

**PENGARUH *SYSTEM QUALITY*, *INFORMATION QUALITY*,
SERVICE QUALITY, DAN *SECURITY CONTROL* TERHADAP
USER SATISFACTION SISTEM INFORMASI AKUNTANSI
BERBASIS *E-COMMERCE***

**(Studi Kasus Pengguna Aplikasi *Marketplace Shopee* pada
Mahasiswa Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan)**



SKRIPSI

Ditujukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Oleh:
Joy Evan Saimara Tarigan
2017130127

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI
Terakreditasi oleh BAN-PT 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2021**

***EFFECT SYSTEM QUALITY, INFORMATION QUALITY,
SERVICE QUALITY, AND SECURITY CONTROL TO USER
SATISFACTION ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM BASED
ON E-COMMERCE***

***(Case Study of Shopee Marketplace Users on Accounting Students at
the Parahyangan Catholic University)***



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Accounting

By:

**Joy Evan Saimara Tarigan
2017130127**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN ACCOUNTING**

**Accredited by National Accreditation Agency
BAN-PT 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018**

BANDUNG

2021

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI**



***PENGARUH SYSTEM QUALITY, INFORMATION QUALITY, SERVICE
QUALITY, DAN SECURITY CONTROL TERHADAP USER SATISFACTION
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE
(Studi Kasus Pengguna Aplikasi Marketplace Shopee pada Mahasiswa
Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan)***

Oleh:

**Joy Evan Saimara Tarigan
2017130127**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 28 Desember 2021

Ketua Program Sarjana Akuntansi,

Felisia, SE., M.Ak., CMA.

Pembimbing Skripsi,

Dr. Amelia Setiawan, SE., M.Ak., Ak., CISA.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Joy Evan Saimara Tarigan
Tempat, tanggal lahir : Medan, 08 Agustus 1998
NPM : 2017130127
Program studi : Akuntansi
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:
PENGARUH SYSTEM QUALITY, INFORMATION QUALITY, SERVICE QUALITY, DAN SECURITY CONTROL TERHADAP USER SATISFACTION SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Marketplace Shopee pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan)

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Dr. Amelia Setiawan, SE., M.Ak., Ak., CISA.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri:

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan seleyaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 9 Desember 2021

Pembuat pernyataan: Joy Evan Saimara Tarigan



(Joy Evan Saimara Tarigan)

ABSTRAK

Kepuasan pengguna (*user satisfaction*) adalah level kepuasan yang dapat dirasakan terhadap produk ataupun jasa setelah pengguna membandingkan dengan apa yang diharapkan, artinya pengguna akan merasa puas apabila yang mereka dapatkan lebih dari apa yang pengguna harapkan dari jasa ataupun produk tersebut.

Kepuasan pengguna dalam dunia *e-commerce* penting dan menjadi peluang bisnis seperti menjual berbagai macam produk dan layanan. Mudah-mudahan mengakses internet merupakan salah satu perubahan perilaku masyarakat dalam dunia *e-commerce*. Salah satu aplikasi yang menerapkan *e-commerce* adalah *Shopee* yang mempermudah transaksi jual beli bisa digunakan melalui perangkat ponsel.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *system quality*, *information quality*, *service quality*, dan *security control* terhadap *user satisfaction* sistem informasi akuntansi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan kuesioner. Responden yang diperoleh dari pengumpulan kuesioner adalah sebanyak 233 responden yang terdiri dari mahasiswa akuntansi angkatan 2017-2019 Universitas Katolik Parahyangan.

Hasil penelitian diketahui bahwa variabel independen *system quality*, *information quality*, *service quality*, dan *security control* berpengaruh secara parsial dan bersama-sama terhadap *user satisfaction*, yang ditunjukkan dari nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 (5%). Variabel-variabel tersebut juga mempunyai pengaruh terhadap *user satisfaction* sebesar 67,1% sedangkan 22,9% dijelaskan oleh faktor lain yang diluar dari variabel tersebut.

