

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) merupakan lembaga pendidikan non-formal yang pertama kali didirikan pada era reformasi dengan nama lain "kelompok belajar (kejar)" dan berada di bawah pengawasan Dinas Pendidikan Nasional. PKBM menyelenggarakan program paket A setara SD, B setara SMP, dan C setara SMA yang bertujuan untuk memberikan layanan pendidikan nonformal kepada individu yang tidak dapat mengakses pendidikan formal karena alasan tertentu dan latar belakang yang berbeda-beda (Abidin dan Mujib, 2022).

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) melaporkan laporan keuangan dan laporan hasil kegiatan kepada Dinas Pendidikan, Dinas Tenaga Kerja, Forum Perwakilan Masyarakat, dan Direktorat Bindikmas/Bindiktara. Sumber dana bantuan program PKBM diberikan dari hasil operasi unit usaha, uang pemerintah, dana perusahaan, dana masyarakat, dan dana untuk swadaya. Persyaratan mendapatkan bantuan dana pemerintah tentunya harus melengkapi prosedur sesuai ketentuan petunjuk teknis peraturan kementerian pendidikan dan kebudayaan tentang bantuan sarana PKBM tahun 2018. Salah satu syarat administrasi yang perlu dilengkapi yaitu sertifikat akreditasi dari BAN (Badan Akreditasi Nasional) mengenai dokumen administrasi keuangan. Dokumen keuangan yang dimiliki PKBM antara lain rekening bank, buku kas, catatan harian, dan laporan keuangan.

4.2 Hasil Analisis Demografi

Pada tahapan ini peneliti menganalisis tanggapan dari responden terhadap pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Analisis ini bertujuan untuk menghasilkan informasi demografis mengenai populasi, sampel, jenis kelamin, usia, pendidikan, PKBM. Berikut adalah hasil dari analisis tersebut:

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu PKBM yang berada di wilayah Kabupaten Lampung Selatan dengan melibatkan individu yang terlibat dalam proses pengelolaan administrasi dan keuangan. Pengisian kuesioner dibatasi 2 responden yang telah ditentukan pada setiap PKBM di Kabupaten Lampung Selatan. Tabel 4.1 menyajikan daftar populasi sebagai berikut:

Tabel 4.1 Daftar Populasi

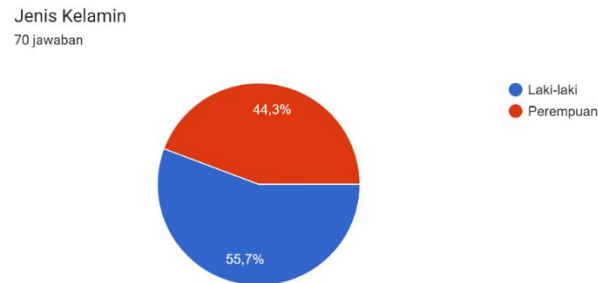
No	Nama Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Kabupaten Lampung Selatan	Keterangan
1.	PKBM Al Munawaroh	2 Kuesioner
2.	PKBM Anggrek	2 Kuesioner
3.	PKBM Art Kom	2 Kuesioner
4.	PKBM Aura	2 Kuesioner
5.	PKBM Bani Ayub	2 Kuesioner
6.	PKBM Bina Atmaja	2 Kuesioner
7.	PKBM Bugenvil	2 Kuesioner
8.	PKBM Cahaya Karya Natar	2 Kuesioner
9.	PKBM Cempaka	2 Kuesioner
10.	PKBM Cinta Kasih	2 Kuesioner
11.	PKBM Creative	2 Kuesioner
12.	PKBM Dewi Kartini	2 Kuesioner
13.	PKBM Dian Cipta Cendikia	2 Kuesioner
14.	PKBM Harapan Bangsa	2 Kuesioner
15.	PKBM Harapan Seandanan	2 Kuesioner
16.	PKBM Hijau	2 Kuesioner
17.	PKBM Ideal	2 Kuesioner
18.	PKBM Karyatani	2 Kuesioner

No	Nama Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Kabupaten Lampung Selatan	Keterangan
19.	PKBM Ketapang Jaya	2 Kuesioner
20.	PKBM Khanza Education	2 Kuesioner
21.	PKBM Mandiri	2 Kuesioner
22.	PKBM Merak Sakai Sembayan	2 Kuesioner
23.	PKBM Najwan Rachman	2 Kuesioner
24.	PKBM Nur Muhammad Lampung	2 Kuesioner
25.	PKBM Nurul Falah	2 Kuesioner
26.	PKBM Nurul Huda	2 Kuesioner
27.	PKBM Pemulihan	2 Kuesioner
28.	PKBM Putra Bangsa	2 Kuesioner
29.	PKBM Qurrata' Ayun	2 Kuesioner
30.	PKBM Rajawali	2 Kuesioner
31.	PKBM Ruang Belajar Masyarakat	2 Kuesioner
32.	PKBM Rumah Pintar Astra Bangun Sari	2 Kuesioner
33.	PKBM Sabilul Hidayah	2 Kuesioner
34.	PKBM Satu Nusa	2 Kuesioner
35.	PKBM Tanjung Tua	2 Kuesioner
36.	PKBM Tunas Bangsa	2 Kuesioner
37.	PKBM Tunas Bangsa Natar	2 Kuesioner
38.	PKBM Tunas Harapan	2 Kuesioner
39.	PKBM Tunas Jaya	2 Kuesioner
40.	PKBM Tunas Harapan	2 Kuesioner
41.	PKBM Tut Wuri Handayani	2 Kuesioner
42.	PKBM Uswatun Hasanah	2 Kuesioner
43.	PKBM Utama	2 Kuesioner
44.	PKBM Yahasfa	2 Kuesioner
45.	SKB Lampung Selatan	2 Kuesioner
Total Populasi		90 Kuesioner

