

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kepercayaan di e-commerce yang dimoderasi oleh Kepuasan

Ajeng Wijayanti¹, Rachma Widyani²

^{1,2} Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

email: rachmawidyani849@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk merekomendasikan atas pengaruh kualitas pelayanan dan sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan serta untuk menguji pengaruh moderasi kepuasan atas pengaruh kualitas pelayanan dan sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan jumlah sample yang diperoleh sebanyak 200 responden . populasi pada penelitian ini yaitu para pelaku UMKM yang telah menggunakan e-commerce di wilayah JABODETABEK. Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan software Smart PLS yang digunakan dalam pengujian uji validitas dan uji reliabilitas serta dalam pengujian hipotesis. Dari hasil uji hipotesis membuktikan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepercayaan, adanya pengaruh positif dan signifikan dari sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan, adanya pengaruh secara positif dan signifikan atas kepuasan terhadap kepercayaan, tidak adanya pengaruh secara positif dan signifikan kepuasan memoderasi atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan, adanya pengaruh secara positif dan signifikan kepuasan memoderasi atas pengaruh sistem informasi akuntansi.

Kata kunci: kualitas pelayanan, sistem informasi akuntansi, kepercayaan, kepuasan.

Abstract: This research aims to recommend the effect of service quality and accounting information systems on trust and to test the effect of moderation of satisfaction on the effect of service quality and accounting information systems on trust. The research method used is quantitative with data collection techniques through the distribution of questionnaires and the number of samples obtained by 200 respondents . the population in this study, namely MSMEs who have used e-commerce in the JABODETABEK region. The data processing method in this study uses Smart software PLS used in testing validity tests and reliability tests as well as in hypothesis testing. From the results of the hypothesis test it proves that there is a positive and significant influence of the quality of service on trust, the existence of a positive and significant influence of the accounting information system on trust, there is a positive and significant influence on satisfaction with trust, the absence of a positive and significant influence of moderating satisfaction on the influence of service quality on trust, there is a positive and significant influence of moderating satisfaction on the influence of accounting information systems.

Keywords: service quality, accounting information systems, trust, satisfaction.

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan bisnis digitalisasi di negara Indonesia saat ini yang telah berkembang dan tumbuh secara pesat. Dengan kondisi wabah virus yang sedang

melanda negara indonesia saat ini menyebabkan aktivitas masyarakat terbatas hal ini mendorong adanya sebuah kreativitas maupun sebuah inovasi untuk menjalankan bisnis secara digitalisasi. Dalam penggunaan sistem teknologi berbasis internet masyarakat kini dapat memperluas jangkauan bisnis maupun memanfaatkan sistem internet untuk mempermudah akses penjualan kepasar nasional maupun global. Banyaknya para wirausaha yang saat ini telah bergabung kedalam platform situs *e-commerce* untuk dapat bersaing dalam pembangunan ekosistem digital pada bidang penjualan produk dalam negeri. Saat ini negara Indonesia telah mencatat sekitar 17,59 juta UMKM yang sudah bergabung pada pasar digital atau *e-commerce*. Sekitar 27% angka menjadi total populasi UMKM saat ini dan 58% merupakan target dari 30 juta UMKM yang akan memasuki ekonomi digital pada tahun 2023 (Michelle Natalia, 2022). Untuk mencaai target ditahun berikutnya perlunya ada sistem pengembangan pada tranformasi digital untuk dapat membimbing para pelaku UMKM menembus target seperti digitalisasi akses pasar, pemantauan kualitas produksi, keuangan dan akses pembiayaan, peningkatan akses supplier dan distribusi. Pada peningkatan SDM pelaku UMKM ditunjuk untuk menciptakan pertumbuhan dalam wirausaha muda yang kreatif, produktif serta dapat bersaing di pasar global dalam perkembangan sektor UMKM dapat mampu membantu .Hal ini karna bisnis UMKM sangat berperan penting terhadap perbaikan ekonomi di indonesia untuk menjadi solusi agar para pelaku UMKM dapat bertahan serta berkembang dalam situasi yang sulit ini

