan karena terdapat data yang tidak diisi lengkap, responden yang tidak pernah melakukan transaksi berbasis *online* ataupun terdapat pelanggaran atas indikator pertanyaan pengendali. Tabel 3 menunjukkan jumlah sampel dan tingkat pengembalian. Dengan demikian dapat diketahui tingkat *responden rate* dalam penelitian ini adalah 87% dan kuesioner yang dapat diolah adalah sebanyak 156 buah sebagai sampel dalam penelitian ini.

**Tabel 3**  
**Data Sampel dan Tingkat Pengembalian**

|  |            |
|--|------------|
| Jumlah kuesioner disebar   | 255        |
| Jumlah kuesioner yang tidak terisi                                     | 34         |
| Kuesioner yang terisi dan kembali                                      | 221        |
| Kuesioner yang digugurkan  | 65         |
| Kuesioner yang digunakan   | 156        |
| <b>Tingkat pengembalian (<i>respon rate</i>)</b>                       | <b>87%</b> |
| <b>Tingkat pengembalian yang digunakan (<i>usable respon rate</i>)</b> | <b>61%</b> |

Sumber : Data primer (diolah)

Statistik deskriptif merupakan statistik yang dapat menggambarkan fenomena dan karakteristik dari data tersebut (Jogiyanto, 2010). Analisis statistik deskriptif telah dilakukan terhadap data dari 156 responden dalam penelitian ini sebelum diolah lebih lanjut. Pengukuran berupa nilai min, max, mean, median, modus dan standar deviasi pada penelitian ini sangat berguna untuk tujuan penarikan kesimpulan sehingga mempermudah pengamatan. Melalui perhitungan ini

diperoleh gambaran mengenai sampel secara garis besar. Peneliti juga telah mendata mengenai karakteristik 156 responden dalam penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel 4

|   | Jumlah | Presentase |
|---|--------|------------|
| 1. Gender                               |        |            |
| Laki Laki                               | 0      | 0%         |
| Perempuan                               | 156    | 100%       |
| 2. Tingkat Semester                     |        |            |
| Semester 1                              | 6      | 4%         |
| Semester 3                              | 38     | 34%        |
| Semester 5                              | 60     | 39%        |
| Semester 7                              | 52     | 33%        |
| Semester 9                              | 0      | 0%         |
| Semester 11                             | 0      | 0%         |
| 3. Lama Bertransaksi <i>Online</i>      |        |            |
| < 1 tahun                               | 51     | 33%        |
| 1 – 2 tahun                             | 62     | 40%        |
| 3 – 4 tahun                             | 29     | 18%        |
| > 4 tahun                               | 14     | 9%         |
| 4. Rata-Rata Bertransaksi <i>Online</i> |        |            |
| < 3 kali dalam sebulan                  | 135    | 86%        |
| 3 – 5 kali dalam sebulan                | 15     | 10%        |
| > 5 kali dalam sebulan                  | 6      | 4%         |

**Sumber : Data Primer (diolah)**

Peneliti melakukan evaluasi model dengan melalui 3 tahapan pengujian yaitu pengujian atas validitas konvergen, pengujian atas validitas diskriminan dan pengujian atas reliabilitas. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis Partial Least Squares (PLS) versi 2.0 M3. Hasil uji validitas konvergen didasarkan pada tiga parameter, yaitu nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan *Communality* yang lebih dari 0,5 ( $> 0,5$ ) serta nilai Faktor *Loading* yang lebih dari 0,7 ( $> 0,7$ ). Berikut ini hasil uji validitas konvergen yang peneliti lakukan. Nilai Faktor *Loading* dapat dilihat dari tabel 5 sedangkan nilai AVE dan *Communality* dapat dilihat dari tabel 4 dibawah ini.

**Tabel 4**  
*Overview Algoritma*

|    | AVE      | Composite Reliability | R Square | Cronbachs Alpha | Communality | Redundancy |
|----|----------|-----------------------|----------|-----------------|-------------|------------|
| X1 | 0.865771 | 0.962667              |          | 0.948118        | 0.865771    |            |
| X2 | 0.666866 | 0.888921              |          | 0.840370        | 0.666866    |            |
| X3 | 0.766762 | 0.929252              |          | 0.899161        | 0.766762    |            |
| X4 | 0.801249 | 0.923570              |          | 0.877229        | 0.801249    |            |
| X5 | 0.863302 | 0.949865              |          | 0.920926        | 0.863302    |            |
| Y  | 0.899266 | 0.964003              | 0.718535 | 0.943993        | 0.899266    | 0.483969   |

**Sumber : Data primer (diolah)**

**Keterangan:** X1 : Sikap; X2 : Norma Subyektif; X3 : Kepribadian; X4 : Persepsi Kontrol Keamanan; X5 : Persepsi Kontrol Privasi; Y : Minat individu melakukan transaksi berbasis *online*