2. Sampel

Data yang berhasil diperoleh oleh peneliti setelah melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 70 kuesioner yang didapatkan dari 90 kuesioner yang telah disebar dalam kurun waktu kurang lebih dua minggu, mulai dari 5 Juli hingga 21 Juli 2023. Berdasarkan minimum sampel penelitian ini 50 yaitu (10 kali anak panah). Data yang diperoleh memenuhi sebagian besar populasi sehingga sampel dapat dianalisis guna mewakili populasi.

3. Jenis kelamin

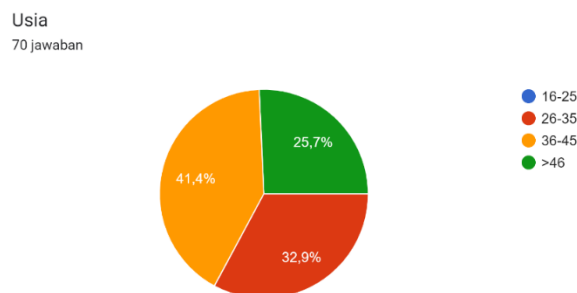


Gambar 4.1 Diagram jenis kelamin responden

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan Gambar 4.1 diketahui bahwa dari total 70 data responden yang digunakan dalam penelitian ini, responden laki-laki dengan jumlah 39 orang (55,7%) dan responden perempuan berjumlah 31 orang (44,3%) merupakan persentase yang lebih rendah dibandingkan dengan responden laki-laki.

4. Usia



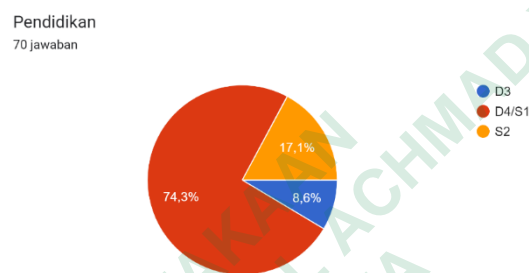
Gambar 4.2 Diagram usia responden

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat dilihat bahwa dari total 70 data responden yang digunakan dalam penelitian ini responden berusia antara 26 hingga 35 tahun dengan jumlah 23 orang (32,9%).

Disusul oleh kelompok usia 36-45 tahun yang terdiri dari 29 orang (41,4%). Sementara itu, kelompok usia lebih dari 46 tahun memiliki 18 orang responden (25,7%). Hal ini menunjukkan adanya variasi usia responden dapat memberikan perspektif yang lebih komprehensif dalam memahami pandangan mereka terhadap minat penggunaan aplikasi akuntansi.

5. Pendidikan



Gambar 4. 3 Diagram pendidikan responden

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan D4/S1 mencapai 74,3%, dengan jumlah 52 orang. Sementara itu, responden yang memiliki tingkat pendidikan S2 mencakup 17,1% dari total responden yaitu sebanyak 12 orang. 8,6% sejumlah 6 orang dimiliki tingkat pendidikan D3.

Temuan ini menunjukkan sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan yang mencakup tingkat diploma, sarjana, dan magister. Data ini dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang perspektif dan pemahaman para profesional terhadap aplikasi akuntansi.

4.3 Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan sebaran indikator pada setiap item kuesioner yang terkait dengan variabel. Data yang dianalisis berasal dari tanggapan responden terhadap kuesioner terkait variabel X dan Y.

Tabel 4.2 Analisis Deskriptif

Indikator	Mean	Median	Min	Max	Standar Deviasi	Excess Kurtosis	Skewness
X1P1	4.357	4.000	4.000	5.000	0.479	-1.677	0.609
X1P2	4.286	4.000	4.000	5.000	0.452	-1.092	0.970
X1P3	4.329	4.000	3.000	5.000	0.499	-1.028	0.390
X1P4	4.400	4.000	3.000	5.000	0.518	-1.298	0.101
X1P5	4.457	4.000	4.000	5.000	0.498	-2.028	0.176
X2P1	4.438	4.000	4.000	5.000	0.487	-1.823	0.480
X2P2	4.314	4.000	3.000	5.000	0.494	0.939	0.450
X2P3	4.271	4.000	3.000	5.000	0.505	-0.440	0.348
X2P4	4.271	4.000	3.000	5.000	0.532	-0.405	0.140
X2P5	4.543	5.000	4.000	5.000	0.498	-2.028	-0.176
X3P1	4.443	4.000	4.000	5.000	0.497	-2.003	0.235
X3P2	4.143	4.000	3.000	5.000	0.515	-0.498	0.196
X3P3	4.300	4.000	3.000	5.000	0.488	-0.836	0.511
Y1P1	4.371	4.000	4.000	5.000	0.483	-1.755	0.544
Y1P2	4.271	4.000	4.000	5.000	0.445	-0.923	1.051
Y1P3	4.357	4.000	4.000	5.000	0.479	-1.677	0.609
Y1P4	4.357	4.000	4.000	5.000	0.479	-1.677	0.609
Y2P1	4.329	5.000	3.000	5.000	0.499	-1.028	0.390
Y2P2	4.314	4.000	3.000	5.000	0.494	-0.939	0.450

