

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, RESIKO, LINGKUNGAN, DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP EFEKTIVITAS APLIKASI *BALIPAY* DENGAN KEPUASAN SEBAGAI PEMODERASI

Ni Luh Gede Murniasih¹, I Made Pradana Adiputra², I Gusti Ayu Purnamawati³

Universitas Pendidikan Ganesha, Bali, Indonesia^{1,2,3}

Email: murniasih@student.undiksha.ac.id¹, adiputra@undiksha.ac.id²,

ayu.purnamawati@undiksha.ac.id³

Abstrak

Pesatnya kemajuan teknologi dan informasi telah mempercepat inovasi di bidang pendidikan, khususnya di bidang keuangan. Popularitas pembayaran digital berbasis uang elektronik semakin meningkat seiring berkembangnya aplikasi *Balipay* di Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, risiko, lingkungan dan sistem informasi akuntansi terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Balipay*. Penelitian ini dilakukan pada SMA/SMK di Kabupaten Tabanan dengan populasi seluruh siswa yang berjumlah 1.234 siswa dengan sampel sebanyak 123 siswa. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner dan wawancara. Analisis data dilakukan dengan SEM-PLS. Hasil penelitian menemukan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, persepsi lingkungan dan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Balipay*.

Kata kunci: efektivitas aplikasi, kepuasan, persepsi kemudahan, kepercayaan, risiko, lingkungan dan sistem informasi akuntansi

Abstract

The rapid progress of technology and information has accelerated innovation in the field of education, especially in the field of finance. The popularity of electronic money-based digital payments is increasing along with the development of the Balipay application in Bali. This research aims to determine the influence of perceptions of convenience, trust, risk, environment and accounting information systems on user satisfaction of the Balipay application. This research was conducted at SMA/SMK in Tabanan Regency with a total student population of 1,234 students with a sample of 123 students. Data collection was carried out using questionnaires and interviews. Data analysis was carried out using SEM-PLS. The research results found that perceived convenience, perceived trust, perceived risk, perceived environment and accounting information systems had a positive and significant effect on user satisfaction of the Balipay application.

Key words: application effectiveness, satisfaction, perceived ease, trust, risk, environment and accounting information systems

Pendahuluan

Globalisasi dengan penggunaan kemajuan teknologi komputer akuntansi, informasi dapat diambil lebih cepat. Tujuan utama informasi adalah untuk menawarkan arahan dan membantu memilih tindakan yang optimal untuk mengalokasikan sumber daya ke aktivitas komersial dan ekonomi. Dampak pesatnya pergerakan industri membuat para pelaku bisnis harus siap menerima revolusi industri yang dimana dengan teknologi yang mengubah cara hidup individu (Adiputra et al., 2019).

Pesatnya kemajuan teknologi dan informasi telah mempercepat inovasi di bidang pendidikan, khususnya di bidang keuangan. Perkembangan teknologi berpengaruh terhadap perkembangan pasar modal di dunia. Sistem yang berkembang ini menjadi inovasi di bidang teknologi informasi. Sistem ini dikembangkan dari teknologi *e-commerce* atau sistem bisnis berbasis teknologi internet. Perkembangan teknologi ini mendukung aktivitas bisnis menjadi lebih efektif dan efisien (Wulandari et al., 2017). Digital payment menjadi sebuah teknologi yang memberikan pandangan mengenai pembayaran non tunai yang lebih praktis, efisien serta aman dalam bertransaksi melalui media digital (L. G. K. Dewi et al., 2021).

Dompot digital bernama *Balipay* saat ini menjadi salah satu metode pembayaran nontunai yang sering digunakan. Dompot elektronik adalah layanan yang menyimpan informasi alat pembayaran, termasuk yang menggunakan kartu dan/atau uang elektronik untuk menghimpun dana dan melakukan pembayaran, sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (Bank Indonesia, 2022). Karena dompet digital ini berbasis server, maka semua transaksi harus diselesaikan menggunakan komputer atau smartphone yang online dan terhubung dengan server penerbit. Berbeda dengan uang elektronik yang terdapat pada kartu atau bentuk media lainnya seperti chip. Nilai uang elektronik diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 berbunyi:

“Nilai uang elektronik adalah nilai yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana” (Bank Indonesia, 2022).

Persepsi risiko yang dimiliki pelanggan saat menggunakan layanan atau barang *Balipay* dikenal sebagai risiko yang dirasakan. Penggunaan dompet digital sebagai metode pembayaran nontunai terkait erat dengan sejumlah tantangan, baik dari segi kegunaan maupun bahayanya. Jumlah kepercayaan menurun saat risiko individu meningkat. Di sisi lain, kepercayaan lebih kuat ketika tingkat risiko seseorang lebih rendah. Hingga 33% responden studi Pembayaran Online Vesta menyatakan keprihatinan tentang ancaman keamanan dunia maya pengguna (Basoeky et al., 2021). Di Purbalingga, hingga 55% responden Generasi Z mengatakan bahwa penggunaan dompet digital mengandung risiko.

Menurut Verhallen (1986), kemudahan bertransaksi yang dirasakan adalah keyakinan bahwa memanfaatkan teknologi tidak akan membutuhkan tenaga kerja tambahan dari pengguna atau, dengan kata lain, tidak akan membuat pekerjaannya menjadi lebih buruk. Setiap teknologi dikembangkan untuk membuat kehidupan sehari-hari masyarakat menjadi lebih sederhana, dan semakin banyak orang yang tertarik untuk memanfaatkan suatu teknologi, semakin mudah untuk digunakan.

