

ANALISIS PENGARUH FAKTOR *PERCEIVED USEFULNESS*, *EASE OF USE* DAN SIKAP TERHADAP NIAT PENGGUNAAN SOFTWARE ZAHIR ACCOUNTING

Anindya Prastiwi Setiawati*, Dewi Siti Mahmudah

Universitas Yos Soedarso, Surabaya, Indonesia

*Corresponding Email: anindya.prastiwi@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of perceived usefulness and ease of use on the intention to use Zahir Accounting software for students of the Faculty of Economics, University of Yos Soedarso. This study used a purposive sampling technique and data analysis techniques using Structural Equation Modeling – Statistical Program for Social Science (SEM-SPSS). This study used data collection techniques using questionnaires distributed to students who use Zahir Accounting software at the Faculty of Economics, University of Yos Soedarso with a sample size of 35 students. The results of this study prove that perceived usefulness and convenience have a positive and significant effect on usability intentions.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Intention of Use*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, dan sikap terhadap niat penggunaan software zahir accounting bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yos Soedarso. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel Total Sampling dan teknik analisis data menggunakan Structural Equation Modeling – Statistical Program for Social Science (SEM-SPSS). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada mahasiswa pengguna software zahir accounting di Fakultas Ekonomi Universitas Yos Soedarso dengan jumlah sampel sebanyak 95 mahasiswa. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa persepsi manfaat, kemudahan, dan sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat kegunaan.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Kemudahan, Sikap, Niat Penggunaan

PENDAHULUAN Latar Belakang

Software zahir accounting sangat banyak digunakan di perusahaan jasa, dagang maupun manufaktur. Maka dari itu, urgensi pada penelitian ini adalah menciptakan mahasiswa yang siap untuk bekerja dan mengerti serta memahami software akuntansi khususnya software zahir accounting. Dimana lembaga bisa menyediakan pelatihan serta sertifikasi bagi mahasiswa agar mahasiswa ketika sudah lulus dan mendapatkan pekerjaan di perusahaan sudah paham dan sudah fasih dalam menggunakan software zahir accounting dalam membuat dan menyusun laporan keuangan. Selain itu, pentingnya penelitian ini juga dapat menjadi motivasi bagi universitas yang belum menggunakan zahir dalam praktikum akutansinya. Karena zahir banyak digunakan dalam membuat dan menyusun laporan keuangan dalam perusahaan baik perusahaan kecil, menengah bahkan perusahaan besar.

Penelitian ini merupakan tindak lanjut dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Aldammagh et al., 2021) dalam menguji predicting mobile banking adoption: an integration of TAM and TPB with trust and perceived risk. Perbedaan dari penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian. Pada penelitian (Aldammagh et al., 2021) objek penelitiannya merupakan nasabah atau pengguna yang menggunakan mobile banking disektor perbankan yang teletak di negara Palestina, sedangkan objek yang diteliti pada penelitian yaitu mahasiswa yang menggunakan software zahir accounting di Fakultas Ekonomi Universitas Yos Soedarso. Keterbaruan pada penelitian ini menggunakan

software zahir accounting dan meluaskan dimensi penelitian. Peneliti tertarik untuk menjadikan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yos Soedarso sebagai objek penelitian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh dari persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dalam menggunakan software zahir accounting. Peneliti tertarik dalam mengetahui persepsi dari masing-masing pengguna software zahir accounting. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti menentukan judul penelitian sebagai berikut: "ANALISIS PENGARUH FAKTOR *PERCEIVED USEFULLNESS*, *EASE OF USE* DAN SIKAP TERHADAP NIAT PENGGUNAAN SOFTWARE ZAHIR ACCOUNTING".