**Tabel 5**  
*Outer Loadings*

|       | X1      | X2      | X3      | X4      | X5      | Y       |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| X1.1  | 0.91152 |         |         |         |         |         |
| X1.2  | 0.93961 |         |         |         |         |         |
| X1.3  | 0.96138 |         |         |         |         |         |
| X1.4  | 0.90835 |         |         |         |         |         |
| X2. 4 |         | 0.84229 |         |         |         |         |
| X2.1  |         | 0.81928 |         |         |         |         |
| X2.2  |         | 0.78719 |         |         |         |         |
| X2.3  |         | 0.81678 |         |         |         |         |
| X3.1  |         |         | 0.88082 |         |         |         |
| X3.2  |         |         | 0.91763 |         |         |         |
| X3.3  |         |         | 0.86773 |         |         |         |
| X3.4  |         |         | 0.83440 |         |         |         |
| X4.1  |         |         |         | 0.86898 |         |         |
| X4.2  |         |         |         | 0.88450 |         |         |
| X4.3  |         |         |         | 0.93074 |         |         |
| X5.1  |         |         |         |         | 0.92864 |         |
| X5.2  |         |         |         |         | 0.93287 |         |
| X5.3  |         |         |         |         | 0.92591 |         |
| Y6.1  |         |         |         |         |         | 0.95376 |
| Y6.2  |         |         |         |         |         | 0.95148 |
| Y6.3  |         |         |         |         |         | 0.93958 |

**Sumber : Data primer (diolah)**

**Keterangan:** X1 : Sikap; X2 : Norma Subyektif; X3 : Kepribadian; X4 : Persepsi Kontrol Keamanan; X5 : Persepsi Kontrol Privasi; Y : Minat individu melakukan transaksi berbasis *online*

Pada tabel 4 diatas dapat diketahui nilai AVE dan *Communality* di masing-masing variabel adalah lebih dari 0,5 ( $> 0,5$ ). Sedangkan pada tabel 5 dibawah ini dapat diketahui Faktor *Loading* setiap indikator di masing-masing variabel bernilai lebih dari 0,7 ( $> 0,7$ ). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa validitas konvergen secara keseluruhan telah terpenuhi.

Tahap berikutnya setelah melakukan pengujian validitas konvergen adalah melakukan pengujian terhadap validitas diskriminan. Hasil uji validitas diskriminan didasarkan pada dua pilihan parameter penilaian, yaitu dengan melihat nilai *Cross Loadings* yang lebih dari 0,7 ( $> 0,7$ ) dalam satu variabel atau dengan membandingkan akar AVE terhadap Korelasi Variabel Laten dimana akar AVE akan bernilai lebih besar dari Korelasi Variabel Laten. Nilai *Cross Loadings*

dapat dilihat dalam tabel 6 sedangkan nilai akar AVE dan Korelasi Variabel Laten dapat dilihat dalam tabel 7.

**Tabel 6**  
*Cross Loadings*

|      | X1      | X2      | X3      | X4      | X5      | Y       |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| X1.1 | 0.91152 | 0.64827 | 0.36032 | 0.23171 | 0.27858 | 0.75307 |
| X1.2 | 0.93961 | 0.71076 | 0.31673 | 0.25226 | 0.28333 | 0.72306 |
| X1.3 | 0.96138 | 0.67825 | 0.35862 | 0.28196 | 0.33214 | 0.76916 |
| X1.4 | 0.90835 | 0.72468 | 0.28987 | 0.33716 | 0.25424 | 0.73478 |
| X2.4 | 0.57728 | 0.84229 | 0.20891 | 0.26806 | 0.32007 | 0.53377 |
| X2.1 | 0.51904 | 0.81928 | 0.12616 | 0.24815 | 0.21882 | 0.51510 |
| X2.2 | 0.49944 | 0.78719 | 0.08052 | 0.37619 | 0.26104 | 0.45100 |
| X2.3 | 0.73662 | 0.81678 | 0.23380 | 0.30722 | 0.32632 | 0.83230 |
| X3.1 | 0.34631 | 0.23027 | 0.88082 | 0.08405 | 0.09159 | 0.31825 |
| X3.2 | 0.36386 | 0.21114 | 0.91763 | 0.17996 | 0.21086 | 0.37517 |
| X3.3 | 0.26391 | 0.13354 | 0.86773 | 0.14183 | 0.15406 | 0.24842 |
| X3.4 | 0.25180 | 0.15589 | 0.83440 | 0.10497 | 0.15465 | 0.27365 |
| X4.1 | 0.26141 | 0.32044 | 0.11055 | 0.86898 | 0.58106 | 0.21839 |
| X4.2 | 0.24381 | 0.27880 | 0.11337 | 0.88450 | 0.58858 | 0.24349 |
| X4.3 | 0.28702 | 0.37170 | 0.16376 | 0.93074 | 0.64341 | 0.31803 |
| X5.1 | 0.30289 | 0.37647 | 0.11709 | 0.70041 | 0.92864 | 0.34843 |
| X5.2 | 0.25093 | 0.29262 | 0.17232 | 0.59088 | 0.93287 | 0.31418 |
| X5.3 | 0.30381 | 0.31129 | 0.20359 | 0.59272 | 0.92591 | 0.35182 |
| Y6.1 | 0.77645 | 0.73818 | 0.35137 | 0.31613 | 0.37531 | 0.95376 |
| Y6.2 | 0.78658 | 0.70674 | 0.33782 | 0.30572 | 0.35583 | 0.95148 |
| Y6.3 | 0.71409 | 0.71320 | 0.31799 | 0.21920 | 0.30471 | 0.93958 |