Istilah efektif yang menunjukkan pengaruh, dampak, atau kemampuan menghasilkan hasil, merupakan akar kata kepercayaan dalam bahasa Indonesia (KBBI, 2023). Dalam konteks penelitian ini, kepercayaan mengacu pada hasil penggunaan teknologi yang konsisten dengan tujuan pengguna. Pengguna barang *Balipay* tidak

banyak diuntungkan dengan memanfaatkan aplikasi dari produk *Balipay* karena masih banyak transaksi manual atau tunai langsung. Untuk menyelesaikan transaksi menggunakan aplikasi produk *Balipay*, pelanggan juga harus menyerahkan uang tunai selain mengisi saldo. Mengingat masih sedikit masyarakat di lingkungan sekitar yang melakukan transaksi digital atau menggunakan barang *Balipay*.

Dengan banyaknya kasus penipuan, konsumen e-commerce juga harus berurusan dengan masalah keamanan. Karena banyak sekali kejadian penipuan dalam transaksi online, baik konsumen maupun penjual tentu saja khawatir akan hal tersebut. Alhasil, keduanya lebih berhati-hati saat bertransaksi online. Kejahatan terkait internet tersebar luas, meningkat, dan mengambil berbagai bentuk. Keamanan adalah kapasitas pengecer online untuk mengelola dan menjaga keamanan transaksi data pelanggan, menurut Joo Park (2006), jaminan keamanan meningkatkan kepercayaan dengan menghilangkan kekhawatiran pelanggan tentang eksploitasi informasi pribadi dan transfer data. Ketika jaminan keamanan yang diperoleh dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka konsumen akan bersedia membuka informasi pribadinya kepada penjual dan akan membeli dengan rasa aman.

Kepercayaan konsumen yakni semua informasi yang dimiliki pelanggan dan semua penilaian yang telah mereka buat mengenai produk, kualitas, dan keunggulan. Akibatnya, kepercayaan konsumen unik dari pelanggan lain (Adiputra et al., 2019). Kemampuan pengecer online untuk memenuhi harapan pelanggan, kebijakan yang ditunjukkan kepada pelanggan untuk mendapatkan kepercayaan mereka, dan adanya integritas antara wali amanat (orang yang dapat dipercaya) berpegang pada seperangkat prinsip yang dirasakan memiliki kesesuaian dengan pemberi amanah. orang yang percaya) merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat beli konsumen (Arfianti, 2014). Sejumlah situs ritel telah bersiap menghadapi serangan siber untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Misalnya, dengan menyiapkan program antivirus browser seperti PayPal Verified atau TRUSTe Certified Privacy. Sehubungan dengan maraknya fintech dan potensi peningkatan nilai transaksi, Bank Indonesia memperhatikan tingkat keamanan dalam bertransaksi secara online.

Bagi pelajar yang menggunakan aplikasi *Balipay*, dimana pengguna dan pengembang tidak hadir secara fisik karena penggunaan dilakukan dari jarak jauh, kepercayaan sangatlah penting. Pihak developer sendiri harus dapat meningkatkan keamanan sistem yang dimiliki serta mengedukasi calon pengguna sehingga dapat meminimalisir error yang merugikan pengguna karena penggunaan aplikasi *Balipay* dilakukan secara mandiri oleh pengguna. Terdapat berbagai macam resiko yang berpotensi merugikan pengguna maupun *developer* itu sendiri. Dengan kebijakan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, dimungkinkan untuk mengurangi setiap resiko dan mencegah kerugian besar bagi salah satu pihak.

Kebaruan penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya adalah memasukkan variable moderasi berupa kepuasan pelanggan. Seperti pada penelitian Suhir (2014) tidak terdapat variable moderasi disana. Variable moderasi juga tidak ditemukan pada penelitian Adityo (2011). Selain tidak ditemukannya variabel moderasi, obyek penelitian aplikasi *Balipay* juga belum pernah digunakan, seperti pada penelitian Naomi (2016) yang menggunakan variabel penelitian belanja online. Namun tidak menyebutkan secara spesifik aplikasi online yang digunakan.

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut dapat diidentifikasi permasalahan yaitu: (1) Terdapat beberapa permasalahan penggunaan aplikasi *Balipay* diantaranya adalah pembayaran SPP melalui aplikasi *online* masih dirasa asing oleh warga sekolah. Orangtua siswa belum begitu familiar dengan aplikasi *Balipay*, sehingga ke depan wali siswa masih mengandalkan pembayaran konvensional terkait uang SPP setiap semesternya. Hal ini membuktikan bahwa belum siapnya sarana dan prasarana yang dimiliki oleh siswa dan pihak sekolah untuk mensukseskan pembayaran SPP melalui aplikasi *Balipay*; (2) Permasalahan lainnya terdapat pada kepercayaan pengguna mengenai aplikasi *Balipay* yaitu terdapat beberapa sistem *down*, dan tampilan *userface* yang belum dapat difahami oleh wali siswa. Hal ini membuktikan bahwa ke depannya masih harus ada pembaharuan aplikasi *Balipay* agar sistem yang dimilikinya menjadi lebih baik dan dapat digunakan dengan mudah; (3) Risiko lainnya yang tidak kalah penting adalah kebocoran data, kesalahan pengguna menginput nominal uang, dan sistem keamanan aplikasi *Balipay* yang belum dapat dipercaya oleh pengguna. Meskipun banyak menyuguhkan kemudahan, namun risiko tersebut masih menghantui calon pengguna aplikasi *Balipay*. Hal ini membuktikan bahwa perlu adanya sosialisasi secara kontinyu di setiap sekolah agar pihak sekolah dan wali siswa dapat lebih mengenal aplikasi *Balipay* dan mensukseskan program pemerintah.

