

SO. 452/H/13



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember



TUGAS AKHIR – TI 091324

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNAAN INTERNET TERHADAP PENINGKATAN
KINERJA UKM MENGGUNAKAN METODE
STRUCTURAL EQUATION MODELLING**

Rizki Masyita Sari
NRP. 2508 100 035

RST
658.3125
Sar
a-1

2012

Dosen Pembimbing
Syarifa Hanoum ST., MT.

Dosen Ko-Pembimbing
Effi Latiffianti ST., M.Sc

Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2012

PERPUSTAKAAN ITS	
Tgl. Terima	7-8-2012
Terima Dari	H
No Agenda Prp	-



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

FINAL PROJECT – TI 091324

***FACTOR ANALYSIS OF INTERNET ADOPTION
TOWARDS SMALL MEDIUM ENTEPRISE
PERFORMANCE IMPROVEMENT USING
STRUCTURAL EQUATION MODELLING***

**Rizki Masyita Sari
NRP. 2508 100 035**

**Supervisor
Syarifa Hanoum ST., MT.**

**Co-Supervisor
Effi Latiffianti ST., M.Sc**

Department of Industrial Engineering
Faculty of Industrial Technology
Sepuluh Nopember Institute of Technology
Surabaya 2012

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNAAN INTERNET TERHADAP PENINGKATAN
KINERJA UKM MENGGUNAKAN METODE
STRUCTURAL EQUATION MODELLING**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
pada
Program Studi S-1 Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya**

**Oleh :
Rizki Masyita Sari
NRP. 2508100035**

Disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir :

Syarifa Hanoum ST., MT. (Pembimbing)

Effi Latiffianti ST., M.Sc (Ko-Pembimbing)

SURABAYA, JULI 2012

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNAAN INTERNET TERHADAP PENINGKATAN
KINERJA UKM MENGGUNAKAN METODE
STRUCTURAL EQUATION MODELLING**

Nama Mahasiswa : Rizki Masyita Sari
NRP : 2508 100 035
Jurusan : Teknik Industri
Dosen Pembimbing : Syarifah Hanoum ST., MT.
Dosen Ko-Pembimbing : Effi Latiffianti ST., M.Sc

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang sangat diperhitungkan di Indonesia karena kontribusinya yang sangat besar bagi perekonomian negara. Namun dibalik kesuksesan UKM ini, terdapat masalah/hambatan yang dihadapi oleh UKM sehingga membuat usaha-usaha tersebut masih belum bisa berkembang secara maksimal. Salah satu kelemahan dari UKM adalah terbatasnya kapabilitas dan agresifitas dari pemilik maupun pekerja UKM dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan bisnis mereka, terutama dalam hal penggunaan internet. Melalui internet, UKM seharusnya dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan, dan efisiensi pertukaran informasi dalam skala besar. Hal inilah yang mendorong penulis melakukan penelitian mengenai penggunaan internet di UKM.

Penelitian ini dimulai dengan penyebaran kuisioner, pengolahan statistik deskriptif, serta melakukan pengujian mengenai pengaruh *motivation*, *competitive*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *self efficacy*, dan *computer/internet anxiety* terhadap penggunaan internet di UKM, serta pengaruh penggunaan internet di UKM terhadap peningkatan kinerja UKM menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *motivation from* CEO memiliki pengaruh positif sebesar 0,62 dan signifikan

terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel *competitive* memiliki pengaruh positif sebesar 0,72 dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif sebesar 0,21 dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel *self efficacy* memiliki pengaruh positif sebesar 0,26 dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel *computer/internet anxiety* memiliki pengaruh negatif sebesar - 0,6 dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel penggunaan internet di UKM memiliki pengaruh positif sebesar 0,78 terhadap peningkatan kinerja UKM.

Kata Kunci : Usaha Kecil Menengah (UKM); *Structural Equation Modelling* (SEM); Penggunaan Internet; Peningkatan Kinerja

**FACTOR ANALYSIS OF INTERNET ADOPTION TOWARDS
SMALL MEDIUM ENTEPRISE PERFORMANCE
IMPROVEMENT USING STRUCTURAL EQUATION
MODELLING**

Name : Rizki Masyita Sari
NRP : 2508100035
Department : Industrial Engineering
Supervisor : Syarifa Hanoum ST., MT.
Co-Supervisor : Effi Latiffianti ST., M.Sc

ABSTRACT

Small medium enterprise is one sector of economy that plays important role in Indonesia since it has great contribution in national income. In spite of this economic success fact, there lots constraint that SME need to be faced with the result that make them have not been able to develop in optimal condition. Some weakness in SME company practice is there are several capability limitation and owner or worker that less aggressive in using information technology which might support their business activity, especially in internet adoption. Increasing internet utilization becomes essential key factor to make SME company more competitive in global market. Internet may transform their business process from its speed, accuracy, and efficiency through mass scale information sharing.

Research methodology consist of questioner distribution, statistic descriptive processing, and influence testing of motivation, competitive, perceived usefulness, perceived ease of use, self-efficacy, and computer/internet anxiety with internet utilization in SME company, as well as internet utilization impact with SME company performance improvement using Structural Equation Modelling (SEM) method. As result, it is known that motivation from CEO has positive influences 0.62 point and significant with internet adoption in SME company. Competitive variable has 0.72 point and significant with internet adoption. in SME Company. Perceived usefulness has positive influence 0.21 point and significant with internet adoption in SME Company.

Perceived ease of use has no influence with internet adoption in SME Company. Self-efficacy has positive influences 0.26 point and significant with internet adoption in SME Company. Computer/internet anxiety has negative influences -0.6 point and significant with internet adoption. in SME Company. Internet adoption has positive influences 0.72 point and significant influence SME's performance improvement.

Keyword : Small and Medium Enterprise (SME), Structural Equation Modelling (SEM), Internet Adoption, Performance Improvement.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya.

Laporan tugas akhir ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan studi strata satu dan memperoleh gelar Sarjana Teknik Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari pihak lain. Dalam kesempatan ini penulis ingin memberikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang turut berjasa penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir, yaitu:

1. Allah SWT atas rahmat dan hidayah yang telah diberikan.
2. Ayah Masykur Umar dan Ibu Josita Dewayani atas kasih sayang, doa, dan semangat yang tak pernah henti diberikan kepada penulis.
3. Saudaraku Adik Amelia Kurniasari yang selalu membantu dan mendukung penulis.
4. Ibu Syarifah Hanoum ST., MT., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang tidak kenal lelah memberikan ilmu, waktu, dan nasehatnya kepada penulis. Terima kasih untuk semua dukungan, koreksi dan saran yang telah diberikan.
5. Ibu Effi Latiffianti, ST, M.Sc., selaku ko-pembimbing Tugas Akhir atas segala waktu, ilmu, bimbingan, dukungan, dan motivasi yang sudah diberikan.
6. Bapak John atas segala bantuan, bimbingan, masukan, dan arahan yang telah diberikan kepada penulis.
7. Mas Rifai, Mbak Ayu, dan rekan-rekan LPB Mitra Bersama atas bantuan dan masukan yang telah diberikan kepada penulis.
8. Segenap dosen Teknik Industri ITS atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menuntut ilmu di Jurusan Teknik Industri.

9. Dua sahabat tercinta, Gussitasari Dian Pramana dan Adelia Dian Safitri atas segala keramaian yang ditimbulkan dan kenangan luar biasanya.
10. Genk "SS4", Fildzah Fikrotuzzakiah, Wahyu Rosita Madasari, Belinda Aprilia, Andi Nuruh Fadhillah, dan Isma Nur Sabrina atas segala keceriaan, dukungan, serta motivasi yang selalu diberikan setiap harinya.
11. Sesama mahasiswa bimbingan, Ary Tri Wibowo, Fildzah F. Zakiah, Winda Affiani, terima kasih banyak atas kebersamaan serta bantuan kalian.
12. Keluarga terbaik 08IE atas segala suka duka, pengalaman, dan kenangan yang telah diberikan.
13. Intan Aisyah, pacar park jungsoo (permintaan langsung dari anaknya) atas segala pengalaman, cerita-cerita menarik, serta ilmu hangul yang tak henti-henti diberikan. Yang sabar yah tan, sebentar lagi ditinggal sang pacar ^_^
14. *Special for my 2PM* (TY, WY, JH, CS, NK, JS) dan SJ (esp. KJW), terima kasih telah menjadi *moodbooster* bagi penulis dalam menjalani perjalanan panjang pengerjaan tugas akhir ini.
15. Para pejuang 105 dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis, terima kasih atas semua bimbingan, doa, dan dukungannya.

Penulis menyadari penulisan Tugas Akhir ini tidaklah sempurna. Karena itu segala saran dan masukan yang membangun akan penulis terima dengan lapang dada dan penulis meminta maaf atas kesalahan di dalamnya. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi masyarakat secara umum dan bidang industri secara khusus untuk kedepannya.

Surabaya, Juli 2012

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK INDONESIA.....	i
ABSTRAK INGGRIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penelitian.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Usaha Kecil Menengah.....	7
2.1.1 Karakteristik Usaha Kecil Menengah.....	9
2.2 Internet.....	10
2.2.1 Manfaat Internet.....	11
2.2.2 Analisis Faktor-Faktor Yang Mmpengaruhi Penggunaan Internet.....	12
2.3 Uji Validitas.....	15
2.4 Uji Reliabilitas.....	16
2.5 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	16
2.5.1 Konsep Dasar SEM.....	17
2.5.2 Asumsi Dalam Pendekatan SEM.....	18
2.5.2 Prosedur SEM.....	19
2.6 Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tahap Identifikasi Awal.....	33
3.1.1 Identifikasi Permasalahan.....	33

3.1.2 Perumusan Tujuan dan Manfaat Penelitian	33
3.1.3 Studi Lapangan	33
3.1.4 Studi Literatur	34
3.1.5 Identifikasi Indikator Variabel Penelitian.....	34
3.1.5.1 Variabel <i>Motivation</i>	34
3.1.5.2 Variabel <i>Competitive</i>	35
3.1.5.3 Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	35
3.1.5.4 Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	36
3.1.5.5 Variabel <i>Self Efficacy</i>	36
3.1.5.6 Variabel <i>Computer/Internet Anxiety</i>	37
3.1.5.6 Variabel Penggunaan Internet	38
3.1.5.6 Variabel Peningkatan Kinerja	38
3.1.6 Pembentukan Hipotesis Penelitian	39
3.1.7 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	45
3.2 Tahap Pengumpulan Data.....	45
3.3 Tahap Pengolahan Data.....	45
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	46
3.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.3.3 Uji Normalitas dan Uji Multikolinearitas	46
3.3.4 Pengolahan <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)....	46
3.3.5 Uji Hipotesis Penelitian.....	47
3.4 Tahap Pembahasan	47
3.5 Kesimpulan dan Saran.....	47
 BAB IV. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
4.1 Pengumpulan Data	49
4.1.1 Gambaran Umum LPB Mitra Bersama	49
4.1.1.1 Visi dan Misi LPB Mitra Bersama	50
4.1.1.2 Struktur Organisasi	51
4.1.1.3 Klasifikasi UMKM di LPB Mitra Bersama.....	51
4.1.1.4 Kriteria UMKM di LPB Mitra Bersama.....	52
4.1.2 Penentuan Responden	53
4.1.3 Penyebaran Kuisisioner	54
4.2 Pengolahan Data.....	54
4.2.1 Pengolahan Statistik Deskriptif.....	55

4.2.1.1	Pengolahan Statistik Deskriptif – Profil Responden.....	55
4.2.1.2	Pengolahan Statistik Deskriptif – <i>Motivation from CEO</i>	58
4.2.1.3	Pengolahan Statistik Deskriptif – <i>Competitive</i>	60
4.2.1.4	Pengolahan Statistik Deskriptif – <i>Perceived Usefulness</i>	61
4.2.1.5	Pengolahan Statistik Deskriptif – <i>Perceived Ease of Use</i>	62
4.2.1.6	Pengolahan Statistik Deskriptif – <i>Self Efficacy</i>	53
4.2.1.7	Pengolahan Statistik Deskriptif – <i>Computer/ Internet Anxiety</i>	64
4.2.1.8	Pengolahan Statistik Deskriptif – Penggunaan Internet	66
4.2.1.9	Pengolahan Statistik Deskriptif – Peningkatan Kinerja.....	67
4.2.2	Uji Outlier	69
4.2.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	70
4.2.3.1	Uji Validitas.....	70
4.2.3.2	Uji Reliabilitas	75
4.2.4	Uji Multimormalitas dan Uji Multikolinearitas	76
4.2.4.1	Uji Multinormalitas.....	76
4.2.4.2	Uji Multikolinearitas.....	77
4.2.5	<i>Confirmatory Factor Analysis</i>	77
4.2.4.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Konstruksi Eksogen.....	78
4.2.4.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Konstruksi Endogen	85
4.2.6	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	90

BAB V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	97
5.1.1	Analisis Statistik Deskriptif pada Profil Responden...	97
5.1.2	Analisis Statistik Deskriptif – Variabel <i>Motivation</i>	99
5.1.3	Analisis Statistik Deskriptif – Variabel <i>Competitive</i>	101

5.1.4 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	101
5.1.5 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	103
5.1.6 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel <i>Self Efficacy</i>	104
5.1.7 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel <i>Computer/Internet Anxiety</i>	105
5.1.8 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel Penggunaan Internet	106
5.1.9 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel Peningkatan Kinerja.....	107
5.2 Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	109
5.2.1 Analisis Uji Validitas	109
5.2.1 Analisis Uji Reliabilitas	111
5.3 Analisis Uji Multinormalitas dan Uji Multikolinearitas.....	112
5.2.1 Analisis Uji Multinormalitas	112
5.2.1 Analisis Uji Multikolinearitas	112
5.4 Analisis <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	113
5.4.1 Analisis <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Konstruksi Eksogen.....	113
5.4.2 Analisis <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Konstruksi Endogen	119
5.5 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	121
5.6 Analisis Pengujian Hipotesis	122
5.6.1 Hipotesis 1	122
5.6.2 Hipotesis 2	123
5.6.3 Hipotesis 3	123
5.6.4 Hipotesis 4	123
5.6.5 Hipotesis 5	124
5.6.6 Hipotesis 6	124
5.6.7 Hipotesis 7	125

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	127
6.2 Saran	131
6.2.1 Saran Untuk LPB Mitra Bersama.....	131
6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB).....	2
Tabel 2.1	Karakteristik dan Perbedaan Ukuran Usaha	10
Tabel 2.2	Review Terhadap Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 4.1	Kriteria Usaha Mikro.....	52
Tabel 4.2	Kriteria Usaha Kecil	53
Tabel 4.3	Kriteria Usaha Menengah	53
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Motivation</i>	59
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Competitive</i>	60
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i> ..	61
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> ..	62
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Self Efficacy</i>	63
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Computer / Internet Anxiety</i>	65
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel Penggunaan Internet..	66
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Variabel Peningkatan Kinerja..	67
Tabel 4.12	Nilai Residual Hasil Uji Outlier.....	69
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Motivation</i>	71
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Competitive</i>	71
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Usefulness</i> ..	72
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Ease of Usefulness</i>	72
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Self Efficacy</i>	73
Tabel 4.18	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Computer/Internet Anxiety</i>	73
Tabel 4.19	Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Internet..	74
Tabel 4.20	Hasil Uji Validitas Variabel Peningkatan Kinerja ..	74
Tabel 4.21	Hasil Uji Validitas Reliabilitas Masing-Masing Variabel	75
Tabel 4.22	Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.23	Hasil <i>Godness of Fit</i> Konstruk-Konstruk Eksogen ..	80
Tabel 4.24	Hasil Modifikasi <i>Godness of Fit</i> Konstruk-Konstruk Eksogen	82

Tabel 4.25 Factor Loading Analysis Konstruk Eksogen.....	82
Tabel 4.26 Std Loading dan Measurement Error Konstruk- Konstruk Eksogen	84
Tabel 4.27 Hasil <i>Godness of Fit</i> Konstruk-Konstruk Endogen..	86
Tabel 4.28 Hasil Modifikasi <i>Godness of Fit</i> Konstruk-Konstruk Endogen.....	87
Tabel 4.29 Factor Loading Analysis Konstruk Endogen	88
Tabel 4.30 Std Loading dan Measurement Error Konstruk- Konstruk Endogen	89
Tabel 4.31 Hasil <i>Godness of Fit</i> Full Model Struktural	92
Tabel 4.32 Hasil Modifikasi <i>Godness of Fit</i> Konstruk-Konstruk Endogen.....	94
Tabel 4.34 Factor Loading Analysis Full Model	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Motivation, Experience, Competitive, Technological Resources Terhadap Penggunaan Internet.....	29
Gambar 2.2	Pengaruh Performance <i>Expectancy</i> , <i>Facilitating Condition</i> , <i>Social Influence</i> , <i>Self Efficacy</i> , <i>Anxiety</i> dan <i>Perceived Cost</i> Terhadap Pengadopsian Internet di UKM ..	30
Gambar 2.3	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Ease of Use</i> , <i>Internet Self Efficacy</i> , <i>Computer/Internet Anxiety</i> , dan <i>Personal Innovativeness</i> Terhadap Pengadopsian Internet	32
Gambar 3.1	Indikator Variabel <i>Motivation</i>	34
Gambar 3.2	Indikator Variabel <i>Competitive</i>	35
Gambar 3.3	Indikator Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	36
Gambar 3.4	Indikator Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	36
Gambar 3.5	Indikator Variabel <i>Self Efficacy</i>	37
Gambar 3.6	Indikator Variabel <i>Computer/Internet Anxiety</i>	38
Gambar 3.7	Indikator Variabel Penggunaan Internet	38
Gambar 3.8	Indikator Variabel Peningkatan Kinerja.....	39
Gambar 3.9	Model Kerangka Teoritis	44
Gambar 3.10	Flowchart Penelitian	48
Gambar 4.1	Struktur Organisasi LPB Mitra Bersama	51
Gambar 4.2	Klasifikasi UMKM LPB Mitra Bersama	52
Gambar 4.3	Profil Responden – Usia	55
Gambar 4.4	Profil Responden – Lama Berdirinya Usaha	56
Gambar 4.5	Profil Responden – Bidang Usaha	57
Gambar 4.6	Profil Responden – Lama Menggunakan Internet	58
Gambar 4.7	Plot Pengujian Normal <i>Multivariate</i>	76
Gambar 4.8	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen..	79
Gambar 4.9	Modifikasi Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	81
Gambar 4.10	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	85
Gambar 4.11	Modifikasi Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	87

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, batasan dan asumsi yang digunakan, serta manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini.

1.1 Latar Belakang

Usaha Kecil Menengah atau yang sering disebut dengan UKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian satu negara maupun daerah, begitu pula yang terjadi di Indonesia. UKM memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian bangsa, karena perannya yang sangat strategis dalam pencapaian tujuan-tujuan nasional, seperti pertumbuhan ekonomi, pengurangan kemiskinan, demokratisasi ekonomi, penciptaan lapangan kerja, penguatan *industrial base*, penguatan struktur ekonomi lokal, keseimbangan antar sektor dan subsektor, serta serangkaian sasaran-sasaran sosial dan politik dalam pembangunan nasional.

Peranan UKM yang sangat strategis ini tidaklah berlebihan bila mengingat pertumbuhan jumlah UKM yang cenderung mengalami meningkat setiap tahunnya, hingga pada tahun 2010 prosentase jumlah UKM di Indonesia mencapai 99,99% dari total perusahaan yang ada di Indonesia. Apabila dilihat dari sisi tenaga kerja, diketahui bahwa jumlah tenaga kerja yang bekerja di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah jumlahnya telah mencapai 99.401.775 orang atau sebesar 97,22% dari total angkatan kerja nasional. Kontribusi UKM pun cukup besar dalam perolehan Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Hal ini dapat dilihat dari perolehan PDB non migas, dimana UKM telah mampu menyumbang sebesar 57,83% perolehan PDB negara. Untuk ekspor non migas, nilai kontribusi UKM mencapai angka 15,81%. Berdasarkan bukti yang ada, sudah jelas bahwa

UKM merupakan salah satu katup pengaman bagi perekonomian nasional yang cukup efektif.

Tabel 1.1 Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB)

No	Indikator	Satuan	Tahun 2008		Tahun 2009		Tahun 2010	
			Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)
1.	Unit Usaha (A+B)	(Unit)	51.414.262		52.769.280		53.828.569	
	A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKMK)	(Unit)	51.409.612	99,99%	52.764.603	99,99%	53.823.732	99,99%
	- Usaha Mikro (Um)	(Unit)	50.847.771	98,90%	52.176.795	98,88%	53.207.500	98,85%
	- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	522.124	1,02%	546.675	1,04%	573.601	1,07%
	- Usaha Menengah (UM)	(Unit)	39.717	0,08%	41.133	0,08%	42.631	0,08%
	B. Usaha Besar (UB)	(Unit)	4.650	0,01%	4.677	0,01%	4.838	0,01%
2.	Terang Kasih (A+B)	(Orang)	96.780.483		98.886.003		102.241.486	
	A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKMK)	(Orang)	94.024.278	97,15%	96.211.332	97,30%	99.401.775	97,22%
	- Usaha Mikro (Um)	(Orang)	87.810.366	90,73%	90.012.694	91,03%	93.014.759	90,98%
	- Usaha Kecil (UK)	(Orang)	3.519.843	3,64%	3.521.073	3,50%	3.627.164	3,59%
	- Usaha Menengah (UM)	(Orang)	2.694.069	2,78%	2.667.565	2,71%	2.759.852	2,70%
	B. Usaha Besar (UB)	(Orang)	2.756.205	2,83%	2.674.671	2,70%	2.839.711	2,78%
3.	PDB Non Migas (A+B)	(Rp Miliar)	1.997.938,00		2.089.058,50		2.217.947,00	
	A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKMK)	(Rp Miliar)	1.165.753,20	58,39%	1.212.999,30	58,05%	1.282.571,80	57,83%
	- Usaha Mikro (Um)	(Rp Miliar)	655.703,80	32,82%	682.259,80	32,66%	719.070,20	32,42%
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp Miliar)	217.130,20	10,87%	224.311,00	10,74%	239.111,40	10,78%
	- Usaha Menengah (UM)	(Rp Miliar)	292.919,10	14,66%	306.028,50	14,65%	324.390,20	14,63%
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp Miliar)	832.184,80	41,69%	876.459,20	41,95%	935.375,20	42,17%
4.	PDB Ekspor Non Migas (A+B)	(Rp Miliar)	983.540,40		953.089,50		1.112.719,50	
	A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKMK)	(Rp Miliar)	178.008,30	18,10%	162.254,50	17,02%	175.894,50	15,81%
	- Usaha Mikro (Um)	(Rp Miliar)	16.464,80	1,67%	14.375,30	1,51%	16.687,50	1,50%
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp Miliar)	40.062,50	4,07%	36.899,70	3,87%	38.001,00	3,42%
	- Usaha Menengah (UM)	(Rp Miliar)	121.481,00	12,39%	111.039,60	11,65%	121.206,40	10,89%
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp Miliar)	805.532,10	81,90%	790.835,30	82,98%	936.825,00	84,19%

Namun dibalik kesuksesan UKM ini, ternyata masih saja terdapat banyak hambatan yang dialami UKM, sehingga UKM masih belum mampu membawa Indonesia keluar dari krisis ekonomi yang berkepanjangan. Salah satu kelemahan dari UKM adalah terbatasnya kapabilitas dan agresifitas dari pemilik maupun pekerja UKM dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan bisnis mereka, terutama dalam hal penggunaan internet. Terdapat beberapa faktor yang dapat menghambat penggunaan internet di UKM, diantaranya adalah ketidak sesuaian proses bisnis, keterbatasan pengetahuan dalam hal penggunaan internet, keterbatasan kemampuan managerial dalam penggunaan internet, keterbatasan jumlah komputer dan koneksi internet, kurangnya kepercayaan dan keamanan dalam pemanfaatan internet, serta besarnya biaya pengembangan dan pemeliharaan komputer (OECD, 2004). Penggunaan internet di

era globalisasi ini menjadi sangatlah penting, karena di era yang sudah tanpa batas ini setiap jenis usaha dapat berlomba-lomba untuk bersaing dipasar manapun. Oleh karena itu, UKM diharapkan dapat sesegera mungkin mulai memanfaatkan teknologi internet untuk mendukung aktivitas bisnisnya, terutama dalam hal memperluas jaringan informasi, agar mereka menjadi tak terbatas lagi dan tidak mudah dikalahkan oleh kompetitor mereka.