Menurut (Gopalan et al., 2015) salah satu faktor terpenting dalam meningkatkan sebuah peran dari kualitas pelayanan yang akan disajikan oleh para pengguna sebagai alat tolak ukur yang handal dalam sistem perdagangan. pada penelitian (Fajarini & Meria, 2020) mengungkap bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam membangun sebuah kepercayaan bagi para pengguna *e-commerce*. Menurut (Lestari & Hertati, 2020) sebuah Komponen yang terdapat pada sistem informasi akuntansi yang telah terpadu untuk suatu organisasi maupun entitas tertentu. Pada penelitian (Suarthana et al., 2019) mengungkap bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. penelitian ini berfokus pada kepercayaan namun belum ada peneliti terdahulu yang menguji sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan yang merupakan suatu kebaruaran dalam penelitian ini.

Menurut (Ramadhan, 2020) Dalam meningkatkan rasa kepercayaan pada konsumen atas suatu merek produk dapat mempertahankan kosistensi dan menjaga rasa kepercayaan konsumen. Pada penelitian (Indriyani & Helling, 2018) mengungkap bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa sebuah kepercayaan dapat mempengaruhi rasa kepuasan pengguna dalam sistem e-commerce. (Dianat et al., 2019) dengan perkembangan secara pesat pada layanan online menjadi faktor penting dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Pada penelitian (Heryanto et al., 2021) mengungkap bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Pada penelitian (Abdulkarim & Christiaan, 2021) mengungkap bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Pada penelitian (Pahlevi, 2019) mengungkap bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Namun belum adanya bukti yang menguji kepuasan memoderasi atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan kepuasan memoderasi atas pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan. Yang merupakan suatu kebaruaran dalam penelitian ini.

Menurut (Prentice et al., 2019) Kualitas pelayanan dapat diukur dari tingkat perbandingan atas persepsi dan harapan dalam pelayanan. Menurut (Tsafarakis et al., 2018) Kualitas pelayanan yang dapat diartikan sebagai dasar dari adanya tingkat kepuasan pelanggan untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat diukur dari tingkat standar kualitas pelayanan pada penyedia layanan. Menurut (Shin, 2021) sebuah rasa kepercayaan akan mengacu pada suatu keyakinan yang dapat diandalkan atas kualitas serta kekuratan dalam menggunakan suatu sistem yang telah direkomendasikan. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Fajarini & Meria, 2020) mengungkap bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Kualitas pelayanan sangat berperan penting dengan rasa kepercayaan para pengguna e-commerce karna pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan pengguna akan berpengaruh meningkatkan sebuah rasa kepercayaan.

Menurut (Chiu et al., 2019) dalam penggunaan sistem teknologi akuntansi yang akan bekerja dengan baik sejalan dengan praktik bisnis dan didukungnya prospek untuk membentuk masa depan atas kinerja yang dilakukan. Menurut (Asatiani et al., 2019) dalam sistem akuntansi yang telah terstandarisasi pada sebuah stuktur informasi yang

dapat diprediksi untuk mewakili sekelompok aktivitas akuntansi. Menurut (Ye & Lyu, 2020) sebuah rasa kepercayaan akan mengacu pada suatu keyakinan yang dapat diandalkan atas kualitas serta kecuratan dalam menggunakan suatu sistem yang telah direkomendasikan. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Suarthana et al., 2019) mengungkapkan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Penelitian ini berfokus pada kepercayaan namun belum ada peneliti terdahulu yang menguji sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan yang merupakan suatu kebaruan dalam penelitian ini. Dalam penggunaan sistem informasi akuntansi sangatlah penting memiliki rasa kepercayaan untuk meningkatkan efektivitas kinerja pada suatu sistem dengan memiliki hasil sesuai harapan pengguna akan mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna sistem.