Kepercayaan adalah komponen penting dari hubungan manusia dan sebagai dasar fundamental dari masyarakat yang sehat. Terlepas dari pentingnya, para ahli dari berbagai disiplin ilmu menyebutkan bahwa jika kepercayaan tidak tercipta akan menyebabkan kegagalan dalam bekerjasama (Aube et al., 2007). Para ahli menyebutkan setuju bahwa kepercayaan adalah keadaan pikiran yang memungkinkan pemiliknya untuk bersedia membuat dirinya percaya terhadap orang lain, yaitu bergantung pada orang lain meskipun ada risiko positif bahwa orang lain akan bertindak dengan cara yang dapat merugikan dirinya (Aube et al., 2007)

Penelitian ini menggunakan teori kepercayaan kognitif dengan pertimbangan bahwa membahas mengenai kepuasan pengguna atas system yang dimana seseorang dapat merasakan kepuasan ketika sistem dipercaya dapat memberikan manfaat yang baik dalam menyelesaikan pekerjaan maupun mempermudah aktivitas.

Teori pertukaran sosial (*Social exchange theory*) mengimplikasikan bahwa karyawan diperlakukan dengan baik oleh perusahaan sehingga karyawan memiliki komitmen untuk memberikan balasan dengan perilaku positif. Aturan pertukaran biasanya melibatkan aturan timbal balik atau pembayaran kembali sedemikian rupa sehingga tindakan satu pihak menyebabkan respons atau tindakan oleh pihak lain.

Penelitian ini menggunakan teori pertukaran social dengan pertimbangan bahwa adanya timbal balik dari penggunaan suatu aplikasi. Timbal balik ini terkait bagaimana aplikasi dapat diterapkan secara efektif dengan memberikan kemudahan pengguna dalam mengaplikasikan suatu aplikasi atau system yang ada. Timbal balik ini bukan hanya sekedar dari sisi kemudahan melainkan juga terkait risiko dan lingkungan pengguna yang akan menggunakan aplikasi atau sistem tersebut. Teori pertukaran social ini memberikan gambaran hubungan antar variabel pada penelitian ini yakni persepsi kemudahan, persepsi risiko, persepsi lingkungan dalam hubungannya dengan kepuasan pengguna serta dampaknya pada efektivitas penggunaan aplikasi.

Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Pengguna

Menurut Ali (2017), kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada seberapa besar sistem akan membuat pekerjaan menjadi lebih mudah sehingga sering

digunakan. Penggunaan sistem yang sering menunjukkan bahwa sistem ini lebih terkenal dan mudah digunakan. Sejauh mana seseorang berpikir menggunakan teknologi tertentu akan sederhana disebut sebagai persepsi kemudahan penggunaan. Cara lain untuk mendefinisikan kenyamanan adalah sejauh mana seseorang berpikir bahwa pemasaran atau penjualan itu sederhana dan tidak memerlukan banyak usaha dari pihak mereka.

Penelitian Permata (2016) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan kembali teknologi online travel. Penelitian oleh Wulandari, et. al., (2017) juga menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Ovo. Penelitian oleh Juan (2023) juga menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan Qris. Berdasarkan kajian teoritis dan empiris tersebut, diajukan hipotesis penelitian:

H₁: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Balipay*.

Persepsi Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna

Kepercayaan merupakan timbal balik keyakinan niat dan perilaku orang lain (Tarigan, 2009). Hubungan timbal balik tersebut digambarkan bahwa ketika seseorang melihat orang lain berperilaku dengan cara yang menyiratkan adanya suatu kepercayaan maka seseorang akan lebih memaanifestasikan untuk membalas dengan percaya pada mereka lebih. Sedangkan ketidakpercayaan akan muncul ketika pihak lain menunjukkan tindakan yang melanggar kepercayaan. Jika konsumen sudah merasa puas dengan penggunaan suatu produk, maka akan timbul kepercayaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Widjaja dan Agustina (2020) menemukan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Purba, et.al., (2020) juga menemukan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan menggunakan aplikasi Ovo. Berdasarkan kajian teoritis dan empiris tersebut, diajukan hipotesis penelitian:

H₂: Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Balipay*

Persepsi Risiko dan Kepuasan Pengguna

Banyak bahaya yang terkait dengan membeli barang atau jasa tercakup dalam gagasan persepsi risiko. Oleh karena itu, rasa risiko pelanggan meningkat ketika harga produk, partisipasi konsumen, dan risiko semuanya lebih besar. penilaian individu seseorang tentang bahaya yang mereka hadapi dan signifikansi dampaknya memengaruhi cara mereka membuat keputusan secara individu.