Menurut Widodo (2010), penggunaan internet sebagai media teknologi informasi dalam menunjang kesuksesan UKM bisa dijabarkan menjadi beberapa poin penting, yaitu untuk keperluan komunikasi, promosi, dan riset. Dalam hal komunikasi, internet dapat digunakan sebagai media komunikasi dengan berbagai pihak, misalnya saja antara pihak UKM dengan *supplier*. Salah satu cara komunikasi antara pihak UKM dan *supplier* ini dapat dengan memanfaatkan *e-mail*. Untuk kebutuhan promosi, internet dapat digunakan sebagai sarana promosi jasa atau produk yang ditawarkan oleh UKM. Sarana promosi melalui internet dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya dengan memanfaatkan website, mailing list, maupun chat. Sedangkan untuk keperluan riset, internet dapat digunakan sebagai media untuk melakukan riset atau perbandingan. UKM sebaiknya sudah mulai memanfaatkan internet agar dapat mengetahui seberapa jauh keunggulan produknya bila dibandingkan produk sejenis yang sudah ada. Dengan riset UKM juga dapat mencari ide-ide baru untuk memperkuat mutu dari produk atau jasa yang mereka hasilkan. Pernyataan diatas secara tidak langsung mengindikasikan bahwa walaupun penggunaan internet bukan satu-satunya cara untuk memperbaiki performansi bisnis, namun penggunaan internet di UKM ternyata dapat memberi efek yang positif terhadap peningkatan kinerja sebuah UKM.

Melihat banyaknya keuntungan yang dapat diperoleh UKM dalam pemanfaatan teknologi internet, maka penelitian ini dilakukan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan internet di UKM, serta mengkaji bagaimana dampak



penggunaan internet terhadap peningkatan kinerja sebuah UKM. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi apakah UKM yang secara intensif menggunakan internet dapat berkembang lebih baik atau tidak. Pengolahan data dalam penelitian ini akan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*). SEM ini akan digunakan untuk menentukan, mengestimasi, dan menguji hubungan antar setiap faktor yang ada.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian tugas akhir ini adalah bagaimana menentukan indikator-indikator dari setiap faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi internet di UKM dan bagaimana pengaruh dari penggunaan internet tersebut terhadap peningkatan kinerja usaha kecil menengah (UKM).

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi indikator-indikator yang dapat mengukur variabel *motivation*, *competitive*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *self efficacy*, *computer/internet anxiety*, penggunaan internet dan peningkatan kinerja.
2. Mengidentifikasi pengaruh *motivation*, *competitive*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *self efficacy*, *computer/internet anxiety* terhadap penggunaan internet di UKM, dan pengaruh penggunaan internet terhadap peningkatan kinerja sebuah UKM.
3. Memberikan rekomendasi untuk meningkatkan penggunaan internet di UKM.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. UKM yang akan diteliti adalah UKM-UKM yang telah menggunakan internet untuk mendukung aktivitas bisnisnya minimal selama 3 bulan.
2. Responden merupakan pemilik maupun pegawai di UKM yang pernah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis usaha mereka.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian tugas akhir ini adalah dapat meningkatkan kesadaran UKM-UKM lainnya untuk mulai menggalakkan penggunaan internet dalam mendukung kegiatan operasional bisnis mereka.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penulisan laporan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang munculnya permasalahan dalam penelitian, perumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang dasar-dasar teori yang mendukung dalam penulisan tugas akhir ini. Dasar-dasar teori inilah yang nantinya akan menjadi pedoman atau kerangka berpikir dalam menentukan tahap-tahap penelitian.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yang dirancang untuk memberikan gambaran mengenai seluruh

kegiatan yang akan dilakukan dalam penulisan laporan tugas akhir ini.

BAB IV. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi tentang pengumpulan seluruh data, yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner. Data-data yang didapatkan dari hasil kuisioner ini akan digunakan untuk memodelkan data menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM).

BAB V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis dari hasil pengambilan data, analisis pengolahan data, serta analisis mengenai hasil yang telah didapat dari pemodelan menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM).

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini, yang mana kesimpulan ini harus dapat menjawab semua tujuan penelitian. Serta memberikan saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka ini akan dijelaskan mengenai kajian pustaka yang mendasari penelitian tugas akhir ini. Tinjauan pustaka juga menjelaskan mengenai literatur penelitian terdahulu yang akan memberikan signifikansi pada penelitian tugas akhir ini.

2.1 Usaha Kecil Menengah (UKM)

Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat didefinisikan dengan berbagai cara yang berbeda. Menurut Hubeis (2009), UKM dapat didefinisikan dengan berbagai cara tergantung pada negara dan aspek-aspek lainnya. Sehingga perlu dilakukan tinjauan yang lebih dalam lagi terhadap definisi-definisi UKM yang ada saat ini agar diperoleh sebuah pengertian yang benar-benar sesuai tentang UKM.

Terdapat berbagai definisi yang berbeda-beda mengenai UKM, baik itu di Indonesia maupun dari negara lain, yaitu:

1. Pengertian UKM di Indonesia

Menurut Hubeis (2009), di Indonesia terdapat beberapa definisi mengenai UKM yang berbeda-beda, diantaranya adalah:

- a. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS): UKM adalah perusahaan atau industri dengan pekerja antara 5-19 orang.
- b. Menurut Bank Indonesia (BI): UKM adalah perusahaan atau industri dengan karakteristik berupa:
(a) modalnya kurang dari Rp. 20 juta; (b) untuk satu putaran dari usahanya hanya membutuhkan dana Rp. 5 juta; (c) memiliki aset maksimum Rp. 600 juta di luar tanah dan bangunan; dan (d) omzet tahunan \leq Rp. 1 miliar.
- c. Menurut Departemen (sekarang Kantor Menteri Negara) Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UU



No. 9 Tahun 1995): UKM adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional, dengan kekayaan bersih Rp. 50 juta – Rp. 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dan omzet tahunan \leq Rp. 1 miliar; dalam UU UMKM / 2008 dengan kekayaan bersih Rp. 50 juta – Rp. 500 juta dan penjualan bersih tahunan Rp. 300 juta – Rp. 2,5 miliar.

- d. Berdasarkan Kepres No. 16 / 1994: UKM adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp. 400 juta.
- e. Menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan:
 - 1) Perusahaan memiliki aset maksimal Rp 600 juta di luar tanah dan bangunan (Departemen Perindustrian sebelum digabung).
 - 2) Perusahaan memiliki modal kerja di bawah Rp 25 juta (Departemen Perdagangan sebelum digabung)
- f. Menurut Departemen Keuangan: UKM adalah perusahaan yang memiliki omset maksimal Rp. 600 juta per tahun dan atau aset maksimum Rp. 600 juta di luar tanah dan bangunan.
- g. Menurut Departemen Kesehatan: UKM adalah perusahaan yang memiliki penandaan standar mutu berupa Sertifikat Penyuluhan (SP), Merk Dalam Negeri (MD) dan Merk Luar Negeri (ML).

2. Pengertian UKM di negara lain

Menurut Hubeis (2009), dinegara lain atau instanti tingkat dunia juga memiliki beberapa definisi mengenai UKM yang berbeda-beda, diantaranya adalah:

- a. Menurut *World Bank* : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja \pm 30 orang, pendapatan per tahun US\$ 3 juta dan jumlah aset tidak melebihi US\$ 3 juta.

- b. Di Amerika: UKM adalah industri yang tidak dominan di sektornya dan mempunyai pekerja kurang dari 500 orang.
- c. Di Eropa: UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja 10-40 orang dan pendapatan per tahun 1-2 juta Euro, atau jika kurang dari 10 orang, dikategorikan usaha rumah tangga.
- d. Di Jepang: UKM adalah industri yang bergerak di bidang manufakturing dan retail/ *service* dengan jumlah tenaga kerja 54-300 orang dan modal ¥ 50 juta – ¥ 300 juta.
- e. Di Korea Selatan : UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja ≤ 300 orang dan aset \leq US\$ 60 juta.
- f. Di beberapa negara Asia Tenggara: UKM adalah usaha dengan jumlah tenaga kerja sekitar 10-15 orang (Thailand), atau 5-10 orang (Malaysia), atau 10-99 orang (Singapura), dengan modal \pm US\$ 6 juta.

2.1.1 Karakteristik Usaha Kecil Menengah

Pada dasarnya usaha kecil menengah ini dibagi menjadi dua, yaitu usaha kecil menengah penghasil barang dan usaha kecil menengah penghasil jasa. Beberapa pendapat tentang karakteristik umum UKM, antara lain:

- a. Menurut Megginsion dan Byrd (2000), karakteristik usaha kecil menengah yaitu:
 - Manajemen mempunyai kebebasan dan pada umumnya pemilik bertindak sebagai manager dari usaha itu.
 - Dananya berasal dari dana pribadi
 - Lokasi perusahaannya lokal, bahkan pasarnya hanya pasar lokal.
- b. Menurut Buzzard (1987), karakteristik serta perbedaan ukuran usaha dari UKM dapat dilihat pada tabel 2.1 dibawah ini

Tabel 2.1 Karakteristik dan Perbedaan Ukuran Usaha

	Kecil	Kecil - Menengah	Menengah
Jumlah Pekerja	5 sampai 9	10 sampai 29	30 sampai 49
Tempat Usaha	Toko disebelah atau dekat rumah	Terpisah dari rumah	Lokasi terpisah dengan gedung yang lebih baik
Proses Produksi	Sederhana, sedikit maju, banyak tahapan	Lebih maju beberapa tahapan	Proses produksi rumit, kemungkinan lebih banyak, modal insentif
Sistem Keuangan	Sistem dasar akuntansi	Sistem akuntansi dan slip gaji, sistem personalia tersedia	Sistem akuntansi dan keuangan terjaga, terencana, dan laporan manajemen juga terbukti
Pasar	Pasar setempat dengan beberapa perluasan	Pasar setempat dan tingkat nasional, adanya persaingan, kebutuhan bahan baku dan persediaan besar	Pasar wilayah dan nasional, bila mungkin ekspor

2.2 Internet

Internet merupakan kepanjangan dari *Interconnection Networking*. Menurut Jill. H. Ellsworth dan Matthew. V. Ellsworth (1997):

“Internet is a large interconnected network of network computer linking people and computer all over the world, via phone line, satellites, and other telecommunication systems”.

Yang artinya adalah internet merupakan jaringan besar yang saling berhubungan dari jaringan-jaringan komputer yang

dapat menghubungkan orang-orang dan komputer-komputer diseluruh dunia, melalui telepon, satelit, dan sistem-sistem komunikasi yang lain. Internet dibentuk oleh jutaan komputer yang terhubung bersama dari seluruh dunia, memberi jalan bagi informasi untuk dapat dikirim dan dinikmati bersama. Semua komputer yang terhubung ke internet melakukan pertukaran informasi melalui protokol yang sama yaitu dengan cara TCP/IP (*Transmission Control Protocol / Internet Protocol*) (Shahab, 2000).

2.2.1 Manfaat Internet

Banyak sekali kegunaan yang menguntungkan yang didapatkan dari internet dalam semua bidang seperti bisnis, akademis (pendidikan), pemerintahan, organisasi, dan lain sebagainya. Berikut ini beberapa manfaat dari penggunaan internet, diantaranya adalah untuk komunikasi interaktif, akses ke pakar, akses ke perpustakaan, membantu penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan, serta untuk pertukaran data.

Disamping manfaat UKM yang secara umum diatas, terdapat beberapa manfaat khusus yang bisa diperoleh dari pemanfaatan internet di UKM, diantaranya adalah:

a. Komunikasi

Internet dapat digunakan sebagai media komunikasi dengan berbagai pihak, salah satunya adalah dengan supplier. Pemilik UKM dapat dengan mudah menggunakan bantuan e-mail untuk berkomunikasi dengan supplier.

b. Promosi

Internet dapat digunakan sebagai sarana promosi jasa atau produk yang ditawarkan oleh UKM. Terdapat beberapa macam fasilitas dalam internet yang dapat digunakan sebagai sarana promosi, yaitu:

- *Webstite*

UKM dapat membuat website bagi jasa atau produk yang dijual dan memasukan website tersebut kedalam *search engine*. *Search Engine Optimization*

(SEO) berguna untuk mensosialisasikan website UKM tersebut di mesin pencarian. Hampir semua pengguna internet mencari produk menggunakan mesin pencari seperti Google.com, Yahoo.com, dan Bing.com. Untuk itu sebaiknya website-website yang telah dikembangkan bisa terindeks di mesin pencarian minimal halaman pertama. Karena website dengan desain sebagus apapun dan produk yang menarik tetap saja tidak ada gunanya jika tidak ada pengunjung. Untuk itu SEO sangatlah penting dalam mengembangkan website UKM.

- *Mailing List*

UKM dapat mengirimkan promosi jasa atau produk dalam bentuk e-mail ke mailing list yang relevan dengan jasa atau produk yang ditawarkan.

- *Chat*

UKM dapat juga menggunakan sarana *chatting* untuk menawarkan produk atau jasa. Chat yang dimaksudkan adalah dalam bentuk *chat room*, bukan *private chat*.

c. Riset

Fungsi lain dari internet yang tidak kalah pentingnya adalah untuk melakukan riset atau perbandingan. UKM harus dapat memanfaatkan internet untuk keperluan riset agar bisa mengetahui seberapa jauh keunggulan produknya dibandingkan produk sejenis lain yang sudah ada. Fungsi riset disini juga bisa digunakan untuk mencari formula baru untuk memperkuat mutu dari produk atau jasa. Selain itu riset juga dapat digunakan untuk mengetahui apa yang sedang dikerjakan oleh kompetitor dengan produk yang sejenis.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Internet

Melihat begitu banyaknya manfaat yang dapat diperoleh UKM apabila menerapkan teknologi internet, maka perlu

diketahui pula faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi sebuah UKM untuk menggunakan teknologi internet dalam mendukung aktivitas bisnisnya. Faktor yang mempengaruhi sebuah UKM dalam menggunakan internet dapat berupa faktor internal UKM, faktor eksternal UKM, maupun faktor pengalaman pengguna. Faktor-faktor inilah yang nantinya akan memberikan pengaruh, baik itu pengaruh positif maupun pengaruh negatif dalam penggunaan internet di UKM. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan internet di suatu usaha, antara lain:

- **Motivation from CEO**

Southern & Tilley (2000) menyatakan bahwa peran seorang CEO atau seorang pemilik usaha sangat besar sekali dalam mempengaruhi bawahannya untuk menggunakan internet untuk mendukung aktivitas bisnisnya. Seorang CEO dapat memberikan motivasi kepada bawahannya untuk memulai menggunakan internet, memberikan pengertian akan manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan internet, serta selalu memberikan support dalam penggunaan internet. Motivasi-motivasi yang diberikan oleh CEO atau pemilik usaha ini sangat penting untuk dilakukan secara kontinyu agar seluruh pekerja di usaha tersebut dapat terus menggunakan internet dalam menjalankan aktivitas bisnis.

- **Competitive**

Faktor kompetitif ini merupakan pengaruh dari sektor dimana usaha ini berkompetisi (bisa juga disebut faktor eksternal). Menurut Mehrrens *et al.* (2001), faktor kompetitif ini dapat berupa pengaruh dari konsumen, pengaruh dari supplier, maupun pengaruh dari kompetitor. Faktor ini dinilai cukup mempengaruhi penggunaan internet di sebuah usaha, karena dengan adanya pengaruh dari konsumen, supplier, maupun kompetitor maka sebuah usaha kecil akan semakin



merasa terpacu dalam menggunakan internet secara lebih intensif lagi.

- **Perceived of Usefulness**

Menurut Davis (1989), manfaat (*perceived of usefulness*) merupakan suatu penentu yang kuat terhadap penerimaan penggunaan suatu sistem informasi, adopsi, dan perilaku para pengguna, karena manfaat ini merupakan suatu tingkatan dimana seorang percaya bahwa penggunaan suatu objek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Setiap individu akan bersikap positif terhadap kehadiran teknologi internet, jika mereka merasakan manfaat (*perceived of usefulness*) teknologi internet dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas mereka. Semakin tinggi *perceived of usefulness*, maka akan semakin tinggi pula kesediaan seseorang dalam menggunakan teknologi internet.

- **Perceived Ease of Use**

Perceived ease of use merupakan suatu tingkatan atau keadaan dimana seseorang individu yakin bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari kesukaran (Davis, 1989). Faktor ini sangatlah penting dalam mempengaruhi penggunaan internet, karena apabila seseorang merasakan kemudahan dalam penggunaannya maka individu tersebut cenderung untuk terus menggunakan teknologi tersebut.

- **Self Efficacy**

Kepercayaan diri berinternet (*internet self efficacy*) didefinisikan sebagai penilaian kemampuan seseorang dalam menggunakan teknologi internet. Faktor *self efficacy* ini sangat penting untuk diperhatikan karena penggunaan internet seorang individu sangat dipengaruhi

oleh kepercayaan diri mereka dalam menggunakan internet. Internet sebagai salah satu bentuk sistem informasi yang terbuka, juga memiliki suatu tingkat yang membutuhkan kemahiran untuk menjalankannya dengan efektif dan efisien. Sebagai contoh, ketika menyusun kata-kata kunci untuk search engine, keberanian mencoba-coba, ataupun ketika berhadapan dengan tugas yang menuntut penyelesaian dengan pencarian informasi di Internet tapi tanpa petunjuk pelaksanaannya (Nugroho *et al.*, 2004).

- **Computer/Internet Anxiety**

Computer/internet anxiety merupakan sebuah kecenderungan seseorang menjadi susah, khawatir, cemas, atau ketakutan mengenai penggunaan komputer di masa sekarang dan di masa yang akan datang (Igbaria dan Parasuraman, 1989). Indikasi *computer/internet anxiety* menurut Wijaya (2005) berupa takut membuat kesalahan, suka atau tidak suka mempelajari penggunaan komputer serta internet, merasa bodoh, merasa diperhatikan orang lain saat membuat kesalahan, merasa merugikan kerja, serta merasa bingung secara total. Semakin cemas individu terhadap teknologi komputer maupun internet maka akan mengakibatkan penghindaran atau penolakan individu dalam mempelajari maupun menggunakan komputer. Dengan demikian semakin tinggi *computer/internet anxiety* mempunyai pengaruh negatif terhadap penggunaan internet.

2.3 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan menggunakan uji validitas ini, kita dapat mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner akan dikatakan valid jika pernyataan pada kuisisioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner

tersebut. Dalam uji validitas ini, sebuah pernyataan dikatakan valid jika mempunyai korelasi yang signifikan, yaitu mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,05 (5%) atau kurang (Ghozali, 2009). Manfaat utama dari uji validitas ini adalah agar data yang diperoleh bisa relevan/sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut.

2.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat diandalkan atau dapat dipercaya, sehingga jawaban seseorang terhadap pernyataan akan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2009). Uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach Alpha (α). Apabila nilai α lebih besar dari 0,06 maka dapat ditafsirkan bahwa suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih, dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut dapat diandalkan (Ghozali, 2009).

2.5 Structural Equation Modelling (SEM)

Structural Equation Modelling (SEM) merupakan suatu teknik statistik yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, konstruk laten yang satu dengan lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung. SEM adalah sebuah evolusi dari model persamaan berganda (regresi) yang dikembangkan dari prinsip ekonometri dan digabungkan dengan prinsip pengaturan (analisis faktor) dari psikologi dan sosiologi (Hair *et al.*, 1995).

Terdapat beberapa kelebihan yang didapatkan bila menggunakan metode SEM, diantaranya adalah:

1. SEM mempunyai kemampuan untuk mengestimasi hubungan antara variabel yang bersifat *multiple relationship*. Hubungan ini dibentuk dalam model struktural (hubungan antara konstruk laten eksogen dan endogen).

2. SEM mempunyai kemampuan untuk menggambarkan pola hubungan antara konstruk laten (*unobserved*) dan variabel manifest (*manifest variabel* atau variabel indikator).
3. SEM mempunyai kemampuan mengukur besarnya pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total antara konstruk laten (efek dekomposisi).

Pada teknik analisis SEM, program yang biasa digunakan adalah program AMOS atau program LISREL 8.30 yang bisa menampilkan diagram *path* yang berupa:

1. Model Lengkap (Basic Model)
2. Model Pengukuran (X-Model atau Y-Model)
3. Model Struktural (Structural Model)

2.5.1 Konsep Dasar SEM

Beberapa istilah umum yang berkaitan dengan SEM menurut Hair *et al.* (1995) diuraikan sebagai berikut:

- **Konstruk Laten**
 Pengertian konstruk adalah konsep yang membuat peneliti mendefinisikan ketentuan konseptual namun tidak secara langsung (bersifat laten), tetapi diukur dengan perkiraan berdasarkan indikator. Konstruk merupakan suatu proses atau kejadian dari suatu amatan yang diformulasikan dalam bentuk konseptual dan memerlukan indikator untuk memperjelasnya.
- **Variabel Manifest**
 Pengertian variabel manifest adalah nilai observasi pada bagian spesifik yang dipertanyakan, baik dari responden yang menjawab pertanyaan (misalnya, kuesioner) maupun observasi yang dilakukan oleh peneliti. Sebagai tambahan, Konstruk laten tidak dapat diukur secara langsung (bersifat laten) dan membutuhkan indikator-indikator untuk mengukurnya. Indikator-indikator tersebut dinamakan variabel manifest. Dalam format kuesioner,

variabel manifest tersebut merupakan item-item pertanyaan dari setiap variabel yang dihipotesiskan.

- Variabel Eksogen, Variabel Endogen, dan Variabel Error

Variabel eksogen adalah variabel penyebab, variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel eksogen memberikan efek kepada variabel lainnya. Dalam diagram jalur, variabel eksogen ini secara eksplisit ditandai sebagai variabel yang tidak ada panah tunggal yang menuju kearahnya. Variabel endogen adalah variabel yang dijelaskan oleh variabel eksogen. Variabel endogen adalah efek dari variabel eksogen. Dalam diagram jalur, variabel endogen ini secara eksplisit ditandai oleh kepala panah yang menuju kearahnya. Variabel error didefinisikan sebagai kumpulan variabel-variabel eksogen lainnya yang tidak dimasukkan dalam sistem penelitian yang dimungkinkan masih mempengaruhi variabel endogen.

- Diagram Jalur

Diagram jalur adalah sebuah diagram yang menggambarkan hubungan kausal antara variabel. Pembangunan diagram jalur dimaksudkan untuk memvisualisasikan keseluruhan alur hubungan antara variabel.

- Koefisien Jalur

Koefisien jalur adalah suatu koefisien regresi terstandardisasi (beta) yang menunjukkan parameter pengaruh dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam diagram jalur. Koefisien jalur disebut juga *standardized solution*. *Standardized solution* yang menghubungkan antara konstruk laten dan variabel indikatornya adalah *faktor loading*.

2.5.2 Asumsi Dalam Pendekatan SEM

Dalam penggunaan pendekatan SEM terdapat beberapa asumsi-asumsi yang harus terlebih dahulu dipenuhi sebelum melakukan proses pengolahan data, antara lain:

1. Multinormalitas
Persebaran data harus memenuhi asumsi persebaran normal (berdistribusi normal).
2. Tidak terdapat indikasi multikolinearitas
Sebaiknya data tidak mengandung adanya sifat multikolinearitas. Bila terdapat korelasi yang sempurna antar faktor, maka hal tersebut mengindikasikan bahwa terdapat kasus multikolinearitas.
3. Jumlah sampel harus besar
Jumlah sampel yang digunakan adalah sekitar 5 hingga 10 kali dari banyaknya variabel indikator yang akan diestimasi.

2.5.3 Prosedur SEM

Menurut Yamin dan Kurniawan (2009), secara umum ada lima tahap dalam prosedur SEM, yaitu spesifikasi model, identifikasi model, estimasi model, uji kecocokan model, dan respesifikasi model; berikut penjabarannya.