Sumber: Data diolah (2023)

Secara keseluruhan, analisis deskriptif pada sebaran indikator kuesioner per item memberikan pemahaman awal tentang cara responden merespons setiap pernyataan dalam kuesioner. Temuan ini akan membantu dalam menggambarkan variasi tanggapan serta memahami pola persepsi yang mungkin muncul dalam analisis selanjutnya. Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan hasil analisis deskriptif sebagai berikut:

1. Variabel *perceived usefulness* (X1) mendeskripsikan nilai minimum jawaban atas pertanyaan responden yaitu 3 yang berarti responden pada variabel X1 dengan indikator X1P3 dan X1P4 terdapat jawaban netral. Nilai rata-rata X1P1 (4.357) menunjukkan data cenderung berkumpul di sekitar nilai ini dengan standar deviasi (0.479) yang menunjukkan pada indikator X1P1 cukup terkonsentrasi di sekitar rata-rata 4.357 dengan sedikit variasi. Sama halnya dengan X1P1, indikator X1P2, X1P3, dan X1P5 memiliki standar deviasi yang terkonsentrasi pada nilai rata-rata dan memiliki variasi yang terbatas. Karena standar deviasi pada 4 indikator variabel X1 tersebut relatif rendah (kurang dari 0.5). Pada indikator X1P4 memiliki variasi yang relatif besar daripada indikator lainnya yang mengukur variabel X1 karena standar deviasi yang dimiliki X1P4 lebih dari 0.5. Nilai *excess kurtosis* dan *skewness* pada indikator X1P1, X1P2, X1P3, X1P4 mendekati distribusi normal berdasarkan kriteria *excess kurtosis* dan *skewness* dalam rentang -2 hingga 2. Namun, distribusi data pada indikator X1P5 cenderung memiliki puncak yang lebih datar daripada distribusi *platykurtis*.
2. Variabel *perceived ease of use* (X2) mendeskripsikan nilai minimum jawaban atas pertanyaan responden yaitu 3 yang berarti responden pada variabel X2 dengan indikator X2P2, X2P3, dan X2P4 terdapat jawaban netral. Nilai rata-rata X2P1 (4.438) menunjukkan data cenderung berkumpul di sekitar nilai ini dengan standar deviasi (0.487) yang menunjukkan pada indikator X2P1 cukup terkonsentrasi di sekitar rata-rata

4.438 dengan sedikit variasi. Sama halnya dengan X2P1, indikator X2P2, dan X2P5 memiliki standar deviasi yang terkonsentrasi pada nilai rata-rata dan memiliki variasi yang terbatas. Karena standar deviasi pada 3 indikator variabel X2 tersebut relatif rendah (kurang dari 0.5). Pada indikator X2P3 dan X2P4 memiliki variasi yang relatif besar daripada indikator lainnya yang mengukur variabel X2 karena standar deviasi yang dimiliki X2P3 dan X2P4 lebih dari 0.5. Nilai *excess kurtosis* dan *skewness* pada indikator X2P1, X2P2, X2P3, X2P4 mendekati distribusi normal berdasarkan kriteria *excess kurtosis* dan *skewness* dalam rentang -2 hingga 2. Namun, distribusi data pada indikator X2P5 cenderung memiliki puncak yang lebih datar daripada distribusi *platykurtis*.

3. Variabel *subjective norm* (X3) mendeskripsikan nilai minimum jawaban atas pertanyaan responden yaitu 3 yang berarti responden pada variabel X3 dengan indikator X3P1 dan X3P2 terdapat jawaban netral. Nilai rata-rata X3P1 (4.443) menunjukkan data cenderung berkumpul di sekitar nilai ini dengan standar deviasi (0.497) yang menunjukkan pada indikator X3P1 cukup terkonsentrasi di sekitar rata-rata 4.357 dengan sedikit variasi.

Sama halnya dengan X3P1, indikator X3P3 memiliki standar deviasi yang terkonsentrasi pada nilai rata-rata dan memiliki variasi yang terbatas. Karena standar deviasi pada 2 indikator variabel X3 tersebut relatif rendah (kurang dari 0.5). Pada indikator X3P2 memiliki variasi yang relatif besar daripada indikator lainnya yang mengukur variabel X3 karena standar deviasi yang dimiliki X3P2 lebih dari 0.5.