Kata kunci: *system quality*, *information quality*, *service quality*, *security control*, *user satisfaction*, Universitas Katolik Parahyangan, *e-commerce*, sistem informasi

ABSTRACT

User satisfaction is the level of satisfaction that can be felt on the product or service after the user to compare with what was expected, which means that users will be satisfied if they get more than what users expect from the product or service.

User satisfaction in the world of e-commerce is important and becomes a business opportunity such as selling various products and services. Easy access to the internet is one of the changes in people's behavior in the world of e-commerce. One application that implements e-commerce is Shopee which makes buying and selling transactions easy and can be used via mobile devices

This study aims to determine the effect of system quality, information quality, service quality, and security control on user satisfaction with accounting information system. This study uses quantitative methods and data collection is done by collecting questionnaires. Respondents obtained from questionnaire collection were 233 respondents consisting of accounting students from the 2017-2019 class of Parahyangan Catholic University.

The result showed that the independent variables system quality, information quality, service quality, and security control partially and joint affect user satisfaction, which is indicated by a significance value smaller than the probability value of 0,05 (5%). These variables also have an influence on user satisfaction of 67,1% while 22,9% is explained by other factors outside of these variables.

Keywords: system quality, information quality, service quality, security control, user satisfaction, Parahyangan Catholic University, e-commerce, information system

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, karunia, dan anugerah-Nya skripsi yang berjudul “Pengaruh System Quality, Information Quality, Service Quality, Dan Security Control Terhadap User Satisfaction Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Marketplace Shopee pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan)” dapat selesai dengan baik. Penulis berterima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan perlindungan, semangat, dan kesehatan pada masa pandemi Covid-19 sehingga proses jalannya penelitian ini dapat berjalan dengan baik. Penulisan skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Akuntansi pada Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada pihak yang telah mendukung proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini antara lain:

1. Kepada orangtua terkasih, kakak, keluarga besar Tarigan (Sigantang Sira) dan keluarga besar Sinulingga yang selalu memberikan dukungan berupa nasihat, semangat, motivasi, dan doa yang besar selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini.
2. Kepada dosen pembimbing Dr. Amelia Setiawan, SE., M.Ak., Ak., CISA. yang sudah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan masukan, saran, motivasi, dan doa dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi agar dapat berlajam dengan baik.
3. Kepada dosen wali Tanto Kurnia, ST., MA., M.Ak yang memberikan arahan, bimbingan, motivasi dan nasehat kepada peneliti selama proses perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.
4. Kepada dosen Samuel Wirawan, SE., MM., Ak., Dr. Sylvia Fettry EM., SE., SH., M.Si., Ak. dan Chandra Ferdinand Wijaya, SE., M.Ak. yang sudah membantu secara pribadi dalam menyelesaikan skripsi.
5. Kepada seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti selama perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan dan tenaga administrasi dan pekarya yang telah membantu jalannya proses perkuliahan.

6. Kepada Aprilia Karolina Br Surbakti A.Md. yang telah membantu, membimbing, memberikan semangat, motivasi dan doa kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi.
7. Kepada teman-teman terdekat peneliti selama perkuliahan Jeremy Kristanto, Clara Berthinia Tambunan, Haris Sugiarto, Dinda Andania, Tania, Amanda, M. Sayyid yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti selama perkuliahan dan penyusunan skripsi.
8. Kepada 233 responden yang mau meluangkan waktunya dan bersedia mengisi kuesioner yang telah diberikan.
9. Kepada bapak kos Liem yang telah mendampingi dan menyediakan tempat tinggal sementara selama peneliti kuliah.
10. Kepada pihak-pihak lain yang hadir dalam kehidupan peneliti yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, doa, motivasi selama berkulia di Universitas Katolik Parahyangan.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang dapat diperbaiki. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun diterima dengan tangan terbuka oleh peneliti. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan kajian untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