Pengembangan aplikasi e-bisnis akan terus berinovasi untuk menciptakan aplikasi yang ramah pengguna. Pengembangan aplikasi juga aman untuk meminimalkan risiko penggunaannya (Purnamawati et al., 2021). Skenario risiko ditafsirkan atau dinilai dalam hal bahaya yang dirasakan menggunakan pengalaman atau keyakinan. Risiko dievaluasi secara subyektif dalam metode paradigma psikometrik dan dalam pikiran, dipengaruhi oleh variabel psikologis, sosial, kelembagaan, dan budaya.

Penelitian oleh Rosita (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi risiko terhadap kepuasan konsumen pada situs Tokopedia. Hasil penelitian oleh

Bimantara (2020) juga menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa ekspedisi J&T Express. Berdasarkan kajian teoritis dan empiris tersebut, diajukan hipotesis penelitian:

H₃: Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Balipay*.

Persepsi Lingkungan dan Kepuasan Pengguna

Arianto (2015) mengklaim bahwa lingkungan sosial mencakup semua individu atau manusia lain yang berdampak pada kita. mempengaruhi orang lain secara langsung, seperti melalui kontak sehari-hari dengan keluarga, teman, teman sekelas, atau rekan kerja. Sedangkan dampak tidak langsung juga dapat berasal dari sumber lain, seperti membaca buku, majalah, surat kabar, mendengarkan radio dan menonton televisi. Masing-masing dari kita, khususnya dalam hal kepribadian kita, adalah produk dari interaksi genetik dengan lingkungan sosial kita. Sebagai hasil dari interaksi genetik ini, setiap individu menjadi unik dan memiliki kepribadian berbeda yang membedakan mereka satu sama lain. Ketika individu dengan beberapa gen yang sama atau lingkungan sosialnya berinteraksi, itu menghasilkan variasi atau perbedaan kepribadian yang signifikan.

Hasil penelitian oleh Wardati, *et.al.*, (2024) menemukan bahwa persepsi lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil penelitian oleh Rachmawati dan Meita (2021) juga menemukan bahwa persepsi lingkungan kerja berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan kajian teoritis dan empiris tersebut, diajukan hipotesis penelitian:

H₄: Persepsi lingkungan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Balipay*.

Sistem Informasi Akuntansi dan Kepuasan Pengguna

Adanya penggunaan sistem informasi akuntansi menjadikan pengelolaan data menjadi terpusat dan mampu mengurangi pengeluaran biaya operasional (Viète & Erdsiek, 2020). Pengelolaan data secara terpusat memudahkan karyawan dalam mengakses informasi yang akurat. Selain itu, pengeluaran biaya operasional dapat dikurangi seperti gaji untuk pengawas dalam mengawasi karyawan lainnya saat bekerja karena sistem informasi akuntansi sudah mampu berjalan secara efektif (Kanwal et al., 2020). Akan tetapi, penggunaan sistem informasi akuntansi harus diikuti dengan kemampuan teknis pengguna sistem. Jika kemampuan teknis pengguna yang dimiliki karyawan tinggi maka akan memudahkan dalam penggunaan suatu sistem sehingga sistem tersebut dapat berjalan secara efektif dan mampu meningkatkan kinerja organisasi maupun karyawan itu sendiri (Dewi & Dharmadiaksa, 2019).

Hasil penelitian oleh Anastasya (2021) menemukan bahwa kualitas system informasi memberikan pengaruh positif sekaligus bersifat signifikan terhadap Tingkat kepuasan penggunaan system informasi akuntansi. Berdasarkan kajian teoritis dan empiris tersebut, diajukan hipotesis penelitian:

H₅: Sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Balipay*

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan strategi studi empiris dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang metode penelitiannya berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini dilakukan pada SMA/SMK di Kabupaten Tabanan dengan populasi seluruh siswa yang berjumlah 1.234 siswa dengan sampel sebanyak 123 siswa. Secara garis besar data kuantitatif adalah data yang dikumpulkan, diolah dan disajikan oleh peneliti dari sumber pertama, yaitu hasil angket penelitian.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah melalui kuesioner dan wawancara. Teknik analisis yang digunakan adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling – SEM*) berbasis *variance* atau *component-based SEM*, yang dikenal dengan *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan uji validitas, nilai cross loading pada masing-masing item memiliki nilai > 0.70 , dan juga pada masing-masing item memiliki nilai paling besar saat dihubungkan dengan variabel latennya dibandingkan dengan ketika dihubungkan dengan variabel laten lain. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini telah tepat menjelaskan variabel latennya dan membuktikan bahwa discriminant validity seluruh item valid. Berdasarkan uji reliabilitas, dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* semua variabel penelitian $> 0,7$ dan *Cronbach Alpha* $> 0,7$. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi composite reliability dan cronbach alpha sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Sehingga dapat dilakukan analisis selanjutnya dengan memeriksa *goodness of fit model* dengan mengevaluasi *inner model*.

Evaluasi model structural PLS diawali dengan melihat R-square setiap variable laten dependen.