Kajian Pustaka dan Rumusan Masalah

1. Kajian Pustaka

a. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi Manfaat merupakan suatu dampak kepercayaan pada seseorang atau pengguna yang menyatakan bahwa penggunaan dari sebuah sistem atau suatu teknologi, sehingga dapat menemukan suatu peningkatan dari kinerja serta dapat digunakan dalam hal yang menguntungkan. Persepsi manfaat juga dapat diartikan sebagai tingkat suatu individu dapat percaya bahwa dalam menggunakan sistem tertentu dapat memberikan suatu peningkatan dalam efisiensi serta efektivitas dalam kehidupan sehari-hari (Esthiningrum & Shinta P, 2019). Dalam menggunakan manfaat yang berkaitan dengan teknologi informasi dapat diharapkan dapat membantu suatu pengguna dalam memenuhi tanggungjawab serta tugasnya dengan baik. Kemanfaatan yang dirasakan dapat mempengaruhi dalam seseorang individu dapat tertarik dalam menggunakan sebuah sistem. Dengan berkembangnya kemajuan teknologi, masyarakat akan semakin membutuhkan software zahir accounting dalam menjalankan tugasnya.

b. Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Dalam persepsi kemudahan disini merupakan sejauh mana seseorang akan mempercayai dalam menggunakan suatu teknologi informasi maka seseorang akan terbebas dari suatu usaha. Dengan kata lain apabila seseorang percaya bahwa dalam sistem informasi tersebut mudah digunakan maka akan banyak seseorang yang menggunakannya, begitupun sebaliknya (Debbie, 2019). Dalam persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai suatu tingkat kompetensi pengguna terhadap sesuatu usaha yang harus melakukan perkembangan dengan menggunakan sistem. Menurut Davis aspek yang digunakan dalam Persepsi Kemudahan penggunaan adalah sebagai berikut :

1. Easy to learn
2. Easy to understand
3. Easy to use

c. Sikap (*Attitude*)

Sikap merupakan suatu perasaan atau ungkapan yang dimiliki setiap individu terhadap suatu objek yang berkaitan dengan kesukaan atau tidaknya suatu individu pada suatu objek tersebut (I' tishom et al., 2020). Pada saat seseorang mempunyai perasaan atau sikap suka yang lebih tinggi dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi, mereka cenderung akan mempunyai niat yang lebih tinggi dalam melakukannya. Sikap pada suatu kegunaan akan mengacu pada suatu penilaian pengguna terhadap sesuatu keinginan atau suatu kesukaan dalam menggunakan sistem ataupun aplikasi.

d. Niat Penggunaan (*Intention of Use*)

Menurut Jogiyanto (2009) dalam penelitian Rajendra Prasada Bangkara dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2016:2411) menjelaskan bahwa Niat didefinisikan sebagai keinginan untuk

melakukan perilaku. Menurut Nursiah (2017:43) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa Niat penggunaan (intention of use) adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu atau kecenderungan seseorang untuk tetap menggunakan sistem khusus tertentu. Sedangkan menurut Muhibbin Syah (2010) dalam Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud (2015:443) Niat (intention) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Berdasarkan beberapa definisi mengenai Niat penggunaan diatas dapat disimpulkan bahwa Niat penggunaan adalah suatu keadaan dalam diri seseorang yang memiliki keinginan besar untuk melakukan perilaku yang diinginkan.

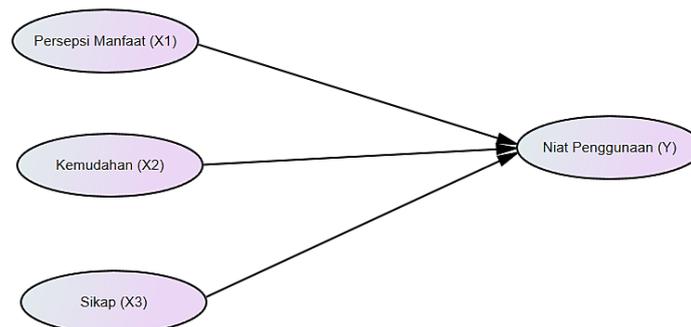
2. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Niat Penggunaan Software zahir accounting ?
2. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap Niat Penggunaan Software zahir accounting ?
3. Apakah Sikap berpengaruh signifikan terhadap Niat Penggunaan Software zahir accounting ?

3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual disini bertujuan untuk membantu dalam suatu analisis permasalahan yang akan diselesaikan. Kerangka konseptual dalam penelitian ini akan digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada kerangka konseptual, maka hipotesis-hipotesis penelitian yang diajukan sebagai berikut:

- H1 : Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan software zahir accounting.
- H2 : Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan software zahir accounting.
- H3 : Sikap Pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat penggunaan software zahir accounting.

