

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui faktor-faktor pengaruh minat penggunaan sistem informasi akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang disebarikan untuk mahasiswa FEB UPN “Veteran” Yogyakarta. Teknik analisis data dalam penelitian ini untuk melakukan suatu pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan program statistik *SPSS 25*.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, *self efficacy*, *perceived ease of use*, dan *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan. Sedangkan *social influence* dan risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Kata Kunci: *Technology Acceptance Model* (TAM), literasi keuangan, *self efficacy*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *social influence*, risiko, dan minat penggunaan.

ABSTRACT

This study aims to determine the factors influencing interest in the use of accounting information systems in investing in the capital market with the Technology Acceptance Model (TAM) on FEB UPN "Veteran" Yogyakarta students. The sampling used in this study used purposive sampling technique. This study uses primary data in the form of questionnaires distributed to FEB UPN "Veteran" Yogyakarta students. The data analysis technique in this study to test the hypothesis used multiple linear regression analysis using the SPSS 25 statistical programme.

The results in this study indicate that financial literacy, self efficacy, perceived ease of use, and perceived usefulness affect interest in use. Meanwhile, social influence and risk have no effect on interest in use.

Keywords: *Technology Acceptance Model (TAM), financial literacy, self efficacy, perceived ease of use, perceived usefulness, social influence, risk, and interest in use.*