1. Spesifikasi Model

Pada tahap ini, spesifikasi model yang dilakukan oleh peneliti meliputi:

- 1) Mengungkapkan sebuah konsep permasalahan peneliti yang merupakan suatu pertanyaan atau dugaan hipotesis terhadap suatu masalah.
- 2) Mendefinisikan variabel-variabel yang akan terlibat dalam penelitian dan mengkategorikannya sebagai variabel eksogen dan variabel endogen.
- 3) Menentukan metode pengukuran untuk variabel tersebut, apakah bisa diukur secara langsung (*measurable variable*) atau membutuhkan variabel manifest (*manifest variabel* atau indikator-indikator yang mengukur konstruk laten).
- 4) Mendefinisikan hubungan kausal struktural antara variabel (antara variabel eksogen dan variabel



endogen), apakah hubungan strukturalnya *recursive* (searah) atau *nonrecursive* (timbang balik).

- 5) Langkah optional, yaitu membuat diagram jalur hubungan antara konstrak laten dan konstrak laten lainnya beserta indikator-indikatornya. Langkah ini dimaksudkan untuk memperoleh visualisasi hubungan antara variabel dan akan mempermudah dalam pembuatan program LISREL.

2. Identifikasi Model

Untuk mencapai identifikasi model dengan kriteria *over-identified model* (penyelesaian secara iterasi) pada program LISREL dilakukan penentuan sebagai berikut:

- Untuk konstrak laten yang hanya memiliki satu indikator pengukuran, maka koefisien faktor loading (*lamda*, λ) ditetapkan 1 atau membuat *error variance* indikator pengukuran tersebut bernilai nol.
- Untuk konstrak laten yang hanya memiliki beberapa indikator pengukuran (lebih besar dari 1 indikator), maka ditetapkan salah satu koefisien faktor loading (*lamda*, λ) bernilai 1. Penetapan nilai *lamda* = 1 merupakan justifikasi dari peneliti tentang indikator yang dianggap paling mewakili konstrak laten tersebut. Indikator tersebut disebut juga sebagai *variable reference*.

Jika tidak ada indikator yang diprioritaskan (ditetapkan), maka *variable reference* akan diestimasi didalam proses estimasi model.

3. Estimasi Model

Pada proses estimasi parameter, penentuan metode estimasi ditentukan oleh uji normalitas data. Jika Normalitas data terpenuhi, maka metode estimasi yang digunakan adalah metode *maximum likelihood* dengan menambahkan inputan berupa *covariance matrix* dari data pengamatan. Sedangkan,

jika Normalitas data tidak terpenuhi, maka metode estimasi yang digunakan adalah *robust maximum likelihood* dengan menambahkan inputan berupa *covariance matrix* dan *asymptotic covariance matrix* dari data pengamatan (Joreskog dan Sorbom, 1996). Penggunaan input *asymptotic covariance matrix* akan menghasilkan penambahan uji kecocokan model, yaitu *Satorra-Bentler Scaled Chi-Square* dan *Chi-square Corrected For Non-Normality*. Kedua *P-value* uji kecocokan model ini dikatakan *fit* jika *P-value* mempunyai nilai minimum adalah 0,05. Yamin dan Kurniawan (2009) menambahkan proses yang sering terjadi pada proses estimasi, yaitu *offending estimates* (dugaan yang tidak wajar) seperti *error variance* yang bernilai negatif. Hal ini dapat diatasi dengan menetapkan nilai yang sangat kecil bagi *error variance* tersebut.

4. Uji Kecocokan Model

Menurut Hair *et al.* (1995), SEM tidak mempunyai uji statistik tunggal terbaik yang dapat menjelaskan kekuatan dalam memprediksi sebuah model. Sebagai gantinya, peneliti mengembangkan beberapa kombinasi ukuran kecocokan model yang menghasilkan tiga perspektif, yaitu ukuran kecocokan model keseluruhan, ukuran kecocokan model pengukuran, dan ukuran kecocokan model struktural. Langkah pertama adalah memeriksa kecocokan model keseluruhan. Ukuran kecocokan model keseluruhan dibagi dalam tiga kelompok sebagai berikut:

- 1) Ukuran kecocokan mutlak (*absolute fit measures*), yaitu ukuran kecocokan model secara keseluruhan (model struktural dan model pengukuran) terhadap matriks korelasi dan matriks kovarians. Uji kecocokan tersebut meliputi:
 - Uji Kecocokan *Chi-Square*
Uji kecocokan ini mengukur seberapa dekat antara *implied covariance matrix* (matriks

kovarians hasil prediksi) dan *sample covariance matrix* (matriks kovarians dari sampel data). Hipotesis yang digunakan adalah $H_0: \Sigma = \Sigma(\Theta)$; $H_1: \Sigma \neq \Sigma(\Theta)$, dengan Σ adalah matriks kovarians sampel sedangkan $\Sigma(\Theta)$ adalah matriks kovarians hasil prediksi dari model. Dalam prakteknya, *P-value* diharapkan bernilai lebih besar sama dengan 0,05 agar H_0 dapat diterima yang menyatakan bahwa model adalah baik. Pengujian *Chi-square* sangat sensitif terhadap ukuran data. Yamin dan Kurniawan (2009) menganjurkan untuk ukuran sampel yang besar (lebih dari 200), uji ini cenderung untuk menolak H_0 . Namun sebaliknya untuk ukuran sampel yang kecil (kurang dari 100), uji ini cenderung untuk menerima H_0 . Oleh karena itu, ukuran sampel data yang disarankan untuk diuji dalam uji *Chi-square* adalah sampel data berkisar antara 100 – 200.

- *Goodness-Of-Fit Index* (GFI)

Ukuran GFI pada dasarnya merupakan ukuran kemampuan suatu model menerangkan keragaman data. Nilai GFI berkisar antara 0 – 1. Sebenarnya, tidak ada kriteria standar tentang batas nilai GFI yang baik. Namun bisa disimpulkan, model yang baik adalah model yang memiliki nilai GFI mendekati 1. Dalam prakteknya, banyak peneliti yang menggunakan batas minimal 0,9.

- *Root Mean Square Error* (RMSE)

RMSR merupakan residu rata-rata antar matriks kovarians/korelasi teramati dan hasil estimasi. Nilai $RMSE < 0,08$ adalah *good fit*.

- *Root Mean Square Error Of Approximation (RMSEA)*
RMSEA merupakan ukuran rata-rata perbedaan per *degree of freedom* yang diharapkan dalam populasi. Nilai RMSEA $< 0,08$ adalah *good fit*, sedangkan Nilai RMSEA $< 0,05$ adalah *close fit*.
 - *Expected Cross-Validation Index (ECVI)*
Ukuran ECVI merupakan nilai pendekatan uji kecocokan suatu model apabila diterapkan pada data lain (validasi silang). Nilainya didasarkan pada perbandingan antarmodel. Semakin kecil nilai, semakin baik.
 - *Non-Centrality Parameter (NCP)*
NCP dinyatakan dalam bentuk spesifikasi ulang *Chi-square*. Penilaian didasarkan atas perbandingan dengan model lain. Semakin kecil nilai, semakin baik.
- 2) Ukuran kecocokan incremental (*incremental/relative fit measures*), yaitu ukuran kecocokan model secara relatif, digunakan untuk perbandingan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti. Uji kecocokan tersebut meliputi:
- *Adjusted Goodness-Of-Fit Index (AGFI)*
Ukuran AGFI merupakan modifikasi dari GFI dengan mengakomodasi *degree of freedom* model dengan model lain yang dibandingkan. AGFI $\geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,7 \leq \text{AGFI} \leq 0,9$ adalah *marginal fit*.
 - *Tucker-Lewis Index (TLI)*
Ukuran TLI disebut juga dengan *nonnormed fit index* (NNFI). Ukuran ini merupakan ukuran untuk perbandingan antarmodel yang mempertimbangkan banyaknya koefisien di

dalam model. $TLI \geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,7 \leq TLI \leq 0,9$ adalah *marginal fit*.

- *Normed Fit Index* (NFI)

Nilai NFI merupakan besarnya ketidakcocokan antara model target dan model dasar. Nilai NFI berkisar antara 0 – 1. $NFI \geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,7 \leq NFI \leq 0,9$ adalah *marginal fit*.

- *Incremental Fit Index* (IFI)

Nilai IFI berkisar antara 0 – 1. $IFI \geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,7 \leq IFI \leq 0,9$ adalah *marginal fit*.

- *Comparative Fit Index* (CFI)

Nilai CFI berkisar antara 0 – 1. $CFI \geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,7 \leq CFI \leq 0,9$ adalah *marginal fit*.

- *Relative Fit Index* (RFI)

Nilai RFI berkisar antara 0 – 1. $RFI \geq 0,9$ adalah *good fit*, sedangkan $0,7 \leq RFI \leq 0,9$ adalah *marginal fit*.

3) Ukuran kecocokan parsimoni (*parsimonious/adjusted fit measures*), yaitu ukuran kecocokan yang mempertimbangkan banyaknya koefisien didalam model. Uji kecocokan tersebut meliputi:

- *Parsimonious Normed Fit Index* (PNFI)

Nilai PNFI yang tinggi menunjukkan kecocokan yang lebih baik. PNFI hanya digunakan untuk perbandingan model alternatif.

- *Parsimonious Goodness-Of-Fit Index* (PGFI)

Nilai PGFI merupakan modifikasi dari GFI, dimana nilai yang tinggi menunjukkan model lebih baik digunakan untuk perbandingan antarmodel.

- *Akaike Information Criterion (AIC)*
Nilai positif lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik digunakan untuk perbandingan antarmodel.
- *Consistent Akaike Information Criterion (CAIC)*
Nilai positif lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik digunakan untuk perbandingan antarmodel.
- *Criteria N (CN)*
Estimasi ukuran sampel yang mencukupi untuk menghasilkan *adequate model fit* untuk *Chi-squared*. Nilai $CN > 200$ menunjukkan bahwa sebuah model cukup mewakili sampel data.

Setelah evaluasi terhadap kecocokan keseluruhan model, langkah berikutnya adalah memeriksa kecocokan model pengukuran dilakukan terhadap masing-masing konstruk laten yang ada didalam model. Pemeriksaan terhadap konstruk laten dilakukan terkait dengan pengukuran konstruk laten oleh variabel manifest (indikator). Evaluasi ini didapatkan ukuran kecocokan pengukuran yang baik apabila:

- 1) Nilai *t*-statistik muatan faktornya (*faktor loading*-nya) lebih besar dari 1,96 (*t*-tabel).
- 2) *Standardized faktor loading (completely standardized solution LAMBDA) ≥ 0,5*.

Setelah evaluasi terhadap kecocokan pengukuran model, langkah berikutnya adalah memeriksa kecocokan model struktural. Evaluasi model struktural berkaitan dengan pengujian hubungan antarvariabel yang sebelumnya dihipotesiskan. Evaluasi menghasilkan hasil yang baik apabila:

- 1) Koefisien hubungan antarvariabel tersebut signifikan secara statistik (*t*- statistik $\geq 1,96$).



- 2) Nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati 1. Nilai R^2 menjelaskan seberapa besar variabel eksogen yang dihipotesiskan dalam persamaan mampu menerangkan variabel endogen.

5. Respesifikasi Model

Apabila model yang dihipotesiskan belum mencapai model yang *fit*, maka peneliti bisa melakukan respesifikasi model untuk mencapai nilai *fit* yang baik. Oleh karena itu, pendekatan teori yang benar ketika melakukan respesifikasi model ini dibutuhkan. Software AMOS juga menyediakan output modifikasi model yang membantu proses respesifikasi model dalam hal meningkatkan *fit* dari suatu model. Modifikasi dilakukan dengan membuang/menambah hubungan di antara variabel di dalam model SEM. Perlu digarisbawahi bahwa penambahan atau penghilangan hubungan tersebut harus didasarkan pada teori yang mendasari model. Awal proses perbaikan perlu dilakukan apabila nilai mutlak dari nilai *standardized residual* yang lebih besar dari 2,58. Indeks modifikasi suatu hubungan menunjukkan seberapa besar pengurangan nilai *Chi-square* apabila hubungan tersebut dinyatakan dalam model. Dari beberapa saran modifikasi yang dipilih harus lebih besar dari 3,84 dan penambahan atau penghilangan hubungan tersebut harus didasarkan pada teori yang mendasari model.

2.6 Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan beberapa review terhadap penelitian sebelumnya yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini. Beberapa penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 5.2 dibawah ini.



Tabel 2.2 Review Terhadap Penelitian Terdahulu

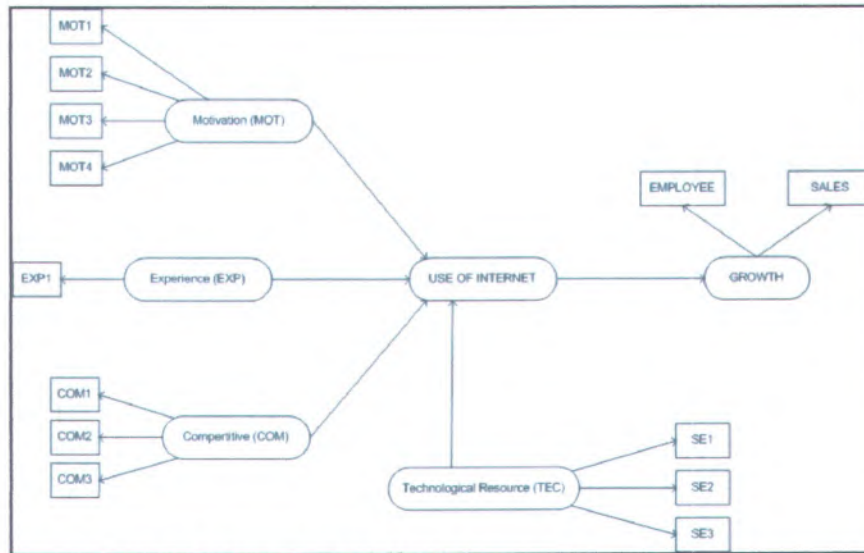
No	Peneliti	Tahun	Judul	Faktor Yang Diteliti							Metode		
				MOT	EXP	COM	TR	PU	PEOU	SE		ANX	PI
1	Jose Ernesto Amoros	2007	Does Internet Technology Improve Performance in Small and Medium Enterprise ?	v	v	v	v						SEM
2	Budi Hermana dkk	2006	Determinants of Internet Adoption by Indonesian Small Business Owners: Reliability and Validity of Research Instrument				v			v	v		Validity and Reliability Testing
3	Toto Sugiharto	2009	Impacts of Information Technology on Business Performance of Small-Sized Agribusiness Firms					v	v	v	v	v	Regression
4	Rizki Masyita Sari	2012	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Terhadap Pertumbuhan UKM	v		v		v	v	v	v		SEM

Keterangan:

- MOT : Motivation from CEO
- EXP : Experience
- COM : Competitive
- TR : Technological Resources
- PU : Perceived Usefulness
- PEOU : Perceived Ease of Use
- SE : Self Efficacy
- ANX : Computer / Internet Anxiety
- PI : Personal Innovativeness

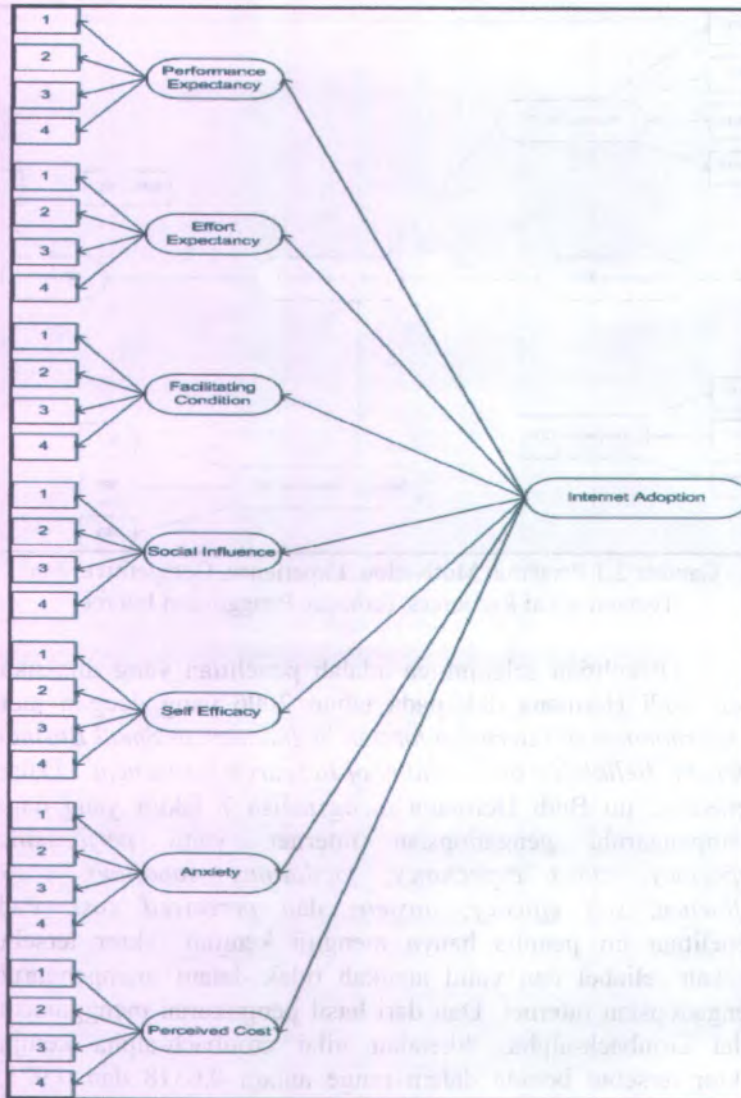
Penelitian-penelitian diatas merupakan beberapa penelitian yang pernah dilakukan untuk melihat bagaimana faktor-faktor diatas dapat mempengaruhi penggunaan internet di suatu usaha. Penulis akan menggunakan beberapa faktor yang telah diteliti tersebut kedalam penelitian ini.

Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Jose Ernesto Amoros pada tahun 2007. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari faktor motivasi dari CEO, faktor pengalaman, faktor kompetitif, dan faktor sumber daya teknologi dapat mempengaruhi penggunaan internet, serta untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap pertumbuhan UKM. Pertumbuhan UKM nantinya akan dilihat dari dua hal, yaitu pertumbuhan hasil penjualan (*sales*) dan pertumbuhan jumlah tenaga kerja. Penelitian ini akan menggunakan metode *structural equation modelling* (SEM), dengan total kuisisioner sebanyak 102 kuisisioner. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa faktor-faktor tersebut memang memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Dan UKM yang secara intensif menggunakan internet akan memiliki pertumbuhan yang cukup besar pada usahanya.



Gambar 2.1 Pengaruh Motivation, Experience, Competitive, dan Technological Resources Terhadap Penggunaan Internet

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Budi Hermana dkk pada tahun 2006 yang dengan judul “*Determinants of Internet Adoption by Indonesian Small Business Owners: Reliability and Validity of Research Instrument*”. Dalam penelitian ini Budi Hermana menganalisa 7 faktor yang dapat mempengaruhi pengadopsian internet, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *social influence*, *self efficacy*, *anxiety*, dan *perceived cost*. Pada penelitian ini penulis hanya menguji ketujuh faktor tersebut apakah reliabel dan valid atukah tidak dalam mempengaruhi pengadopsian internet. Dan dari hasil pengukuran menggunakan nilai cronbach-alpha, diketahui nilai cronbach-alpha ketujuh faktor tersebut berada dalam range antara 0,6318 dan 0,9711, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa ketujuh faktor ini reliabel.



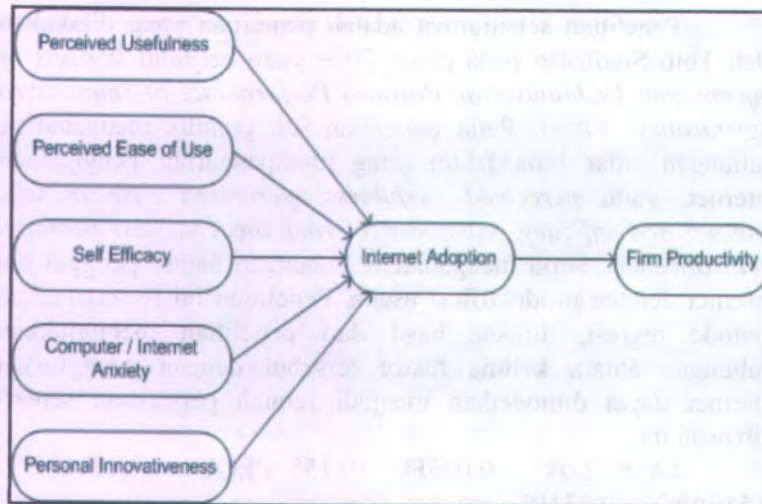
Gambar 2.2 Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Condition*, *Social Influence*, *Self Efficacy*, *Anxiety*, dan *Perceived Cost* Terhadap Pengadopsian Internet

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Toto Sugiharto pada tahun 2009 yang berjudul *Impacts of Information Technology on Business Performance of Small-Sized Agribusiness Firms*. Pada penelitian ini, penulis menganalisis hubungan antar lima faktor yang mempengaruhi penggunaan internet, yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *internet self efficacy*, *computer/internet anxiety*, dan *personal innovativeness*, serta menganalisis hubungan antara penggunaan internet dengan produktifitas usaha. Penelitian ini menggunakan metode regresi, dimana hasil dari penelitian menunjukkan hubungan antara kelima faktor tersebut dengan penggunaan internet dapat dimodelkan menjadi sebuah persamaan seperti dibawah ini:

$$IA = 2,08 + 0,003PU + 0,155 PEOU + 0,1211SE - 0,540ANX + 0,131PI$$

Sedangkan hubungan antara penggunaan internet dengan produktivitas suatu usaha dapat dimodelkan menjadi sebuah persamaan seperti dibawah ini:

$$FP = 2,48 + 0,831IA$$



Gambar 2.3 Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Internet Self Efficacy*, *Computer/Internet Anxiety*, dan *Personal Innovativeness* Terhadap Pengadopsian Internet

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai metodologi yang digunakan selama proses penelitian ini dilakukan. Metodologi penelitian ini meliputi tahapan-tahapan proses penelitian atau urutan langkah yang harus dilakukan dalam menjalankan penelitian agar proses penelitian dapat berjalan secara sistematis, terstruktur, dan terarah.

3.1 Tahap Identifikasi Awal

Pada tahap identifikasi awal dalam penelitian ini, dilakukan beberapa sub tahapan yang terdiri dari:

3.1.1 Identifikasi Permasalahan

Langkah awal dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi permasalahan yang terjadi. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana memodelkan indikator-indikator dari setiap faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi internet di UKM serta bagaimana pengaruh dari penggunaan internet tersebut bagi peningkatan kinerja usaha kecil menengah (UKM).

3.1.2 Perumusan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Pada tahap perumusan tujuan dan manfaat penelitian, akan dijabarkan tujuan serta manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini.

3.1.3 Studi Lapangan

Studi lapangan ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana keadaan eksisting UKM di Jawa Timur. Hal ini ditujukan untuk memperoleh gambaran secara garis besar mengenai penggunaan internet di UKM. Pengamatan akan dilakukan secara bertahap di UKM-UKM yang berada dalam binaan Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB) Mitra Bersama.

3.1.4 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mempelajari dasar-dasar teori mengenai UKM dan bagaimana karakteristik dari UKM, faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan internet di UKM, dan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu SEM (*Structural Equation Modelling*).

3.1.5 Identifikasi Indikator Variabel Penelitian

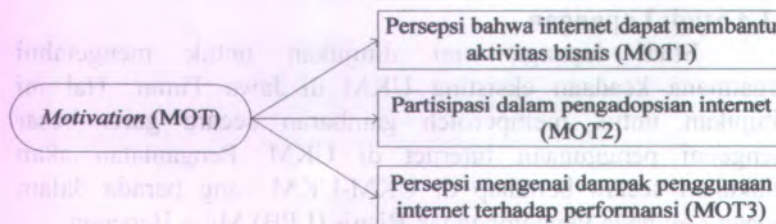
Indikator yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah indikator variabel yang mempengaruhi penggunaan internet di UKM. Faktor-faktor ini diperoleh dari penelitian sebelumnya, yaitu:

3.1.5.1 Variabel *Motivation*

Menurut Poon dan Swatman (1997) dalam penelitian Amoros (2007), motivasi dari seorang CEO memiliki pengaruh yang besar dalam penggunaan internet di usaha kecil dan menengah. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur faktor motivasi dari CEO yang mempengaruhi penggunaan internet adalah sebagai berikut:

- Persepsi bahwa internet dapat membantu aktivitas bisnis.
- Partisipasi dalam pengadopsian internet.
- Persepsi mengenai dampak penggunaan internet terhadap performansi.