Tabel 1. Hasil Uji R Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Efektivitas Penggunaan Aplikasi	0.313	0.307
Kepuasan Pengguna	0.364	0.337

Sumber: Hasil Output SmartPLS (2023)

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan nilai R-Square dari variabel Efektivitas Penggunaan Aplikasi sebesar 0,313, nilai tersebut artinya bahwa variabel Efektivitas Penggunaan Aplikasi dapat dijelaskan dengan variabel bebas sebesar 31,3% dan sisanya 68,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sedangkan nilai R-Square dari variabel Kepuasan Pengguna sebesar 0,364, nilai tersebut artinya bahwa variabel Kepuasan Pengguna dapat dijelaskan dengan variabel bebas sebesar 36,4% dan sisanya 63,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Predictive relevance merupakan suatu uji yang dilakukan dalam menunjukkan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan dengan menggunakan prosedur

blindfolding dengan melihat pada nilai Q square. Jika nilai Q square > 0 maka dapat dikatakan memiliki nilai observasi yang baik, sedangkan jika nilai Q square < 0 maka dapat dinyatakan nilai observasi tidak baik. Q-Square predictive relevance untuk model struktural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

Tabel 2. Uji Predictive Relevance

Variabel	Q ² (=1-SSE/SSO)	Keterangan
Efektivitas Penggunaan Aplikasi	0.230	Memiliki nilai predictive relevance
Kepuasan Pengguna	0.257	Memiliki nilai predictive relevance

Sumber: Hasil Output SmartPLS (2023)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Q square pada variabel dependen > 0. Dengan melihat pada nilai tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki nilai observasi yang baik/bagus karena nilai Q square > 0 (nol).

Pengujian inner model atau model structural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan R- square dari model penelitian. Pengujian model hubungan struktural adalah untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian.

Pengujian model struktural dilakukan melalui uji menggunakan software PLS. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis secara langsung adalah output gambar maupun nilai yang terdapat pada output pathcoefficients. Dasar yang digunakan untuk menguji hipotesis secara langsung adalah jika p value < 0,05 (significance level= 5%) dan nilai T statistic > 1,960, maka dinyatakan adanya pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut penjelasan secara lengkap mengenai pengujian hipotesis.

Tabel 3. Pengujian Hipotesis

Variabel	Sampel Asli (O)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Kepuasan Pengguna -> Efektivitas Penggunaan Aplikasi <i>Balipay</i>	0.559	10.370	0.000
Persepsi Kemudahan -> Kepuasan Pengguna	0.414	2.525	0.012
Persepsi Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna	-0.728	3.998	0.000
Persepsi Risiko -> Kepuasan Pengguna	0.433	2.520	0.012
Pesepsi Lingkungan -> Kepuasan Pengguna	0.318	2.018	0.044
Sistem Informasi Akuntansi -> Kepuasan Pengguna	0.249	3.146	0.002
Persepsi Kemudahan -> Kepuasan Pengguna -> Efektivitas Penggunaan Aplikasi <i>Balipay</i>	0.232	2.429	0.015
Persepsi Kepercayaan -> Kepuasan Pengguna -> Efektivitas Penggunaan Aplikasi <i>Balipay</i>	-0.407	4.119	0.000
Persepsi Risiko -> Kepuasan Pengguna -> Efektivitas Penggunaan Aplikasi <i>Balipay</i>	0.242	2.449	0.015
Pesepsi Lingkungan -> Kepuasan Pengguna -> Efektivitas Penggunaan Aplikasi <i>Balipay</i>	0.178	1.988	0.047
Sistem Informasi Akuntansi -> Kepuasan Pengguna -> Efektivitas Penggunaan Aplikasi <i>Balipay</i>	0.139	2.823	0.005

Sumber: Hasil Output SmartPLS (2023)

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Resiko, Lingkungan, dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Aplikasi *Balipay* dengan Kepuasan Sebagai Pemoderasi

Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan dengan metode bootstrapping terhadap sampel. Berikut merupakan hasil analisis PL bootstrapping adalah sebagai berikut.

- a. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Kepuasan Pengguna.
Hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Kepuasan Pengguna menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.414 nilai p-values sebesar $0,012 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $2.525 > 1,960$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa “Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna” diterima.
- b. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna.
Hasil pengujian hipotesis kedua yakni Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna menunjukkan nilai koefisien sebesar - 0.728 nilai p-values sebesar $0,000 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $3.998 > 1,960$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa “Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna” diterima.
- c. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pengguna.
Hasil pengujian hipotesis ketiga yakni Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pengguna menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.433 nilai p-values sebesar $0.012 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $2.520 > 1,960$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Risiko Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa “Persepsi Risiko Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna” diterima.
- d. Pengaruh Persepsi Lingkungan Terhadap Kepuasan Pengguna.
Hasil pengujian hipotesis ketiga yakni Pengaruh Persepsi Lingkungan Terhadap Kepuasan Pengguna menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.318 nilai p-values sebesar $0.044 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $2.081 > 1,960$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Persepsi Lingkungan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa “Persepsi Lingkungan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna” diterima.
- e. Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kepuasan Pengguna.
Hasil pengujian hipotesis ketiga yakni Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kepuasan Pengguna menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.249 nilai p-values sebesar $0.002 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $3.146 > 1,960$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa “Sistem Informasi Akuntansi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna” diterima.

Pembahasan

Pengaruh Positif Persepsi Kemudahan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Balipay

Lewicki dan Bunker (1996) kepercayaan sering didefinisikan sebagai harapan pihak lain dalam melakukan hubungan sosial, di mana di dalamnya tercakup resiko yang berasosiasi dengan harapan itu. Artinya, bila seseorang mempercayai orang lain maka ketika hal itu tidak terbukti ia akan menerima konsekuensi negatif seperti merasa dikhianati, kecewa dan marah.