Bandung, 7 Desember 2021



Joy Evan Saimara Tarigan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
1.5. Kerangka Pemikiran	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Kualitas informasi (<i>Information Quality</i>).....	11
2.2. Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>).....	12
2.3. Kendali keamanan (<i>Security Control</i>).....	13
2.4. Kualitas Sistem (<i>System Quality</i>)	14
2.5. Kepuasan Pengguna (<i>User Satisfaction</i>)	14
2.6. Sistem Informasi Akuntansi	15
2.7. <i>E-Commerce</i>	17
2.8. <i>Shopee</i>	18
2.8.1. <i>Mobile Application Shopee</i>	19
2.9. Penelitian Terdahulu.....	19
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	24
3.1. Metode Penelitian	24
3.1.1. Jenis Penelitian	24
3.1.2. Operasionalisasi Variabel	24
3.1.3. Sumber Data Penelitian	26
3.1.4. Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.1.5. Populasi, Sampel, Teknik Sampling	27
3.1.6. Teknik Pengolahan Data.....	28

3.1.6.1.	Teknik Analisis Regresi Berganda	29
3.1.6.2.	Analisis Koefisien Determinasi	29
3.1.6.3.	Analisis Koefisien Korelasi	30
3.1.6.4.	Uji Statistik t	30
3.1.6.5.	Uji Statistik F	31
3.1.6.6.	Uji Instrumen	31
3.1.6.6.1.	Uji Validitas	31
3.1.6.6.2.	Uji Reliabilitas	31
3.1.6.6.3.	Uji Normalitas	32
3.1.6.6.4.	Uji Multikolinearitas	32
3.1.6.6.5.	Uji Heteroskedastisitas	33
3.1.7.	Metode Analisis Data	33
3.1.7.1.	Model Usulan dan Hipotesis Penelitian	33
3.2.	Objek Penelitian	37
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1.	Profil Responden	38
4.1.1.	Jenis Kelamin	38
4.1.2.	Angkatan	38
4.2.	Statistik Deskriptif	39
4.2.1.	<i>System Quality</i>	39
4.2.2.	<i>Information Quality</i>	40
4.2.3.	<i>Service Quality</i>	41
4.2.4.	<i>Security Control</i>	42
4.2.5.	<i>User Satisfaction</i>	43
4.3.	Hasil Uji Instrumen Data	44
4.3.1.	Uji Validitas	44
4.3.2.	Uji Realibilitas	45
4.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik	45
4.4.1.	Uji Normalitas	45
4.4.2.	Uji Multikolinearitas	48
4.4.3.	Uji Heteroskedastisitas	48
4.5.	Analisis Regresi Berganda	49
4.6.	Pengujian Hipotesis	51
4.6.1.	Analisis Koefisien Determinasi	51
4.6.2.	Uji Statistik t	51

