

Pengaruh *Habit*, *Price Value*, dan *Hedonic Motivation* terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi

Shavira Maharani Susanto, Elly Halimatusadiah*, Annisa Nadiyah Rahmani

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 02/10/2024
Revised : 20/12/2024
Published : 24/12/2024



Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4
No. : 2
Halaman : 73 - 82
Terbitan : **Desember 2024**

Terakreditasi [Sinta Peringkat 5](#)
berdasarkan Ristekdikti
No. 72/E/KPT/2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh habit, price value, dan hedonic motivation terhadap pengguna sistem informasi akuntansi berbasis digital e-wallet pada UMKM di Kota Bandung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Bandung yang menggunakan e-wallet dengan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling yang menghasilkan sampel sebanyak 350 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa habit berpengaruh positif signifikan terhadap pengguna sistem informasi akuntansi berbasis digital e-wallet. Price value berpengaruh positif signifikan terhadap pengguna sistem informasi akuntansi berbasis digital e-wallet. Hedonic motivation berpengaruh positif signifikan terhadap pengguna sistem informasi akuntansi berbasis digital e-wallet.

Kata Kunci : UTAUT2; Sistem Informasi Akuntansi; E-Wallet

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of habit, price value, and hedonic motivation on the usage of digital e-wallet-based accounting information systems by SMEs in the city of Bandung. The data used in this study is primary data collected using questionnaires. The population in this research consists of SMEs in Bandung using e-wallets, with a sample size of 350 respondents selected through purposive sampling. The analysis tool used in this study is Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The research findings indicate that habit has a significant positive impact on the usage of digital e-wallet-based accounting information systems. Price value also has a significant positive influence on the usage of digital e-wallet-based accounting information systems. Additionally, hedonic motivation significantly affects the usage of digital e-wallet-based accounting information systems.

Keywords : UTAUT2; Accounting Information System; E-Wallet

Copyright© 2024 The Author(s).

A. Pendahuluan

Waktu ini Indonesia menghadapi pada era dimana revolusi industri 5.0 yang dapat mendasar di internet dan teknologi yang menjadi hasil dari pertumbuhan zaman. Teknologi saat ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas serta memudahkan proses bisnis dan pengambilan keputusan. Sehingga penting untuk Indonesia untuk terus memperkuat infrastruktur digital, serta mendorong inovasi dan pengembangan teknologi baru dengan mempertimbangkan aspek keamanan siber dan perlindungan (Maharani, 2021). Fasilitas dan juga usaha fintech mengacu pada pengelola keuangan berlandaskan teknologi informasi. Perubahan perilaku masyarakat berubah hal ini disebabkan pertumbuhan teknologi informasi di masa digital yang begitu cepat. Fungsi utamanya adalah untuk menghasilkan berbagai informasi yang berkualitas tinggi dengan cepat, tepat waktu, lengkap, dan ringkas, sehingga orang dalam dan orang luar dapat membantu dalam pengambilan keputusan (Halimatusadiah & Gunwan, 2014). Pergantian gaya dengan transaksi penduduk ini kemudian disebut dengan fenomena *cashless society*. Fenomena *cashless* ini diikuti oleh para pelaku UMKM dikarenakan hal ini dapat membantu proses pencatatan pendapatan secara lebih mudah serta yang mana hal ini didukung oleh sistem yang telah digunakan oleh para pelaku UMKM (Namira, 2022). Dari pelaporan pencatatan pendapatan ini dapat mempermudah para pelaku UMKM untuk dapat melihat penghasilan yang didapat kesehariannya yang mana telah disediakan oleh sistem. Fintech merupakan salah satu penghubung keuangan di dalam aplikasi teknologi digital. Fintech mempunyai peran yang krusial di dalam hal melaksanakan pembayaran digital untuk penduduk yang ada di dunia. Fintech merupakan komponen seluler yang mana dalam pemakaian *platform* teknologi dapat sebagai jalan peringatan debit, pelaporan pembayaran melalui fasilitas pesan pendek atau sejenisnya untuk mendapatkan suatu pengetahuan (Saadah *et al.*, 2022). Berdasarkan data penyebaran dompet digital, peneliti melakukan pra-penelitian terhadap pengguna layanan dompet digital di Kota Bandung. Responden terdiri dari UMKM Kota Bandung yang menggunakan *e-wallet* untuk melakukan kegiatan transaksi. Hasil survei menunjukkan bahwa masih banyak yang enggan menggunakan dompet digital. Alasan yang diberikan termasuk merasa lebih mudah menggunakan pembayaran tunai, serta beberapa menyebutkan adanya biaya tambahan. Meskipun demikian, terdapat juga yang mendukung penggunaan dompet digital, dengan persentase 57% (17 dari 30 responden), karena merasa lebih mudah, cepat dalam bertransaksi, banyak penawaran promo untuk meningkatkan operasional bisnis, dan tidak perlu khawatir jika tidak ada uang kembalian.