Nilai *excess kurtosis* dan *skewness* pada indikator X3P2 dan X3P3 mendekati distribusi normal berdasarkan kriteria *excess kurtosis* dan *skewness* dalam rentang -2 hingga 2. Namun, distribusi data pada indikator X3P1 cenderung memiliki puncak yang lebih datar daripada distribusi *platykurtis*.

4. Variabel *user attitude* (Y1) mendeskripsikan nilai minimum jawaban atas pertanyaan responden yaitu 4 yang berarti responden pada variabel Y1 terdapat jawaban setuju. Nilai rata-rata Y1P1 (4.371) menunjukkan data cenderung berkumpul di sekitar nilai ini dengan standar deviasi (0.483) yang menunjukkan pada indikator Y1P1 cukup terkonsentrasi di sekitar rata-rata 4.371 dengan sedikit variasi. Sama halnya dengan Y1P1, indikator Y1P2, Y1P3, dan Y1P4 memiliki standar deviasi yang terkonsentrasi pada nilai rata-rata dan memiliki variasi yang terbatas. Karena standar deviasi pada 4 indikator variabel Y1 tersebut relatif rendah (kurang dari 0.5). Nilai *excess kurtosis* dan *skewness* pada indikator Y1P1, Y1P2, Y1P3, Y1P4 mendekati distribusi normal berdasarkan kriteria *excess kurtosis* dan *skewness* dalam rentang -2 hingga 2.
5. Variabel *behavior interest* (Y2) mendeskripsikan nilai minimum jawaban atas pertanyaan responden yaitu 4 yang berarti responden pada variabel Y1 terdapat jawaban setuju. Nilai rata-rata Y2P1 (4.329) menunjukkan data cenderung berkumpul di sekitar nilai ini dengan standar deviasi (0.499) yang menunjukkan pada indikator Y2P1 cukup terkonsentrasi di sekitar rata-rata 4.329 dengan sedikit variasi. Sama halnya dengan Y2P1,

6. indikator Y2P2 memiliki standar deviasi yang terkonsentrasi pada nilai rata-rata dan memiliki variasi yang terbatas. Karena standar deviasi pada 2 indikator variabel Y2 tersebut relatif rendah (kurang dari 0.5). Nilai *excess kurtosis* dan *skewness* pada indikator Y2P1 dan Y2P2 mendekati distribusi normal berdasarkan kriteria *excess kurtosis* dan *skewness* dalam rentang -2 hingga 2.

4.4 Hasil Analisis Evaluasi Pengukuran Model

1. Uji Validitas

Uji validitas menggunakan *convergent validity* dan *discriminant validity* dari pengukuran model reflektif. Hasil analisis *outer loading* terdapat pada tabel 4.3 di bawah ini.

Tabel 4.3 *Outer loading*

Variabel	Kode	Loading Factor	Evaluasi
Perceived Usefulness	X1P1	0.786	Valid
	X1P2	0.799	Valid
	X1P3	0.768	Valid
	X1P4	0.772	Valid
	X1P5	0.822	Valid
Perceived Ease of Use	X2P1	0.750	Valid
	X2P2	0.766	Valid
	X2P3	0.738	Valid
	X2P4	0.753	Valid
	X2P5	0.729	Valid
Subjective Norm	X3P1	0.857	Valid
	XP2	0.833	Valid
	X3P3	0.898	Valid
User Attitude	Y1P1	0.723	Valid
	Y1P2	0.735	Valid
	Y1P3	0.809	Valid
	Y1P4	0.813	Valid
Behavior Interest	Y2P1	0.953	Valid
	Y2P2	0.943	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *subjective norm*, *user attitudes*, dan *behavior interest* dalam penelitian ini dinyatakan valid. Bukti validitas tersebut terlihat dari nilai *loading factor* di atas 0,70. Penilaian *convergent validity* dapat dilakukan dengan melihat nilai AVE (*Average Variance Extracted*) di atas 0,50. Hasil analisis AVE dapat ditemukan dalam Tabel 4.4.

Tabel 4. 4 *Average Variance Extracted*

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Perceived Usefulness	0.624
Perceived Ease of Use	0.558
Subjective Norm	0.745
User Attitude	0.595
Behavior Interest	0.899

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai AVE *perceived usefulness* adalah 0.624 yang berarti besarnya variasi item pengukuran pada variabel laten sebesar 62.4%, *perceived ease of use* 55.8%, *subjective norm* 74.5%, *user attitude* 59.5%, dan *behavior interest* 89.9%. Berdasarkan nilai AVE dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi persyaratan validitas konvergen yang baik.

Tabel 4. 5 *Fornell-lacker*

	Perceived Usefulness (X1)	Perceived Ease of Use (X2)	Subjective Norm (X3)	User Attitudes (Y1)	Behavior Interest (Y2)
X1	0.790				
X2	0.591	0.747			
X3	0.264	0.367	0.863		
Y1	0.214	0.335	0.419	0.771	
Y2	0.070	0.267	0.472	0.432	0.948

Sumber: Data diolah (2023)

Analisis *fornell-larcker* digunakan untuk memeriksa apakah nilai akar AVE dari setiap variabel lebih besar dari korelasinya dengan variabel lain. Jika nilai akar AVE lebih besar daripada korelasi antara variabel dengan variabel lain maka *discriminant validity* dianggap terpenuhi. Pada Tabel 4.5 terlihat bahwa korelasi antara indikator dengan variabelnya sendiri lebih besar dibandingkan dengan korelasi antara indikator dengan variabel lain.