Menurut (Wungkana et al, 2021) sebuah penilaian atas kualitas produk dan layanan yang diberikan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian. Menurut (Maharany et al., 2021) kepuasan dapat diartikan sebagai hasil penilaian yang diberikan oleh pelanggan pada proses jual beli produk maupun pada layanan jasa yang ditawarkan oleh penjual. Menurut (Rosdiana et al, 2018) sebuah kepercayaan akan melekat pada diri konsumen karena dapat dipicu dengan faktor kesesuaian atas produk yang dijual melalui website sesuai dengan kenyataan yang berdampak pada timbulnya rasa kepercayaan konsumen. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Indriyani et al, 2018) mengungkapkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam tingkat kepuasan pengguna karena untuk membandingkan sebuah hasil kinerja pelayanan dan informasi yang telah disajikan untuk menimbulkan rasa kepuasan yang diberikan atas ekspektasi pengguna memiliki dalam melakukan jual beli online.

Menurut (Ashfaq et al., 2020) dengan menggunakan layanan elektronik yang menuju pada tingkat kepuasan atas pelayanan yang telah diberikan lebih tinggi maka akan mendorong pada hasil tingkat kepuasan pelanggan. Menurut (Sobihah et al., 2015) untuk dapat memenuhi tingkat dari kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para pelanggan serta mampu menciptakan sebuah rasa kepuasan yang berdasarkan adanya rasa kepercayaan untuk memiliki pelanggan yang setia merupakan salah satu faktor yang harus dimiliki oleh penyedia layanan. Menurut (Liat et al, 2014) kepercayaan

dapat memiliki sebuah dampak yang positif dari adanya keinginan konsumen untuk melakukan sebuah transaksi melalui jaringan internet. pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Heryanto et al., 2021) mengungkap bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan. Dengan memberikan pelayanan terbaik pada jual beli online dapat mempengaruhi rasa kepercayaan dalam diri konsumen, sehingga akan tercipta tingkat kepuasan. Penelitian ini berfokus pada kepercayaan, namun belum adanya bukti penelitian yang menguji kepuasan memoderasi atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan yang merupakan suatu kebaruan dalam penelitian ini.

Menurut (Juhria et al., 2021) kepuasan pada konsumen dapat diukur pada tingkat perasaan dalam diri seseorang dan membandingkan hasil kinerja yang telah sesuai dengan harapan. Menurut (Dagiliene et al, 2019) Sebuah perilaku yang berbeda beda dapat dimiliki oleh banyak masyarakat yang tidak dapat selalu diterima atas penggunaan sistem informasi bisnis. Menurut (Siagian et al, 2014) kepercayaan dapat didefinisikan menjadi suatu harapan bahwa penyedia barang atau jasa dapat dipercaya dalam memenuhi janjinya. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Abdulkarim et al, 2021) mengungkap bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Dalam penggunaan sistem informasi akuntansi dengan mengutamakan tingkat kepercayaan pengguna pada sistem atas kinerja yang diberikan sesuai dengan harapan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Penelitian ini berfokus pada kepercayaan namun belum adanya bukti penelitian yang menguji kepuasan memoderasi atas pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan yang merupakan kebaruan dalam penelitian ini.

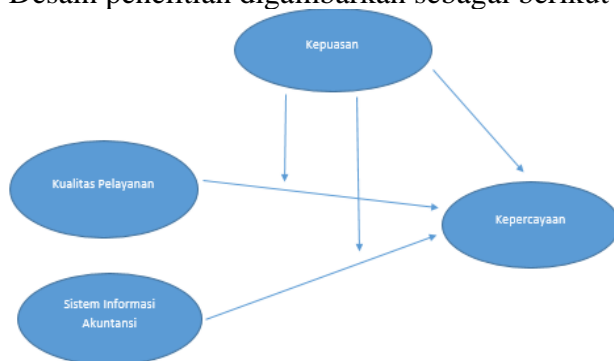
Tujuan dan rumusan masalah pada penelitian ini adalah untuk merekomendasikan atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan, pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan, pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan, kepuasan memoderasi atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan, kepuasan memoderasi atas pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang diteliti menggunakan data kuesioner untuk pengolahan data. Teknik pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* dengan menggunakan media sosial seperti

: *instagram, whatsapp, facebook*, dan *telegram*. Populasi pada penelitian ini yaitu para pelaku UMKM yang menggunakan sistem teknologi *e-commerce* di wilayah JABODETABEK, sample yang diperoleh yaitu sebanyak 200 responden. Analisis pengolahan data pada penelitian ini yaitu menggunakan *software Smart PLS* yang digunakan untuk uji validitas serta uji reliabilitas.

