

## ABSTRAK

**MISBAH. 2024. “DETERMINAN PENGGUNAAN SI APIK DENGAN MODEL UTAUT 2 PADA UMKM KOTA MAKASSAR” Skripsi. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Syamsuddin dan Idrawahyuni.**

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Trust* dan *Self Afficacy* terhadap *Intention To Use*. Jumlah responden sebanyak 67 pengelola UMKM di Kota Makassar. Data diolah menggunakan aplikasi SPSS Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Hedonic Motivation* (HM) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Intention To Use* (ITU SI APIK), hal ini disebabkan karena minat dalam menggunakan SI APIK tidak didasarkan pada faktor emosional, kebahagiaan atau perasaan senang dalam menggunakan SI APIK. Sedangkan untuk variabel *Social Influence* (SI), variabel *Trust* (T) dan variabel *Self Afficacy* (SA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* SI APIK (ITU SI APIK).

**Kata kunci :** *Social Influence, Hedonic Motivation, Trust, Self Afficacy.*



## **ABSTRACT**

**MISBAH. 2024. "DETERMINANTS OF USE OF SI APIK WITH THE UTAUT 2 MODEL IN SMALL MEDIUM ENTERPRISE (SME) IN MAKASSAR CITY" Thesis. Accounting Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Maakassar. Supervised by Syamsuddin and Idrawahyuni.**

*This type of research is explanatory research using a quantitative approach which aims to determine the influence of Social Influence, Hedonic Motivation, Trust and Self Efficacy on Intention To Use. The number of respondents was 67 Small Medium Enterprise (SME) managers in Makassar City. The research results show that the Hedonic Motivation (HM) variable has a negative and insignificant effect on Intention To Use (ITU SI APIK), this is because interest in using SI APIK is not based on emotional factors, happiness or feelings of pleasure in using SI APIK. Meanwhile, the Social Influence (SI) variable, the Trust (T) variable and the Self Efficacy (SA) variable have a positive and significant effect on the Intention to Use SI APIK (ITU SI APIK).*

**Keywords:** *Social Influence, Hedonic Motivation, Trust, Self Efficacy.*