Berdasarkan indikator diatas, maka model pengukuran terhadap motivasi penggunaan internet dapat digambarkan seperti pada Gambar 3.1 dibawah ini:



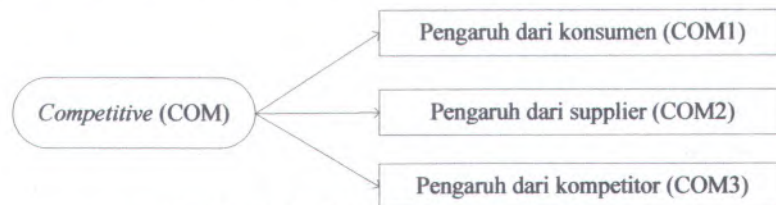
Gambar 3.1 Indikator Variabel *Motivation*

3.1.5.2 *Competitive*

Menurut Sadowski *et al.* (2002) dalam penelitian Amoros (2007), terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur faktor kompetitif yang mempengaruhi penggunaan internet, diantaranya adalah:

- Pengaruh dari konsumen.
- Pengaruh dari supplier.
- Pengaruh dari kompetitor.

Berdasarkan beberapa indikator diatas, maka model pengukuran terhadap variabel kompetitif penggunaan internet dapat digambarkan seperti pada gambar 3.2 dibawah ini:



Gambar 3.2 Indikator Variabel *Competitive*

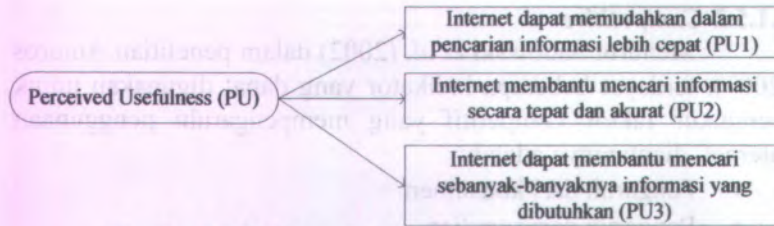
3.1.5.3 *Perceived Usefulness*

Menurut Geven dan Straub (2009), terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel *perceived usefulness*, antara lain:

- Internet dapat memudahkan dalam pencarian informasi lebih cepat.
- Internet dapat membantu mencari informasi secara tepat dan akurat.
- Internet dapat membantu mencari sebanyak-banyaknya informasi yang dibutuhkan.

Berdasarkan beberapa indikator diatas, maka model pengukuran terhadap variabel *perceived usefulness* yang dapat mempengaruhi penggunaan internet dapat digambarkan seperti pada gambar 3.3 dibawah ini:





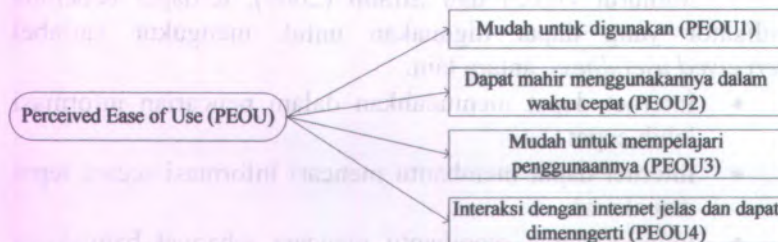
Gambar 3.3 Indikator Variabel *Perceived Usefulness*

3.1.5.4 *Perceived Ease of Use*

Menurut Geven dan Straub (2009), terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel *perceived ease of use*, antara lain:

- Mudah untuk digunakan.
- Dapat mahir menggunakannya dalam waktu cepat.
- Mudah untuk mempelajari penggunaannya.
- Interaksi dengan internet jelas dan dapat dimengerti.

Berdasarkan beberapa indikator diatas, maka model pengukuran terhadap faktor *perceived ease of use* yang dapat mempengaruhi penggunaan internet dapat digambarkan seperti pada gambar 3.4 dibawah ini:



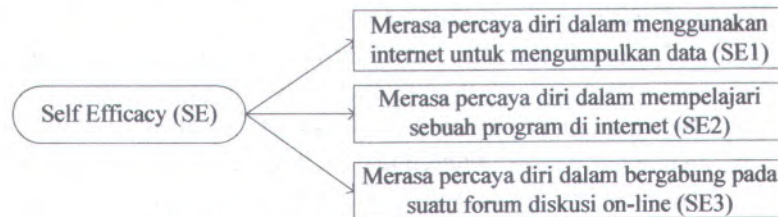
Gambar 3.4 Indikator Variabel *Perceived Ease of Use*

3.1.5.5 *Self Efficacy*

Menurut Eastin (2000), terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur faktor *self efficacy*, antara lain:

- Merasa percaya diri dalam menggunakan internet untuk mengumpulkan data.
- Merasa percaya diri dalam mempelajari sebuah program di internet.
- Merasa percaya diri dalam bergabung pada suatu forum diskusi on-line.

Berdasarkan beberapa indikator diatas, maka model pengukuran terhadap faktor *self efficacy* yang dapat mempengaruhi penggunaan internet dapat digambarkan seperti pada gambar 3.5 dibawah ini:



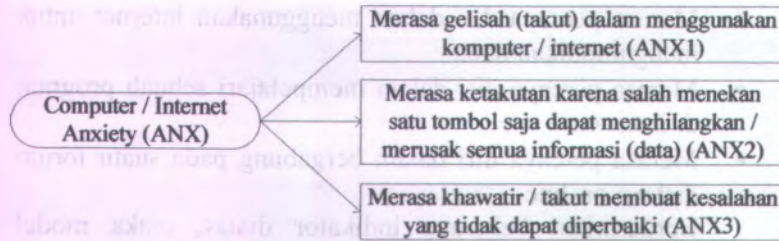
Gambar 3.5 Indikator Variabel *Self Efficacy*

3.1.5.6 Computer/Internet Anxiety

Menurut Tjandra (2007), terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel *computer/internet anxiety*, antara lain:

- Merasa gelisah (takut) dalam menggunakan komputer / internet.
- Merasa ketakutan karena salah menekan satu tombol saja dapat menghilangkan / merusak informasi (data).
- Merasa khawatir / takut membuat kesalahan yang tidak dapat diperbaiki.

Berdasarkan beberapa indikator diatas, maka model pengukuran terhadap faktor *computer/internet anxiety* yang dapat mempengaruhi penggunaan internet dapat digambarkan seperti pada gambar 3.6 dibawah ini:



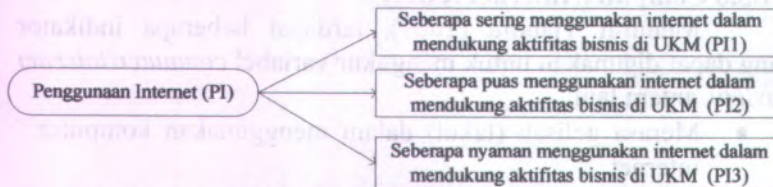
Gambar 3.6 Indikator Variabel *Computer / Internet Anxiety*

3.1.5.7 Penggunaan Internet

Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel penggunaan internet, antara lain:

- Seberapa sering menggunakan internet dalam mendukung aktifitas bisnis.
- Seberapa puas menggunakan internet di usaha mereka.
- Seberapa nyaman menggunakan internet di usaha mereka.

Berdasarkan beberapa indikator diatas, maka model pengukuran terhadap variabel penggunaan internet dapat digambarkan seperti pada gambar 3.7 dibawah ini:



Gambar 3.7 Indikator Variabel Penggunaan Internet

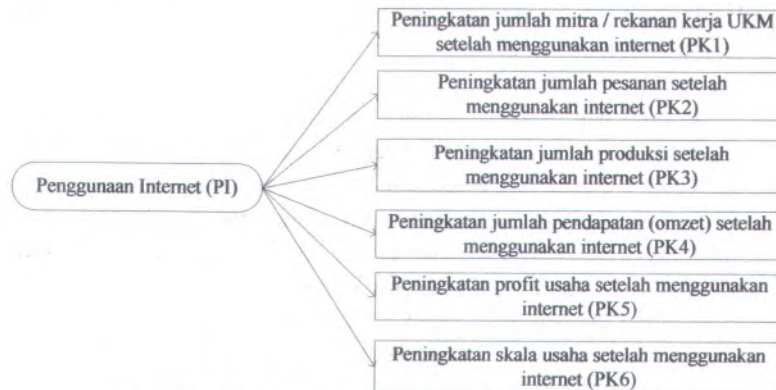
3.1.5.8 Peningkatan Kinerja

Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel penggunaan internet, antara lain:

- Peningkatan jumlah mitra/rekan kerja UKM setelah menggunakan internet.
- Peningkatan jumlah pesanan setelah menggunakan internet

- Peningkatan jumlah produksi setelah menggunakan internet.
- Peningkatan jumlah pendapatan (omzet) setelah menggunakan internet.
- Peningkatan profit usaha setelah menggunakan internet.
- Peningkatan skala bisnis usaha setelah menggunakan internet.

Berdasarkan beberapa indikator diatas, maka model pengukuran terhadap variabel peningkatan kinerja dapat digambarkan seperti pada gambar 3.8 dibawah ini:



Gambar 3.8 Indikator Variabel Peningkatan Kinerja

3.1.6 Pembentukan Hipotesis Penelitian

Pada tahap penelitian ini, akan ditarik hipotesis berdasarkan faktor-faktor yang diteliti. Hipotesis mengutarakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang akan diteliti. Berikut merupakan hipotesis dalam penelitian ini:

1. Hubungan antara motivasi dari CEO dengan penggunaan internet.

Menurut Southern & Tilley (2000), dalam menerapkan penggunaan internet untuk mendukung aktivitas usaha, pengaruh seorang CEO atau pemilik

usaha sangatlah penting. Seorang CEO harus dapat mempengaruhi bawahannya untuk membiasakan diri menggunakan internet, salah satu caranya adalah dengan memberikan motivasi untuk terus membiasakan diri menggunakan internet serta memberikan pengertian akan pentingnya internet bagi usaha mereka. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diajukan sebuah hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H1: *Motivation from CEO* memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan internet.

2. Hubungan antara variabel *competitive* dengan penggunaan internet.

Menurut Mehtens *et al.* (2001), terdapat faktor kompetitif yang dapat mempengaruhi penggunaan internet. Pernyataan ini juga ditunjang dengan penelitian yang dilakukan Amoros (2007), yang juga menyatakan bahwa faktor kompetitif memiliki pengaruh terhadap penggunaan internet di usaha kecil menengah. Namun adanya perbedaan geografis, kondisi ekonomi, serta tingkat pendidikan penduduk sekitar kemungkinan akan memberikan hasil yang berbeda. Oleh karena itu, untuk membuktikan apakah faktor ini juga dapat memberikan pengaruh yang sama terhadap penggunaan internet di UKM yang berada dibawah naungan LPB Mitra Bersama, maka diajukan sebuah hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diajukan sebuah hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H2: *Competitive factor* memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan internet.

3. Hubungan antara *perceived usefulness* dengan penggunaan internet

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Toto Sugiharto (2009), terdapat faktor *perceived usefulness* dalam menerapkan penggunaan internet, dan dari hasil penelitian yang menggunakan metode regresi didapatkan hasil bahwa *perceived usefulness* memang dapat berpengaruh cukup signifikan terhadap penggunaan internet. Namun adanya perbedaan persepsi mengenai manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan internet juga kemungkinan akan memberikan hasil yang berbeda. Oleh karena itu, untuk membuktikan apakah faktor ini juga dapat memberikan pengaruh yang sama terhadap penggunaan internet di UKM yang berada dibawah naungan LPB Mitra Bersama, maka diajukan sebuah hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H3: *Perceived usefulness* memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan internet.

4. Hubungan antara *perceived ease of use* dengan penggunaan internet

Penelitian yang dilakukan oleh Toto Sugiharto (2009) juga memasukkan faktor *perceive ease of use* kedalam faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan internet. Dan dari hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa *perceived ease of use* benar-benar mempengaruhi penggunaan internet di usaha kecil. Namun adanya perbedaan kemampuan dalam mempelajari penggunaan internet kemungkinan akan memberikan hasil yang berbeda. Oleh karena itu, untuk membuktikan apakah faktor ini juga dapat memberikan pengaruh yang sama terhadap penggunaan internet di UKM yang berada dibawah naungan LPB Mitra Bersama, maka diajukan sebuah hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H5: *Perceived ease of use* memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan internet.

5. Hubungan antara *self efficacy* dengan penggunaan internet

Menurut penelitian yang dilakukan Budi Hermana *et al.* (2006), *self efficacy* merupakan faktor yang valid dan reliabel dalam melakukan pengukuran pengaruh pengadopsian internet. Pernyataan yang sama juga didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh Toto Sugiharto (2009), yang menyatakan bahwa *self efficacy* memiliki pengaruh terhadap penggunaan internet di usaha kecil. Namun adanya perbedaan geografis, kondisi ekonomi, serta tingkat pendidikan kemungkinan akan memberikan pengaruh yang berbeda terhadap kepercayaan seseorang dalam menggunakan internet. Oleh karena itu, untuk membuktikan apakah faktor ini juga dapat memberikan pengaruh yang sama terhadap penggunaan internet di UKM yang berada dibawah naungan LPB Mitra Bersama, maka diajukan sebuah hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H5: *Self efficacy* memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan internet.

6. Hubungan antara *computer/internet anxiety* dengan penggunaan internet

Penelitian yang dilakukan oleh Budi Hermana *et al.* (2006) membuktikan bahwa *computer/internet anxiety* merupakan faktor yang valid dan reliabel dalam melakukan pengukuran pengaruh pengadopsian internet. Penelitian terhadap faktor ini juga dilakukan oleh Toto Sugiharto (2009), hasil dari penelitian ini juga membuktikan bahwa *computer/internet anxiety* memiliki pengaruh negatif terhadap penggunaan internet di usaha kecil. Namun adanya perbedaan geografis, kondisi ekonomi, serta tingkat pendidikan penduduk sekitar kemungkinan akan memberikan hasil yang berbeda. Oleh karena itu, untuk membuktikan apakah faktor ini juga

dapat memberikan pengaruh negatif terhadap penggunaan internet di UKM yang berada dibawah naungan LPB Mitra Bersama, maka diajukan sebuah hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

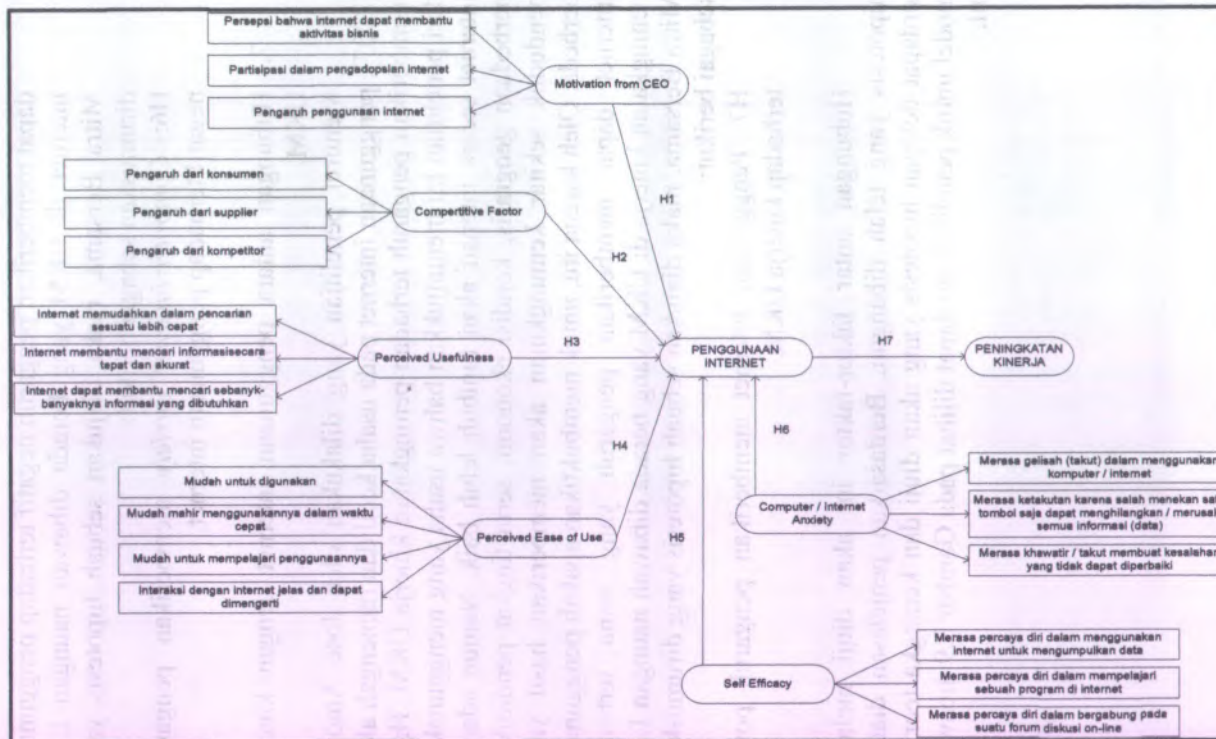
H6: *Computer/internet anxiety* memberikan pengaruh negatif terhadap penggunaan internet.

7. Hubungan antara penggunaan internet dengan kinerja UKM.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Jose Amoros (2007), penggunaan internet pada usaha kecil dan menengah akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan kinerja UKM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa usaha yang menggunakan internet secara intensif akan tumbuh lebih baik. Namun adanya perbedaan geografis, kondisi ekonomi, serta tingkat pendidikan penduduk sekitar kemungkinan akan memberikan hasil yang berbeda. Oleh karena itu, untuk membuktikan apakah penggunaan internet dapat memberikan pengaruh yang sama terhadap peningkatan kinerja di UKM yang berada dibawah naungan LPB Mitra Bersama, maka diajukan sebuah hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H7: Penggunaan internet memberikan pengaruh positif terhadap kinerja UKM.

Hubungan antar faktor-faktor ini akan diuji melalui hipotesis yang telah dibangun. Berdasarkan penjelasan diatas, terdapat delapan hipotesis yang akan diuji dan kerangka teoritis model untuk penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.9 dibawah ini.



Gambar 3.9 Model Kerangka Teoritis

3.1.7 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian

Dalam menggunakan metode *structural equation modelling*, jumlah sampel yang harus diambil adalah sebanyak 5 hingga 10 kali dari banyaknya variabel indikator penelitian (Hair *et al.*, 2011). Pada penelitian ini, diketahui bahwa jumlah variabel indikator penelitian adalah sebanyak 28 variabel. Sehingga perhitungan mengenai jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah sampel} &= 5 \times \text{banyak variabel indikator} \\ &= 5 \times 28 \\ &= 140 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 140 sampel.

3.2 Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan internet bagi peningkatan kinerja UKM. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner pada UKM yang berada dibawah naungan LPB Mitra Bersama. Penyebaran kuisioner ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana efek yang dirasakan oleh pemilik maupun pegawai di UKM pada saat menggunakan internet, serta bagaimana efek yang mereka rasakan.

3.3 Tahap Pengolahan Data

Pada tahap pengolahan data ini, seluruh data yang telah diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner akan diolah menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM). Pengolahan data akan dibantu dengan menggunakan software AMOS. Namun sebelumnya, perlu dilakukan pengolahan statistik deskriptif serta uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji multikolinearitas untuk pemenuhan asumsi dalam SEM. Berikut ini tahapan pengolahan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini.



3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Pada tahap awal ini dilakukan pengolahan data statistik deskriptif yang berguna untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian melalui data sampel yang telah diperoleh. Analisis ini berupa penggambaran sekumpulan data secara visual yang terdiri atas deskripsi tulisan dan grafik karakteristik responden dan variabel-variabel.

3.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada tahap ini akan dilakukan uji validitas terhadap kuisisioner yang telah disebarkan kepada responden. Uji validitas kuisisioner dilakukan dengan menggunakan nilai korelasi *pearson* antara satu pertanyaan dengan nilai total dalam satu faktor. Pertanyaan dikatakan valid jika mempunyai korelasi yang signifikan, yaitu mempunyai tingkat signifikansi di bawah 0,05. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *cronbach alpha* untuk setiap faktor. Suatu faktor yang memiliki reliabilitas tinggi akan menunjukkan nilai *cronbach alpha* yang lebih besar dari 0,06.

3.3.3 Uji Normalitas dan Multikolinearitas

Uji normalitas dan uji multikolinearitas digunakan untuk memenuhi asumsi dalam *structural equation modelling*. Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa data berdistribusi normal serta tidak terdapat kasus multikolinearitas didalamnya. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *software* MINITAB 14 dan SPSS 14.

3.3.4 Pengolahan Structural Equation Modelling (SEM)

Setelah memenuhi seluruh asumsi dalam SEM, baik itu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji multikolinearitas, maka tahap selanjutnya adalah melakukan pengolahan data dengan bantuan *software* AMOS 18. Pengolahan data yang dilakukan meliputi *confirmatory factor analysis* dan *structural equation modelling* (SEM) yaitu menguji

kecocokan antara variabel indikator yang merupakan pengukur konstruk laten dan menguji hubungan kausal antar konstruk laten.

3.3.5 Uji Hipotesis Penelitian

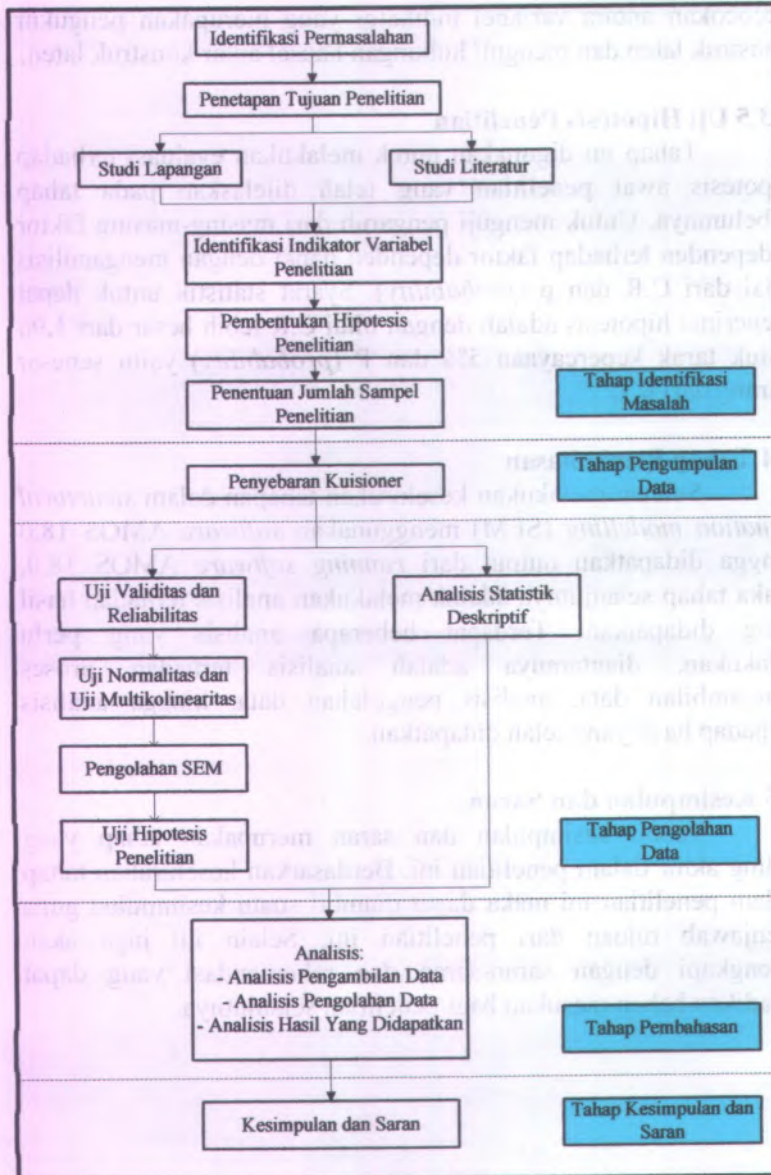
Tahap ini digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap hipotesis awal penelitian yang telah dijelaskan pada tahap sebelumnya. Untuk menguji pengaruh dari masing-masing faktor independen terhadap faktor dependen dapat dengan menganalisis nilai dari C.R dan p (*probability*). Syarat statistik untuk dapat menerima hipotesis adalah dengan nilai C.R lebih besar dari 1,96 untuk tarak kepercayaan 5% dan P (*probability*) yaitu sebesar kurang dari 0,1.