Metode

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan lapangan yang bersifat kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif sebagai suatu proses yang berkaitan dengan pengetahuan menggunakan data yang berupa angka (Sitinjak, 2019). Pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Analisis Faktor Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Sikap Terhadap Niat Penggunaan Dalam Menggunakan Software zahir accounting (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yos Soedarso).

Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Niat Penggunaan Software Zahir Accounting

Persepsi manfaat terhadap niat penggunaan software akuntansi mempunyai nilai t-statistik sebesar 4,806 dan P-value sebesar 0,000. Dimana mempunyai arti bahwa t- statistik lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05. Dari hasil pengujian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pantow et al, (2020), Aldammagh et al, (2021) dan penelitian Ambarwati, (2019) yang menyatakan bahwa jika software zahir accounting mempunyai manfaat yang sangat tinggi maka niat penggunaannya juga semakin tinggi. Dalam menggunakan software zahir accounting jika manfaatnya lebih banyak maka mahasiswa lebih memilih menggunakan software zahir accounting dibandingkan software akuntansi lainnya. Sehingga jika manfaat suatu software zahir accounting tinggi maka niat dalam menggunakannya semakin tinggi.

2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan Software zahir accounting

Pada persepsi kemudahan terhadap niat penggunaan software Zahir accounting mempunyai nilai t-statistik sebesar 3,968 dan P-value sebesar 0,000. Dimana mempunyai arti bahwa t-statistik lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05. Dimana mempunyai arti bahwa adanya pengaruh positif terhadap niat penggunaan. Dari hasil pengujian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pantow et al, (2020), Rahmatika & Fajar, (2019), Ambarwati, (2019) dan penelitian Rahmawati & Yuliana, (2020) yang menyatakan bahwa jika software zahir accounting mempunyai kemudahan yang sangat tinggi maka niat penggunaan juga semakin tinggi. Dalam menggunakan software zahir accounting jika memudahkan lebih banyak maka mahasiswa lebih memilih menggunakan software zahir accounting dibandingkan software akuntansi lainnya.

3. Pengaruh Sikap Terhadap Niat Penggunaan Software zahir accounting

Variabel sikap mempunyai nilai sebesar 2,959 untuk nilai t-statistic serta nilai p-value sebesar 0,004. Dari hasil pengujian adanya syarat yang tidak dipenuhi dimana t-statistik lebih kecil dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, maka pada H3 dinyatakan Diterima. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh sikap terhadap niat penggunaan pada mahasiswa pengguna software zahir accounting di Fakultas Ekonomi Universitas Yos Soedarso.

Kesimpulan

1. Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan aplikasi software zahir bagi mahasiswa pengguna software zahir accounting di Fakultas Ekonomi Universitas Yos Soedarso. Mahasiswa percaya bahwa dalam menggunakan software zahir accounting dapat memberikan manfaat dalam mengerjakan tugas agar lebih efektif dan efisien.

2. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan software zahir accounting mahasiswa pengguna software zahir accounting di Fakultas Ekonomi Universitas Yos Soedarso. Mahasiswa percaya bahwa dalam menggunakan software zahir accounting fitur layanan software serta aplikasi tersebut mudah untuk digunakan dan dipahami sehingga dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya.

3. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan dalam menggunakan software zahir accounting. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Yos Soedarso menyatakan bahwa sikap seseorang dapat menjamin menggunakan software zahir accounting.

Daftar Pustaka

1. Akbar, F. S., & Hidajat, R. S. (2020). Minat mahasiswa akuntansi menggunakan software accounting sebagai implementasi keunggulan teknologi informasi dan komunikasi. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen*, 3(2), 50–62
2. Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota

- Palembang. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang, 11(1), 120–131.
3. Esthiningrum, A., & Shinta P, S. (2019). Pendekatan Theory Reasoned Action (Tra) dan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Minat Transaksi Menggunakan E-Money. Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0, 6(2), 163–172.
 4. Itishom, M. F., Martini, S., & Novandari, W. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi, 22(4), 514–532.
 5. Imtihanah, A. N. (2022). Analisis Faktor Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Masyarakat Non Muslim pada Halal Food di Kota Metro. AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 17(1), 66–73.
 6. Natalie, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Resiko pada Pemabayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). Prosiding: Ekonomi dan Bisnis, 1(1), 830–838.
 7. Setiawati, A. P. (2022). Impact of E-Learning Quality on Student Satisfaction During Covid-19 and Continuing Intentions to Use E-Learning Post Covid-19. In International Conference On Economics Business Management And Accounting (ICOEMA) (Vol. 1, pp. 422-436).
 8. Widanengsih, E. (2021). Penerapan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model Untuk Mengukur Perilaku Pengguna Aplikasi Akuntansi Pada Usaha Kecil dan Menengah. Journal of Industrial Engineering & Management Research, 2(3), 146–160.
 9. Zufiyardi, Z., Yusmaniarti, Y., Fratnesi, F., & Ibrahim, A. (2022). Mengukur Niat Penggunaan Aplikasi Akuntansi Dengan Pendekatan Theory Technology Acceptance Model (TAM). Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Teknologi Informasi Akuntansi, 2(2), 341–369.
 10. Wijayanto, A. (2019). Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Pasta Gigi Pepsodent PT. Unilever Indonesia, TBK. Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 4(1), 83-94.
 11. Rumpoko, H., & Sidik, A. R. (2019). Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Komitmen Karyawan Pada PT. Insan Krida Utama. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 1(1), 29-33.
 12. Alamsyah, E. B., & Rochmatulaili, E. (2019). PELUANG BISNIS KATERING PADA WISATA RELIGI WALI 5. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 1(2), 10-14.
 13. Jamianto, J. (2019). Pelatihan Self Efficacy Dan Dampaknya Terhadap N-ACH Pada Atlit Di Unit Kegiatan Mahasiswa Silat Perisai Diri. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 1(1), 7-11.
 14. Iradawati, S. N. (2019). PENGARUH LOKASI, FASILITAS GEDUNG DAN SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS TENANT PADA PT. WAHANA OPTIMA PERMAI SURABAYA. JURNAL EKSEKUTIF, 16(2), 355-378.
 15. Suyanto, S. (2019). PELATIHAN ADVERSITY QUOTIENT DAN UPAYA MENDONGKRAG AKTIVITAS “NONGKRONG” SEBAGAI KEBERHASILAN PEDAGANG WARUNG KOPI DI KAWASAN SENTRA KULINER. Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 4(1), 16-25.
 16. Suyanto, S. (2019). EFFECT OF TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP AND JOB SATISFACTION OF ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT (Study of Employee Dr. Soetomo University Surabaya). Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 1(1), 1-6.
 17. Winarni, E., & Jamianto, N. (2019). PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JASA PADA VILLA XYZ MALANG. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 1(1), 12-19.
 18. Wijayanto, A., & Armadani, S. P. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PERUMAHAN TIPE CLUSTER DI KOTA SIDOARJO. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 2(2), 66-72.