4.6.3. Uji Statistik F	52
4.7. Pembahasan	53
4.7.1. Hipotesis Pertama	53
4.7.2. Hipotesis Kedua	54
4.7.3. Hipotesis Ketiga	54
4.7.4. Hipotesis Keempat	55
4.7.5. Hipotesis Kelima	56
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1. Kesimpulan	57
5.2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63
RIWAYAT HIDUP PENELITI	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penggunaan Internet di Indonesia	1
Tabel 1.2 Peningkatan Jumlah Transaksi e-commerce di Indonesia	2
Tabel 1.3 Tabel Research Gap Penelitian Terdahulu.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 3.2 Skala Perhitungan Likert.....	27
Tabel 3.3 Interpretasi Hubungan Koefisien Korelasi.....	30
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.2 Angkatan Responden	39
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Data.....	39
Tabel 4.4 Hasil Responden Variabel System Quality	40
Tabel 4.5 Hasil Responden Variabel Information Quality.....	40
Tabel 4.6 Hasil Responden Variabel Service Quality.....	42
Tabel 4.7 Hasil Responden Variabel Security Control	43
Tabel 4.8 Hasil Responden Variabel User Satisfaction	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas Data.....	45
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas – Uji Glejser	49
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi.....	50
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.14 Uji Statistik F	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 pesaing e-commerce di Indonesia kuartal 4 Tahun 2020.....	2
Gambar 1.2 Penurunan e-commerce di Indonesia kuartal 1 Tahun 2021	3
Gambar 1.3 Penurunan e-commerce di Indonesia kuartal 2 Tahun 2021	3
Gambar 1.4 Penurunan e-commerce di Indonesia kuartal 3 Tahun 2021	4
Gambar 1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
Gambar 2.1 Model Kesuksesan Sistem Informasi Delone dan Mclean 1992.....	10
Gambar 2.2 Model Kesuksesan Sistem Informasi Delone dan McLean 2003	11
Gambar 3.1 Model Penelitian	34
Gambar 4.1 Uji Normalitas Data – Histogram.....	46
Gambar 4.2 Uji Normalitas Data – Normal P-Plot	47
Gambar 4.3 Uji Normalitas Data – One Sample Kolmogorov – Smirnov.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner System Quality	63
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Information Quality	69
Lampiran 3. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Service Quality	75
Lampiran 4. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Security Control	81
Lampiran 5. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner User Satisfaction.....	87
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Data.....	93
Lampiran 7. Instrumen Kuesioner System Quality	96
Lampiran 8. Instrumen Kuesioner Information Quality	97
Lampiran 9. Instrumen Kuesioner Service Quality.....	99
Lampiran 10. Instrumen Kuesioner Security Control	101
Lampiran 11. Instrumen Kuesioner User Satisfaction	102

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini, perkembangan teknologi informasi di dunia memungkinkan terciptanya dunia yang tanpa batas, salah satunya adalah dengan penggunaan internet. Salah satu pemanfaatan internet adalah adanya *e-commerce* yang merupakan sarana untuk melakukan transaksi berbasis internet. *E-commerce* saat ini telah menjadi alternatif dalam dunia bisnis baik bagi kelompok organisasi ataupun individu. Salah satu keuntungan menggunakan *e-commerce* adalah memungkinkan bagi para penggunanya untuk melakukan aktivitas atau kegiatan jual beli dengan jangkauan penerapan yang begitu luas.

Jumlah peningkatan penggunaan internet dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Jumlah Penggunaan Internet di Indonesia

TAHUN	POPULASI PENDUDUK	PENGGUNAAN INTERNET	PERSENTASI
2018	264,16 juta jiwa	106,49 juta jiwa	39,90
2019	266,91 juta jiwa	129,30 juta jiwa	47,96
2020	269,60 juta jiwa.	196,70 juta jiwa	73,70

Sumber: <https://www.bps.go.id>

Berdasarkan tabel di atas, pengaruh internet terhadap masyarakat dilihat dari hasil survei dari Badan Pusat Statistik yang menunjukkan peningkatan angka pengguna internet di Indonesia. Menurut Kotler & Armstrong (2012:110) *e-commerce* adalah saluran *online* yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan.

Pertumbuhan bisnis *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, berdasarkan data nasional kontan peningkatan jumlah transaksi di Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.2

Peningkatan Jumlah Transaksi e-commerce di Indonesia

TAHUN	JUMLAH TRANSAKSI (RUPIAH)
2018	110,96 triliun
2019	210,78 triliun
2020	253 triliun

Sumber: <https://nasional.kontan.co.id>

Kondisi *e-commerce* di Indonesia semakin berkembang sehingga pada akhirnya pelaku bisnis akan semakin bersaing dalam meningkatkan efisien dan efektivitas usahanya. Berikut peta persaingan *e-commerce* di Indonesia pada kuartal 4 tahun 2020 sebagai berikut:

Gambar 1.1

Pesaing e-commerce di Indonesia kuartal 4 Tahun 2020

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook
1 Shopee	129,320,800	#1	#1	541,700	7,100,000	19,908,390
2 Tokopedia	114,655,600	#2	#4	710,400	2,400,000	6,372,160
3 Bukalapak	38,583,100	#7	#7	199,600	1,363,070	2,514,260
4 Lazada	36,260,600	#3	#3	411,400	2,600,000	30,461,740
5 Blibli	22,413,100	#6	#5	514,800	1,389,780	8,539,020
6 Orami	6,186,200	#27	#22	5,960	530	352,140
7 Bhinneka	4,442,600	#20	#20	68,900	41,910	1,048,380

Sumber: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/20216>

Berdasarkan data *Iprice* tahun 2020, *Shopee* menduduki peringkat pertama dalam hal banyaknya unduhan aplikasi melalui *appstore* maupun *playstore*. *Shopee* juga menjadi *marketplace* yang mendapat jumlah kunjungan terbanyak melalui

website setiap bulannya dengan jumlah 129 juta lebih pengunjung pada kuartal 4 tahun 2020.

Gambar 1.2

Penurunan e-commerce di Indonesia kuartal 1 Tahun 2021

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	135,076,700	#2	#4	807,100	3,413,560	6,538,670	5,365
2 Shopee	127,400,000	#1	#1	578,000	7,654,330	21,550,060	10,530
3 Bukalapak	34,170,000	#6	#5	206,000	1,568,690	2,517,900	2,371
4 Lazada	30,516,700	#3	#2	425,000	2,917,400	31,234,990	3,997
5 Blibli	19,590,000	#7	#7	525,300	1,597,250	8,598,300	1,999
6 Bhinneka	6,726,700	#20	#17	68,100	42,250	1,038,720	511
7 Orami	5,343,300	n/a	n/a	5,940	4,870	352,490	202
8 Ralali	4,476,700	#23	n/a	2,910	41,190	91,760	178
9 JD ID	4,063,300	#8	#6	38,500	564,730	893,090	1,151
10 Zalora	2,860,000	#4	#8	n/a	701,270	7,973,750	583

Sumber: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/,2021>

Pada gambar di atas, berdasarkan data *Iprice* kuartal 1 tahun 2021 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung *Shopee* dikalahkan oleh *Tokopedia*, sedangkan *Shopee* mengalami penurunan dalam hal jumlah kunjungan. Selain itu *Shopee* masih mendapat cukup banyak keluhan dari para penggunanya, khususnya dalam hal sistem informasi yang diberikan. Dibuktikan berdasarkan keluhan yang disampaikan oleh beberapa pengguna yang dimuat dalam laman resmi Media Konsumen. Dimana keluhan tersebut adalah pelayanan *Shopee* yang kurang baik melalaui *customer service*, lamanya proses penyelesaian keluhan pelanggan.

Gambar 1.3

Penurunan e-commerce di Indonesia kuartal 2 Tahun 2021

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	147,790,000	#2	#4	853,000	3,828,300	6,525,650	4,944
2 Shopee	126,996,700	#1	#1	603,800	7,757,940	21,855,970	12,192
3 Bukalapak	29,460,000	#6	#5	215,600	1,661,140	2,518,990	2,316
4 Lazada	27,670,000	#3	#2	430,000	2,975,370	31,364,410	4,126
5 Blibli	18,440,000	#8	#7	529,600	1,622,480	8,598,260	1,979
6 Bhinneka	6,996,700	#21	#17	67,100	42,280	1,036,230	487

Sumber: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

Pada gambar di atas, berdasarkan data *Iprice* kuartal 2 tahun 2021 menunjukkan bahwa adanya penurunan jumlah pengunjung *Shopee* walaupun hanya sedikit dari kuartal sebelumnya dan masih berada dibawah *Tokopedia* yang menjadi *e-commerce* yang paling banyak mendapatkan jumlah kunjungan bulanan dibandingkan *e-commerce* yang lain.