Sumber : Data primer (diolah)

Keterangan: X1 : Sikap; X2 : Norma Subyektif; X3 : Kepribadian; X4 : Persepsi Kontrol Keamanan; X5 : Persepsi Kontrol Privasi; Y : Minat individu melakukan transaksi berbasis *online*

**Tabel 7**  
**Akar AVE dan Korelasi Variabel Laten**

|    | AVE      | Akar AVE | X1      | X2      | X3      | X4      |
|----|----------|----------|---------|---------|---------|---------|
| X1 | 0.865771 | 0.930468 | 1       |         |         |         |
| X2 | 0.666866 | 0.816617 | 0.74161 | 1       |         |         |
| X3 | 0.766762 | 0.875649 | 0.35676 | 0.2137  | 1       |         |
| X4 | 0.801249 | 0.895125 | 0.29628 | 0.36522 | 0.14808 | 1       |
| X5 | 0.863302 | 0.929141 | 0.30906 | 0.35295 | 0.17674 | 0.67722 |
| Y  | 0.899266 | 0.948296 | 0.80117 | 0.75868 | 0.35436 | 0.29684 |

Sumber : Data primer (diolah)

**Keterangan:** X1 : Sikap; X2 : Norma Subyektif; X3 : Kepribadian; X4 : Persepsi Kontrol Keamanan; X5 : Persepsi Kontrol Privasi; Y : Minat individu melakukan transaksi berbasis *online*

Tabel 6 menunjukkan bahwa *cross loading* masing- masing indikator di setiap variabel berbeda dengan indikator di variabel lain dan nilainya mengumpul pada variabel yang bersangkutan. Selain itu Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai akar AVE lebih besar dibandingkan dengan Korelasi Variabel Laten. Berdasarkan hasil dari kedua tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pengujian atas validitas diskriminan secara keseluruhan telah terpenuhi.

Setelah melakukan pengujian terhadap validitas konstruk dengan hasil uji validitas konvergen dan validitas diskriminan yang valid, maka selanjutnya dilakukan pengujian terhadap reliabilitas. Uji reliabilitas didasarkan pada dua penilaian yaitu nilai *Cronbach's Alpha* harus lebih dari 0,6 ( $> 0,6$ ) dan nilai *Composite Reability* yang harus lebih dari 0,7 ( $> 0,7$ ), namun jika terdapat nilai 0,6 pada *Composite Reability* masih dapat diterima. Berdasarkan Tabel 4.8 *Overview* Algoritma diatas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* adalah lebih dari 0,6 dan nilai *Composite Reability* adalah lebih dari 0,7 ( $> 0,7$ ). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa pengujian atas reliabilitas telah terpenuhi sehingga konstruk variabel dapat dinyatakan reliabel.

Setelah mendapatkan konstruk variabel yang valid dan reliabel maka langkah peneliti selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara melakukan pengolahan data melalui metode *Bootstrapping* dalam aplikasi PLS. Hasil pengolahan data melalui *Bootstrapping* tersebut dapat dilihat pada Tabel 8 dibawah ini.