Berdasarkan teori kepercayaan itulah sehingga konsumen merasakan beberapa kemudahan dalam menggunakan sebuah produk. Menurut Mardikaningsih (2021) kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada seberapa besar sistem akan membuat pekerjaan menjadi lebih mudah sehingga sering digunakan. Penggunaan sistem yang sering menunjukkan bahwa sistem ini lebih terkenal dan mudah digunakan. Sejauh mana seseorang berpikir menggunakan teknologi tertentu akan sederhana disebut sebagai persepsi kemudahan penggunaan. Cara lain untuk mendefinisikan kenyamanan adalah sejauh mana seseorang berpikir bahwa pemasaran atau penjualan itu sederhana dan tidak memerlukan banyak usaha dari pihak mereka.

Salah satu faktor yang dipertimbangkan pelanggan adalah kegunaan. Berdasarkan uraian di atas, convenience mengacu pada seberapa mudah teknologi informasi dilihat untuk dipahami dan digunakan. Elemen kenyamanan ini berkaitan dengan bagaimana transaksi berjalan. Pembeli biasanya menghadapi masalah selama transaksi awal, dan sebagai akibat dari masalah kenyamanan dan keamanan, mereka lebih cenderung untuk tidak berbelanja. Selain itu, beberapa pelanggan memutuskan untuk mencoba karena mereka memiliki informasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Permata (2016) menyatakan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepuasan pengguna berpengaruh secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan kembali teknologi online travel. Implikasi dari penelitian ini relevan bagi pihak TripAdvisor agar memperhatikan kembali faktor kegunaan, kemudahan penggunaan dan kepuasan pengguna dalam mengembangkan website nya.

Pengaruh Positif Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Balipay

Kepercayaan merupakan timbal balik keyakinan niat dan perilaku orang lain (Tarigan, 2009). Hubungan timbal balik tersebut digambarkan bahwa ketika seseorang melihat orang lain berperilaku dengan cara yang menyiratkan adanya suatu kepercayaan maka seseorang akan lebih meminvestasikan untuk membalas dengan percaya pada mereka lebih. Sedangkan ketidakpercayaan akan muncul ketika pihak lain menunjukkan tindakan yang melanggar kepercayaan. Jika konsumen sudah merasa puas dengan penggunaan suatu produk, maka akan timbul kepercayaan.

Menurut Pornpratang, *et.al.*, (2013), kepercayaan konsumen dinyatakan sebagai elemen penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan antara semua pihak yang terlibat dalam bisnis (kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam pembangunan berkelanjutan, mendorong hubungan jangka panjang antara mitra bisnis). Mengingat masing-masing pihak memiliki kepercayaan untuk dapat menjalankan tugasnya, maka bisnis dapat terbentuk lebih intens berkat kepercayaan yang terbangun di

antara banyak pihak yang terlibat. Penegasan Akbar dan Parvez (2009) bahwa dalam kepercayaan bisnis dipandang sebagai salah satu anteseden yang paling relevan dari hubungan yang stabil dan kolaboratif, didukung oleh pernyataan ini. Sudut pandang ini menunjukkan bahwa membangun hubungan membutuhkan kepercayaan. Pendapat ini menjelaskan bahwa diperlukan sebuah kepercayaan untuk bisa membangun hubungan yang stabil dan hubungan yang menyeluruh diantara berbagai pihak yang terlibat interaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juan (2023) menyatakan bahwa pada kepercayaan t hitung $0,437 < t$ tabel $1,99394$, dengan signifikan $0,663 > 0,05$, artinya kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Surabaya Barat dan Timur dalam melakukan pembayaran melalui Qris artinya konsumen dalam kepuasan menggunakan Qris melihat adanya keunggulan asosiasi merek, kekuatan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek.

Pengaruh Positif Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi *Balipay*

Banyak bahaya yang terkait dengan membeli barang atau jasa tercakup dalam gagasan persepsi risiko. Oleh karena itu, rasa risiko pelanggan meningkat ketika harga produk, partisipasi konsumen, dan risiko semuanya lebih besar. penilaian individu seseorang tentang bahaya yang mereka hadapi dan signifikansi dampaknya memengaruhi cara mereka membuat keputusan secara individu. Skenario risiko ditafsirkan atau dinilai dalam hal bahaya yang dirasakan menggunakan pengalaman atau keyakinan. Risiko dievaluasi secara subyektif dalam metode paradigma psikometrik dan dalam pikiran, dipengaruhi oleh variabel psikologis, sosial, kelembagaan, dan budaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Rosita (2019) menyatakan bahwa hasil analisis data dengan signifikansi $0,05$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi risiko terhadap kepercayaan pada situs Tokopedia. Terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada situs tokopedia. Terdapat pengaruh positif persepsi risiko terhadap kepuasan konsumen pada situs Tokopedia. Terdapat pengaruh positif persepsi risiko dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada situs tokopedia.