Dari isu-isu tersebut, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi penggunaan dan alasan mengapa responden tidak menggunakan layanan *e-wallet*. Faktor-faktor penggunaannya meliputi kemudahan bertransaksi, kesenangan, dan kenyamanan dalam menggunakan layanan *e-wallet*. Namun, secara keseluruhan, manfaat dari teknologi ini belum sepenuhnya dirasakan oleh responden. Masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut berdasarkan latar belakang penelitian: (1) Bagaimana pengaruh *Habit* terhadap pengguna Sistem Informasi Akuntansi berbasis digital *e-wallet*? (2) Bagaimana pengaruh *Price Value* terhadap pengguna Sistem Informasi Akuntansi berbasis digital *e-wallet*? (3) Bagaimana pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap pengguna Sistem Informasi Akuntansi berbasis digital *e-wallet*?

Merujuk dari identifikasi masalah, Tujuan penelitian ini dijabarkan dalam poin-poin berikut: (1) Untuk mengetahui pengaruh *Habit* terhadap pengguna Sistem Informasi Akuntansi berbasis digital *e-wallet*. (2) Untuk mengetahui pengaruh *Price Value* terhadap pengguna Sistem Informasi Akuntansi berbasis digital *e-wallet*. (3) Untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap pengguna Sistem Informasi Akuntansi berbasis digital *e-wallet*.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif berbasis survei menggunakan metode verifikasi. Penelitian menggunakan data primer yang diperoleh dari pelaku UMKM industri makanan dan minuman di kota Bandung yang menggunakan *e-wallet* untuk proses transaksi. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner untuk mendapatkan data penelitian, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data penelitian melalui kuesioner serta dianalisis dengan software SmartPLS 4.0. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 350 usaha pelaku UMKM pada industri makanan dan minuman di Kota Bandung yang menggunakan *e-wallet* untuk proses transaksi..

Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik untuk menganalisis data yang diterapkan ialah analisis deskriptif serta analisis verifikatif. Teknik analisis verifikatif yang digunakan dalam pengolahan data dalam penelitian menggunakan metode statistik Partial Least Square (PLS) (Ghozali & Latan, 2014). Model penelitian SmartPLS terbagi menjadi dua submodel. Pertama, model pengukuran, juga dikenal sebagai outermodel, digunakan untuk mengukur validitas dan reliabilitas konstruk atau variabel penelitian. Kedua, model struktural, juga disebut innermodel, menjelaskan hubungan kausalitas antara semua variabel yang diujikan.

C. Hasil dan Pembahasan

Analisis Uji Instrumen Outer Model

Uji Validitas

Convergent Validity

Bisa dinilai melalui pemeriksaan hubungan antara konstruk yang diukur dan konstruk serupa yang relevan maupun dengan variabel yang diketahui mempunyai keterkaitan erat dengan konstruk tersebut. Salah satu metode dalam memastikan validitas konvergen yaitu memperhatikan besarnya loading factor dari indikator pada kuesioner. *Loading factor* yang dianggap valid harus memiliki nilai > 0,7.