Gambar 1.4

Penurunan e-commerce di Indonesia kuartal 3 Tahun 2021

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	158,136,700	#2	#3	966,050	4,619,750	6,525,510	4,963
2 Shopee	134,383,300	#1	#1	672,390	8,110,190	23,498,770	12,322
3 Bukalapak	30,126,700	#6	#5	224,560	1,727,530	2,519,260	2,395
4 Lazada	27,953,300	#3	#2	447,600	3,039,430	31,852,130	4,429
5 Blibli	16,326,700	#8	#6	548,460	1,921,130	8,634,590	2,146
6 Orami	12,840,000	n/a	n/a	5,750	6,970	351,550	195

Sumber: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

Pada gambar di atas, berdasarkan data *Iprice* kuartal 3 tahun 2021 menunjukkan bahwa adanya peningkatan jumlah kunjungan bulanan yang didapatkan oleh *Shopee*, namun *Tokopedia* masih menjadi *e-commerce* yang banyak dikunjungi. Hal ini perlu menjadi perhatian oleh *Shopee* karena pada tahun 2021, *Shopee* mendapatkan persaingan ketat dari *Tokopedia* sehingga bisa menjadi *e-commerce* yang kedua paling banyak dikunjungi.

Aspek yang mendukung *platform e-commerce* dalam hal kepuasan adalah melalui adanya penyediaan sistem informasi yang mempunyai kualitas baik. Sistem informasi akuntansi yang ada di dalam *e-commerce* bersifat transparan, dapat diakses oleh konsumen ataupun penggunanya dari proses memesan barang, pengisian *form* pembelian yang diolah menjadi *invoice*, hingga konfirmasi pembayaran.

Pihak *Shopee* harus meningkatkan kualitas pada aplikasi yang ada, baik dalam kualitas informasi (*information quality*), kualitas sistem (*system quality*), kontrol keamanan (*security control*), kemudahan penggunaan (*ease to use*), dan fitur-fitur lain yang terkait untuk kepuasan pengguna ataupun konsumen. Menurut Kotler (2009:138) Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap

kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas atau senang.

DeLone dan McLean (Dalam Wibowo, 2013:3) memberikan beberapa faktor sebagai standar untuk mengukur tingkat kesuksesan sistem informasi, diantaranya kualitas sistem (*system quality*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas layanan (*service quality*), penggunaan (*use*), kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dan manfaat bersih (*net benefit*). Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Bondan (2012), terdapat variabel kontrol keamanan yang menjadi faktor dalam kepuasan konsumen online. Masalah keamanan masih menjadi perhatian utama dalam *e-commerce*. Hal tersebut dikarenakan masih cukup banyak kejadian-kejadian yang tidak diinginkan masih terjadi.

Hasil penelitian dari Yovita widyadinata et al (2014:9) menunjukkan bahwa kualitas sistem (*system quality*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Bernadeta asri et al (2019:40) menunjukkan bahwa kualitas sistem (*system quality*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem informasi. Begitu juga dengan variabel lainnya yang mempengaruhi kepuasan pengguna sistem informasi berdasarkan teori *IS Success* model DeLone dan McLean, masih mengalami perbedaan hasil penelitian meskipun dengan teori dan variabel yang sama. Berikut ini adalah tabel *research gap* dari penelitian terdahulu.

Tabel 1.3

Tabel Research Gap Penelitian Terdahulu

No	Variabel Dependensi	Variabel Independen	Peneliti	Hasil
1	<i>User Satisfaction</i>	<i>System Quality</i>	Yovita Widyadinata et al (2014)	Berpengaruh Positif
			Bernadeta Asri et al (2019)	Tidak Berpengaruh
<i>Information Quality</i>		Bernadeta Asri et al (2019)	Berpengaruh Positif	
		Darko Stefanovic (2016)	Tidak Berpengaruh	

Tabel 1.3 (Lanjutan)