Desain penelitian digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Desain Penelitian

Pada model penelitian ini variable kepuasan ditempatkan sebagai variable moderasi, variable kualitas pelayanan dan sistem informasi akuntansi ditempatkan sebagai variable independet kemudian variable kepercayaan ditempatkan sebagai variable dependet. Yang akan diuji dalam 5 hipotesis yaitu pengaruh kualitas pelayana terhadap kepercayaan, pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan, pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan, kepuasan memoderasi atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan, kepuasan memoderasi atas pengaruh sistem informasi terhadap kepercayaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada penelitian ini jumlah responden yang diperoleh yaitu sebanyak 200 reponden. Dengan memiliki karakteristik secara keseluruhan pada responden dapat ditunjukkan pada table berikut ini :

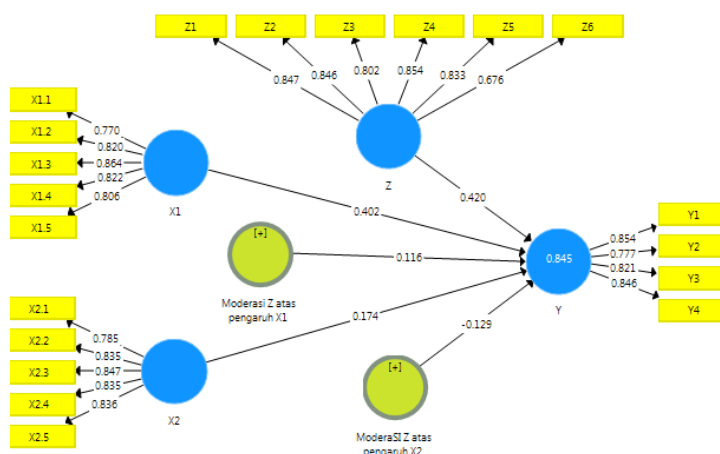
NO.	Karakteristik	Jumlah	Presentase
1.	Saya sebagai :		
	1. Penjual	200	100%
	2. Pembeli	-	-
	Jumlah	200	100%
2.	Jenis Kelamin :		
	1. Laki – laki	87	43,5%
	2. Perempuan	113	56,5%
	Jumlah	200	100%

3.	Usia saat ini :		
	1. 20 – 25 tahun	60	30%
	2. 25 – 30 tahun	106	53%
	3. 40 > tahun	34	17%
	Jumlah	200	100%
4.	Pendidikan Terakhir :		
	1. SLTA	125	62,5%
	2. D3	37	18,5%
	3. S1	30	15%
	4. S2	8	4%
	Jumlah	200	100%
5.	Terakhir kali menggunakan e-commerce :		
	1. 1 minggu terakhir	144	72%
	2. 2 minggu terakhir	45	22,5%
	3. 3 minggu terakhir	7	3,5%
	4. Lebih dari 1 bulan yang lalu	4	2%
	Jumlah	200	100%

Dapat dilihat dari segi responden didominasi oleh penjual yaitu sebanyak 200 (100%), Jika dilihat dari segi jenis kelamin responden didominasi oleh jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 113 (56,5%). Jika dilihat dari segi usia responden didominasi pada usia 25 – 30 tahun sebanyak 106 (53%). Dan jika dilihat dari segi pendidikan terakhir responden didominasi oleh SLTA yaitu sebanyak 125 (62,5%). Kemudian jika dilihat dari terakhir kali menggunakan e-commerce responden didominasi pada 1 minggu terakhir yaitu sebanyak 144 (72%).