Pengaruh Positif Persepsi Lingkungan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi *Balipay*

Dalam buku Dalyono (2015) mengklaim bahwa lingkungan sosial mencakup semua individu atau manusia lain yang berdampak pada kita. mempengaruhi orang lain secara langsung, seperti melalui kontak sehari-hari dengan keluarga, teman, teman sekelas, atau rekan kerja. Sedangkan dampak tidak langsung juga dapat berasal dari sumber lain, seperti membaca buku, majalah, surat kabar, mendengarkan radio dan menonton televisi. Masing-masing dari kita, khususnya dalam hal kepribadian kita, adalah produk dari interaksi genetik dengan lingkungan sosial kita. Sebagai hasil dari interaksi genetik ini, setiap individu menjadi unik dan memiliki kepribadian berbeda yang membedakan mereka satu sama lain. Ketika individu dengan beberapa gen yang sama atau lingkungan sosialnya berinteraksi, itu menghasilkan variasi atau perbedaan kepribadian yang signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Bustan dan Setiawan (2019) menyatakan bahwa Hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas lingkungan fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Kualitas lingkungan fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap pesan berantai. Kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Kualitas makanan berpengaruh tidak signifikan terhadap pesan berantai. Kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap pesan berantai. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengelola rumah makan dalam memberikan pelayanan lebih baik kepada pengunjung.

Pengaruh Positif Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi *Balipay*

Adanya penggunaan sistem informasi akuntansi menjadikan pengelolaan data menjadi terpusat dan mampu mengurangi pengeluaran biaya operasional (Viète & Erdsiek, 2020). Pengelolaan data secara terpusat memudahkan karyawan dalam mengakses informasi yang akurat. Selain itu, pengeluaran biaya operasional dapat dikurangi seperti gaji untuk pengawas dalam mengawasi karyawan lainnya saat bekerja karena sistem informasi akuntansi sudah mampu berjalan secara efektif (Kanwal et al., 2020). Akan tetapi, penggunaan sistem informasi akuntansi harus diikuti dengan kemampuan teknis pengguna sistem. Jika kemampuan teknis pengguna yang dimiliki karyawan tinggi maka akan memudahkan dalam penggunaan suatu sistem sehingga sistem tersebut dapat berjalan secara efektif dan mampu meningkatkan kinerja organisasi maupun karyawan itu sendiri (Dewi & Dharmadiaksa, 2019).

Hasil penelitian ini sejalan dengan Davison, Ou, dan Ng (2020) melakukan studi kasus pada perusahaan manufaktur di Negara China. Karyawan yang secara intensif berhubungan dengan *Enterprise Resource Planning* (ERP) menunjukkan bahwa SIA bersifat tidak fleksibel. Ketika *Bill of Material* (BOM) telah dibuat dan kemudian diperlukan penambahan data kembali, maka proses pemasukan data harus diulang dari awal sehingga karyawan lebih memilih mengeksport data secara manual agar memudahkan modifikasi data. Permasalahan lainnya, titik akses sistem yang terbatas menyebabkan sistem tidak bisa diakses oleh banyak pengguna. Ketika manajer dari divisi tertentu mendapat pekerjaan darurat maka pengguna yang telah menyelesaikan tugasnya harus segera keluar dari sistem.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, persepsi lingkungan, dan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Balipay*. Untuk mendukung penggunaan aplikasi ini, Pemerintah Kabupaten Tabanan diharapkan selalu memantau jalannya penggunaan aplikasi *Balipay*, baik di lingkungan sekolah maupun di lingkungan masyarakat. Perlu adanya penyempurnaan dan perbaikan aplikasi, seperti catatan pembayaran yang telah dilakukan sebelumnya tidak ada arsip pembayaran, sehingga terlihat seperti siswa tersebut tidak terdaftar atau tercatat dalam sistem. Selain itu, dibutuhkan perbaikan jaringan mengingat masih sering terjadi eror maupun koneksi tidak stabil pada saat memulai mengaplikasikan sistem *Balipay*, sehingga sedikit mengganggu pembayaran melalui aplikasi ini. Kepala Sekolah diharapkan dapat lebih menggiatkan lagi penggunaan aplikasi keuangan *Balipay*, bukan hanya terhadap siswa namun juga pada

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Resiko, Lingkungan, dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Aplikasi *Balipay* dengan Kepuasan Sebagai Pemoderasi

sistem keuangan di sekolah, sehingga dapat memberikan kontribusi penerapan aplikasi yang baik. Siswa diharapkan dapat lebih giat belajar, dan selalu menggunakan aplikasi *Balipay* khususnya dalam pembayaran sekolah yang sudah terbukti praktis, aman dan mudah dalam penggunaannya. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel dan jumlah sampel dengan harapan memperoleh hasil penelitian yang lebih bervariasi.