**Tabel 8**  
**Total Effects**

|         | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) |
|---------|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|------------------------|
| X1 -> Y | 0.479977            | 0.480888        | 0.078918                   | 0.078918               | 6.081998               |
| X2 -> Y | 0.367337            | 0.364948        | 0.074454                   | 0.074454               | 4.933748               |
| X3 -> Y | 0.094371            | 0.092699        | 0.044211                   | 0.044211               | 2.134578               |
| X4 -> Y | -0.075864           | -0.078275       | 0.056392                   | 0.056392               | 1.345300               |
| X5 -> Y | 0.121613            | 0.129814        | 0.058875                   | 0.058875               | 2.065597               |

**Sumber : Data primer (diolah)**

**Keterangan:** X1 : Sikap; X2 : Norma Subyektif; X3 : Kepribadian; X4 : Persepsi Kontrol Keamanan; X5 : Persepsi Kontrol Privasi; Y : Minat individu melakukan transaksi berbasis *online*

### **H1:Sikap (*attitude*) terhadap Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis *Online***

Menurut Davis *et al.* (1989) sikap adalah cerminan perasaan suka atau tidak suka mengenai kinerja dari sasaran perilaku yang dilakukan. Sehingga sikap merupakan faktor yang berpengaruh pada minat atau keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu (Fathinah dan Baridwan, 2013). Sikap adalah jumlah dari perasaan yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu hal atau

perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menilai objek pada *evaluative scale* dua sisi penilaian misalnya setuju atau menolak; baik atau jelek; dan lain-lain. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa sikap seseorang terhadap sistem informasi mengindikasikan seberapa jauh orang tersebut merasakan baik atau jeleknya sistem informasi untuk dirinya. (Fishbein dan Ajzen, 1975 dalam Jogiyanto, 2007).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa **sikap berpengaruh secara signifikan terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online***. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Xu (2000), Tjini dan Baridwan (2013), Astia dan Baridwan (2014), Lawrence dan Baridwan (2014), Anggraini dan Baridwan (2012), Fathinah dan Baridwan (2013), Al-Somali *et al.* (2008), Nazar dan Syahran (2008) serta Lee (2009). Peneliti akan menjabarkan dua dari sembilan penelitian diatas yang konsisten dengan hasil penelitian ini.

Penelitian pertama dilakukan oleh Anggraini dan Baridwan (2012). Penelitian ini melakukan pembahasan terkait faktor- faktor yang mempengaruhi minat digunakannya *internet banking*. Variabel yang diangkat oleh penelitian ini salah satunya adalah sikap penggunaan *internet banking* berpengaruh terhadap minat digunakannya *internet banking*. Metode penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 300 kuesioner kepada masyarakat di kota Malang. Terdapat 171 kuesioner yang kembali sehingga tingkat pengembalian (*respon rate*) sebesar 57%. Hasil uji pada penelitian ini menyatakan bahwa sikap penggunaan *internet banking* berpengaruh terhadap minat digunakannya *internet banking*.

Penelitian kedua dilakukan oleh Nazar dan Syahran (2008). Penelitian ini membahas tentang faktor- faktor yang berpengaruh terhadap minat dilakukannya transaksi secara *online*. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 200 mahasiswa di berbagai universitas di Yogyakarta. Sebanyak 145 responden berpartisipasi yang mayoritas berumur 18-23 tahun dengan pengalaman menggunakan internet selama 2-5 tahun. Hasil uji pada penelitian ini menyatakan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat dilakukannya transaksi secara *online*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat individu melakukan transaksi berbasis *online* dipengaruhi oleh munculnya sikap terhadap transaksi berbasis *online* tersebut. Orang akan berusaha mencari informasi terkait dengan reputasi sistem dan layanan sebelum melakukan transaksi secara *online*. Jika semakin banyak informasi positif yang didapat terkait dengan layanan yang ingin digunakan, maka akan meningkatkan sikap yang baik dari konsumen tersebut sehingga minat untuk melakukan transaksi *online* akan semakin besar.

## **H2:Norma Subyektif (*subjective norms*) terhadap Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis *Online***

Norma subyektif (*subjective norms*) adalah persepsi atau pandangan seseorang yang mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan dikarenakan kepercayaan-kepercayaan orang lain (Hartono, 2007 dalam Fathinah dan Baridwan, 2013). Fishbein dan Ajzen (1975) menyimpulkan hal tersebut hal itu dikarenakan persepsi individu bahwa peran orang penting bagi tiap individu adalah faktor yang

berpengaruh melakukan ataupun tidak melakukan perilaku yang bersangkutan (Fathinah dan Baridwan, 2013).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **norma subyektif berpengaruh secara signifikan terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis online**. Beberapa penelitian terdahulu juga yang menunjukkan bahwa norma subyektif berpengaruh terhadap minat berperilaku adalah penelitian yang dilakukan oleh Xu (2000), Fathinah dan Baridwan (2013), Asmarani (2012), Rochmawati (2013) Davis *et al.* (1989), Taylor dan Todd (2001), Sandberg dan Wahlberg (2006), Zahra (2009) serta Ozer dan Yilmaz (2010).