Uji validitas

Uji validitas merupakan hubungan indikator dengan variable latennya. Nilai loading faktor yang diharapkan sebesar 0,5 maka memiliki nilai validitas yang baik. Berikut ini adalah gambar uji validitas :



Gambar 2. Hasil uji Validitas

Dapat dilihat dari hasil uji validitas pada model penelitian tersebut setiap variable yang terdiri dari kualitas pelayanan, sistem informasi akuntansi, kepercayaan dan kepuasan memiliki outer loading faktor sebesar 0,5 dan dapat diartikan bahwa hubungan setiap variable dengan indikatornya sudah valid. Untuk variable dependent yaitu kepercayaan menunjukkan angka sebesar 0,845 (84,5%). Dapat diartikan bahwa kemampuan dari variable kualitas pelayanan dan sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan adalah 84,5% dan masih ada variable lain yang mempengaruhi kepercayaan sebesar 0,155 (15,5%) angka ini dapat disebut sebagai error pada sebuah penelitian. Pada model penelitian ini nilai R square/koefesien determinasi dalam kemampuan variable independent dalam menjelaskan variable dependent dapat dikategorikan kuat karna diatas 66% yaitu senilai 84,5%.

Uji Reliabilitas

Pada uji *Reliabilitas* untuk setiap variable penelitian dilakukan dalam outer model sebagai berikut :

- A. *composite Reliability* nilai yang diharapkan $> 0,7$ untuk semua konstruk
- B. *Chronbach's Alpha* nilai yang diharapkan $> 0,7$ untuk semua konstruk
- C. *Rho_A* nilai yang diharapkan $> 0,7$ untuk semua konstruk
- D. AVE nilai yang diharapkan $> 0,5$ untuk semua konstruk

Construct Reliability and Validity

Hipotesis	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	AVE
Moderating kepuasan 1.000atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan	1.000	1.000	1.000	1.000
Moderating kepuasan atas pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan	1.000	1.000	1.000	1.000
Kualitas pelayanan	0.875	0.878	0.909	0.667
Sistem Informasi akuntansi	0.885	0.886	0.916	0.685
Kepercayaan	0.843	0.846	0.895	0.681
kepuasan	0.896	0.906	0.920	0.659

Dapat dilihat hasil uji Reliabilitas pada penelitian ini yang terdiri dari variable *independent* yaitu Kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,875, nilai *Composite Reliability* sebesar 0.909, nilai *Rho_A* sebesar 0.878 dan nilai *AVE* sebesar 0.667. Sistem Informasi akuntansi (X2) sebagai variable *independent* memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.885, nilai *Composite Reliability* sebesar 0.916, nilai *Rho_A* sebesar 0.886 dan nilai *AVE* sebesar 0.685. kemudian untuk variable dependet yaitu Kepercayaan (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.843, nilai *Composite Reliability* sebesar 0.895, nilai *Rh_O* sebesar 0.846, nilai *AVE* sebesar 0.681. Kemudian untuk variable moderasi yaitu kepuasan (Z) atas pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepercayaan memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 1.000, nilai *Composite Reliability* sebesar 1.000, nilai *Rho_A* sebesar 1.000 dan nilai *AVE* sebesar 1.000. Kepuasan atas pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 1.000, nilai *Composite Reliability* sebesar 1.000, nilai *Rho_A* sebesar 1.000 dan nilai *AVE* sebesar 1.000. Dari hasil Uji Reliability dari

semua variable dilihat dari nilai Chronbach Alpha , Composite Reliability, Rho_A, dan nilai AVE dapat diartikan bahwa variable penelitian tersebut telah lolos uji Reliabilitas dan telah sesuai dengan kriteria uji Reliabilitas.