Tabel 4. 6 *Cross loading*

Variabel	Indikator	Perceived Usefulness (X1)	Perceived Ease of Use (X2)	Subjective Norm (X3)	User Attitudes (Y1)	Behavior Interest (Y2)
X1	X1P1	0.786	0.520	0.043	0.101	0.063
	X1P2	0.799	0.486	0.250	0.083	0.006
	X1P3	0.768	0.501	0.302	0.170	0.007
	X1P4	0.772	0.295	0.215	0.230	0.060
	X1P5	0.822	0.483	0.235	0.272	0.135
X2	X2P1	0.478	0.750	0.254	0.048	0.147
	X2P2	0.458	0.766	0.369	0.335	0.243
	X2P3	0.481	0.738	0.157	0.221	0.265
	X2P4	0.436	0.753	0.335	0.185	0.053
	X2P5	0.361	0.729	0.253	0.419	0.262
X3	X3P1	0.199	0.253	0.857	0.350	0.400
	XP2	0.262	0.330	0.833	0.367	0.402
	X3P3	0.223	0.365	0.898	0.367	0.420
Y1	Y1P1	0.080	0.208	0.366	0.723	0.386
	Y1P2	0.187	0.320	0.208	0.735	0.197
	Y1P3	0.171	0.235	0.320	0.809	0.377
	Y1P4	0.226	0.284	0.235	0.813	0.347
Y2	Y2P1	0.102	0.296	0.478	0.414	0.953
	Y2P2	0.028	0.205	0.414	0.404	0.943

Sumber: Data diolah (2023)

Cross loading digunakan untuk memeriksa apakah indikator dari suatu variabel lebih kuat berkorelasi dengan variabelnya sendiri daripada dengan variabel lain.

Tabel 4.6 menunjukkan keberhasilan memenuhi *cross loading* memiliki *discriminant validity* yang baik karena dapat membedakan variabel konstruk yang satu dengan yang lain. HTMT berisi matrik korelasi antar rasio *monotrait correlation* dengan *heterotrait correlation*. Evaluasi *diskriminant validity* direkomendasikan untuk dilaporkan karena HTMT memiliki tingkat sensitivitas dan akurasi yang lebih baik dalam mengukur *diskriminant validity*. Kriteria penilaian HTMT Jika nilai HTMT dari setiap pasangan variabel kurang dari 0.90 maka *diskriminant validity* dianggap terpenuhi.

Tabel 4. 7 HTMT

	Perceived Usefulness (X1)	Perceived Ease of Use (X2)	Subjective Norm (X3)	User Attitudes (Y1)	Behavior Interest (Y2)
X1					
X2	0.700				
X3	0.316	0.454			
Y1	0.274	0.416	0.532		
Y2	0.087	0.305	0.549	0.512	

Sumber: Data diolah (2023)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diukur dengan menggunakan dua kriteria utama, yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability* (CR).

Tabel 4. 8 *Cronbach's alpha dan composite reliability*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Evaluasi
Perceived Usefulness	0.850	0.892	Reliabel
Perceived Ease of Use	0.803	0.863	Reliabel
Subjective Norm	0.828	0.897	Reliabel
User Attitude	0.773	0.854	Reliabel
Behavior Interest	0.887	0.947	Reliabel

Sumber: Data diolah (2023)

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa lima variabel memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,70 dan *composite reliability* \geq 0,70. Demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi atau baik. Artinya, indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk telah menunjukkan konsistensi yang baik dalam mengukur variabel.

4.5 Hasil Analisis Evaluasi Struktural Model

1. Uji *Path Coefficient*

Path coefficient adalah nilai koefisien jalur yang mengukur besarnya hubungan atau pengaruh antara konstruk laten dalam analisis jalur (*path analysis*). Informasi lebih detail mengenai *path coefficient* dapat ditemukan pada Tabel 4.9.