Fathinah dan Baridwan (2013) membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berperilaku seseorang untuk menggunakan sistem informasi berbasis teknologi. Fathinah dan Baridwan (2013) mereplikasi dan mengembangkan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dalam penelitiannya. Penelitian ini menggunakan metode survei dalam pengambilan data. Sampel yang dipilih oleh peneliti adalah karyawan bank syariah se-Malang Raya yang menggunakan sistem informasi berbasis teknologi. Terdapat 97 kuesioner yang kembali dan dapat diolah dengan menggunakan SmartPLS. Hasil uji penelitian ini menyatakan bahwa norma subyektif berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi berbasis teknologi di bank syariah.

Asmarani (2012) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat perilaku dalam menggunakan *internet banking*. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan perusahaan sekuritas yang terdaftar di BEI yang merupakan nasabah bank di Kota Malang yang menggunakan fasilitas *internet banking*, namun jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat ditentukan. Penentuan jumlah sampel didasarkan pada pendapat Hair *et al.* sehingga sampel minimum yang wajib digunakan adalah sebanyak 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuesioner yang disebar ke responden. Hasil uji penelitian ini menyatakan bahwa norma subyektif berpengaruh terhadap minat perilaku dalam menggunakan *internet banking*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat individu melakukan transaksi berbasis *online* dipengaruhi oleh norma subyektif. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian sebelumnya adalah nasihat atau saran dari kolega dan keluarga individu yang melakukan transaksi berbasis *online* menjadi salah satu pertimbangan dengan alasan untuk mempermudah kegiatan mereka sehari-hari.

### **H3: Kepribadian (*personality traits*) terhadap Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis Online**

Maddi (1989) mendefinisikan kepribadian sebagai kecenderungan yang stabil yang menentukan kesamaan orang-orang yang memiliki perbedaan pemikiran, perasaan dan tindakan ([pustakaakuntansi.wordpress.com](http://pustakaakuntansi.wordpress.com), 2014). Karakter kepribadian adalah suatu pola kecenderungan perilaku jangka panjang yang konsisten.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **kepribadian berpengaruh secara signifikan terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis online**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Xu (2000), Aprilianty (2012) serta Belleau *et al.* (2007) yang menunjukkan bahwa kepribadian

berpengaruh terhadap minat berperilaku. Mereka menguji hubungan variabel tersebut dalam konteks yang berbeda- beda.

Penelitian pertama, dilakukan oleh Xu (2000) menggambarkan pembahasan terkait faktor- faktor penentu minat konsumen melakukan pembelian produk kulit buaya Amerika yang salah satu faktornya adalah pengaruh kepribadian terhadap minat konsumen melakukan pembelian produk kulit buaya Amerika. Metode penelitian menggunakan *mail survey* yang dilakukan pada sampel 1.800 perempuan dengan rata- rata pendapatan rumah tangga sebesar \$75.000 atau lebih dalam sebulan di wilayah Amerika Serikat. Dari total kuesioner yang disebar terdapat 690 kuesioner yang kembali sehingga tingkat pengembalian (*respon rate*) sebesar 39%. Hasil uji pada penelitian ini menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh terhadap minat konsumen melakukan pembelian produk kulit buaya Amerika.

Penelitian kedua oleh Aprilianty (2012) menguji tentang faktor- faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha siswa SMK. Penelitian ini menggunakan metode survey yang disebarkan kepada populasi siswa SMK Rumpun Pertanian di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 113 responden ditentukan menggunakan teknik *random sampling*. Hasil uji pada penelitian ini menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa SMK.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat individu melakukan transaksi berbasis *online* dipengaruhi oleh kepribadian individu tersebut. Semakin individu mempunyai kepribadian dan dorongan dari internal yang cenderung tinggi terhadap kegiatan transaksi berbasis *online*, maka akan semakin memperbesar minatnya untuk melakukan transaksi berbasis *online*.

#### **H4: Persepsi Keamanan (*perceived security*) terhadap Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis *Online***

Guynes *et al.* (2011) mendefinisikan persepsi keamanan sebagai kesadaran individu terhadap kemampuan pemilik sistem transaksi *online* untuk memenuhi langkah langkah keamanan dalam lingkup *online*. Langkah langkah tersebut bisa berupa otentikasi, integritas dan enkripsi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa **persepsi keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online***. Hasil tersebut tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviantra (2012), Nisa (2011) serta Barnes (2014) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat berperilaku. Namun penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Qomaru (2010) dan Herna (2010) yang membuktikan bahwa persepsi keamanan tidak mempengaruhi minat berperilaku.

Noviantra (2012) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*. Objek penelitian ini adalah nasabah Bank di Yogyakarta yang pernah dan ingin menggunakan *internet banking*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner secara langsung dengan metode *accidental sampling*. Hasil uji pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*.