Tabel 1. Hasil Uji Nilai *Loading Factor*

Variabel	Indikator	Outer Loading
<i>Habit</i>	H1	0.771
	H2	0.754
	H3	0.779
	H4	0.714
	H5	0.760
	H6	0.732
	H7	0.703
	H8	0.742
	H9	0.761
	H10	0.733
	H11	0.738
	H12	0.737
	H13	0.788
<i>Price Value</i>	PV1	0.853
	PV2	0.823
	PV3	0.857
	PV4	0.795
	PV5	0.800
	PV6	0.778
	PV7	0.807
<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	0.905
	HM2	0.759
	HM3	0.759
	HM4	0.853
Pengguna Sistem Informasi Akuntansi	Y1	0.766
	Y2	0.752
	Y3	0.773
	Y4	0.748
	Y5	0.744

Variabel	Indikator	Outer Loading
Berdasarkan Digital E-Wallet	Y6	0.742
	Y7	0.743
	Y8	0.721
	Y9	0.773
	Y10	0.737
	Y11	0.738
	Y12	0.743
	Y13	0.735
	Y14	0.737
	Y15	0.753
	Y16	0.748
	Y17	0.753
	Y18	0.794

Berdasarkan data tabel 1, bisa disimpulkan besarnya *loading factor* pada indikator dari setiap variabel > 0.7 yang mana mempunyai validitas cukup tinggi serta bisa dikatakan valid.

Discriminant Validity berprinsip dimana pengukur (variabel manifest) dari beda konstruk sebaiknya tidak mempunyai korelasi besar. Salah satu cara pengujian validitas diskriminan pada indikator refleksif adalah memeriksa nilai *cross loading* masing-masing variabel diharuskan > 0.70 .

Tabel 2. Hasil Uji Nilai *Cross Loading*

	H	PV	HM	Y
H1	0,771	0,711	0,746	0718
H2	0,754	0,747	0,786	0,759
H3	0,779	0,725	0,714	0,735
H4	0,714	0,760	0,745	0,730
H5	0,760	0,769	0,780	0,727
H6	0,732	0,776	0,724	0,737
H7	0,703	0,774	0,791	0,710
H8	0,742	0,746	0,757	0,758
H9	0,761	0,758	0,734	0,731
H10	0,733	0,757	0,720	0,719
H11	0,738	0,715	0,749	0,725
H12	0,737	0,797	0,749	0,725
H13	0,788	0,831	0,782	0,750
PV1	0,778	0,853	0,702	0,745
PV2	0,719	0,823	0,776	0,747
PV3	0,792	0,857	0,711	0,763
PV4	0,796	0,795	0,774	0,756
PV5	0,775	0,800	0,753	0,734
PV6	0,716	0,778	0,750	0,743
PV7	0,772	0,807	0,710	0,742
HM1	0,739	0,798	0,905	0,715
HM2	0,793	0,796	0,759	0,799
HM3	0,719	0,739	0,759	0,792
HM4	0,763	0,703	0,853	0,706
Y1	0,711	0,710	0,746	0,766

	H	PV	HM	Y
Y2	0,769	0,795	0,777	0,752
Y3	0,725	0,790	0,736	0,773
Y4	0,714	0,733	0,777	0,748
Y5	0,732	0,700	0,795	0,744
Y6	0,734	0,771	0,714	0,742
Y7	0,732	0,705	0,794	0,743
Y8	0,714	0,755	0,728	0,721
Y9	0,773	0,714	0,760	0,773
Y10	0,706	0,777	0,705	0,737
Y11	0,731	0,706	0,777	0,738
Y12	0,729	0,795	0,795	0,743
Y13	0,744	0,778	0,774	0,735
Y14	0,793	0,771	0,782	0,737
Y15	0,795	0,783	0,774	0,753
Y16	0,795	0,701	0,786	0,748
Y17	0,750	0,799	0,711	0,753
Y18	0,777	0,718	0,719	0,794

Dari data hasil *cross loading* dalam tabel 2, hasil yang berada di atas batas ddisarankan adalah 0.70. Hal tersebut menjelaskan bahwa data telah valid dan memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Selanjutnya, salah satu faktor dalam pengukuran indikator tingkat valid, memperhatikan nilai AVE (*Average Variance Extracted*). Konstruk dikatakan valid apabila nilai AVE > 0.50. Berikut hasil nilai AVE dan akar kuadrat AVE.