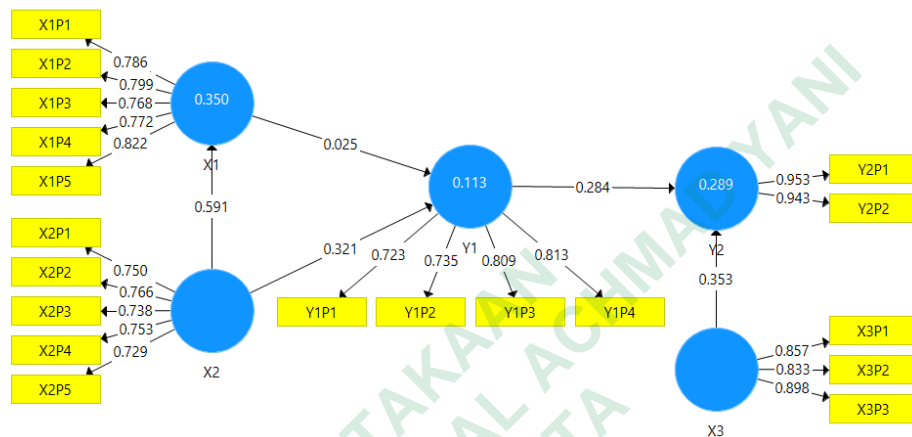
Tabel 4. 9 *Path coefficient*

Path Relationship	Path Coefficients
Perceived ease of use -> Perceived usefulness	0.591
Perceived usefulness -> User attitudes	0.025
Perceived ease of use -> User attitudes	0.321
Subjective norm -> Individual behavior interest	0.353
User attitudes -> Individual behavior interest	0.284

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa hubungan antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* adalah positif dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.591. Hubungan antara *perceived usefulness* dan *user attitudes* adalah positif dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.025. Hubungan antara *perceived ease of use* dan *user attitudes* adalah positif dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.321.

Hubungan antara *subjective norm* dan *individual behavior interest* adalah positif dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.353. Hubungan antara *user attitudes* dan *individual behavior interest* adalah positif dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.284.



Gambar 4. 4 *Path coefficient*

Sumber: Data diolah (2023)

2. Uji T-Statistik

Pengujian t-statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Hipotesis tersebut akan diterima jika memiliki nilai *t-value* di atas 1.96 dan nilai *p-value* kurang dari 0.05 (Hair et al., 2021).

Tabel 4.10 T-statistik

	T-value	P-value
Perceived ease of use -> Perceived usefulness	0.170	0.865
Perceived usefulness -> User attitudes	7.387	0.000
Perceived ease of use -> User attitudes	2.276	0.023
Subjective norm -> Individual behavior interest	2.991	0.003
User attitudes -> Individual behavior interest	2.231	0.026

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa dari 5 hipotesis yang diuji terdapat hipotesis 1 (*perceived ease of use* > *perceived usefulness*) yang ditolak karena tidak cukup bukti untuk mendukung pengaruh positif hal ini diakibatkan *t-value* di bawah 1.96 dan nilai *p-value* di atas 0.05.

4.6 Hasil Analisis Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

1. Uji *R-Square*

Interpretasi nilai *R-squared* memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1. Nilai *R-squared* yang semakin mendekati 1 artinya model regresi memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan variasi dalam data dan memberikan prediksi yang akurat. Rincian hasil dari analisis *R-square* dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4. 11 *R-Square*

	R-square
Perceived Usefulness	0.350
User Attitude	0.113
Behavior Interest	0.289

Sumber: Data diolah (2023)

Perceived usefulness memiliki presentase nilai *R-squared* 35% berdasarkan variasi dari variabel eksogen yang ada dalam model. *User attitudes* memiliki presentase nilai *R-squared* 11.3% dari variabel eksogen yang terdapat dalam model. *Behavior interest* memiliki presentase nilai *R-squared* 28.9% dari variabel endogen berdasarkan variasi dari variabel eksogen yang ada dalam model.

2. Uji *Q-Square* (*predictive relevance*)

Hasil *Q-square* mencerminkan sejauh mana model cocok dengan data keseluruhan yang telah digunakan dalam analisis. Nilai *Q-square* di atas 0 menunjukkan hasil observasi yang baik.

Tabel 4. 12 *Q-Square*

	Q-square
Perceived Usefulness	0.200
User Attitude	0.043
Behavior Interest	0.213

Sumber: Data diolah (2023)

3. SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*)

SRMR adalah salah satu ukuran *goodness of fit* untuk mengevaluasi kecocokan model atau sejauh mana model yang dibangun sesuai dengan data observasi yang ada. Menurut Ramayah (2017) nilai SRMR di bawah 1 atau nilai SRMR < 1,0 maka model penelitian dianggap memiliki kecocokan yang baik atau fit dengan data observasi.

Tabel 4.13 SRMR

	Estimated Model
SRMR	0.104

Sumber: Data diolah (2023)

4.7 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis *path coefficient* dan *t-statistik*. Tujuan dari pengujian hipotesis adalah untuk menguji kesesuaian hasil analisis data dengan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Hasil lengkap dari pengujian hipotesis tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4. 14 Hasil pengujian hipotesis

	Path	T-value	P-value	Hasil
Perceived ease of use -> Perceived usefulness	0.591	0.170	0.865	H1 Ditolak
Perceived usefulness -> User attitudes	0.025	7.387	0.000	H2 Diterima
Perceived ease of use -> User attitudes	0.321	2.276	0.023	H3 Diterima
Subjective norm -> Individual behavior interest	0.353	2.991	0.003	H4 Diterima
User attitudes -> Individual behavior interest	0.284	2.231	0.026	H5 Diterima

Sumber: Data diolah (2023)

H1: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis nilai path koefisien menunjukkan hubungan positif antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin mudah individu menganggap aplikasi akuntansi mudah digunakan maka semakin tinggi pula mereka melihat aplikasi akuntansi tersebut berguna. Menurut, Hair et al (2021) hipotesis dikatakan signifikan jika memiliki nilai t-value di atas 1.96 dan nilai p-value kurang dari 0.05. Namun *t-value* tidak melebihi nilai kritis (1.96) dan *p-value* sebesar 0.865 menunjukkan bahwa hasil tersebut tidak signifikan.