3.4 Tahap Pembahasan

Setelah melakukan keseluruhan tahapan dalam *structural equation modelling* (SEM) menggunakan *software* AMOS 18.0 hingga didapatkan output dari *running software* AMOS 18.0, maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap hasil yang didapatkan. Terdapat beberapa analisis yang perlu dilakukan, diantaranya adalah analisis terhadap proses pengambilan data, analisis pengolahan data, hingga analisis terhadap hasil yang telah didapatkan.

3.5 Kesimpulan dan Saran

Tahap kesimpulan dan saran merupakan tahap yang paling akhir dalam penelitian ini. Berdasarkan keseluruhan tahap dalam penelitian ini maka dapat diambil suatu kesimpulan guna menjawab tujuan dari penelitian ini. Selain itu juga akan dilengkapi dengan saran-saran dan rekomendasi yang dapat dijadikan bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Gambar 3.10 *Flowchart* Penelitian

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini akan dilakukan proses pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Setelah seluruh data-data yang diperlukan terkumpul, akan dilanjutkan dengan melakukan proses pengolahan data sesuai dengan metodologi yang telah tersusun dalam metodologi penelitian.

4.1 Pengumpulan Data

Dalam tahap pengumpulan data ini, akan dilakukan pengamatan langsung pada objek penelitian yaitu UKM-UKM yang berada dibawah naungan LPB Mitra Bersama. Proses pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara, mengumpulkan data-data historis LPB Mitra Bersama, serta melakukan penyebaran kuisisioner pada UKM-UKM yang terpilih.

4.1.1 Gambaran Umum LPB Mitra Bersama

PT. Astra International Tbk, BCA, dan PT Pertamina (Persero) meresmikan pendirian Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB) Mitra Bersama pada tanggal 25 Nopember 2009 di Jl. Kolonel Sugiono No. 16, Kureksari, Waru, Sidoarjo, Jawa Timur. LPB ini sebenarnya adalah revitalisasi dari LPB yang telah ada dan berpengalaman sejak tahun 1994. LPB Mitra Bersama berperan untuk memfasilitasi dan mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) khususnya yang ada di Waru, Sidoarjo dan Jawa Timur pada umumnya.

Terdapat berbagai macam fasilitas yang diberikan oleh LPB Mitra Bersama kepada UKM-UKM yang berada dibawah naungannya, diantaranya adalah memfasilitasi dalam hal teknologi, pemasaran, pembiayaan, serta manajemen. Fasilitas dalam hal teknologi yang diberikan oleh LPB Mitra Bersama diantaranya adalah dengan memberikan fasilitas teknologi kepada UMKM yang membutuhkan mesin atau alat yang dapat

mempercepat proses produksi mereka, selain itu juga untuk pengujian produk yang dihasilkan melalui kerjasama instansi atau lembaga pendidikan tinggi sesuai dengan karakteristik dan jenis produk yang diujikan. Fasilitas dalam hal pemasaran ini diberikan oleh LPB Mitra Bersama untuk memperluas jaringan pemasaran mereka, hal ini diwujudkan dengan membantu UKM-UKM tersebut untuk dapat mengikuti pameran atau bazar yang diselenggarakan oleh dinas maupun *stakeholder*. Fasilitas pembiayaan diberikan oleh LPB Mitra Bersama kepada UKM-UKM yang membutuhkan informasi atau pengajuan pembiayaan melalui kerjasama dengan pemilik modal (BUMN, BUMS, dan Perbankan). Fasilitas manajemen yang diberikan oleh LPB Mitra Bersama meliputi pengolahan usaha, pelatihan, dan pengembangan usaha kepada pengusaha UMKM).

4.1.1.1 Visi dan Misi LPB Mitra Bersama

Berikut ini merupakan visi dan misi Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB) Mitra Bersama.

Visi LPB Mitra Bersama:

“Menumbuhkan jaringan usaha mikro kecil menengah di Jawa Timur untuk berbagai komoditif yang dibutuhkan oleh pasar dan berbasis sumber daya lokal.”

Misi LPB Mitra Bersama:

- **Jangka Pendek (1 Tahun Kedepan)**
Membuka kantor manajemen LPB baru yang lebih mandiri dan berada di tempat yang strategis.
- **Jangka Panjang (10 Tahun Kedepan)**
 - Menumbuhkan LPB ada di Kabupaten atau Kota di Jatim.
 - Membangun database dengan memanfaatkan teknologi informasi di 5 Kabupaten atau Kota di Jatim.
 - Membangun spirit enterpreneurship generasi muda intelektual yang berwawasan UMKM.

- Memberikan kontribusi perekonomian regional melalui UMKMyang profit dan suistanable.

4.1.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB) Mitra Bersama dapat dilihat pada Gambar 4.1 dibawah ini. Berikut adalah struktur organisasi terbaru yang dimiliki oleh LPB Mitra Bersama.

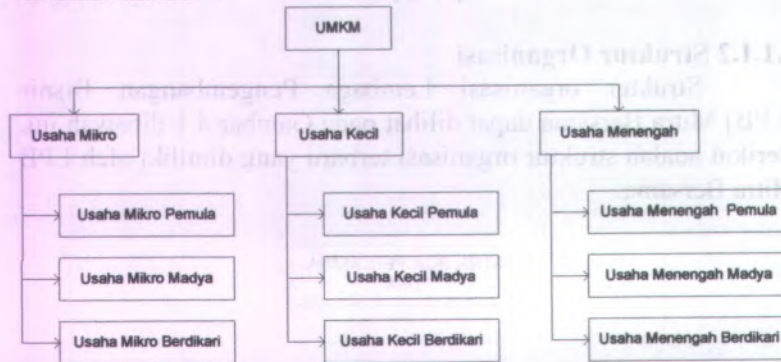


Gambar 4.1 Struktur Organisasi LPB Mitra Bersama

4.1.1.3 Klasifikasi UMKM di LPB Mitra Bersama

Dari keseluruhan UKM yang ada dibawah naungan LPB Mitra Bersama, UKM-UKM tersebut dibagi-bagi kedalam klasifikasi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha mikro masih dibagi-bagi lagi menjadi usaha mikro pemula, usaha mikro madya, dan usaha mikro berdikari. Begitu pula dengan usaha kecil dan usaha menengah. Untuk lebih jelasnya lagi

mengenai pembagian klasifikasi usaha, dapat dilihat di Gambar 4.2 dibawah ini.



Gambar 4.2 Klasifikasi UMKM LPM Mitra Bersama

4.1.1.4 Kriteria UMKM di LPB Mitra Bersama

Dalam mengklasifikasikan usaha yang di LPB Mitra Bersama, terdapat 9 kriteria yang ada yaitu omzet per bulan, asset (diluar tanah dan bangunan), jumlah tenaga kerja, tingkat upah, jamsostek, perijinan, tempat usaha, jumlah customer, penguasaan teknologi, lama mendirikan usaha, serta laporan keuangan. Berikut merupakan klasifikasi kriteria usaha mikro dan usaha kecil yang telah ditetapkan.

Tabel 4.1 Kriteria Usaha Mikro

No.	Uraian	Kriteria		
		Mikro Pemula	Mikro Madya	Mikro Berdikari
1	Omzet Per Bulan	< 10 Juta	10 Juta - 15 Juta	> 15 Juta - 20 Juta
2	Asset (diluar tanah dan bangunan)	< 10 Juta	10 Juta - 20 Juta	> 20 Juta - 50 Juta
3	Jumlah Tenaga Kerja	3 orang	3-5 orang	> 5 orang
	Tingkat Upah	Belum sesuai UMP	Belum sesuai UMP	Sesuai UMP
	Jamsostek	Belum menerapkan	Belum menerangkan	Sudah menerapkan
4	Perijinan	Belum ada	Domisili	Domisili
5	Tempat Usaha	Nomanden (berpindah-	Sewa	Milik sendiri
6	Jumlah customer	< 2 customer tetap	2-5 customer tetap	> 5 customer tetap
7	Penguasaan Teknologi	tradisional	Semi mekanis	Mekanis
8	Lama Mendirikan Usaha	< 1 tahun	1-2 tahun	> 2 Tahun
9	Laporan Keuangan	Belum ada laporan keuangan	Pencatatan, kerluar masuk keuangan	Pencatatan, Cash Flow, L/R, Neraca

Tabel 4.2 Kriteria Usaha Kecil

No.	Uraian	Kriteria		
		Kecil Pemula	Kecil Madya	Kecil Berdikari
1	Omzet Per Bulan	> 25 Juta - 50 Juta	50 Juta - 125 Juta	> 125 Juta - 210 Juta
2	Asset (di luar tanah dan bangunan)	> 50 Juta - 150 Juta	> 150 Juta - 300 Juta	> 300 Juta - 500 Juta
3	Jumlah Tenaga Kerja	< 10 orang	10 - 15 orang	> 15 orang
	Tingkat Upah	Sesuai UMP	Sesuai UMP	Sesuai UMP
	Jamsostek	Sudah menerapkan	Sudah menerapkan	Sudah menerapkan
4	Perijinan	Domisili	Domisili dan HO	Domisili, SIUP, HO
5	Tempat Usaha	Milik sendiri	Milik sendiri	Milik sendiri
6	Jumlah customer	< 2 customer tetap	2 - 5 customer tetap	> 5 customer tetap
7	Penguasaan Teknologi	Mekanis	Mekanis	Mekanis
8	Lama Mendirikan Usaha	< 2 Tahun	2-3 tahun	> 3 Tahun
9	Laporan Keuangan	Ada laporan keuangan (Arus kas, Laporan Laba Rugi, dan Neraca)	Ada laporan keuangan (Arus kas, Laporan Laba Rugi, dan Neraca)	Ada laporan keuangan (Arus kas, Laporan Laba Rugi, dan Neraca)

Tabel 4.3 Kriteria Usaha Menengah

No.	Uraian	Kriteria		
		Menengah Pemula	Menengah Madya	Menengah Berdikari
1	Omzet Per Bulan	> 200 Juta - 300 Juta	300 Juta - 500 Juta	> 500 Juta
2	Asset (di luar tanah dan bangunan)	> 500 Juta - 700 Juta	> 700 Juta - 1,5 M	> 1,5 M
3	Jumlah Tenaga Kerja	< 20 orang	20 - 50 orang	> 50 orang
	Tingkat Upah	Sesuai UMP	Sesuai UMP	Sesuai UMP
	Jamsostek	Sudah menerapkan	Sudah menerapkan	Sudah menerapkan
4	Perijinan	Domisili, SIUP, HO	NPWP, Domisili, SIUP, HO	Lengkap sesuai dengan persyaratan bidang usahanya
5	Tempat Usaha	Milik sendiri	Milik sendiri	Milik sendiri
6	Jumlah customer	< 5 customer tetap	5 - 7 customer tetap	> 7 customer tetap
7	Penguasaan Teknologi	Mekanis	Mekanis	Mekanis (High Tech)
8	Lama Mendirikan Usaha	< 3 Tahun	3 - 5 tahun	> 5 Tahun
9	Laporan Keuangan	Pencatatan, Cash Flow, L/R, Neraca, Lap. Pajak	Pencatatan, Cash Flow, L/R, Neraca, Laporan Pajak	Pencatatan, Cash Flow, L/R, Neraca, Laporan Pajak dan sudah di audit (audited)

4.1.2 Penentuan Responden

Penelitian ini akan dilakukan pada UKM-UKM yang berada dibawah naungan Lembaga Pengembangan Bisnis (LPB) Mitra Bersama, yang terletak didaerah Waru, Sidoarjo. Responden pada penelitian ini adalah UKM yang telah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnisnya minimal selama 3 bulan.

Menurut Hair *et al.* (2011), jumlah sampel yang harus diambil apabila menggunakan metode *structural equation*

modelling adalah sebanyak 5 hingga 10 kali dari banyaknya variabel indikator penelitian. Pada penelitian ini, diketahui bahwa jumlah variabel penelitian adalah sebanyak 28 variabel. Sehingga perhitungan mengenai jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= 5 \times \text{banyak variabel indikator} \\ &= 5 \times 28 \\ &= 140 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 140 sampel.

4.1.3 Penyebaran Kuisioner

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner pada UKM-UKM yang telah terpilih, yaitu UKM yang telah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnisnya minimal selama 3 bulan. Kuisioner ini akan diisi oleh pemilik dan pegawai UKM yang bersangkutan.

Kuisioner yang disebar sebanyak 147 buah, namun yang benar-benar memenuhi persyaratan adalah sebanyak 140 buah. Kuisioner yang tidak memenuhi persyaratan ini adalah kuisioner yang diisi oleh pemilik atau pegawai usaha yang menggunakan internet kurang dari 3 bulan. Jumlah ini telah memenuhi persyaratan minimum jumlah sampel dalam SEM yang merupakan hasil perhitungan lima kali jumlah variabel indikator yang ada, yaitu sebanyak 28 variabel indikator.

4.2 Pengolahan Data

Pada tahap pengolahan data ini akan dilakukan proses pengolahan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji multinormalitas, uji multikolinearitas, *confirmatory factor analysis*, dan pengolahan *structural equation modelling*.

4.2.1 Pengolahan Statistik Deskriptif

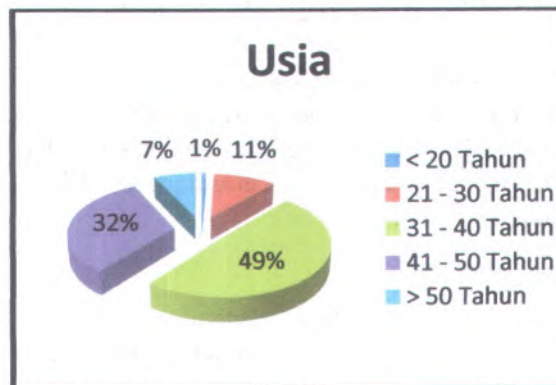
Pengolahan statistik deskriptif dilakukan pada kuisioner yang telah didapatkan dan telah memenuhi persyaratan, yaitu sejumlah 140 kuisioner. Pengolahan statistik deskriptif dilakukan pada profil reponden dan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Pengolahan statistik deskriptif ini akan disajikan dalam bentuk *pie chart*.

4.2.1.1 Pengolahan Statistik Deskriptif – Profil Responden

Profil responden pada kuisioner meliputi lama berdirinya usaha, bidang usaha, lama berdirinya usaha, dan lama menggunakan internet. Berikut merupakan hasil statistik deskriptif untuk masing-masing pertanyaan yang diajukan:

1. Usia Responden

Adapun hasil pengolahan statistik deskriptif pada profil responden berupa usia adalah sebagai berikut.



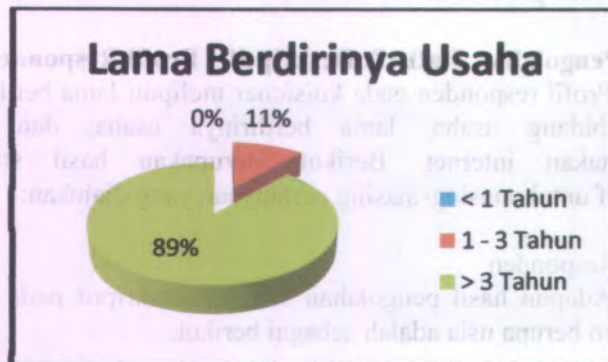
Gambar 4.3 Profil Responden - Usia

Berdasarkan Gambar 4.3 diatas diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden pada usia diantara 31-40 tahun sebesar 49%, kemudian usia 41-50 tahun sebesar 32%, selanjutnya adalah responden dengan usia diantara 21-30 tahun

sebanyak 11%, responden dengan usia diatas 50 tahun sebesar 7%, dan responden dengan usia dibawah 20% hanya sebesar 1%.

2. Lama Berdirinya Usaha

Adapun hasil pengolahan statistik deskriptif pada profil responden berupa lama berdirinya usaha adalah sebagai berikut.

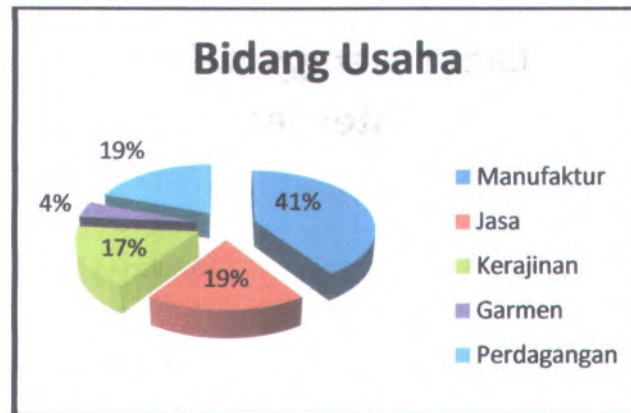


Gambar 4.4 Profil Responen – Lama Berdirinya Usaha

Berdasarkan Gambar 4.4 diatas diketahui bahwa dari keseluruhan responden yang ada, terdapat 88% responden yang berasal dari UKM yang telah berdiri selama lebih dari 3 tahun. Sisanya sebesar 12% responden berasal dari UKM yang baru berdiri sekitar 1-3 tahun.

3. Bidang Usaha

Adapun hasil pengolahan statistik deskriptif pada profil responden berupa bidang usaha responden adalah sebagai berikut.

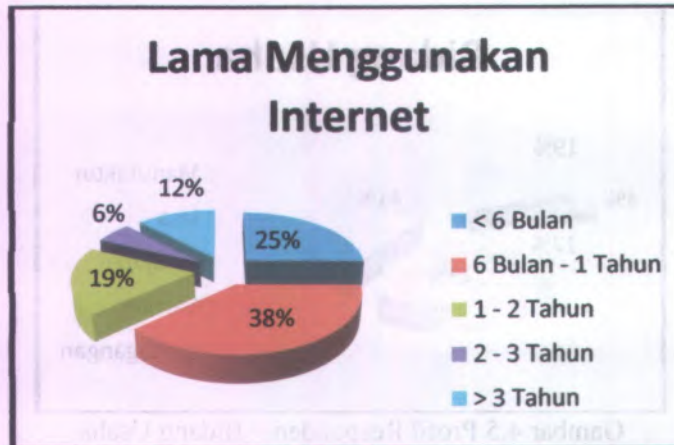


Gambar 4.5 Profil Responden – Bidang Usaha

Berdasarkan Gambar 4.5 diketahui bahwa dari keseluruhan responden yang ada, 41% responden berasal dari usaha yang bergerak dibidang manufaktur. Bidang usaha selanjutnya yang banyak ditekuni responden adalah bidang usaha perdagangan dan jasa, dengan prosentase masing-masing sebesar 19%. Responden yang bekerja di UKM yang bergerak dibidang usaha kerajinan, handycraft, dan furnicraft memiliki prosentase sebesar 17% dari keseluruhan total responden. Sisanya sebesar 4% berasal dari UKM yang bergerak dibidang konveksi dan garmen.

4. Lama Menggunakan Internet

Adapun hasil pengolahan statistik deskriptif pada profil responden berupa bidang usaha responden adalah sebagai berikut.



Gambar 4.6 Profil Responden – Lama Menggunakan Internet

Dari Gambar 4.6 diketahui bahwa dari keseluruhan responden yang ada, 25% responden baru menggunakan internet untuk membantu aktivitas bisnis mereka selama kurang dari 6 bulan, 38% lainnya sudah menggunakan internet selama 6 bulan hingga 1 tahun. Sebesar 19% responden telah menggunakan internet selama kurun waktu 1 – 2 tahun, 6% responden lainnya sudah lumayan lama menggunakan internet untuk membantu aktivitas bisnis mereka, yaitu selama 2 – 3 tahun. Sisanya sebesar 12% responden bahkan telah lebih dari 3 tahun menggunakan internet untuk membantu aktivitas bisnis mereka.

4.2.1.2 Pengolahan Statistik Deskriptif – *Motivation from CEO*

Variabel motivasi dari pemilik usaha ini terdiri dari 3 indikator, yaitu MOT1 – MOT3. Berikut merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk masing-masing indikator yang ada:

Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel *Motivation*

Indikator	Mean	Std Deviasi	Jawaban Responden										Total	
			1		2		3		4		5			
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
MOT1	3,23	0,69	0	0%	20	14%	69	49%	50	36%	1	1%	140	100%
MOT2	3,39	0,74	0	0%	16	11%	59	42%	60	43%	5	4%	140	100%
MOT3	3,39	0,73	0	0%	15	11%	61	44%	59	42%	5	4%	140	100%

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas, diketahui bahwa 1% responden (baik itu pemilik usaha maupun pegawai) merasa selalu menerangkan ataupun diterangkan bahwa internet dapat membantu aktivitas bisnis. 36% responden merasa sering menerangkan ataupun diterangkan mengenai pentingnya penggunaan internet di UKM, 49% merasa bahwa hanya kadang-kadang seorang pemilik usaha menerangkan tentang pentingnya penggunaan internet, dan 14% responden sudah merasa jarang diterangkan ataupun menerangkan tentang pentingnya penggunaan internet dalam mendukung aktivitas bisnis usaha mereka.

Berdasarkan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk indikator MOT2 pada Tabel 4.4, diketahui bahwa 4% responden (baik itu pemilik usaha maupun pegawai) merasa bahwa seorang pemilik usaha selalu ikut berpartisipasi dalam pengadopsian internet di usaha mereka, 43% responden merasa pemilik usaha mereka sering ikut terlibat dalam pengadopsian internet di usaha mereka, 42% responden merasa bahwa pemilik usaha mereka cukup sering ikut terlibat dalam pengadopsian internet di UKM. Sedangkan 11% dari responden merasa bahwa pemilik usaha masih jarang ikut berpartisipasi dalam pengadopsian internet di UKM.

Berdasarkan Tabel 4.4 mengenai proporsi jawaban responden untuk indikator MOT3, diketahui bahwa hanya 4% dari responden yang merasa bahwa pemilik usaha selalu memberikan pengaruh kepada bawahannya untuk mulai ikut serta dalam penggunaan internet di UKM. Sebanyak 42% responden merasa bahwa pemilik usaha sudah sering memberikan pengaruh terhadap bawahannya untuk mulai menggunakan internet. 43% responden merasa bahwa seorang pemilik usaha cukup sering

memberikan pengaruh kepada bawahannya untuk mulai menggunakan internet, 11% lainnya merasa bahwa pemilik usaha jarang memberikan pengaruh kepada bawahannya untuk mulai menggunakan internet di usaha mereka.

4.2.1.3 Pengolahan Statistik Deskriptif - *Competitive*

Variabel kompetitif ini terdiri dari 3 indikator, yaitu COM1 – COM3. Berikut merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk masing-masing indikator yang ada:

Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel *Competitive*

Indikator	Mean	Std Deviasi	Jawaban Responden										Total	
			1		2		3		4		5		n	%
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
COM1	3,25	0,85	6	4%	19	14%	49	35%	66	47%	0	0%	140	100%
COM2	3,11	1,14	6	4%	45	32%	37	26%	32	23%	20	14%	140	100%
COM3	2,79	0,94	11	8%	42	30%	58	41%	24	17%	5	4%	140	100%

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas, diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu sebesar 47% berpendapat bahwa mereka sering menggunakan internet untuk melakukan komunikasi dengan konsumen. Sekitar 35% responden merasa jarang menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan konsumen, dan sekitar 14% masih sangat jarang menggunakan media internet untuk berkomunikasi dengan konsumen. Sekitar 4% responden bahkan tidak pernah menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Berdasarkan Tabel 4.5 mengenai proporsi jawaban responden untuk indikator COM2, diketahui bahwa terdapat 14% responden yang sangat sering menggunakan internet untuk melakukan komunikasi dengan supplier. 23% lainnya merasa sering menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan supplier mereka. 27% responden merasa cukup sering melakukan aktivitas ini dengan memanfaatkan teknologi internet, dan sekitar 32% responden jarang menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan supplier mereka. Hanya sebesar 4% dari responden yang merasa sangat jarang menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan supplier.