Tabel 3. Hasil Uji Nilai AVE dan akar kuadrat AVE

Variabel	AVE	Akar Kuadrat AVE
<i>Habit</i>	0,559	0,748
<i>Price Value</i>	0,667	0,817
<i>Hedonic Motivation</i>	0,675	0,822
Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital <i>E-Wallet</i>	0,563	0,750

Berdasarkan data tabel 3 tersebut, bisa disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki nilai AVE > 0,50 dimana nilai AVE terkecil 0,559 untuk variabel *habit* (H), sementara nilai AVE terbesar adalah 0,675 untuk variabel *hedonic motivation* (HM). Sehingga, bisa dikatakan semua konstruk memenuhi kriteria nilai minimum yang diterapkan. Langkah selanjutnya yaitu membandingkannya dengan korelasi antar konstruk pada model. Hasil perbandingan dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Hasil Uji Nilai *Discriminant Validity*

	H	HM	Y	PV
H	0,748			
HM	0,640	0,822		
Y	0,431	0,613	0,750	
PV	0,713	0,469	0,558	0,817

Berdasarkan data pada tabel 4, besarnya akar AVE untuk setiap variabel laten lebih besar daripada besarnya korelasi tertinggi variabel tersebut terhadap variabel lainnya. Maka dari itu, konstruk mempunyai validitas diskriminan yang bagus.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Nilai Composite Reliability dan Cronbach’s Alpha

Variabel	Composite Reliability	Cronbach’s Alpha
Habit	0,943	0,934
Price Value	0,933	0,916
Hedonic Motivation	0,892	0,836
Penggunaan Sistem Akuntansi Berbasis Digital E-Wallet	0,959	0,954

Berdasarkan data tersebut, keseluruhan konstruk mempunyai keandalan yang memadai karena memiliki nilai *composite reliability* > 0,70, dimana mencapai batas minimum yang ada.

Analisis Uji Model Struktural (Inner Model)

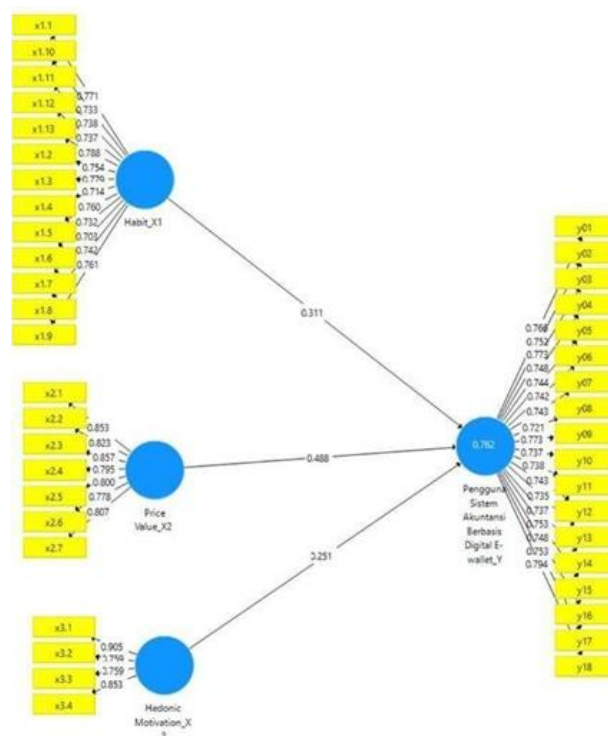
Analisis Varians (R²) atau Uji Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Nilai R Square dan Adjusted R Square

	R Square	Adjusted R Square
Pengguna Sistem Akuntansi Berbasis Digital E-wallet	0.762	0.760

Berdasarkan nilai *R-square* pada tabel 6, pengguna sistem akuntansi berbasis digital *e-wallet* memiliki nilai sebesar 0,762 yang berarti 76,2% dipengaruhi oleh *habit*, *price value*, dan *hedonic motivation*, sementara sisanya sebesar 23,8% dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak diteliti.

Selanjutnya, terdapat pengujian hipotesis dalam penelitian ini yang dilakukan dengan metode *Bootstrapping* menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hipotesis dapat diterima jika *T-statistics* > 1,96 dengan tingkat signifikansi *P-values* 0,05 dan koefisien beta positif. Dengan demikian, hipotesis bisa diterima apabila nilai *T-statistics* > 1,96 dan *P-values* < 0,05. Berikut adalah hasil dari proses *bootstrapping* yang telah dilaksanakan:



Gambar 1. Struktur dari metode *Bootstrapping*

Berikut ini adalah hasil dari pengujian yang dilakukan dengan metode Bootstrapping:

Tabel 7. Nilai Hasil Uji Bootstrapping;
Pengaruh *Habit* (X_1) terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital *E-Wallet* (Y)

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	H1
<i>Habit</i> (X_1) -> Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital <i>E-Wallet</i> (Y)	0.311	5.102	0.000	Diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti, 2024.