Herna (2010) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan untuk menggunakan *mobile banking*. menguji faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi para calon nasabah bank dalam keinginan menggunakan layanan *mobile banking* di Yogyakarta. Penelitian ini mengambil sampel para nasabah bank belum menggunakan *mobile banking* di Yogyakarta. Sampel responden diambil dengan menggunakan metode *survey*. Dari seluruh kuisisioner yang tersebar sejumlah 230, yang dapat kembali dan diolah sebanyak 185 sampel. Hasil uji pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap keinginan untuk menggunakan *mobile banking*.

Qomaru Z. (2010) meneliti penelitian yang berjudul “Pengaruh Privasi, Kepercayaan, Kecepatan Interaksi dan Pengalaman Terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara *Online*”. Penelitian ini meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk bertransaksi secara *online*. Sampel dari penelitian ini adalah para pengguna *Online Shopping* di kota Yogyakarta. Pengumpulan sampel menggunakan metode *convenience sampling* dengan menyebarkan 200 kuesioner, namun jumlah kuesioner yang kembali dan dapat diolah sebanyak 171 sampel. Hasil uji pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap niat untuk bertransaksi secara *online*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat individu melakukan transaksi berbasis *online* tidak dipengaruhi oleh persepsi keamanan. Tidak berpengaruhnya persepsi keamanan terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online* yang menjadi hasil penelitian ini adalah sama dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Herna (2010) dan Qomaru (2010). Pada penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa ketidakkonsistenan tersebut lebih disebabkan karena pengguna transaksi berbasis *online* sudah memiliki persepsi tentang apa yang akan terjadi jika terdapat probabilitas pemilik web transaksi *online* melakukan hal yang negatif kepadanya. Hal itu mengindikasikan bahwa tingginya kontrol keamanan yang diterapkan oleh penjual/ pemilik web transaksi berbasis *online* tidak meningkatkan minat responden untuk melakukan transaksi berbasis *online*.

#### **H5: Persepsi Privasi (*perceived privacy*) terhadap Minat Individu Melakukan Transaksi Berbasis *Online***

Trisnawati *et al.* (2012) berpendapat bahwa privasi adalah sejauh mana situs web aman dan melindungi informasi konsumen. Sedangkan Yaghoubi *et al.* (2011) mendefinisikan privasi sebagai suatu pemahaman pembeli/ konsumen transaksi *online* tentang bagaimana penjual/ pemilik web transaksi *online* dapat melindungi informasi pribadi yang dikumpulkan selama proses transaksi *online* (Barnes, 2014). Perusahaan web transaksi berbasis *online* yang membuat kebijakan privasi dengan baik, mensosialisasikannya dan menggunakan jasa organisasi eksternal yang dapat menjaga reputasi perusahaan dan meningkatkan minat pembeli untuk melakukan transaksi *online* pada web tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa **persepsi privasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online***. Beberapa penelitian sebelumnya yang konsisten dengan hasil penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati *et al.* (2012), Barnes (2014), Qomaru Z. (2010) serta Arifin (2009). Mereka membuktikan bahwa persepsi privasi berpengaruh terhadap minat kepribadian.

Penelitian pertama oleh Barnes (2014) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengadopsian sistem *e-payment*. Penelitian ini menggunakan *Theory of Reasoned Action* (TRA) sebagai acuan yang digunakan untuk mengkaji lebih dalam mengenai perilaku konsumen, sikap dan niat terhadap penerapan transaksi berbasis *online*. Responden dipilih secara acak dari sampel sebanyak 197 orang berumur 18 tahun keatas yang merupakan pengguna transaksi *online* di Amerika Serikat. Hasil uji pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi privasi berpengaruh terhadap minat pengadopsian sistem *e-payment*

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Trisnawati *et al.* (2012) faktor-faktor yang mempengaruhi *online repurchase intention* produk Fes Shop. Penelitian ini menjelaskan bahwa semakin baik privasi maka *online repurchase intention* juga semakin meningkat. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Fesh Shop. Peneliti melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan metode *convenience sampling*, konsumen yang mengisi kuesioner adalah konsumen yang melakukan pembelian selama periode pengambilan data responden berlangsung. Hasil uji pada penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh persepsi privasi terhadap *online repurchase intention* produk Fes Shop.

Penelitian ketiga oleh Arifin (2009) yang dalam penelitiannya menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai dasar utama penelitian ini meneliti faktor- faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *internet banking* di Solo. Penelitian ini menggunakan sampel para nasabah bank yang telah menggunakan *internet banking* di Solo. Pengambilan sampel menggunakan metode *coevinience sampling* dengan menyebarkan 170 kuesioner dan selanjutnya peneliti mengolah sebanyak 159 kuesioner yang kembali. Penelitian ini berhasil menambah bukti empiris atas eksistensi teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil uji pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi privasi berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking* di Solo.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat individu melakukan transaksi berbasis *online* dipengaruhi oleh persepsi privasi. Semakin baik persepsi akan sistem pengontrol privasi konsumen yang disediakan oleh pemilik web transaksi berbasis *online*, akan meningkatkan minat individu melakukan transaksi berbasis *online*.

## KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian sistem informasi di bidang transaksi jual dan beli. Penelitian ini menguji faktor- faktor yang mempengaruhi minat individu melakukan transaksi berbasis *online* yaitu sikap pada transaksi berbasis *online*, norma subyektif, kepribadian, persepsi keamanan dan persepsi privasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif, kepribadian dan persepsi privasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*. Sedangkan konstruk persepsi keamanan terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat individu melakukan transaksi berbasis *online*. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi sikap pada transaksi berbasis *online*, norma subyektif, kepribadian dan persepsi privasi maka semakin meningkatkan minat individu melakukan transaksi berbasis

*online*. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan di bidang transaksi berbasis *online* agar lebih memperhatikan faktor sikap pada transaksi berbasis *online*, norma subyektif, kepribadian dan persepsi privasi dalam menerapkan dan mengembangkan sistem informasi transaksi berbasis *online*-nya.

Keterbatasan penelitian ini disebabkan adanya 29% dari kuesioner yang kembali dan terisi (persentase 65 kuesioner terisi yang digugurkan terhadap 221 kuesioner yang kembali dan terisi) tidak dapat digunakan karena ketidakseriusan responden dalam mengisi kuesioner. Hal ini terbukti ketika responden memberikan skor yang relatif sama terhadap pernyataan pengendali yang sifatnya berlawanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. & Fishbein, M. 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall. NJ: Englewood Cliffs.
- Al-Somali, S.A., Gholami, R.. & Clegg, B. 2008. *An Investigation Into the Acceptance of Online Banking in Saudi Arabia*. Technovation, volume. 29, pp.130141.
- Amijaya, G. R.. 2010. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*. Skripsi. Malang: Jurusan Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.
- Anggraini, R.Y. 2012. *Penerimaan Internet Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model yang Dimodifikasi*. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>). Diakses pada 12 Oktober 2014.
- Anonim. 2009. *Definition of Application Landscape*. (<http://www.matthes.in.tum.de/wikis/system-cartography/application-landscape>). Diakses 14 Januari 2011.
- Anonim. 2014a. *Perdagangan Elektronik*. ([http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Belanja\\_daring&oldid=8085438](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Belanja_daring&oldid=8085438)). Diakses 10 Oktober 2014.
- Anonim. 2014b. *Sistem Informasi*. ([http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Sistem\\_informasi&oldid=7999373](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Sistem_informasi&oldid=7999373)). Diakses 9 Oktober 2014.
- Anonim. 2014c. *Sistem Informasi Akuntansi*. ([http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Sistem\\_informasi\\_akuntansi&oldid=7492252](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Sistem_informasi_akuntansi&oldid=7492252)). Diakses 21 Oktober 2014.

- Anonim. 2014. *Potensi Bisnis Toko Online di Indonesia*. (<http://bisnisukm.com/potensi-bisnis-toko-online-di-indonesia.html>). Diakses 8 Oktober 2014.
- Aprilianty, E. 2012. *Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK*. Kalimantan Tengah: SMK Muhammadiyah Pangkalan Bun.
- Arifin, M.J. 2009. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Internet Banking di Solo*. Jurnal Perpustakaan Fakultas Ekonomi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Artha, U. 2011. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Inovasi Pribadi, dan Kesesuaian terhadap Sikap Penggunaan E-Commerce*. Skripsi. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Asmarani, R. 2012. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Perilaku Dalam Menggunakan Internet Banking: Pengintegrasian Model Pengujian Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)*. Skripsi. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Astia, R.. & Baridwan, Z. 2014. *Determinan Sikap dan Pengaruhnya Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking*. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. (<http://jimfeb.ub.ac.id>). Diakses pada 10 Oktober 2014.
- Barnes, A. 2014. *Predicting Consumer Intention to Adopt Electronic Payment Systems Using the Theory of Reasoned Action*. USA: UMI. (<http://www.proquest.com>). Diakses pada 5 Oktober 2014.
- Belleau, B.D., Broussard, L., Summers, T. & Didier, J. 1994. *Attitudes of Women Over 50 Toward Apparel and Media*. Perceptual and Motor Skills, 74, 1183-1192.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P. & Warshaw, P.R. 1989. *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. Management Science. 35, 982-1003.
- Fathinah, F.K. & Baridwan, Z. 2013. *Determinan Minat Individu dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Berbasis Teknologi di Bank Syariah*. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. (<http://jimfeb.ub.ac.id>). Diakses pada 19 September 2014.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention and Behavior*. Reading, MA: Addison-Wesley.