19. Rumpoko, H., & Larasati, K. P. (2020). Hubungan Brand Equity Terhadap Keputusan Membeli Produk Pada Mahasiswa Universitas Yos Soedarso (Uniyos). *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 2(1), 48-54.
20. Budiyanto, E., & Indriyani, N. D. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Pada Toko Roti di Surabaya. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 2(3), 56-62.
21. Alamsyah, E. B. (2020). Smart Power Dalam Pemasaran Relasional. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 2(1), 10-18.
22. Prasetyo, D. W., & Alamsyah, E. B. (2020). ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN USAHA RUMAH MAKAN MBOK SEMAH MEGALUH “JOMBANG”. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 2(3), 17-24.
23. Airlangga, I. B., & Mardiana, U. (2020). PENGARUH MOTIVASI INVESTASI DAN PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL PADA MAHASISWA FE UNIYOS. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 2(3), 70-77.
24. Iradawati, S. N., & Romadhana, W. N. D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP (Studi Pada Tamu Hotel Hasanah Jaya di Surabaya). *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 2(1), 42-47.
25. Suyanto, S., & Sari, T. Y. K. (2020). PENGARUH PELAYANAN DAN PROSEDUR PERBANKAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGAMBIL PINJAMAN PADA BPR NAGA MULYA DI SURABAYA. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 2(1), 55-60.
26. Winarni, E., & Alfian, M. S. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Frekuensi Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Pantai Kenjeran Lama Surabaya. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 2(2), 59-65.
27. Haninda, R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Tenant Di Mall Ciputra World Surabaya. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 2(1), 1-9.
28. Budiyanto, A. P. S., & Rusdiyanto, W. H. (2021). The Capital Adequacy Ratio And The Loan To Deposit Ratio Influence On The Price Of Banking Companies: Evidence From Indonesia. *Multicultural Education*, 7(6).
29. Wijayanto, A., Winarni, E., & Mahmudah, D. S. (2021). Pengaruh Penerapan Akuntansi Lingkungan. *Yos Soedarso Economics Journal*, 3(1), 99-136.
30. Rumpoko, H., & Darory, I. (2021). Eksistensi Lembaga Keuangan Mikro dan Implikasinya Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada LKM Citra Abadi Desa Sidojukung Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik). *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(2), 19-30.
31. Prabowo, B., Rochmatulaili, E., Alamsyah, E. B., & Iradawaty, S. N. (2021). CORPORATE LIQUIDITY IS INFLUENCED BY THE COMPANY'S FINANCIAL PERFORMANCE: EVIDENCE FROM INDONESIA. *NVEO-NATURAL VOLATILES & ESSENTIAL OILS Journal* | NVEO, 9786-9797.
32. Alamsyah, E. B., & Arinsa, Y. C. (2021). PENGARUH INFLASI TERHADAP KESTABILAN DAN EKSISTENSI USAHA EKONOMI MIKRO. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(1), 53-74.
33. Sutrisno, S., Jamianto, J., & Andreanto, B. (2021). Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Modern. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(1), 137-149.
34. Iradawaty, S. N., & Airlangga, I. B. (2021). Brand Equity, Brand Image Terhadap Customer Value Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3).
35. Rochmatulaili, E., Suyanto, S., & Rahman, M. A. (2021). PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KEWIRAUSAHAAN UMKM FOOD COURT. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(1), 75-98.
36. Haninda, R. N., & Hami, N. (2021). Analisis Permintaan Impor Barang Modal di Indonesia. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(3), 1-19.

37. Indriyani, N. D., & Suryantara, M. L. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Kreativitas Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Yos Soedarso Tahun 2019–2020. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(3), 20-39.
38. Airlangga, I. B., & Reynaldy, S. (2021). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Hasil Penjualan Sepeda Motor Pada Dealer Tunas Dwipa Matra Mojokerto. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(3), 40-50.
39. Winarni, E., & Mahsun, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Sidoarjo. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(3), 51-66.
40. Haninda, R. N., Indriyani, N. D., & Qurratu'ain, I. M. (2022). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN KEDAI WARUNG KOPI 777 SURABAYA. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(1), 1-11.
41. Wijayanto, A. (2022). Analisis Pengaruh Ekspor dan Impor Terhadap Cadangan Devisa Indonesia. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(1), 12-27.
42. Rumpoko, H., & Al Aluf, W. (2022). Analisis Penerapan Prinsip 5C Dalam Keberhasilan Pembiayaan Mikro lb di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sidoarjo Gateway. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(1), 28-38.
43. Alamsyah, E. B., Budiyanto, E., & Mufti, E. S. (2022). Analisis Pengaruh Service Quality dan Product Quality Terhadap Customer Loyalty (Studi Pada Konsumen Es Kristal Merek Elvano di Mojokerto). *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(1), 39-55.
44. Winarni, E., & Mahsun, A. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja Serta Kinerja Karyawan (Pada Batik Benang Raja Surabaya). *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(1), 56-86.
45. Airlangga, I. B., & Mandiri, J. (2022). Pengaruh Trust in Leader dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Pada PT. Agrindo Sawit Mandiri Surabaya. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(2), 1-36.
46. Haninda, R. N., & Hermawan, R. Y. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Karyawan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Area Wilayah Sidoarjo. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(2), 37-58.
47. Wijayanto, A., & SP, R. D. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(2), 59-83.
48. Rumpoko, H., & Dewi, E. C. (2022). Pengaruh Kemampuan (Ability), Kebaikan Hati (Benevolence), Integritas (Integrity) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce di Surabaya). *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(2), 84-106.
49. Winarni, E. (2022). Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Hotel Elmi Surabaya). *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(2), 107-121.
50. Rahman, M. A. (2023). PENGARUH KONFLIK KERJA, STRES KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi Kasus Pada Karyawan Di Universitas Yos Soedarso). *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 5(2), 13-37.