Berdasarkan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk indikator COM2 pada Tabel 4.5, diketahui bahwa sebesar 4% responden merasa sangat sering menggunakan internet sebagai media untuk melihat perkembangan kompetitor dan 17% merasa sering menggunakan internet untuk keperluan ini. 41% lainnya hanya merasa cukup sering dalam memanfaatkan internet sebagai media untuk melihat perkembangan kompetitor mereka. Sebesar 30% merasa jarang menggunakan internet untuk melihat perkembangan konsumen, dan hanya sebesar 8% total responden yang benar-benar tidak pernah menggunakan internet untuk melihat perkembangan kompetitor mereka.

4.2.1.4 Pengolahan Statistik Deskriptif – *Perceived Usefulness*

Variabel *perceived of usefulness* ini terdiri dari 3 indikator, yaitu PU1 – PU3. Berikut merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk masing-masing indikator yang ada:

Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel *Perceived Usefulness*

Indikator	Mean	Std Deviasi	Jawaban Responden										Total	
			1		2		3		4		5		n	%
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
PU1	4,32	0,53	0	0%	0	0%	4	3%	87	62%	49	35%	140	100%
PU2	4,14	0,34	0	0%	0	0%	0	0%	121	86%	19	14%	140	100%
PU3	4,49	0,54	0	0%	0	0%	3	2%	66	47%	71	51%	140	100%

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas, diketahui bahwa sebagian besar responden , yaitu sebesar 62% dari total responden merasa setuju bahwa internet dapat memudahkan mereka dalam pencarian sesuatu lebih cepat. 35% responden lainnya bahkan merasa sangat setuju bahwa internet benar-benar dapat membantu mereka dalam melakukan suatu pencarian lebih cepat. Hanya sebesar 4% responden yang masih merasa kurang setuju akan kemudahan yang diberikan internet ini.

Berdasarkan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk indikator PU2 pada Tabel 4.6, diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu sebesar 86% responden yang merasa setuju bahwa internet dapat membantu mereka dalam pencarian informasi secara tepat dan akurat, dan sisanya sebesar 14%

responden merasa sangat setuju bahwa internet dapat memudahkan mereka dalam pencarian informasi secara tepat dan akurat.

Berdasarkan Gambar 4.15 diatas, diketahui bahwa sebesar 51% responden merasa sangat setuju bahwa internet dapat membantu mereka dalam mencari sebanyak-banyaknya informasi yang mereka butuhkan. 47% lainnya merasa setuju akan kemudahan internet dalam mencari sebanyak-banyaknya informasi mereka butuhkan. Dan hanya sebesar 2% responden yang merasa kurang setuju akan kemudahan yang diberikan internet ini.

4.2.1.5 Pengolahan Statistik Deskriptif – *Perceived Ease of Use*

Variabel *perceived ease of usefulness* ini terdiri dari 3 indikator, yaitu PEOU1 – PEOU4. Berikut merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk masing-masing indikator yang ada:

Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel *Perceived of Ease of Use*

Indikator	Mean	Std Deviasi	Jawaban Responden										Total	
			1		2		3		4		5		n	%
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
PEOU1	4,06	0,67	0	0%	3	2%	18	13%	86	61%	33	24%	140	100%
PEOU2	3,94	0,67	0	0%	1	1%	32	23%	81	58%	26	19%	140	100%
PEOU3	3,74	0,71	0	0%	6	4%	40	29%	79	56%	15	11%	140	100%
PEOU4	3,84	0,66	0	0%	6	4%	26	19%	93	66%	15	11%	140	100%

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa 24% dari responden merasa sangat setuju bahwa internet mudah untuk dipelajari, 61% responden juga merasa setuju akan pendapat ini. Disamping itu, terdapat 13% responden yang merasa kurang setuju akan kemudahan dalam mempelajari penggunaan internet ini dan terdapat 2% responden yang tidak setuju bahwa internet mudah untuk dipelajari penggunaannya.

Berdasarkan pengolahan statistik deskriptif untuk indikator PEOU2 pada Tabel 4.7, diketahui bahwa 18% responden merasa sangat setuju bahwa internet mudah untuk digunakan, 58% lainnya setuju bahwa mereka merasa mudah

dalam menggunakan internet, dan 23% responden menyatakan bahwa mereka merasa kurang setuju akan kemudahan penggunaan internet ini. Dan masih terdapat 1% responden yang tidak setuju bahwa internet mudah untuk digunakan.

Berdasarkan Tabel 4.7 mengenai proporsi jawaban responden untuk variabel indikator PEOU3, diketahui bahwa 11% responden merasa sangat setuju bahwa mereka mudah mahir dalam menggunakan internet dalam waktu singkat, sebesar 56% responden juga merasa setuju bahwa mereka mudah mahir menggunakan internet dalam waktu singkat. Sekitar 29% responden merasa kurang setuju akan kemudahan mempelajari penggunaan internet dalam waktu singkat dan 4% responden merasa tidak setuju bahwa mereka mudah mahir menggunakan internet dalam waktu singkat.

Berdasarkan Tabel 4.7, diketahui bahwa 11% responden merasa sangat setuju bahwa interaksi dengan internet jelas dan mudah dimengerti. Sekitar 66% dari total keseluruhan responden juga merasa setuju bahwa interaksi dengan internet jelas dan mudah dimengerti. Sebesar 19% responden merasa kurang setuju mengenai kemudahan berinteraksi dengan internet dan 4% responden merasa tidak setuju dengan pernyataan bahwa interaksi dengan internet jelas dan mudah dimengerti.

4.2.1.6 Pengolahan Statistik Deskriptif – *Self Efficacy*

Variabel *self efficacy* ini terdiri dari 3 indikator, yaitu SE1 – SE3. Berikut merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk masing-masing indikator yang ada:

Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel *Self Efficacy*

Indikator	Mean	Std Deviasi	Jawaban Responden										Total	
			1		2		3		4		5		n	%
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
SE1	3,78	0,59	0	0%	1	1%	40	29%	88	63%	11	8%	140	100%
SE2	2,79	0,86	3	2%	55	39%	55	39%	22	16%	5	4%	140	100%
SE3	2,44	0,79	9	6%	76	54%	40	29%	14	10%	1	1%	140	100%

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa sebesar 8% responden sangat setuju bahwa mereka merasa percaya diri



dalam menggunakan internet untuk mengumpulkan data, 63% lainnya setuju bahwa selama ini mereka merasa percaya diri dalam menggunakan internet. Disamping itu, terdapat sekitar 28% responden yang kurang setuju bahwa mereka selama ini percaya diri dalam menggunakan internet. Hanya sebesar 1% responden yang merasa tidak setuju bahwa mereka selama ini percaya diri dalam menggunakan internet untuk mengumpulkan data.

Untuk pengolahan statistik deskriptif jawaban responden untuk variabel indikator SE2, diketahui bahwa sebesar 4% responden sangat setuju bahwa mereka merasa percaya diri dalam mempelajari sebuah program di internet, 16% diantara mereka merasa setuju bahwa mereka merasa percaya diri dalam mempelajari sebuah program di internet, 39% responden merasa kurang setuju bahwa mereka merasa percaya diri dalam mempelajari sebuah program di internet, 39% lainnya merasa tidak setuju bahwa mereka merasa percaya diri dalam mempelajari sebuah program di internet, dan hanya 2% dari responden yang merasa sangat tidak setuju bahwa mereka merasa percaya diri dalam mempelajari sebuah program di internet.

Berdasarkan Tabel 4.8 untuk variabel indikator SE3, diketahui bahwa hanya sebesar 1% responden yang sangat setuju bahwa mereka merasa percaya diri dalam bergabung pada suatu forum diskusi online. Sekitar 10% lainnya sudah mulai setuju bahwa mereka merasa percaya diri bergabung dalam suatu forum diskusi online, 29% lainnya merasa kurang percaya diri dalam bergabung pada suatu forum diskusi online. Sebagian besar dari responden yaitu sebesar 54% bahkan merasa tidak setuju bahwa mereka merasa percaya diri bergabung dalam forum diskusi online.

4.2.1.7 Pengolahan Statistik Deskriptif – *Computer / Internet Anxiety*

Variabel *computer/internet anxiety* ini terdiri dari 3 indikator, yaitu ANX1 – ANX3. Berikut merupakan hasil

pengolahan statistik deskriptif untuk masing-masing indikator yang ada:

Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel *Computer/Internet Anxiety*

Indikator	Mean	Std Deviasi	Jawaban Responden										Total	
			1		2		3		4		5		n	%
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
ANX1	3,25	0,76	2	1%	20	14%	60	43%	57	41%	1	1%	140	100%
ANX2	3,09	1,02	0	0%	53	38%	36	26%	37	26%	14	10%	140	100%
ANX3	3,09	1,00	1	1%	49	35%	38	27%	40	29%	12	9%	140	100%

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, diketahui bahwa 1% responden merasa sangat setuju bahwa mereka merasa gelisah (takut) dalam menggunakan komputer/internet dan sebagian besar responden yaitu sebesar 41% responden merasa setuju bahwa mereka merasa gelisah (takut) dalam menggunakan komputer/internet. 43% responden lainnya merasa kurang setuju akan kegelisahan yang mereka rasakan dalam menggunakan komputer/internet. 14% responden merasa tidak setuju bahwa mereka merasa gelisah (takut) dalam menggunakan komputer/internet dan hanya 1% responden yang merasa sangat tidak setuju bahwa mereka merasa gelisah (takut) dalam menggunakan komputer/internet.

Untuk pengolahan statistik deskriptif jawaban responden untuk variabel indikator ANX2, diketahui bahwa 10% responden merasa sangat setuju bahwa merasa ketakutan karena salah menekan satu tombol saja akan dapat menghilangkan/ merusak semua informasi (data). 26% lainnya setuju bahwa mereka pernah merasa ketakutan karena salah menekan satu tombol saja dapat menghilangkan/merusak semua informasi (data) dan 26% responden ternyata kurang setuju bahwa mereka pernah merasakan kegelisahan tersebut. Sisanya sebesar 38% responden merasa tidak setuju bahwa mereka pernah merasa ketakutan karena salah menekan satu tombol saja dapat menghilangkan/merusak semua informasi (data).

Berdasarkan Tabel 4.9 untuk jawaban variabel indikator ANX3, diketahui bahwa 8% responden sangat setuju bahwa mereka merasa khawatir/takut membuat kesalahan yang tidak

dapat diperbaiki. Selanjutnya 49% responden setuju bahwa mereka pernah merasa khawatir/takut membuat kesalahan yang tidak dapat diperbaiki. 38% lainnya merasa kurang setuju bahwa mereka pernah merasa khawatir/ takut membuat kesalahan yang tidak dapat diperbaiki dan 5% responden tidak setuju bahwa mereka pernah merasakan kekhawatiran seperti ini.

4.2.1.8 Pengolahan Statistik Deskriptif – Penggunaan Internet

Variabel penggunaan internet ini terdiri dari 3 indikator, yaitu PI1 – PI3. Berikut merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk masing-masing indikator yang ada:

Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Penggunaan Internet

Indikator	Mean	Std Deviasi	Jawaban Responden										Total	
			1		2		3		4		5		n	%
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
PI1	3,46	0,63	0	0%	4	3%	74	53%	56	40%	6	4%	140	100%
PI2	3,75	0,74	0	0%	3	2%	51	36%	64	46%	22	16%	140	100%
PI3	3,76	0,81	0	0%	5	4%	51	36%	56	40%	28	20%	140	100%

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas, diketahui bahwa sebesar 4% responden merasa selalu menggunakan internet untuk kebutuhan aktivitas bisnis mereka, 40% diantara mereka merasa *sering* menggunakan internet untuk kebutuhan aktivitas bisnis mereka. 53% responden lainnya merasa cukup sering menggunakan internet untuk kebutuhan aktivitas bisnis mereka di UKM. Sisanya sebesar 3% responden masih merasa jarang menggunakan internet untuk kebutuhan aktivitas bisnis mereka.

Untuk pengolahan statistik deskriptif jawaban responden untuk variabel indikator PI2, diketahui bahwa 16% responden merasa sangat puas dalam menggunakan internet untuk keperluan bisnis mereka, 46% responden merasa puas akan hasil penggunaan internet di usaha mereka. 36% responden yang ada merasa cukup puas dengan penggunaan internet di usaha mereka, sisanya sebesar 2% responden merasa kurang puas dengan penggunaan internet di usaha mereka.

Berdasarkan Tabel 4.10 untuk jawaban variabel indikator PI3, diketahui bahwa sebesar 20% merasa sangat nyaman dalam

menggunakan internet untuk mendukung aktivitas bisnis mereka. Sebagian besar dari responden yaitu sebesar 40% merasa nyaman dalam menggunakan internet di UKM, 36% lainnya merasa cukup nyaman dalam menggunakan internet untuk membantu aktivitas bisnis mereka. Sisanya sebesar 4% responden merasa kurang nyaman dengan adanya penggunaan internet di usaha mereka.

4.2.1.9 Pengolahan Statistik Deskriptif – Peningkatan Kinerja

Variabel peningkatan kinerja ini terdiri dari 3 indikator, yaitu PK1 – PK3. Berikut merupakan hasil pengolahan statistik deskriptif untuk masing-masing indikator yang ada:

Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Peningkatan Kinerja

Indikator	Mean	Std Deviasi	Jawaban Responden										Total	
			1		2		3		4		5		n	%
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
PK1	3,59	0,67	0	0%	0	0%	72	51%	54	39%	14	10%	140	100%
PK2	3,90	0,62	0	0%	0	0%	34	24%	86	61%	20	14%	140	100%
PK3	3,78	0,62	0	0%	0	0%	46	33%	79	56%	15	11%	140	100%
PK4	3,79	0,64	0	0%	0	0%	47	34%	76	54%	17	12%	140	100%
PK5	3,73	0,57	0	0%	0	0%	47	34%	84	60%	9	6%	140	100%
PK6	3,57	0,68	0	0%	0	0%	75	54%	50	36%	15	11%	140	100%

Berdasarkan Tabel 4.11 untuk jawaban variabel indikator PK1, diketahui bahwa sebesar 10% responden merasa jumlah mitra / rekan kerja mereka meningkat tajam setelah mereka menggunakan internet. 39% responden lainnya merasa jumlah mitra / rekan kerja mereka meningkat setelah mereka menerapkan penggunaan internet di UKM. Sisanya sebesar 51% responden merasa jumlah mitra / rekan kerja mereka tidak bertambah setelah menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis mereka.

Berdasarkan Tabel 4.11 untuk jawaban variabel indikator PK2, diketahui bahwa sebesar 14% responden merasa jumlah pesanan yang mereka terima meningkat tajam setelah mereka menggunakan internet dalam usaha mereka. Sebagian besar responden yaitu sebesar 62% responden merasa jumlah pesanan mereka meningkat setelah mereka menerapkan penggunaan internet di UKM. Sisanya sebesar 24% responden merasa jumlah

pesanan yang mereka terima tidak bertambah setelah menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis mereka.

Berdasarkan Tabel 4.11 untuk jawaban variabel indikator PK3, diketahui bahwa sebesar 11% responden merasa jumlah produksi mereka meningkat tajam setelah mereka menggunakan internet dalam usaha mereka. Sebagian besar responden yaitu sebesar 56% responden merasa jumlah produksi mereka meningkat setelah mereka menerapkan penggunaan internet di UKM. Sisanya sebesar 33% responden merasa jumlah produksi mereka tidak bertambah setelah menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis mereka.

Berdasarkan Tabel 4.11 untuk jawaban variabel indikator PK4, diketahui bahwa sebesar 12% responden merasa pendapatan yang mereka hasilkan meningkat tajam setelah mereka menggunakan internet dalam membantu aktivitas usaha mereka. Sebagian besar responden yaitu sebesar 54% responden merasa jumlah pendapatan yang mereka hasilkan mengalami peningkatan setelah mereka menerapkan penggunaan internet di UKM. Sisanya sebesar 34% responden merasa jumlah pendapatan yang mereka terima tidak bertambah setelah menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis mereka.

Berdasarkan Tabel 4.11 untuk jawaban variabel indikator PK5, diketahui bahwa sebesar 6% responden merasa profit yang mereka dapatkan meningkat tajam setelah mereka menggunakan internet dalam membantu aktivitas usaha mereka. Sebagian besar responden yaitu sebesar 60% responden merasa jumlah profit yang mereka hasilkan mengalami peningkatan setelah mereka menerapkan penggunaan internet di UKM. Sisanya sebesar 34% responden merasa jumlah pendapatan yang mereka terima tidak bertambah setelah menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis mereka.

Berdasarkan Tabel 4.11 untuk jawaban variabel indikator PK6, diketahui bahwa sebesar 11% responden merasa usaha mereka mengalami peningkatan skala usaha yang tajam setelah menerapkan internet. Sebesar 36% responden merasa mengalami

peingkatan skala usaha setelah menggunakan internet. Sisanya sebesar 53% responden merasa tidak terjadi perubahan sama sekali dalam hal skala usaha pada usaha tersebut.

4.2.2 Uji Outlier

Data outlier merupakan data-data yang bersifat ekstrim dimana data berada diluar rentang normal. Data yang outlier umumnya nilai z residu atau ZRE antara rentang:

1. -3 sampai +3 bila jumlah data banyak
2. -2,56 sampai +2,56 bila data yang diuji dengan nilai outlier diatas masih belum normal
3. -1,96 sampai +1,96 bila menggunakan 2 outlier diatas masih belum normal juga, dan biasanya jumlah data kurang dari 30.

Perhitungan hasil uji outlier dari data-data yang telah dikumpulkan dapat dilihat pada Tabel 4.12 dibawah ini

Tabel 4.12 Nilai Residual Hasil Uji Outlier

Indikator	Zmin	Zmax
MOT1	-1,77375	2,55749
MOT2	-1,88432	2,19514
MOT3	-1,9099	2,22493
COM1	-2,6494	0,88313
COM2	-1,85481	1,66618
COM3	-1,89391	2,34845
PU1	-2,50969	1,28876
PU2	-0,39485	2,51454
PU3	-2,73654	0,94726
PEOU1	-2,73654	0,94726
PEOU2	-1,58818	1,39632
PEOU3	-2,91984	1,58874
PEOU4	-2,4596	1,79156

Indikator	Zmin	Zmax
SE1	-3,02235	2,07559
SE2	-2,08281	2,5641
SE3	-1,82858	3,24076
ANX1	-2,9612	2,30315
ANX2	-1,06312	1,87445
ANX3	-2,08691	1,90173
PI1	-1,59713	1,99001
PI2	-2,94608	1,32803
PI3	-2,03539	1,3978
PK1	-0,89551	1,98659
PK2	-1,39005	1,47181
PK3	-1,43172	1,49442
PK4	-1,22985	1,56981
PK5	-1,25222	2,21929
PK6	-0,84026	2,10064

Berdasarkan hasil uji outlier pada Tabel 4.12, terlihat bahwa tidak ada satupun indikator yang memiliki nilai residual diluar rentang nilai $-0,3 - 0,3$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan data yang didapat, tidak terdapat data yang outlier.

4.2.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Suatu penelitian instrumental yang baik harus menggunakan instrumen yang valid dan reliabel. Oleh karena itu, kuesioner dalam penelitian ini harus bersifat valid dan reliabel agar menghasilkan data yang banar dan relatif konsisten.

4.2.3.1 Uji Validitas

Sebuah kuesioner dapat dikatakan valid adalah ketika pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner tersebut benar-benar

dapat mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas terhadap kuesioner ini dilakukan dengan mengukur nilai korelasi *pearson* antara satu pertanyaan dengan nilai total dalam satu faktor. Sebuah pertanyaan dikatakan valid jika mempunyai korelasi yang signifikan, yaitu mempunyai tingkat signifikansi di bawah 0,05.

Pada Tabel 4.13 dibawah ini akan ditampilkan hasil perhitungan untuk pengujian validitas terhadap variabel *motivation*.

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel *Motivation*

Pertanyaan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
MOT1	0,817	0,000	Valid
MOT2	0,833	0,000	Valid
MOT3	0,915	0,000	Valid

Berdasarkan hasil yang tertera pada Tabel 4.13, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuisisioner yang digunakan untuk mengukur variabel *motivation* telah dinilai valid. Hal ini dikarenakan seluruh nilai *pearson correlation* yang didapatkan bernilai positif dan berada pada tingkat signifikansi di bawah 0,05.

Pada Tabel 4.14 dibawah ini akan ditampilkan hasil perhitungan untuk pengujian validitas terhadap variabel *competitive*.

Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel *Competitive*

Pertanyaan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
COM1	0,819	0,000	Valid
COM2	0,853	0,000	Valid
COM3	0,826	0,000	Valid

Berdasarkan hasil yang tertera pada Tabel 4.14, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuisisioner yang digunakan untuk mengukur variabel *competitive* telah dinilai

valid. Hal ini dikarenakan seluruh nilai *pearson correlation* yang didapatkan bernilai positif dan berada pada tingkat signifikansi di bawah 0,05.

Pada Tabel 4.15 dibawah ini akan ditampilkan hasil perhitungan untuk pengujian validitas terhadap variabel *perceived usefulness*.

Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Usefulness*

Pertanyaan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
PU1	0,858	0,000	Valid
PU2	0,729	0,000	Valid
PU3	0,805	0,000	Valid

Berdasarkan hasil yang tertera pada Tabel 4.15, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuisioner yang digunakan untuk mengukur variabel *perceived usefulness* telah dinilai valid. Hal ini dikarenakan seluruh nilai *pearson correlation* yang didapatkan bernilai positif dan berada pada tingkat signifikansi di bawah 0,05.

Pada Tabel 4.16 dibawah ini akan ditampilkan hasil perhitungan untuk pengujian validitas terhadap variabel *perceived ease of use*.

Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Ease of Use*

Pertanyaan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
PEOU1	0,852	0,000	Valid
PEOU2	0,862	0,000	Valid
PEOU3	0,86	0,000	Valid
PEOU4	0,872	0,000	Valid

Berdasarkan hasil yang tertera pada Tabel 4.16, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuisioner yang digunakan untuk mengukur variabel *perceived usefulness* telah

dinilai valid. Hal ini dikarenakan seluruh nilai *pearson correlation* yang didapatkan bernilai positif dan berada pada tingkat signifikansi di bawah 0,05.

Pada Tabel 4.17 dibawah ini akan ditampilkan hasil perhitungan untuk pengujian validitas terhadap variabel *self efficacy*.

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel *Self Efficacy*

Pertanyaan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
SE1	0,778	0,000	Valid
SE2	0,93	0,000	Valid
SE3	0,903	0,000	Valid

Berdasarkan hasil yang tertera pada Tabel 4.17, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuisioner yang digunakan untuk mengukur variabel *self efficacy* telah dinilai valid. Hal ini dikarenakan seluruh nilai *pearson correlation* yang didapatkan bernilai positif dan berada pada tingkat signifikansi di bawah 0,05.

Pada Tabel 4.18 dibawah ini akan ditampilkan hasil perhitungan untuk pengujian validitas terhadap variabel *computer/internet anxiety*.

Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel *Computer/Internet Anxiety*

Pertanyaan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
ANX1	0,775	0,000	Valid
ANX2	0,951	0,000	Valid
ANX3	0,953	0,000	Valid

Berdasarkan hasil yang tertera pada Tabel 4.18, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuisioner yang digunakan untuk mengukur variabel *computer/internet anxiety* telah dinilai valid. Hal ini dikarenakan seluruh nilai *pearson*

correlation yang didapatkan bernilai positif dan berada pada tingkat signifikansi di bawah 0,05.

Pada Tabel 4.19 dibawah ini akan ditampilkan hasil perhitungan untuk pengujian validitas terhadap variabel penggunaan internet.

Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Internet

Pertanyaan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
PI1	0,817	0,000	Valid
PI2	0,822	0,000	Valid
PI3	0,887	0,000	Valid

Berdasarkan hasil yang tertera pada Tabel 4.19, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuisisioner yang digunakan untuk mengukur variabel penggunaan internet telah dinilai valid. Hal ini dikarenakan seluruh nilai *pearson correlation* yang didapatkan bernilai positif dan berada pada tingkat signifikansi di bawah 0,05.

Pada Tabel 4.20 dibawah ini akan ditampilkan hasil perhitungan untuk pengujian validitas terhadap variabel peningkatan kinerja.

Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel Peningkatan Kinerja

Pertanyaan	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
PK1	0,766	0,000	Valid
PK2	0,720	0,000	Valid
PK3	0,643	0,000	Valid
PK4	0,682	0,000	Valid
PK5	0,783	0,000	Valid
PK6	0,785	0,000	Valid

Berdasarkan hasil yang tertera pada Tabel 4.20, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuisisioner yang

digunakan untuk mengukur variabel peningkatan kinerja telah dinilai valid. Hal ini dikarenakan seluruh nilai *pearson correlation* yang didapatkan bernilai positif dan berada pada tingkat signifikansi di bawah 0,05.

4.2.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk menguji sejauh mana alat ukur dapat diandalkan atau dapat dipercaya, sehingga jawaban seseorang terhadap pernyataan akan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Perhitungan uji reliabilitas ini menggunakan koefisien Cronbach Alpha (α). Apabila nilai α lebih besar dari 0,06 maka dapat ditafsirkan bahwa suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih, dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut dapat diandalkan. Hasil perhitungan uji reliabilitas pada seluruh variabel yang ada dapat dilihat pada Tabel 4.21 dibawah ini:

Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Masing-Masing Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Motivation	0,817	Reliabel
Competitive	0,771	Reliabel
Perceived Usefulness	0,709	Reliabel
Perceived Ease of Use	0,884	Reliabel
Self Efficacy	0,840	Reliabel
Computer/Internet Anxiety	0,878	Reliabel
Penggunaan Internet	0,794	Reliabel
Peningkatan Kinerja	0,824	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4.21 diatas, terlihat bahwa nilai *alpha cronbach* untuk semua variabel lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kedelapan variabel yang ada dalam penelitian adalah reliabel.

4.2.4 Uji Multinormalitas dan Uji Multikolinearitas

Uji normalitas dan multikolinearitas ini dilakukan untuk memenuhi asumsi dalam *Structural Equation Modelling* sebelum melanjutkan ke tahap pengolahan data berikutnya. Uji normalitas dan multikolinearitas ini dilakukan untuk memastikan apakah data berdistribusi normal serta tidak ada kasus multikolinearitas didalamnya.

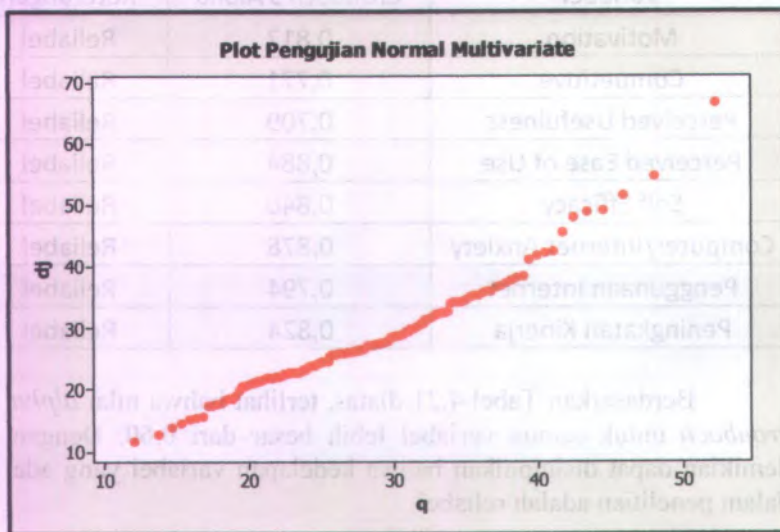
4.2.4.1 Uji Multinormalitas

Pengujian distribusi multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan macro minitab. Pengujian hipotesis untuk multikolinearitas adalah sebagai berikut:

H_0 : Data mengikuti sebaran distribusi multinormal

H_1 : Data tidak mengikuti sebaran distribusi multinormal

Data penelitian dapat dikatakan berdistribusi multinormal jika daerah dibawah kurva χ^2 sebesar 50% atau lebih. Pengujian data hasil penelitian dapat dilihat pada gambar *scatterplot* sebagai berikut:



Gambar 4.7 Plot Pengujian Normal Multivariate

Berdasarkan hasil running menggunakan software minitab diatas, diketahui bahwa daerah dibawah kurva χ^2 adalah sebesar 79,2857%. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa data yang ada mengikuti sebaran distribusi multinormal.

4.2.4.2 Uji Multikolinearitas

Dalam uji multikolinearitas ini, terdapat asumsi yang harus dipenuhi yaitu tidak adanya kolerasi yang sempurna atau besar diantara variabel-variabel yang ada. Menurut Ghozali (2009), nilai korelasi yang diperbolehkan adalah diantara rentang $-0,7 - 0,7$. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan:

Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas

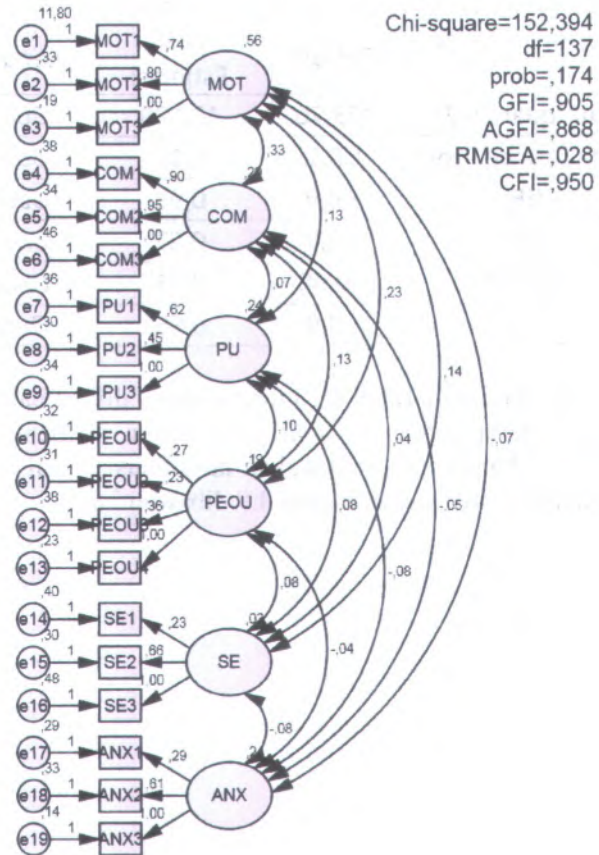
	MOT	COM	PU	PEOU	SE	ANX	PI
COM	0,545						
PU	0,318	0,445					
PEOU	0,585	0,642	0,427				
SE	0,386	0,503	0,350	0,450			
ANX	-0,507	-0,611	-0,398	-0,590	-0,496		
PI	0,555	0,688	0,378	0,564	0,582	-0,642	
PK	0,682	0,700	0,567	0,690	0,450	-0,701	0,665

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, dapat dilihat bahwa tidak ada nilai korelasi yang berada diluar rentang $-0,7 - 0,7$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi kasus multikolinearitas pada kedelapan variabel tersebut.

4.2.5 *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* atau Analisa Faktor Konfirmatori

Model pengukuran untuk analisis faktor konfirmatori (*CFA=Confirmatory Factor Analysis*) dilakukan secara terpisah untuk konstruk-konstruk eksogen dan konstruk-konstruk endogen dimana prosedur analisis faktor konfirmatori mengacu pada Hair *et al.* (1995) yaitu terdiri dari:

1. Analisis *overall model fit*.



Gambar 4.8 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen

Untuk melihat apakah model CFA yang dibangun sudah baik atau tidak, dapat dilihat pada Tabel 4.23 dibawah ini.

Tabel 4.23 Hasil *Goodness of Fit* Konstruk-Konstruk Eksogen

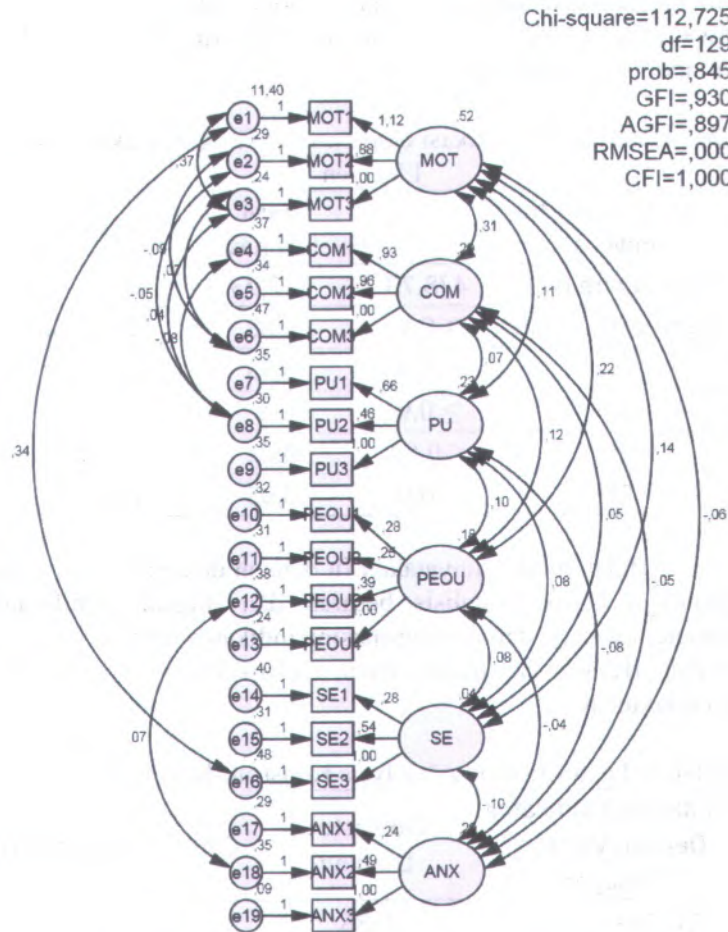
Goodness-of-fit Indices	Cut-off	Hasil Estimasi	Keputusan
Chi square (χ^2)	478,70	152,39	Good Fit
Significance Prob	$\geq 0,1$	0,17	Good Fit
GFI	$\geq 0,9$	0,91	Good Fit
AGFI	$\geq 0,9$	0,87	Marginal Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,03	Good Fit
CFI	$\geq 0,9$	0,95	Good Fit

Berdasarkan Tabel 4.23 diatas, dapat dilihat bahwa masih terdapat kriteria *goodness of fit* yang belum memenuhi *cut off value* nya sehingga perlu dilakukan modifikasi. Hasil modifikasi model dapat dilihat pada Gambar 4.9 dibawah ini:



Gambar 4.8 Analisis Faktor Konstruksi Konstruksi Eksogen

Untuk melihat apakah model CFA yang dibangun sudah baik atau tidak dapat dilihat pada Tabel 4.23 dibawah ini



Gambar 4.9 Modifikasi Analisis Faktor Konfirmatori Konstruksi Eksogen

Hasil *goodness of fit* konstruk-konstruksi eksogen pada model yang telah dimodifikasi ini menunjukkan hasil yang baik. Semua kriteria *goodness of fit* telah memenuhi *cut off value* nya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa model sudah baik, terbukti bahwa terdapat kesesuaian antara input observasi dengan prediksi dari model yang diajukan.

Tabel 4.24 Hasil Modifikasi *Goodness of Fit* Konstruk-Konstruk Eksogen

Goodness-of-fit Indices	Cut-off	Hasil Estimasi	Keputusan
Chi square (χ^2)	478,70	112,73	Good Fit
Significance Prob	$\geq 0,1$	0,85	Good Fit
GFI	$\geq 0,9$	0,93	Good Fit
AGFI	$\geq 0,9$	0,9	Good Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,03	Good Fit
CFI	$\geq 0,9$	0,95	Good Fit

Setelah model dinyatakan fit dengan data yang ada, maka selanjutnya harus dianalisis besaran dan tingkat signifikansi parameter estimasi dari masing-masing indikator menuju konstruk latennya. Berikut merupakan hasil analisis faktor loading yang telah dilakukan:

Tabel 4.25 Factor Loading Analysis Konstruk-Konstruk Eksogen

Hubungan Indikator Dengan Variabel Eksogen	Std Factor Loading	C.R	Probabilitas
MOT3 <--- MOT	0,86		
MOT2 <--- MOT	0,73	8,01	0,00
MOT1 <--- MOT	0,16	2,31	0,02
COM3 <--- COM	0,62		
COM2 <--- COM	0,66	4,99	0,00
COM1 <--- COM	0,62	4,99	0,00
PU3 <--- PU	0,65		

Hubungan Indikator Dengan Variabel Eksogen	Std Factor Loading	C.R	Probabilitas
PU2 <--- PU	0,37	2,42	0,02
PU1 <--- PU	0,45	2,99	0
PEOU4 <--- PEOU	0,68		
PEOU3 <--- PEOU	0,25	2,23	0,03
PEOU2 <--- PEOU	0,18	1,34	0,18
PEOU1 <--- PEOU	0,2	1,82	0,07
ANX3 <--- ANX	0,8		
ANX2 <--- ANX	0,46	1,83	0,07
ANX1 <--- ANX	0,25	1,75	0,08
SE3 <--- SE	0,26		
SE2 <--- SE	0,21	1,75	0,08
SE1 <--- SE	0,07	1,12	0,26

Critical value (C.R) untuk setiap *factor loading* menunjukkan bahwa hampir seluruhnya berada di atas ambang batas 1,96 (pada taraf signifikansi 5%) maupun 2,58 (pada taraf signifikansi 1%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *measured variables* tersebut secara signifikan merupakan indikator-indikator dari konstruk-konstruk eksogen yang digunakan dan dianalisis dalam penelitian ini.

Setelah melakukan analisis faktor loading, model tersebut perlu diuji reliabilitasnya. Pengujian reliabilitas ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana indikator-indikator tersebut dapat merepresentasikan atau mengindikasikan konstruk latennya. Untuk mengetahui reliabilitas konstruk eksogen, akan dihitung nilai *construct reliability* dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{construct reliability} = \frac{(\sum \text{standardized loading})^2}{(\sum \text{standardized loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Nilai yang dapat digunakan untuk melakukan perhitungan *construct reliability* terdapat pada Tabel 4.16 dibawah ini:

Tabel 4.26 Standar Loading dan Measurement Error Konstruk-Konstruk Eksogen

	Std Loading	Measurement Error
MOT3	0,86	0,2604
MOT2	0,73	0,4671
MOT1	0,16	0,9744
COM3	0,62	0,6156
COM2	0,66	0,5644
COM1	0,62	0,6156
PU3	0,65	0,5775
PU2	0,37	0,8631
PU1	0,45	0,7975
PEOU4	0,68	0,5376
PEOU3	0,25	0,9375
PEOU2	0,18	0,9676
PEOU1	0,2	0,96
ANX3	0,8	0,36
ANX2	0,46	0,7884
ANX1	0,25	0,9375
SE3	0,26	0,9324
SE2	0,21	0,9559
SE1	0,07	0,9951

Perhitungan Reliabilitas:

$$\text{construct reliability} = \frac{(\sum \text{standardized loading})^2}{(\sum \text{standardized loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

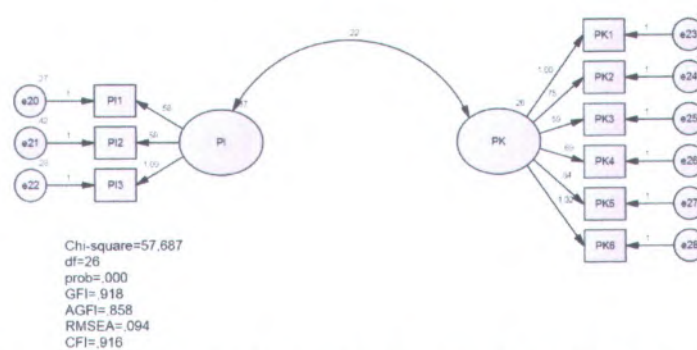
$$\text{construct reliability} = \frac{(8,48)^2}{(8,48)^2 + (14,1076)}$$

$$\text{construct reliability} = 0,835592$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh bahwa nilai reliabilitas konstruk sebesar 0,835592. Nilai ini diatas nilai *cut-off* 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen telah memenuhi syarat *construct reliability*.

4.2.5.2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen

Pengukuran konstruk endogen ini dilakukan terhadap kedua variabel laten dimana terdapat total sembilan indikator, masing-masing variabel indikator diwujudkan dalam beberapa pertanyaan dalam kuisioner yang telah disebar. Variabel pertama adalah penggunaan internet, memiliki tiga indikator yaitu PI1, PI2, dan PI3. Variabel kedua adalah peningkatan kinerja, memiliki enam indikator yaitu PK1, PK2, PK3, PK4, PK5, dan PK6. Berikut ini merupakan hasil dari model *confirmatory factor analysis* untuk konstruk-konstruk eksogen.



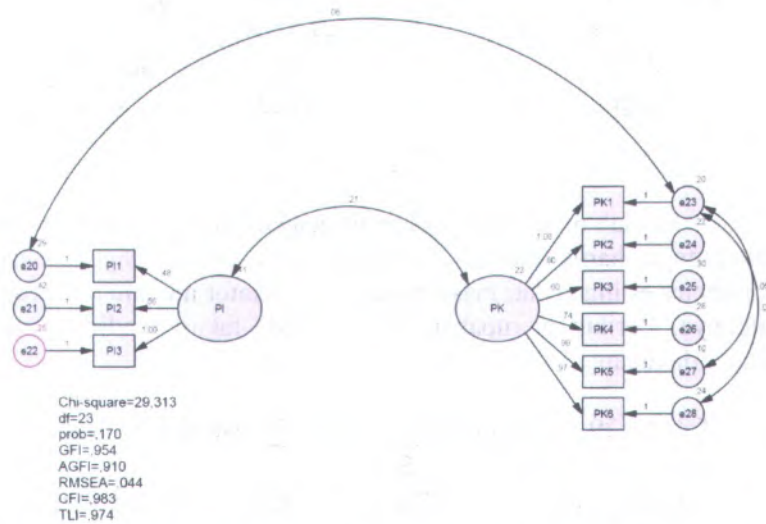
Gambar 4.10 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen

Untuk melihat apakah model CFA yang dibangun sudah baik atau tidak, dapat dilihat pada Tabel 4.18 dibawah ini.

Tabel 4.27 Hasil *Goodness of Fit* Konstruk-Konstruk Endogen

Goodness-of-fit Indices	Cut-off	Hasil Estimasi	Keputusan
Chi square (χ^2)	411,67	57,69	Good Fit
Significance Prob	$\geq 0,1$	0,000	<i>Not Fit</i>
GFI	$\geq 0,9$	0,92	<i>Good Fit</i>
AGFI	$\geq 0,9$	0,86	<i>Marginal Fit</i>
RMSEA	$\leq 0,08$	0,09	<i>Not Fit</i>
CFI	$\geq 0,9$	0,92	<i>Good Fit</i>

Berdasarkan Tabel 4.27 diatas, dapat dilihat bahwa masih terdapat kriteria *goodness of fit* yang belum memenuhi *cut off value* nya sehingga perlu dilakukan modifikasi. Hasil modifikasi model dapat dilihat pada Gambar 4.38 dibawah ini:



Gambar 4.11 Modifikasi Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen

Hasil *goodness of fit* konstruk-konstruk eksogen pada model yang telah dimodifikasi ini menunjukkan hasil yang baik. Semua kriteria *goodness of fit* telah memenuhi *cut off value* nya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model sudah baik, terbukti bahwa terdapat kesesuaian antara input observasi dengan prediksi dari model yang diajukan.

Tabel 4.28 Hasil Modifikasi *Goodness of Fit* Konstruk-Konstruk Endogen

Goodness-of-fit Indices	Cut-off	Hasil Estimasi	Keputusan
Chi square (χ^2)	411,67	29,31	Good Fit
Significance Prob	$\geq 0,1$	0,170	Good Fit
GFI	$\geq 0,9$	0,954	Good Fit

Goodness-of-fit Indices	Cut-off	Hasil Estimasi	Keputusan
AGFI	$\geq 0,9$	0,9	<i>Good Fit</i>
RMSEA	$\leq 0,08$	0,044	<i>Good Fit</i>
CFI	$\geq 0,9$	0,98	<i>Good Fit</i>

Setelah model dinyatakan fit dengan data yang ada, maka selanjutnya harus dianalisis besaran dan tingkat signifikansi parameter estimasi dari masing-masing indikator menuju konstruk latennya. Berikut merupakan hasil analisis faktor loading yang telah dilakukan:

Tabel 4.29 Factor Loading Analysis Konstruk Endogen

Hubungan Indikator Dengan Variabel Endogen	Std Factor Loading	C.R	Probabilitas
PK1 <--- PK	0,74		
PK2 <--- PK	0,63	6,14	0,000
PK3 <--- PK	0,46	4,61	0,000
PK4 <--- PK	0,56	5,43	0,000
PK5 <--- PK	0,84	7,17	0,000
PK6 <--- PK	0,69	8,34	0,000
PI3 <--- PI	0,79		
PI2 <--- PI	0,48	4,74	0,000
PI1 <--- PI	0,5	3,81	0,000

Hasil analisis terhadap besaran *factor loadings* menunjukkan bahwa seluruh *factor loading* mempunyai nilai lebih dari 0,4. *Critical value* (C.R) untuk setiap *factor loading* menunjukkan bahwa seluruhnya telah berada di atas ambang batas 1,96 (pada taraf signifikansi 5%) maupun 2,58 (pada taraf signifikansi 1%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *measured*

variables tersebut secara signifikan merupakan indikator-indikator dari konstruk-konstruk eksogen yang digunakan dan dianalisis dalam penelitian ini.

Setelah melakukan analisis faktor loading, model tersebut perlu diuji reliabilitasnya. Pengujian reliabilitas ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana indikator-indikator tersebut dapat merepresentasikan atau mengindikasikan konstruk latennya. Untuk mengetahui reliabilitas konstruk endogen, akan dihitung nilai *construct reliability* dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{construct reliability} = \frac{(\sum \text{standardized loading})^2}{(\sum \text{standardized loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Nilai yang diperlukan untuk melakukan perhitungan *construct reliability* terdapat pada Tabel 4.30 dibawah ini:

Tabel 4.30 Std Loading dan Measurement Error Konstruk-Konstruk Endogen

	Std Loading	Measurement Error
PK1	0,74	0,4524
PK2	0,63	0,6031
PK3	0,46	0,7884
PK4	0,56	0,6864
PK5	0,84	0,2944
PK6	0,69	0,5239
PI3	0,79	0,3759
PI2	0,48	0,7696
PI1	0,5	0,75

Perhitungan Reliabilitas:

$$\text{construct reliability} = \frac{(\sum \text{standardized loading})^2}{(\sum \text{standardized loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

$$\text{construct reliability} = \frac{(5,69)^2}{(5,69)^2 + (5,2441)}$$

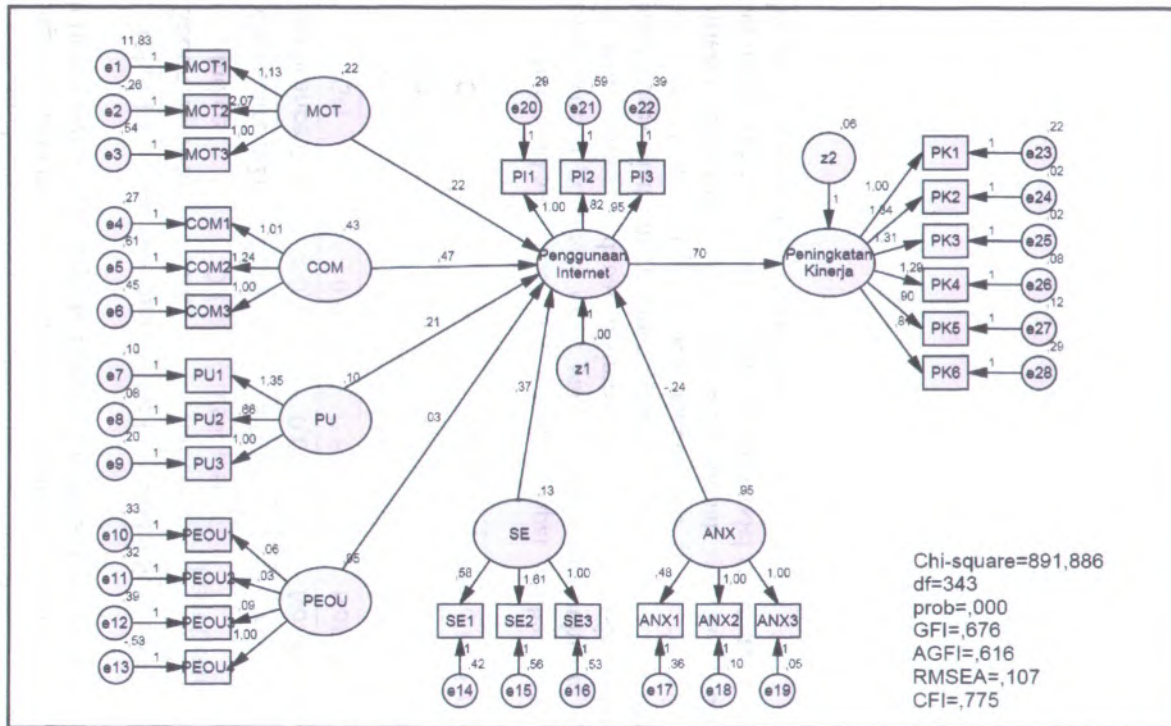
$$\text{construct reliability} = 0,860604$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh bahwa nilai reliabilitas konstruk sebesar 0,860604. Nilai ini diatas nilai *cut-off* 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel endogen telah memenuhi syarat *construct reliability*.