- Gutman, J. & Mills, M.K. 1982. *Fashion Lifestyle, Self-concept, Shopping Orientation and Store Patronage: An Integrative Analysis*. Journal of Retailing, 58(2), 64-86.
- Guynes, C. S., Wu, Y., & Windsor, J. 2011. *E-commerce/Network Security Considerations*. International Journal of Management and Information Systems, 5(2), 1-7. (<http://journals.cluteonline.com>).
- Hartono, J.M. 2001. *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hall, J.A. 2011. *Accounting Information Systems 4th ed yang diterjemahkan oleh Fitriasari, D. dan Kwary, D.A. dalam Sistem Informasi Akuntansi Edisi Keempat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Herna, K. 2010. *Pengujian Tingkat Keamanan dan Privasi Individual dan Pengaruhnya Terhadap Keinginan Untuk Menggunakan Mobile Banking*. Jurnal Perpustakaan Fakultas Ekonomi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Jogiyanto, H.M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi*. Yogyakarta: ANDI.
- Jogiyanto, H.M. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE
- Jogiyanto, H.M. dan Abdillah, W. 2009. *Konsep dan Aplikasi PLS untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE.
- Lee, Ming-Chi. 2009. *Predicting and Explaining the Adoption of Online Trading: An Empirical Study in Taiwan*. Decision Support Systems 47; 133-142.
- Laudon, K. C. & Laudon, J. P. (2007:42) *Sistem Informasi Manajemen*. ([http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Sistem\\_informasi&oldid=7999373](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Sistem_informasi&oldid=7999373)). Diakses 9 Oktober 2014.
- Lawrence, S.M. & Baridwan Z. *Determinan Sikap dan Minat Keperilakuan Individu Menggunakan Internet Stock Trading*. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. (<http://jimfeb.ub.ac.id>). Diakses pada 19 Oktober 2014.
- Maddi. 1989. Kepribadian. ([www.pustakaakuntansi.wordpress.com](http://www.pustakaakuntansi.wordpress.com)). Diakses 29 Oktober 2014.
- Maharsi, S . 2000. *Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Bidang Akuntansi Manajemen*. Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol. 2, No. 2, 127 – 137.

- Nazar, M.R. & Syahran, 2008. *Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online*. Yogyakarta: Program Pasca Sarjana Universitas Gajahmada.
- Noviandra, B. R. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Internet Banking dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Jurnal Fakultas Ekonomi. Yogyakarta: UPN "Veteran".
- Nugraha, F. 2011. *Perkembangan Internet di Indonesia pada Tahun 2010*. (<http://www.teknojurnal.com>). Diakses tanggal 5 September 2011.
- Ozer, G. & Yilmaz, E. 2010. *Information Technology Usage of Accountants*. African Journal of Business Management Vol. 5, No. 1, 4 January: 318-334.
- Qomaru, S. 2010. *Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, Kecepatan Interaksi dan Pengalaman Terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online*. Jurnal Perpustakaan Fakultas Ekonomi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Rochmawati, S. & Purnomosidhi, B. 2013. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Persepsi Risiko, Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Niat Penggunaan Kartu Kredit. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>). Diakses pada 25 Oktober 2014.
- Sandberg, K. W., & Vinberg, S. 2006. *Towards a Model of the Acceptance of Information and Communication Technology in Rural Small Businesses*. Behaviour & Information Technology. Vol:19, 221-227.
- Sekaran, U. 2006. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sukma, A. A. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Social Networking Websites*. Jurnal Ekonomi Manajemen. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Taylor, S. & Todd, P.A. 2001. *Undesrtanding Information Technology Usage : A Test of Computing Models*. Forthcoming MIS Quartely. Information System Research Vo. 6., No. 2.
- Tjini, S.S.A. & Baridwan, Z. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*. Malang: Jurusan Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.  
(<http://jimfeb.ub.ac.id>). Diakses pada 10 Oktober 2014.

Trisnawati, E., Suroso, A. & Kumorohadi, U. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Kunci dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (Study Kasus Pada Konsumen Fesh Shop)*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman.

Xu, Y. 2000. *Consumers' Reasoned Behavior Toward American Alligator Leather Products*. USA: UMI. (<http://www.proquest.com>). Diakses pada 2 Oktober 2014.

Yaghoubi, N. M., Khani, R. Y., & Esmaeali, M. J. (2011). *Trust Models in E-Business: Analytical-compare Approach*. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(9), 398-416. (<http://news-business.vlex.co.uk/vid/trust-inbusiness-analytical-compare-261959186>)

Zahra, F. 2009. *Pengaruh Kualitas Informasi, Kemampuan Individual dan Norma Subyektif terhadap Minat Mahasiswa dalam Menggunakan Internet sebagai Sumber Pustaka*. Skripsi. Universitas Tadulako.