Uji Hipotesis

Pada Uji Hipotesis ini meliputi nilai signifikansi untuk menyatakan adanya pengaruh yang signifikan dan tidak signifikan antar semua konstruk. Yang dapat dilihat dari nilai T – statistik $> 1,96$ dan nilai P value $< 0,5$ dapat menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada variable yang telah diuji. Berikut ini merupakan hasil uji hipotesis pada penelitian ini :

Path Coefficiens

Hipotesis	Original Sample	T - statistik	P value	Keputusan
Moderating kepuasan atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan	0.116	1.780	0.076	ditolak
Moderating kepuasan atas pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan	-0.129	2.058	0.040	diterima
Kualitas pelayanan terhadap kepercayaan	0.402	6.951	0.000	diterima
Sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan	0.174	2.482	0.013	Diterima
Kepuasan terhadap kepercayaan	0.420	5.766	0.000	diterima

Dapat dilihat dari nilai Uji hipotesis yang terdiri dari variable independet yaitu Kualitas Pelayanan (X1), sistem informasi akuntansi (X2), variable dependet yaitu kepercayaan

(Y), dan variable moderating yaitu kepuasan (Z). Hasil uji hipotesis dari variable Kualitas pelayanan terhadap kepercayaan memiliki nilai T – statistik sebesar $6.951 > 1,96$ dan nilai P value sebesar $0.000 < 0,5$ hasil uji hipotesis menyatakan diterima. Sistem Informasi akuntansi terhadap kepercayaan memiliki nilai T-statistik sebesar $2.482 > 1,96$ dan nilai P value sebesar $0.013 < 0,5$ hasil uji hipotesis menyatakan diterima. Moderating Kepuasan terhadap Kepercayaan memiliki nilai T-statistik sebesar $5.766 > 1,96$ dan nilai P value sebesar $0.000 < 0,5$ hasil uji hipotesis menyatakan diterima. Kemudian moderating kepuasan atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan memiliki nilai T-statistik sebesar $1.780 > 1,96$ dan nilai P value sebesar $0.076 < 0,5$ hasil uji hipotesis menyatakan ditolak. Moderating kepuasan atas pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan memiliki nilai T-statistik sebesar $2.058 > 1,96$ dan nilai P value sebesar $0.040 < 0,5$ hasil uji hipotesis menyatakan diterima.

Pembahasan

Hipotesis pertama yaitu pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepercayaan hasil uji hipotesis menyatakan diterima. dapat dilihat nilai T – statistik sebesar $6.951 > 1,96$ dan nilai P value sebesar $0.000 < 0,5$ dapat diartikan bahwa adanya pengaruh secara positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Fajarini et al, 2020) mengungkap bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Dengan meningkatkan peran kualitas pelayanan pada toko *online* yang diberikan kepada pengguna *e-commerce* dalam jual beli secara online akan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan dalam penggunaan sistem *e-commerce* atau dalam proses transaksi.

Hipotesis kedua yaitu pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan menyatakan diterima. dapat dilihat dari nilai T-statistik sebesar $2.482 > 1,96$ dan nilai P value sebesar $0.013 < 0,5$. Dapat diartikan bahwa adanya pengaruh secara positif dan signifikan sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Suarthana et al., 2019) mengungkap bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan. penelitian ini berfokus variable dependet yaitu kepercayaan, namun belum adanya bukti penelitian yang menguji sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan yang merupakan suatu kebaruaran dalam penelitian ini.

Hipotesis ketiga yaitu moderasi Kepuasan terhadap kepercayaan menyatakan diterima. dapat dilihat dari nilai $T - \text{Statistik}$ sebesar $5.776 > 1,96$ dan nilai $P \text{ value}$ sebesar $0.000 < 0,5$. Dapat diartikan bahwa adanya pengaruh secara positif dan signifikan atas moderasi kepuasan terhadap kepercayaan. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Indriyani et al, 2018) mengungkap bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan. Dengan memiliki rasa kepercayaan yang tinggi atas penggunaan sistem *e-commerce* dalam bidang jual beli secara *online* dapat mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang bila harapan telah sesuai dengan kenyataan yang terjadi.