Tabel *Research Gap* Penelitian Terdahulu

No	Variabel Dependen	Variabel Independen	Peneliti	Hasil
3	<i>User Satisfaction</i>	<i>Service Quality</i>	Wendy Ariesta Wibowo (2013)	Berpengaruh Positif
			Darko Stefanovic (2016)	Tidak Berpengaruh
4		<i>Security Control</i>	Bondan dan Albari (2012)	Berpengaruh Positif
			Irawan (2013)	Berpengaruh Positif

Sumber: Data diolah, 2021

Alasan memilih kepuasan pengguna sistem informasi *Shopee* sebagai topik penelitian dikarenakan *Shopee* merupakan salah satu *marketplace* yang menduduki posisi pertama di Indonesia baik itu berdasarkan pengunjung, ranking aplikasi maupun dalam unduhan aplikasi.

Penelitian ini ditujukan untuk melihat pengaruh dari *system quality*, *information quality*, *service quality*, dan *security control* terhadap *user satisfaction* sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada mahasiswa program studi akuntansi Universitas Katolik Parahyangan. Penelitian ini melakukan survei kepada mahasiswa aktif program studi akuntansi Universitas Katolik Parahyangan angkatan 2017-2019. Alasan memilih mahasiswa akuntansi adalah karena mahasiswa akuntansi punya dasar tentang Sistem Informasi Akuntansi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, dirumuskan beberapa masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *system quality* terhadap *user satisfaction* sistem informasi akuntansi?

2. Bagaimana pengaruh *information quality* terhadap *user satisfaction* sistem informasi akuntansi?
3. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap *user satisfaction* sistem informasi akuntansi?
4. Bagaimana pengaruh *security control* terhadap *user satisfaction* sistem informasi akuntansi?
5. Bagaimana pengaruh *system quality*, *information quality*, *service quality*, dan *security control* terhadap *user satisfaction* sistem informasi akuntansi?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *system quality* terhadap *user satisfaction* sistem informasi akuntansi
2. Mengetahui pengaruh *information quality* terhadap *user satisfaction* sistem informasi akuntansi
3. Mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *user satisfaction* sistem informasi akuntansi
4. Mengetahui pengaruh *security control* terhadap *user satisfaction* sistem informasi akuntansi
5. Mengetahui pengaruh *system quality*, *information quality*, *service quality*, dan *security control* terhadap *user satisfaction* sistem informasi akuntansi

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna untuk pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini, antara lain:

1. Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan wawasan serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian terkait dengan kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

2. Pembaca

Melalui penelitian ini, pembaca diharapkan dapat menggunakannya untuk memahami hubungan antara *system quality*, *information quality*, *service quality*, dan *security control* terhadap *user satisfaction* dalam sistem informasi.

3. Shopee

Penelitian ini diharapkan menjadi suatu evaluasi kepada pihak *Shopee* agar lebih memperhatikan kualitas sistem informasi akuntansi *Shopee*.

1.5. Kerangka Pemikiran

Beberapa model dalam mengukur tingkat kesuksesan suatu sistem informasi banyak dikembangkan oleh peneliti. Dalam penelitian Delone dan McLean (1992), dengan mengembangkan model parsimoni dalam penelitian *Information System Success: The Quest for the Dependent Variable*. Menurut Delone dan McLean (1992) model kesuksesan sistem informasi merupakan alasan seseorang dalam sistem komunikasi, yang dapat diukur dalam level yang berbeda-beda, termasuk level semantik dan level teknis, serta tingkat efektivitas sebuah sistem informasi.