H2: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *user attitudes*.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai koefisien positif sebesar 0.025, nilai *t-value* sebesar 7.387 dan *p-value* yang diperoleh adalah 0.000. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara *perceived usefulness* dengan *user attitudes* memiliki pengaruh signifikan yang tinggi dan bukti yang kuat untuk mendukung hipotesis 2.

H3: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *user attitudes*.

Hipotesis 3 menunjukkan hasil *path coefficient* sebesar 0.321 hal ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara persepsi kemudahan penggunaan dan sikap pengguna. Nilai *t-value* sebesar 2.276 dengan *p-value* 0.023 menunjukkan bahwa pengaruh *perceived ease of use* terhadap *user attitudes* signifikan. Artinya terdapat cukup bukti statistik yang mendukung hipotesis tersebut.

H4: *Subjective norm* memiliki pengaruh positif terhadap *behavior interest*.

Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *subjective norm* dengan *behavior interest* dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.353. Nilai *t-value* sebesar 2.991 dengan *p-value* sebesar 0.003, menunjukkan bahwa pengaruh *subjective norm* terhadap *user attitudes* signifikan. Artinya terdapat cukup bukti statistik yang mendukung hipotesis 4.

H5: *User attitudes* berpengaruh positif terhadap *behavior interest*.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *user attitudes* dan *behavior interest* dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.284. Nilai *t-value* sebesar 2.231 dengan *p-value* sebesar 0.026 menunjukkan bahwa hubungan ini memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif antara *user attitudes* dan *behavior interest* didukung oleh data penelitian ini.

4.8 Pembahasan

1. Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Perceived Usefulness*

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1), *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *perceived usefulness*. Interpretasi hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam sampel yang diteliti tidak memiliki cukup bukti statistik yang kuat untuk mendukung hipotesis 1. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Chen dan Tsai (2019) yang menunjukkan adanya konsistensi dalam pola perilaku atau persepsi di antara sampel yang berbeda. Namun, hasil ini tidak sejalan dengan temuan yang ditemukan oleh Tyas dan Darma (2017). Perbedaan hasil ini bisa disebabkan oleh perbedaan dalam karakteristik sampel, atau variabel-variabel lain yang tidak dikontrol dalam penelitian.

TAM secara umum memprediksi bahwa persepsi *ease of use* akan berkontribusi pada persepsi *usefulness*. *Perceived ease of use* mengacu pada persepsi pengguna tentang seberapa mudah teknologi tersebut digunakan. *Perceived usefulness* mengacu pada sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka dalam aktivitas tertentu. Kedua persepsi ini saling terkait dalam pemodelan TAM yang dikemukakan Davis 1989. Pengguna yang merasa suatu teknologi mudah digunakan maka pengguna juga lebih cenderung merasa teknologi itu bermanfaat. Namun, hasil ini menunjukkan adanya perbedaan dalam lingkungan PKBM yang menyebabkan hasilnya tidak sejalan dengan prediksi TAM.

Persepsi kemudahan penggunaan aplikasi akuntansi dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh signifikan pada sejauh mana pengguna menganggap aplikasi akuntansi berguna. Hal ini mungkin bisa disebabkan oleh faktor ketidakfamiliaran dan kurangnya pengalaman langsung bisa membuat persepsi kemudahan penggunaan menjadi kurang relevan dalam tahapan awal.

Hasil ini merupakan langkah awal dalam membentuk persepsi pengguna terhadap aplikasi akuntansi. Penggunaan aplikasi akuntansi memerlukan pembiasaan dan adaptasi. Oleh karena itu, langkah-langkah pelatihan, edukasi, dan dukungan dalam memahami aplikasi akuntansi dapat membantu pengguna membangun persepsi yang lebih positif terhadap kemudahan penggunaan di masa mendatang. Dengan demikian temuan ini memberikan dasar untuk mengembangkan pendekatan yang lebih holistik dalam memperkenalkan dan mengadopsi aplikasi akuntansi dalam lingkungan PKBM.

2. Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *User Attitude*

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2), *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *user attitude*. Interpretasi hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam sampel yang diteliti memiliki cukup bukti statistik yang kuat untuk mendukung hipotesis 2. Hasil ini sejalan dengan teori penerimaan teknologi yang dikemukakan oleh Davis pada tahun 1989.

Menurut teori ini, pengguna cenderung memiliki sikap positif terhadap teknologi jika mereka percaya bahwa teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja dan produktivitas mereka. Hasil temuan ini juga konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Dwinastiti (2021) dan Altay dan Okumuş (2022) yang juga mengindikasikan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *user attitude*.