Hipotesis keempat yaitu moderasi kepuasan atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan hasil uji hipotesis menyatakan ditolak. Dapat dilihat dari nilai $T - \text{statistik}$ sebesar $1.780 > 1,96$ dan nilai $P \text{ value}$ sebesar $0.076 < 0,5$. Dapat diartikan bahwa moderasi kepuasan atas kualitas pelayanan terhadap kepercayaan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Heryanto et al., 2021) mengungkap kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan. penelitian ini berfokus pada variable dependent yaitu kepercayaan, namun belum adanya bukti penelitian yang menguji kepuasan memoderasi atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan, yang menjadi suatu kebaruan dalam penelitian ini.

Hipotesis kelima yaitu moderasi kepuasan atas pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan hasil uji hipotesis menyatakan diterima. dapat dilihat dari nilai $T - \text{statistik}$ sebesar $2.058 > 1,96$ dan nilai $P \text{ value}$ sebesar $0.040 < 0,5$. Dapat diartikan bahwa moderasi kepuasan atas pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Abdulkarim et al, 2021) mengungkap bahwa sistem informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan. Penelitian ini berfokus pada variable dependet yaitu kepercayaan, namun belum adanya bukti penelitian yang menguji moderasi kepuasan atas pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan. Yang merupakan suatu kebaruan dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Pada penelitian ini dapat memberikan bukti empiris mengenai “ kualitas pelayanan dan sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan di e-commerce yang

dimoderasi oleh kepuasan” kesimpulan sebagai berikut : adanya pengaruh secara positif dan signifikan atas kualitas pelayanan terhadap kepercayaan, adanya pengaruh positif dan signifikan atas sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan, adanya pengaruh secara positif dan signifikan atas kepuasan terhadap kepercayaan, tidak adanya pengaruh secara positif dan signifikan dari kepuasan memoderasi kualitas pelayanan terhadap kepercayaan, adanya pengaruh secara positif dan signifikan dari kepuasan memoderasi sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ketika toko online meningkatkan kepercayaan dalam strategi penjualan di sistem *e-commerce* peran pertama yaitu kualitas pelayanan kemudian sistem informasi akuntansi yang merupakan sistem yang dapat membantu dalam proses mengolah data menjadi informasi atau dalam bidang keuangan, kemudian kualitas pelayanan dan sistem informasi akuntansi terhadap kepercayaan yang dimoderasi oleh kepuasan. Dari hasil penelitian ini telah dilakukan uji validitas, uji reliabilitas serta uji hipotesis yang telah sesuai dengan kriteria. Maka peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan mengganti atau menambahkan variable moderating dengan variable keputusan pembelian. karna toko online yang memiliki nilai kualitas pelayanan dalam penggunaan sistem informasi akuntansi yang didasarkan pada rasa kepercayaan ketika tidak dipengaruhi oleh keputusan pembelian dalam berbelanja secara online maka akan mempengaruhi nilai review kualitas pelayanan pada toko online tersebut yang mencakup komponen penggunaan sistem didalamnya. Jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan dalam penggunaan sistem informasi akuntansi yang didasarkan oleh rasa kepercayaan pada konsumen maka akan menciptakan keputusan pembelian.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdulkarim, R., & Christiaan, P. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Klien Pengguna Jasa Akuntan (Studi Empiris Pada Kantor Jasa Akuntan Terampil Di Kota Gorontalo). *AkMen JURNAL ILMIAH*. <https://doi.org/10.37476/akmen.v18i2.1710>
- Asatiani, A., Apte, U., Penttinen, E., Rönkkö, M., & Saarinen, T. (2019). Impact of accounting process characteristics on accounting outsourcing - Comparison of users and non-users of cloud-based accounting information systems. *International Journal of Accounting Information Systems*.

<https://doi.org/10.1016/j.accinf.2019.06.002>

Ashfaq, M., Yun, J., Yu, S., & Loureiro, S. M. C. (2020). I, Chatbot: Modeling the determinants of users' satisfaction and continuance intention of AI-powered service agents. *Telematics and Informatics*.