Hipotesis pertama menguji apakah *habit* berpengaruh terhadap pengguna sistem informasi akuntansi berbasis digital *e-wallet*. Berdasarkan tabel 7, nilai *original sample* senilai 0.311 sehingga *habit* berpengaruh positif dalam pengguna SIA berbasis digital *e-wallet*. Pada tabel 1.7 juga memperlihatkan nilai *T- statistics* bernilai $5.102 > 1.96$ dan *P- values* bernilai $0.000 < 0.05$ dimana *habit* berpengaruh signifikan pada pengguna SIA berbasis digital *e-wallet*. Sehingga, bisa disimpulkan bahwa *Habit* berpengaruh positif signifikan terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital *E-wallet*.

Tabel 8. Nilai Hasil Uji Bootstrapping;
Pengaruh *Price Value* (X_2) terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital *E-Wallet* (Y)

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	H2
<i>Price Value</i> (X_2) -> Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital <i>E-Wallet</i> (Y)	0.488	7.468	0.000	Diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti, 2024.

Hipotesis kedua menguji apakah *price value* berpengaruh pada pengguna SIA berbasis digital *e-wallet*. Berdasarkan tabel 1.8, nilai *original sample* bernilai 0.488 sehingga *price value* berpengaruh positif pada pengguna SIA berbasis digital *e-wallet*. Pada tabel 8 ditunjukkan nilai *T-statistics* senilai $7.468 > 1.96$ dan *P-values* senilai $0.000 < 0.05$ yang berarti *price value* berpengaruh signifikan terhadap pengguna sistem informasi akuntansi berbasis digital *e-wallet*. Maka dari itu, bisa disimpulkan bahwa *Price Value* berpengaruh positif signifikan terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital *E-wallet*.

Tabel 9 Nilai Hasil Uji Bootstrapping;
Pengaruh *Hedonic Motivation* (X_3) terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital *E-Wallet* (Y)

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	H3
<i>Hedonic Motivation</i> (X_3) -> Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital <i>E-Wallet</i> (Y)	0.251	3.457	0.001	Diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti, 2024.

Hipotesis ketiga menguji apakah *hedonic motivation* berpengaruh pada pengguna sistem informasi akuntansi berbasis digital *e-wallet*. Berdasarkan tabel 9, nilai *original sample* senilai 0.251 yang berarti *hedonic motivation* berpengaruh positif pada pengguna sistem informasi akuntansi berbasis digital *e-wallet*. Pada tabel 9 ditunjukkan nilai *T-statistics* senilai $3.457 > 1.96$ dan *P-values* senilai $0.001 < 0.05$ sehingga *hedonic motivation* berpengaruh signifikan terhadap pengguna sistem informasi akuntansi berbasis digital *e-wallet*. Oleh karena itu, berdasarkan hasil yang diperoleh bisa disimpulkan bahwa *Hedonic Motivation* berpengaruh positif signifikan terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital *E-wallet*.

Pengaruh Habit terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital E-wallet