BIBLIOGRAFI

- Adiputra, I. M. P., Gani, L., Rossieta, H., & Hermawan, A. A. (2019). Pengaruh Misfit Ketidakpastian Bisnis yang Dipersepsikan dengan Levers of Control Terhadap Kinerja Perusahaan. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 8(2), 117–125.
- Adityo, B., & Khasanah, I. (2011). Analisis pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara on line di situs KASKUS. Universitas Diponegoro.
- Agustina, D., & Widjaja, I. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Tingkat Pertumbuhan, dan Efisiensi terhadap Profitabilitas. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 673–682.
- Akbar, M. M., & Parvez, N. (2009). Impact of service quality, trust, and customer satisfaction on customers loyalty. *ABAC Journal*, 29(1).
- Ali, S. I. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Niat Pembelian Ulang dengan Sikap sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Traveloka di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2).
- Anastasya, D. E., & Rohman, A. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Perceived Usefulness, dan User Competency Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi (Studi Empiris terhadap Bank BTN di Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(4).
- Arfianti, S. R. (2014). Pengaruh citra dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. *Management Analysis Journal*, 3(2).
- Arianto, C. E., Adenan, M., & Dwipayana, I. K. M. (2015). Pengaruh Jumlah Penduduk dan Angka Pengangguran Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Jember.
- Aube, C., Rousseau, V., & Morin, E. M. (2007). Perceived organizational support and organizational commitment: The moderating effect of locus of control and work autonomy. *Journal of Managerial Psychology*, 22(5), 479–495.
- Bank Indonesia. (2022). Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. *Bi. Go. Id*.
- Basoeky, U., Panggabean, S., Manu, G. A., Wardhana, A., Hoeronis, I., Adnan, Y., & Sudirman, A. (2021). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat. Media Sains Indonesia.
- Bimantara, B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi J&T Express Samarinda. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 8(3), 262.
- Bustan, J., & Setiawan, H. (2019). Pengaruh kualitas lingkungan fisik dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung dan pesan berantai. *KINERJA*, 16(2), 152–

159.

- Dalyono, M. (2015). Psikologi Pendidikan, cetakan 8. *Jakarta: Rineka Cipta.*
- Davison, R. M., Ou, C. X., & Ng, E. (2020). Inadequate Information Systems and Organizational Citizenship Behavior. *Information and Management*, 57(6), 103240. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103240>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimediasi kontrol diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19.
- Dewi, L. P. R., & Dharmadiaksa, I. B. (2019). Pengaruh Efektivitas SIA, Kecanggihan Teknologi Informasi, dan Kemampuan Teknik Pemakai SIA pada Kinerja Individu. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(3), 1735–1762.
- Joo Park, E., Young Kim, E., & Cardona Forney, J. (2006). A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 10(4), 433–446.
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan Qris. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Kanwal, S., Rasheed, M. I., Pitafi, A. H., Pitafi, A., & Ren, M. (2020). Road and transport infrastructure development and community support for tourism: The role of perceived benefits, and community satisfaction. *Tourism Management*, 77, 104014.
- KBBI. (2023). *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Kamus versi online/daring (Dalam Jaringan)*.
- Lewicki, R. J., & Bunker, B. B. (1996). Developing and maintaining trust in work relationships. *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research*, 114(139), 30.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Peranan Sistem Informasi Persediaan terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kegunaan Yang Dirasakan, dan Kepuasan Pengunjung Toko Buku. *Realible Accounting Journal*, 1(1), 43–57.
- Naomi, P. E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online Kaskus. co. id di Purworejo). *SEGMENT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1D).
- Permata, A. A. (2016). *Pemanfaatan media sosial untuk jual beli online di kalangan mahasiswa fisip universitas airlangga surabaya melalui Instagram*. Universitas Airlangga.
- Pornpratang, K., Lockard, D., & Ngamkroekjoti, W. (2013). The impact of corporate social responsibility (CSR) on consumer trust and purchase intention: A case study of condominium development in Bangkok area,(March). *International Conference on Business, Economics and Accounting*.
- Purba, M., Samsir, S., & Arifin, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1), 151–170.
- Purnamawati, I. G. A., Nugraha, I., & Yuniarta, G. A. (2021). Pentahelix Synergy Strengthening Model To Revival Sustainable Ecotourism in Bali Province. *International Journal of Business, Economic and Law*, 24(4), 76–83.

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Resiko, Lingkungan, dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Aplikasi *Balipay* dengan Kepuasan Sebagai Pemoderasi

- Rachmawati, A. M., & Widyaningsih, I. T. D. (2021). *Analisis dan Evaluasi Penerapan Good Manufacturing Practices (GMP) dan Sanitation Standard Operating Procedures (SSOP) Pada Produksi Keripik Ikan Bawis (Siganus canaliculatus, Park 1797) di UMKM Saputra Snack, Bontang*. Universitas Brawijaya.
- Rosita, A. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam E-marketplace. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(11), 20–28.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhir, M., & Imam Suyadi, R. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Tarigan, S. (2009). Strategic Decision Speed and Firm Performance: Case Studies on the Indonesian Telecommunication and Professional Advisory Sectors. *Jurnal Telematika*, 5(1).
- Verhallen, T. M. M., & Fred van Raaij, W. (1986). How consumers trade off behavioural costs and benefits. *European Journal of Marketing*, 20(3/4), 19–34.
- Viete, S., & Erdsiek, D. (2020). Mobile information technologies and firm performance: The role of employee autonomy. *Information Economics and Policy*, 51, 100863.
- Wardati, N. K., Al Faruq, H. A., Kholidah, A. N., & Andriyanti, F. (2024). Korelasi Customer Relationship Management (CRM) dan Media Sosial pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *JUSTINDO (Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Indonesia)*, 9(1), 17–26.
- Wulandari, P. A., Sinarwati, N. K., Purnamawati, I. G. A., & SE, M. (2017). Pengaruh manfaat, fasilitas, persepsi kemudahan, modal, return, dan persepsi risiko terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi secara online (studi pada mahasiswa jurusan akuntansi program s1 universitas pendidikan ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 8(2).

Copyright holder:

Ni Luh Gede Murniasih, I Made Pradana Adiputra, I Gusti Ayu Purnamawati (2024)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