<https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101473>

Chiu, V., Liu, Q., Muehlmann, B., & Baldwin, A. A. (2019). A bibliometric analysis of accounting information systems journals and their emerging technologies contributions. *International Journal of Accounting Information Systems*.

<https://doi.org/10.1016/j.accinf.2018.11.003>

Dagiliene, L., & Štutienė, K. (2019). Corporate sustainability accounting information systems: a contingency-based approach. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-07-2018-0200>

Dianat, I., Adeli, P., Asgari Jafarabadi, M., & Karimi, M. A. (2019). User-centred web design, usability and user satisfaction: The case of online banking websites in Iran. *Applied Ergonomics*. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2019.102892>

Fajarini, A., & Meria, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Klinik Kecantikan Beauty INC). *JCA Ekonomi*.

Gopalan, R., Sreekumar, & Satpathy, B. (2015). Evaluation of retail service quality – A fuzzy AHP approach. *Benchmarking*. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2013-0052>

Heryanto, H., Hidayati, T., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Word of Mouth. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i1.2277>

Indriyani, F., & Helling, L. S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website , Kepercayaan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*. <https://doi.org/10.32477/jrm.v5i1.285>

Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(1), 55–62.

Lestari, R., & Hertati, L. (2020). Bagaimana Pengaruh Strategi Bisnis, Kekuatan Produk

- Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Manajemen: Studi Kasus Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Kajian Akuntansi*. <https://doi.org/10.29313/ka.v21i1.5675>
- Liat, C. B., & Shi Wuan, Y. (2014). (For methodology) Factors Influencing Consumers' Online Purchase Intention: A Study among University Students in Malaysia. *International Journal of Liberal Arts and Social Science*. <https://doi.org/10.5539/ass.v10n9p18>
- Maharany, A. M., Saidani, B., & Fidhyallah, N. F. (2021). Pengaruh Kepuasan dan Manfaat yang dirasakan Terhadap Minat Beli Ulang pada E-Commerce Marketplace X di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan-JBMK*, 2(2), 401–416.
- Michelle Natalia. (2022). *Menkop Teten: E-commerce harus dibanjiri produk UMKM*. Okezone.Com. <https://economy.okezone.com/amp/2022/04/04/320/2572980/menkop-teten-e-commerce-harus-dibanjiri-produk-umkm?page=3>
- Pahlevi, M. R. (2019). Pengaruh Kualitas yang Dirasakan , Nilai yang Dirasakan , dan Kepuasan terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk Plastik Ramah Lingkungan. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*.
- Prentice, C., Wang, X., & Loureiro, S. M. C. (2019). The influence of brand experience and service quality on customer engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.04.020>
- Ramadhan, M. A. F. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE GOJEK DI KOTA MALANG. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*. <https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i2.3733>
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16240>
- Shin, D. (2021). The effects of explainability and causability on perception, trust, and acceptance: Implications for explainable AI. *International Journal of Human Computer Studies*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2020.102551>
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). ANALISIS WEBSITE QUALITY, TRUST DAN

- LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOP. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.55-61>
- Sobihah, M., Mohamad, M., Ali, N. A. M., & Wan Ismail, W. Z. (2015). E-commerce service quality on customer satisfaction, belief and loyalty: A proposal. *Mediterranean Journal of Social Sciences*.
<https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n2p260>
- Suarthana, I. P. O., Putra, I., & ... (2019). PENGARUH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA PADA KOPERASI JUJUR UTAMA MANDIRI. ... *Sains, Teknologi*
- Tsafarakis, S., Kokotas, T., & Pantouvakis, A. (2018). A multiple criteria approach for airline passenger satisfaction measurement and service quality improvement. *Journal of Air Transport Management*.
<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.09.010>
- Wungkana, F. A., & Santoso, T. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA E-COMMERCE KECANTIKAN SOCIOLLA. *Agora*, 9(2).
- Ye, M., & Lyu, Z. (2020). Trust, risk perception, and COVID-19 infections: Evidence from multilevel analyses of combined original dataset in China. *Social Science and Medicine*. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113517>