Dari hasil penelitian ini, total nilai skor variabel *habit* diketahui yaitu sebesar 20.678 yang menandakan nilai jawaban terletak pada kelas interval dengan kriteria “Sangat Baik”. Pernyataan no 3 terkait saya yakin bahwa pengguna *e-wallet* di masa depan akan meningkatkan rasa senang dan kepuasan dalam bertransaksi bagi usaha kecil menengah (UMKM) saya memiliki skor tertinggi yaitu sebesar 1.639. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* bisa memberikan kebermanfaatn signifikan bagi UMKM, khususnya untuk mempermudah transaksi, peningkatan efisiensi, dan memberikan pengalaman bertransaksi yang lebih menyenangkan dan memuaskan bagi pelanggan UMKM. Disisi lain, terdapat pernyataan dengan skor terendah, yaitu sebesar 1.531 yang menunjukkan bahwa ada beberapa aspek atau faktor lain yang belum seutuhnya mendukung adopsi *e-wallet* karena adanya kendala atau keraguan, seperti masalah keamanan, biaya transaksi, atau kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi tersebut. Hal ini menandakan bahwa meskipun banyak yang merasakan manfaat emosional dan kepuasan, masih ada tantangan yang perlu diatasi untuk mendorong adopsi *e-wallet* secara lebih luas di kalangan UMKM. Dengan begitu, untuk meningkatkan adopsi *e-wallet* di kalangan UMKM, penting untuk mengimplementasikan program edukasi dan pelatihan serta meningkatkan keamanan platform *e-wallet* untuk mengatasi kekhawatiran pengguna. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa UMKM di Kota Bandung yang telah mengadopsi *e-wallet* dapat mempermudah dalam hal pencatatan laporan transaksi, membantu pencatatan transaksi keuangan.

Pengaruh Price Value terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital E-wallet

Dari hasil penelitian ini, total nilai skor variabel *price value* diketahui yaitu sebesar 11.084 yang menandakan nilai jawaban terletak pada kelas interval dengan kriteria “Sangat Baik”. Pernyataan no 3 terkait saya cenderung memandang penggunaan *e-wallet* sebagai investasi yang menguntungkan bagi usaha saya karena manfaatnya yang terlihat dalam peningkatan efisiensi dan kualitas layanan memiliki skor tertinggi yaitu sebesar 1.663. Sehingga bisa dikatakan, pengguna *e-wallet* mendapatkan nilai tambah yang signifikan dalam memperbaiki efisiensi dan kualitas layanan usaha mereka. Disisi lain, terdapat pernyataan dengan skor terendah, yaitu sebesar 1.515 yang menunjukkan bahwa biaya *e-wallet* masih terlalu tinggi atau tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Hal ini menandakan bahwa, meskipun banyak yang merasa biaya tersebut terjangkau, masih ada kekhawatiran atau ketidakpuasan yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan adopsi *e-wallet* secara lebih luas. Dengan begitu, untuk meningkatkan adopsi *e-wallet* di kalangan UMKM, perlu adanya transparansi dalam informasi biaya dan edukasi tentang manfaat *e-wallet* dapat membantu UMKM memahami nilai yang diperoleh sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Hasil penelitian menunjukkan, UMKM di Kota Bandung merasa bahwa manfaat yang diperoleh dari penggunaan layanan dompet digital sebanding dengan biaya yang dikeluarkan setelah mengadopsi *e-wallet*. UMKM di Kota Bandung juga menilai bahwa biaya yang dikenakan bisa lebih rendah sehingga biaya tersebut lebih mempengaruhi pengguna terhadap pengguna layanan dompet digital.

Pengaruh Hedonic Motivation terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital E-wallet

Dari hasil penelitian ini, total nilai skor variabel *hedonic motivation* diketahui yaitu sebesar 6.383 yang menandakan nilai jawaban terletak pada kelas interval dengan kriteria “Sangat Baik”. Pernyataan no 1 terkait saya merasa puas setiap kali menggunakan *e-wallet* untuk melakukan transaksi dan itu meningkatkan keseluruhan pengalaman bisnis saya memiliki skor tertinggi yaitu sebesar 1.643. Hal ini menunjukkan *e-wallet* memberikan manfaat positif dalam hal kemudahan dan kepuasan dalam bertransaksi. Disisi lain, terdapat pernyataan dengan skor terendah, yaitu sebesar 1.568 yang menunjukkan bahwa meskipun banyak yang merasa puas, ada beberapa aspek atau faktor lain yang mungkin masih mengurangi kepuasan atau pengalaman

positif, seperti masalah teknis dan fitur yang kurang memadai. Hal ini menandakan perlunya perhatian lebih lanjut untuk meningkatkan aspek-aspek tersebut agar adopsi *e-wallet* dapat lebih optimal. Dengan begitu, untuk meningkatkan adopsi *e-wallet* di kalangan UMKM, maka perlu dilakukan perbaikan pada aspek-aspek yang masih kurang memadai. Hal ini termasuk meningkatkan fitur *e-wallet* untuk memenuhi kebutuhan bisnis dan menyediakan dukungan teknis yang lebih baik. Dari hasil yang ada dapat diketahui bahwa UMKM di Kota Bandung merasa mendapatkan *feedback* berupa kepuasan, kenyamanan, maupun kebanggaan dari penggunaan layanan dompet digital setelah mengadopsi *e-wallet* karena pengguna menemukan berbagai fitur yang bermanfaat. Hal ini memberikan nilai tambah tersendiri dan meningkatkan kesenangan dalam menggunakan layanan dompet digital.

D. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, peneliti menghasilkan beberapa temuan sebagai berikut: (1) Habit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital E-wallet. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan baik dalam menggunakan sistem informasi akuntansi untuk mencatat laporan transaksi bisa memperkuat niat pelaku UMKM secara konsisten memakai sistem tersebut. Ini akan mempermudah analisis pelanggan dan membantu menyelesaikan pekerjaan lebih cepat. (2) Price Value berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital E-wallet. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kota Bandung sering menggunakan e-wallet karena biaya yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang didapatkan. (3) Hedonic Motivation berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Digital E-wallet. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kota Bandung menikmati proses penggunaan e-wallet, seperti merasa lebih mudah dan nyaman dalam mengelola transaksi keuangan serta mendapatkan kemudahan dalam akses data transaksi secara real-time.

Daftar Pustaka

- Dewi, A. P., & Halimatusadiah, E. (2022). Perancangan Sistem Informasi Bengkel Motor X. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 100–109. <https://doi.org/10.29313/jra.v1i2.517>
- Dewi, A. S., & Nurleli. (2021). Pengaruh Partisipasi Anggaran dan Akuntansi Pertanggungjawaban terhadap Kinerja Manajerial. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 86–91. <https://doi.org/10.29313/jra.v1i2.422>
- Diana, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun Periode 2017-2020. *ICONOMICS: Journal of Economy and Business*, 1(1), 35–44.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WARPPLS 4.0*.
- Halimatusadiah, E., & Gunwan, B. (2014). Analisis penerapan good corporate governance dalam mengoptimalkan pelaksanaan sistem informasi akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1).
- Hamidah Dewi Anggraini, Pupung Purnamasari, & Nopi Hermawati. (2023). Pengaruh Audit Investigatif dan Pengalaman Auditor terhadap Pendeteksian Kecurangan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 123–128. <https://doi.org/10.29313/jra.v3i2.2812>
- Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 7(2), 140–154. <https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.5641>
- Meilani, H., & Helliana. (2022). Pengaruh Pengukuran Intellectual Capital dan Islamicity Performance Index terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 126–135. <https://doi.org/10.29313/jra.v1i2.520>
- Muhamad Lutfi Ramdhani, Nurleli, & Andhika Anandya. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penerapan E-commerce terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi*. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1331>
- Namira, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 212–224.
- Nandita, F., & Rosdiana, Y. (2023a). Pengaruh Pengendalian Internal dan Disiplin Kerja terhadap Kepuasan Kerja Pegawai. *ICONOMICS: Journal of Economy and Business*, 1(1), 1–8.

- Nandita, F., & Rosdiana, Y. (2023b). Pengaruh Pengendalian Internal dan Disiplin Kerja terhadap Kepuasan Kerja Pegawai. *ICONOMICS: Journal of Economy and Business*, 1(1), 1–8.
- Saadah, N., Nur Hakim, M. A., & Imron, A. (2022). PERILAKU PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA PELAKU USAHA UMKM DALAM BISNIS E-COMMERCE. *JURNAL INFORMASI, PERPAJAKAN, AKUNTANSI, DAN KEUANGAN PUBLIK*, 17(2). <https://doi.org/10.25105/jipak.v17i2.12473>
- Sholikhah, I. N., Nurhayati, N., & Rahmani, A. N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna M-Banking BCA. *Jurnal Riset Akuntansi*, 4(1), 49–54. <https://doi.org/10.29313/jra.v4i1.3812>
- Utami, W. S., & Halimatusadiah, E. (2024). Pengaruh Efektivitas dan Kontribusi Pajak Kendaraan Bermotor terhadap Efektivitas Pendapatan Asli Daerah. *Jurnal Riset Akuntansi*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.29313/jra.v4i1.3799>