Implikasi dari hasil ini adalah semakin pengguna percaya bahwa aplikasi akuntansi bermanfaat dalam aktivitas PKBM maka semakin cenderung mereka membentuk sikap yang positif terhadap penggunaan aplikasi akuntansi. Hal ini bisa disebabkan oleh persepsi mereka terhadap aplikasi akuntansi akan lebih membantu mereka dalam mengelola akuntansi dengan lebih efisien, akurat, dan bermanfaat bagi kegiatan PKBM. Hasil ini bisa digunakan sebagai dasar untuk lebih memperkuat pendekatan pelatihan terkait terhadap aplikasi akuntansi kepada anggota PKBM dengan menekankan manfaat nyata yang bisa diperoleh melalui penggunaan aplikasi akuntansi.

3. Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *User Attitude*

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3), *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *user attitude*. Interpretasi hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam sampel yang diteliti memiliki cukup bukti statistik yang kuat untuk mendukung hipotesis 3. Implikasi dari temuan ini dapat dijelaskan melalui teori TAM serta penelitian sebelumnya yang relevan.

TAM mengemukakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan dirasakan akan memengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi (*user attitude*). Dalam konteks penelitian ini, temuan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *user attitude* sejalan dengan prediksi TAM.

Hasil temuan ini juga mendapat dukungan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Oktapiani (2017) dan Tyas dan Riza (2023) yang juga menemukan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *user attitude*. Hal ini menunjukkan adanya konsistensi dalam temuan dari berbagai penelitian yang semakin memperkuat keyakinan bahwa kemudahan penggunaan memainkan peran penting dalam membentuk sikap pengguna terhadap teknologi.

Interpretasi temuan ini adalah semakin pengguna merasa mudah untuk mengoperasikan aplikasi akuntansi maka semakin positif pula sikap pengguna terhadap aplikasi tersebut. Hal ini bisa disebabkan oleh persepsi penggunaan aplikasi akan memerlukan usaha dan waktu yang lebih sedikit sehingga meningkatkan kenyamanan dan kesenangan dalam menggunakan aplikasi akuntansi. Dengan demikian, temuan ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mempertimbangkan upaya yang lebih kuat untuk memfasilitasi penggunaan aplikasi akuntansi pada PKBM. Fokus pada penyederhanaan antarmuka, panduan yang jelas, dan strategi untuk mengatasi hambatan teknis dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan membangun sikap positif terhadap aplikasi akuntansi di PKBM.

4. Pengaruh *Subjective Norm* Terhadap *Behavior Interest*

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H4), *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *behavior interest*. Interpretasi hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam sampel yang diteliti memiliki cukup bukti statistik yang kuat untuk mendukung hipotesis 4. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin kuat pengaruh norma subjektif mendorong individu untuk menggunakan aplikasi akuntansi maka semakin tinggi juga minat perilaku mereka untuk menggunakannya. Temuan ini dapat dihubungkan dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menekankan pentingnya pengaruh dari norma sosial atau *subjective norm* terhadap minat perilaku individu.

Temuan ini sejalan dengan prinsip TRA, bahwa persepsi tentang ekspektasi normatif dari orang lain dalam lingkungan sosial dapat membentuk minat perilaku individu. Penelitian ini juga sejalan oleh Rastini dan Respati (2021) yang juga menemukan hasil hubungan positif antara *subjective norm* dan *behavior interest*. Namun penemuan ini tidak sejalan dengan Mahendra (2022) Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh variasi dalam jawaban responden, karakteristik sampel, atau faktor-faktor lain yang memengaruhi hasil. Implikasi dari hasil ini menunjukkan bahwa dukungan sosial dan dorongan dari kolega atau rekan di PKBM memiliki peran penting dalam membentuk minat individu untuk mengadopsi teknologi baru.

Hasil ini bisa menjadi dasar untuk mengembangkan strategi komunikasi dan sosialisasi di antara anggota PKBM dengan menekankan manfaat dan dukungan yang akan diberikan oleh individu lain ketika mereka menggunakan aplikasi akuntansi. Temuan ini bisa menjadi dasar untuk mengembangkan strategi komunikasi dan sosialisasi di antara anggota PKBM dengan menekankan peran norma sosial dan dukungan dari individu lain dalam mendorong penggunaan aplikasi akuntansi.

5. Pengaruh *User Attitude* Terhadap *Behavior Interest*

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis kelima (H5), *user attitude* berpengaruh positif terhadap *behavior interest*. Interpretasi hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam sampel yang diteliti memiliki cukup bukti statistik yang kuat untuk mendukung hipotesis 5. Penelitian sebelumnya, seperti Sulistiyarini (2016) dan Deananda et al. (2020) juga mendukung temuan ini dengan menunjukkan hubungan yang positif antara sikap dan minat.

Implikasi utama dari temuan ini adalah pentingnya mempertahankan dan memperkuat sikap positif pengguna terhadap penggunaan aplikasi akuntansi. Strategi komunikasi dan pelatihan dapat difokuskan untuk meningkatkan persepsi positif pengguna tentang manfaat aplikasi akuntansi. Dengan menjelaskan bagaimana aplikasi akuntansi akan memberikan dampak positif pada kegiatan PKBM, pengguna akan lebih termotivasi untuk mengadopsi teknologi tersebut dalam aktivitas mereka.