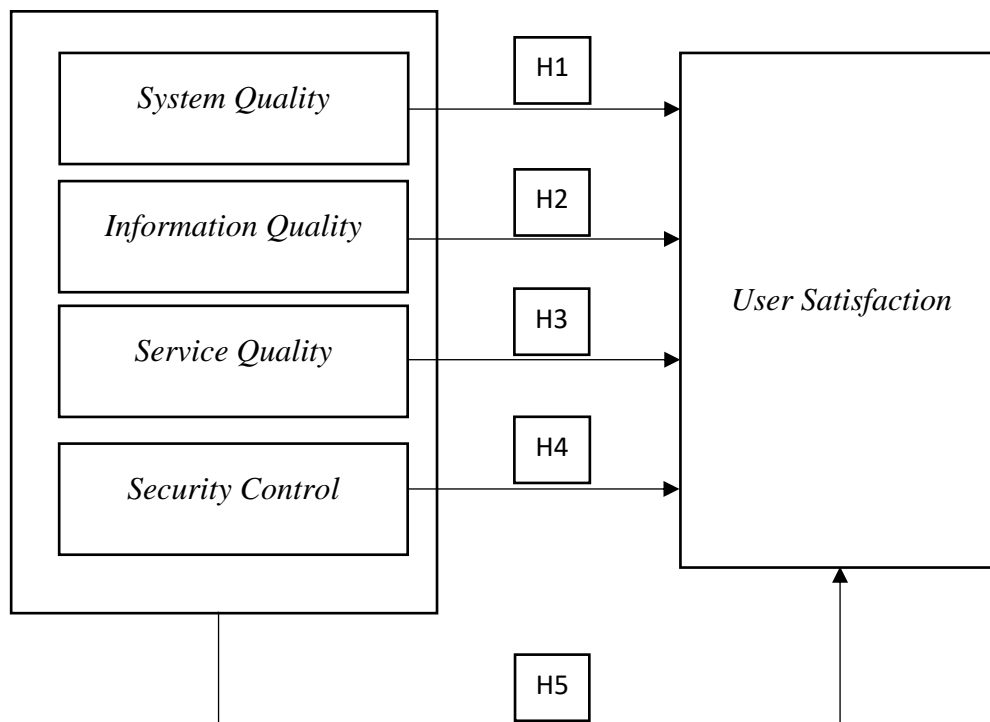
Pada tahun 2003, beberapa variabel yang ditambahkan ataupun disederhanakan dalam model terbaru pada tahun 2003 diantaranya adalah variabel *service quality* (kualitas layanan). Variabel individual dan organisasi diganti menjadi *net benefit*. Hal ini didasari karena sistem informasi tidak hanya berdampak pada manfaat individu maupun organisasi saja, melainkan akan lebih luas menjangkau lingkup antar lapisan masyarakat dan organisasi, sehingga *net benefit* dapat mewakili interpretasi keberhasilan sebuah sistem informasi tersebut. Delone dan McLean mengatakan bahwa hampir semua variabel yang ada memiliki tingkat relasi yang cukup kuat, dan tingkat relasi antar variabel yang lemah sangat sedikit. Berikut adalah model teori yang dikembangkan Delone dan McLean pada tahun 2003 yang dinilai lebih mampu menginterpretasikan dan mengukur keadaan yang terjadi.

Dari kerangka model tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa *user satisfaction* (kepuasan pengguna) merupakan suatu gambaran keberhasilan suatu sistem informasi yang berdasarkan hubungan sebab akibat atas model dan dimensi yang ada. Teori tersebut mengukur variabel-variabel yang ada, dan menghasilkan

suatu teori yang menyatakan bahwa kualitas sistem, kontrol keamanan, kualitas layanan, dan kualitas informasi mempengaruhi kepuasan pengguna sistem informasi.

Menurut Lala Meilani (2020:138) Model Delone & Mclean sampai sekarang masih populer dalam penilaian kesuksesan implementasi sistem informasi. Alasan memodifikasi model Delone & Mclean adalah karena menurut Sarip Hidayatulloh (2019:78) belum diketahui pengaruh pengalaman pengguna yang di dapat dari persepsi nilai pengguna terhadap kepuasan pengguna aplikasi mobile *Shopee* dan belum diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi *mobile Shopee*, dan memodifikasi model Delone & McLean adalah karena ingin menguji apakah tiap variabel berpengaruh dan membuktikan antara gap para peneliti.

Gambar 1.5
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah, 2021