4.2.6 Structural Equation Modelling (SEM)

Setelah melakukan *confirmatory factor analysis* pada konstruk-konstruk eksogen dan konstruk-konstruk endogen, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan pengolahan *structural equation modelling* pada model secara keseluruhan. Berikut ini merupakan hasil dari pengujian model struktural.

Model	Chi-Square	df	p-value
Model 1	102,0	10	0,000
Model 2	88,0	10	0,000
Model 3	74,0	10	0,000
Model 4	60,0	10	0,000
Model 5	46,0	10	0,000
Model 6	32,0	10	0,000
Model 7	18,0	10	0,000
Model 8	4,0	10	0,000



Gambar 4.12 Hasil Pengujian *Full Model Structural*

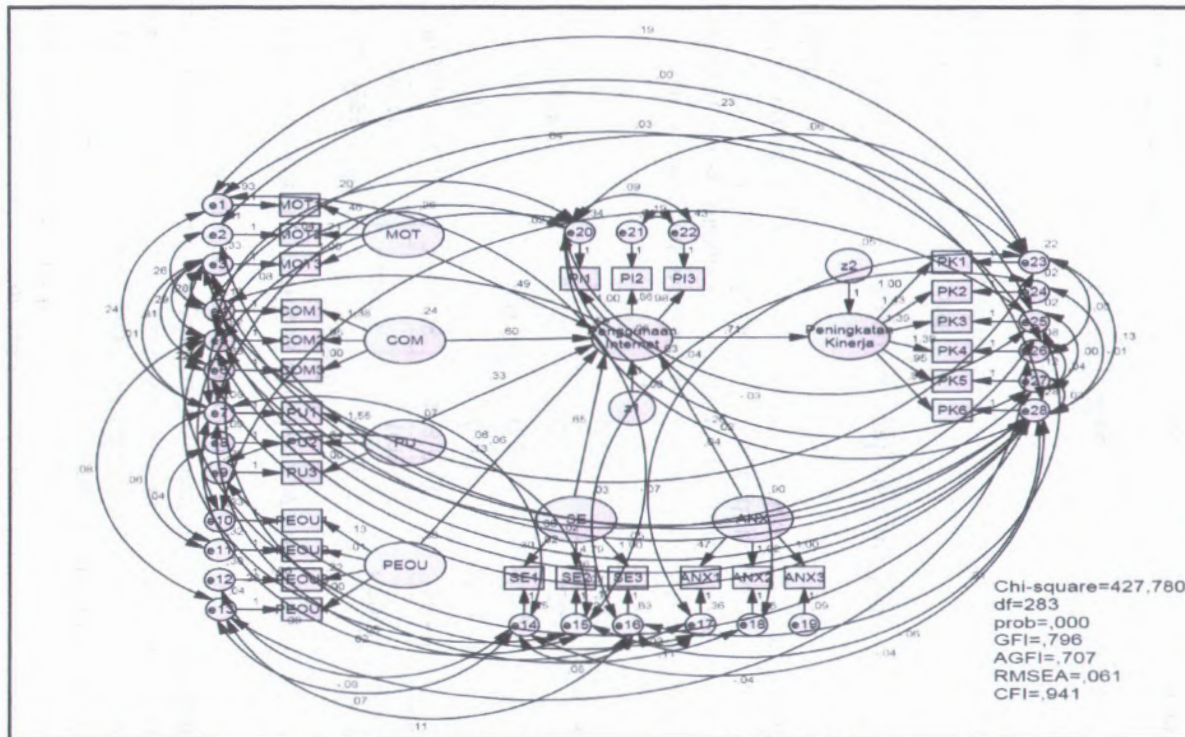
Untuk melihat apakah hasil pengujian full model yang telah dibangun sudah baik atau tidak, dapat dilihat pada hasil *goodness of fit* full model structural pada Tabel 4.20 dibawah ini

Tabel 4.31 Hasil *Goodness of Fit* Full Model Structural

Goodness-of-fit Indices	Cut Off	Hasil Estimasi	Keputusan
Chi square (χ^2)	2819,88	891,88	Fit
Significance Prob	$\geq 0,1$	0,00	Not Fit
GFI	$\geq 0,9$	0,68	Not Fit
AGFI	$\geq 0,9$	0,62	Not Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,11	Not Fit
CFI	$\geq 0,9$	0,78	Marginal Fit

Berdasarkan Tabel 4.31 diatas, dapat dilihat bahwa terdapat kriteria *goodness of fit* yang belum memenuhi *cut off value* nya, sehingga dapat disimpulkan bahwa masih belum terdapat kesesuaian antara input observasi dengan prediksi dari model yang telah dibuat. Oleh karena itu perlu dilakukan modifikasi terhadap model yang telah dibuat agar kesesuaian model dapat tercapai. Hasil modifikasi full model struktural dapat dilihat pada Gambar 4.40 dibawah ini:





Gambar 4.13 Modifikasi Hasil Pengujian *Full Model Structural*

Hasil *goodness of fit* pada model yang telah dimodifikasi ini menunjukkan hasil yang baik. Walaupun masih terdapat kriteria yang tergolong *marginal fit*, namun hasil estimasinya sudah mendekati *cut of value* yang disyaratkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat kesesuaian antara input observasi dengan prediksi dari model yang dibuay dan dapat disimpulkan bahwa model struktural ini dapat diterima.

Tabel 4.32 Hasil Modifikasi *Goodness of Fit* Full Model Struktural

Goodness-of-fit Indices	Cut-off	Hasil Estimasi	Keputusan
Chi square (χ^2)	2819,88	463,033	Good Fit
GFI	$\geq 0,9$	0,80	<i>Marginal Fit</i>
AGFI	$\geq 0,9$	0,71	<i>Marginal Fit</i>
RMSEA	$\leq 0,08$	0,06	<i>Good Fit</i>
CFI	$\geq 0,9$	0,94	<i>Good Fit</i>

Setelah model dinyatakan fit dengan data yang ada, maka selanjutnya harus dianalisis besaran dan tingkat signifikansi parameter estimasi konstruk eksogen dan endogen dalam model. Berikut merupakan hasil analisis faktor loading yang telah dilakukan:

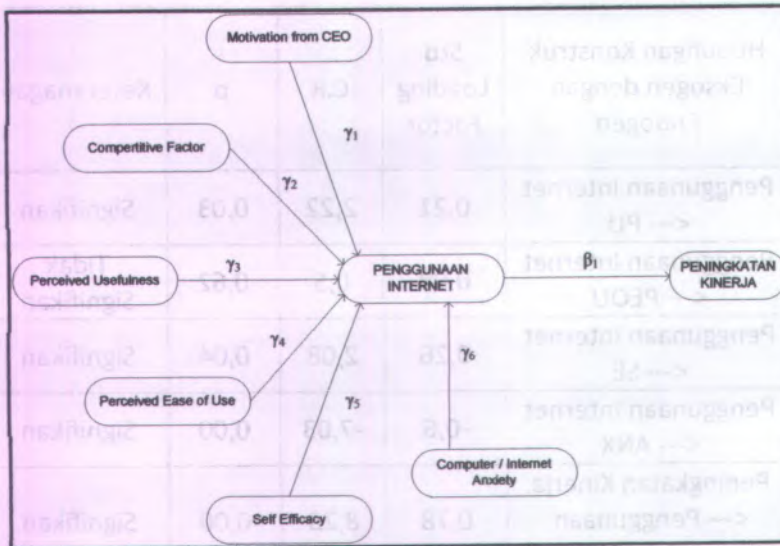
Tabel 4.33 Factor Loading Analysis Full Model

Hubungan Konstruk Eksogen dengan Endogen	Std Loading Factor	C.R	p	Keterangan
Penggunaan Internet ←--- MOT	0,62	4,06	0,00	Signifikan
Penggunaan Internet ←--- COM	0,72	4,66	0,00	Signifikan

Hubungan Konstruk Eksogen dengan Endogen	Std Loading Factor	C.R	p	Keterangan
Penggunaan Internet <--- PU	0,21	2,22	0,03	Signifikan
Penggunaan Internet <--- PEOU	0,08	0,5	0,62	Tidak Signifikan
Penggunaan Internet <--- SE	0,26	2,08	0,04	Signifikan
Penggunaan Internet <--- ANX	-0,6	-7,03	0,00	Signifikan
Peningkatan Kinerja <--- Penggunaan Internet	0,78	8,23	0,00	Signifikan

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat disimpulkan bahwa terdapat satu hubungan kausal yang tidak terbukti berhubungan langsung secara signifikan, yaitu hubungan antara *perceived ease of use* dengan penggunaan internet. Hal ini terlihat dari *p-value* yang bernilai di atas 10%.

Pada hasil modifikasi full model structural ini, didapatkan diagram jalur baru, yaitu seperti yang tertera pada Gambar 4.41 sebagai berikut.



Gambar 0.41 Diagram Jalur Hasil Modifikasi

Melalui diagram jalur hasil modifikasi tersebut dapat dibentuk suatu persamaan struktural baru yaitu sebagai berikut.

$$\text{Penggunaan Internet} = \gamma_1 \text{ motivation from CEO} + \gamma_2 \text{ competitive} + \gamma_3 \text{ perceived usefulness} + \gamma_4 \text{ perceived ease of use} + \gamma_5 \text{ self efficacy} + \gamma_6 \text{ computer/internet anxiety}$$

$$\text{Peningkatan Kinerja} = \beta_1 \text{ penggunaan internet}$$

Berikut ini merupakan persamaan struktural dengan memberikan koefisien regresi yang telah diperoleh melalui Tabel 4.22.

$$\text{Penggunaan Internet} = 0,62 \text{ motivation from CEO} + 0,72 \text{ competitive} + 0,21 \text{ perceived usefulness} + 0,08 \text{ perceived ease of use} + 0,26 \text{ self efficacy} + (-0,6) \text{ computer/internet anxiety}$$

$$\text{Peningkatan Kinerja} = 0,78 \text{ penggunaan internet}$$

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai analisis dan pembahasan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya.

5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif yang dilakukan meliputi analisis statistik deskriptif pada profil responden, jawaban responden untuk variabel indikator *motivation*, *competitive*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *self efficacy*, *computer/internet anxiety*, penggunaan internet, dan peningkatan kinerja. Berikut ini merupakan uraian dari masing-masing analisis statistik deskriptif.

5.1.1 Analisis Statistik Deskriptif pada Profil Responden

Profil usaha responden ini diidentifikasi dengan 4 pertanyaan dalam kuisisioner, yaitu usia responden, lama berdirinya usaha, bidang usaha, serta lama menggunakan internet di usaha tersebut. Setelah dilakukan pengolahan statistik deskriptif pada 140 kuisisioner, kemudian hasilnya disajikan dalam bentuk *pie chart* untuk mengetahui proporsi jawaban responden.

Berdasarkan Gambar 4.3, diketahui bahwa 1% responden berusia kurang dari 20 tahun, 11% responden berusia diantara 21 – 30 tahun, 49% responden berusia diantara 31-40 tahun, 11% responden berusia diatas 50 tahun, dan sisanya sebesar 32% responden berusia diantara 41-50. Berdasarkan hasil pengolahan statistik deskriptif ini, dapat terlihat bahwa sebagian besar responden yang menggunakan internet untuk keperluan bisnis usaha mereka berada pada usia-usia produktif, yaitu diantara 31-50 tahun. Hal ini dikarenakan baik pemilik usaha maupun pegawai dalam rentang usia ini benar-benar sudah matang dan mampu mengoperasikan internet dengan baik.

Berdasarkan Gambar 4.4, diketahui bahwa 88% responden berasal dari UKM yang telah berdiri selama lebih dari 3 tahun dan sisanya sebesar 12% responden berasal dari UKM yang baru berdiri sekitar 1-3 tahun. Berdasarkan hasil pengolahan statistik deskriptif ini, dapat terlihat bahwa sebagian besar responden yang telah terbiasa menggunakan internet berasal dari UKM yang telah berdiri cukup lama atau bisa dikatakan sudah berdiri lebih dari 3 tahun. Pemilik usaha maupun pegawai pada UKM yang telah berdiri lebih dari 3 tahun tentunya akan lebih terbiasa menggunakan internet dibandingkan dengan pemilik atau pegawai UKM pada usaha yang baru saja berdiri.

Berdasarkan Gambar 4.5, diketahui bahwa dari 41% responden yang diteliti berasal dari UKM dalam bidang manufaktur, 19% berasal dari UKM yang bergerak dibidang perdagangan, 19% responden juga berasal dari UKM yang bergerak dibidang jasa, 17% berasal dari UKM dalam bidang usaha kerajinan, handycraft, dan furnicraft, dan sisanya sebesar 4% responden berasal dari UKM yang bergerak dibidang konveksi dan garmen. Berdasarkan hasil pengolahan statistik deskriptif ini, dapat terlihat bahwa sebagian besar responden berasal dari usaha yang bergerak dibidang manufaktur. Pemilik maupun pegawai yang bekerja di usaha yang bergerak dibidang manufaktur memang sering sekali bersentuhan dengan internet, mereka terbiasa menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan supplier. Selain itu mereka juga sering menggunakan internet sebagai media untuk memperluas pasar mereka, yang tadinya hanya memasarkan produknya ke daerah-daerah di Jawa Timur saja, kini mereka sering menggunakan internet untuk memasarkan produknya ke Kalimantan hingga Sulawesi. Hal yang sama juga terjadi pada UKM yang bergerak dibidang perdagangan dan jasa. Namun, terdapat sedikit perbedaan yang terjadi pada UKM yang bergerak dibidang usaha kerajinan, handycraft, dan furnicraft, pemilik dan pegawai pada usaha ini justru lebih sering menggunakan internet untuk melihat perkembangan model yang ada di pasaran menggunakan internet,

disamping mereka juga menggunakan internet untuk memasarkan produk mereka ke konsumen.

Berdasarkan Gambar 4.6, diketahui bahwa terdapat 25% responden yang baru menggunakan internet untuk membantu aktivitas bisnis mereka selama kurang dari 6 bulan, 38% responden sudah menggunakan internet selama 6 bulan - 1 tahun, 19% responden lainnya sudah menggunakan internet selama 6 bulan hingga 1 tahun, 6% responden telah menggunakan internet selama 2 - 3 tahun, dan sisanya sebesar 12% responden telah menggunakan internet untuk membantu aktivitas bisnis mereka selama lebih dari 3 tahun. Berdasarkan hasil pengolahan statistik deskriptif ini, terlihat bahwa sebagian besar responden belum terlalu lama menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis mereka. Mereka rata-rata baru menggunakan internet selama kurang dari 1 tahun. Hal ini dikarenakan UKM-UKM yang ada memang benar-benar baru mengenal dunia internet. Sebagian besar dari mereka mengenal internet setelah LPB Mitra Bersama mengadakan pelatihan mengenai penggunaan internet untuk kebutuhan bisnis mereka pada tahun lalu. Sehingga sebagian besar dari mereka memang baru menerapkan penggunaan internet setelah mengikuti pelatihan tersebut.

5.1.2 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel *Motivation*

Variabel *motivation* ini dijelaskan dengan 3 buah variabel indikator, yang diwujudkan kedalam 3 pertanyaan yang terdapat pada kuisioner, yaitu pemilik usaha yang menerangkan kepada bawahannya bahwa internet dapat membantu aktivitas bisnis (MOT1), pemilik usaha ikut berpartisipasi dalam proses pengadopsian internet di UKM (MOT2), dan pemilik usaha memberikan pengaruh kepada bawahannya untuk mulai ikut serta dalam penggunaan internet (MOT3).

Berdasarkan Tabel 4.4, diketahui bahwa nilai rata-rata variabel indikator MOT1 adalah sebesar 3,23, variabel indikator MOT2 sebesar 3,39, dan variabel indikator MOT3 sebesar 3,39. Berdasarkan hasil ini, diketahui bahwa indikator MOT2 memiliki

nilai rata-rata paling tinggi yaitu sebesar 3,39, nilai rata-rata yang sama juga didapatkan oleh variabel indikator MOT3. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden yang mengisi kuisioner merasa bahwa pemilik usaha cukup sering ikut berpartisipasi dalam proses pengadopsian internet di UKM. Adanya pemilik usaha yang ikut berpartisipasi dalam pengadopsian internet di UKM dapat memberikan motivasi kepada bawahan mereka untuk secara intensif menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis mereka. Selain itu, nilai rata-rata sebesar 3,39 pada variabel indikator MOT3 menunjukkan bahwa pemilik usaha cukup sering memberikan pengaruh kepada bawahannya untuk mulai ikut serta dalam penggunaan internet. Dalam hal ini, pemilik usaha biasanya mulai mengajak bawahan mereka untuk menggunakan internet, seperti dengan mulai menyuruh bawahan mereka untuk melakukan kegiatan-kegiatan kecil seperti mengirim email kepada supplier atau konsumen. Hal seperti ini memang hanya hal kecil, namun dapat memberikan motivasi kepada setiap pegawai yang ada untuk mulai membiasakan diri menggunakan internet.

Variabel indikator MOT1 memang memiliki nilai rata-rata yang paling kecil, yaitu sebesar 3,23. Namun hasil ini tidak berbeda jauh dengan nilai rata-rata variabel indikator MOT2 dan MOT3, hanya terpaut 0,16. Nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa rata-rata responden yang telah mengisi kuisioner merasa pemilik usaha cukup sering menerangkan kepada bawahannya bahwa internet dapat membantu aktivitas bisnis. Penjelasan dari pemilik usaha mengenai pentingnya menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis ini meningkatkan motivasi mereka dalam untuk mulai menggunakan internet.

Secara keseluruhan nilai rata-rata untuk variabel motivation adalah sebesar 3,33. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik usaha sudah mulai cukup sering memberikan motivasi kepada bawahannya untuk mulai menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis mereka.

5.1.3 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel *Competitive*

Variabel *competitive* ini dijelaskan dengan 3 buah variabel indikator, yang diwujudkan kedalam 3 pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner, yaitu pemilik maupun pegawai menggunakan internet untuk menjalin komunikasi dengan konsumen (COM1), pemilik maupun pegawai menggunakan internet untuk menjalin komunikasi dengan supplier mereka (COM2), dan pemilik maupun pegawai menggunakan internet sebagai media untuk melihat perkembangan kompetitor (COM3).

Berdasarkan Tabel 4.5, diketahui bahwa nilai rata-rata variabel indikator COM1 adalah sebesar 3,25, variabel indikator COM2 sebesar 3,11, dan variabel indikator COM3 sebesar 2,79. Berdasarkan hasil ini, diketahui bahwa indikator COM1 memiliki nilai rata-rata paling tinggi yaitu sebesar 3,25. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *competitive* sangat dipengaruhi oleh seberapa sering pemilik maupun pegawai menggunakan internet untuk menjalin komunikasi dengan konsumen. Variabel indikator COM3 memiliki nilai rata-rata yang paling kecil, yaitu sebesar 2,79. Hal ini menunjukkan bahwa menggunakan internet sebagai media untuk melihat perkembangan kompetitor merupakan indikator yang tidak terlalu mempengaruhi variabel *competitive*.

Secara keseluruhan nilai rata-rata untuk variabel *competitive* adalah sebesar 3,05. Nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa pemilik usaha maupun pegawai yang ada sudah cukup sering menggunakan fasilitas internet baik itu untuk berkomunikasi dengan konsumen, dengan supplier, maupun untuk melihat perkembangan kompetitor mereka.

5.1.4 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel *Perceived Usefulness*

Variabel *perceived usefulness* ini dijelaskan dengan 3 buah variabel indikator, yang diwujudkan kedalam 3 pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner, yaitu internet dapat memudahkan pemilik maupun pegawai di UKM dalam pencarian informasi

lebih cepat (PU1), internet dapat membantu pemilik maupun pegawai di UKM dalam mencari informasi yang mereka butuhkan secara tepat dan akurat (PU2), dan internet dapat membantu pemilik maupun pegawai di UKM dalam mencari sebanyak-banyaknya informasi yang mereka butuhkan (PU3).

Berdasarkan Tabel 4.6, diketahui bahwa nilai rata-rata variabel indikator PU1 adalah sebesar 4,32, variabel indikator PU2 sebesar 4,14, dan variabel indikator PU3 sebesar 4,49. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden yang mengisi kuisioner merasa sangat setuju bahwa internet dapat membantu mereka dalam mencari sebanyak-banyaknya informasi yang mereka butuhkan. Mereka tidak perlu bersusah-susah lagi apabila mencari sebuah informasi seperti perkembangan penjualan suatu barang, model suatu barang yang sedang *nge-trend* saat ini, mereka hanya tinggal memanfaatkan internet dan mereka akan mendapatkan sebanyak-banyaknya informasi yang mereka butuhkan. Nilai rata-rata sebesar 4,32 pada variabel indikator PU3 menunjukkan bahwa responden yang ada merasa setuju bahwa internet dapat memudahkan pemilik maupun pegawai di UKM dalam pencarian informasi lebih cepat. Mereka dapat memanfaatkan internet kapanpun dan dimanapun, mereka tidak perlu mengahabiskan waktu yang lama untuk mencari-cari sebuah informasi yang mereka inginkan. Variabel indikator PU1 memang memiliki nilai rata-rata yang paling kecil, yaitu sebesar 3,23. Namun hasil ini tidak berbeda jauh dengan nilai rata-rata variabel indikator PU2, hanya terpaut 0,18. Nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa rata-rata responden yang telah mengisi kuisioner merasa setuju bahwa internet dapat membantu pemilik maupun pegawai di UKM dalam mencari informasi yang mereka butuhkan secara tepat dan akurat.

Secara keseluruhan nilai rata-rata untuk variabel *perceived usefulness* adalah sebesar 4,31. Nilai ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merasa setuju terhadap manfaat-manfaat yang bisa mereka dapatkan pada saat mereka menggunakan internet.

5.1.5 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel *Perceived Ease of Use*

Variabel *perceived ease of use* ini dijelaskan dengan 4 buah variabel indikator, yang diwujudkan kedalam 3 pertanyaan yang terdapat pada kuisioner, yaitu pemilik maupun pegawai di UKM merasa mudah untuk mempelajari penggunaan internet (PEOU1), pemilik maupun pegawai di UKM merasa mudah dalam menggunakan internet (PEOU2), pemilik maupun pegawai di UKM mudah mahir dalam menggunakan internet dalam waktu cepat (PEOU3), dan pemilik maupun pegawai di UKM merasa interaksi dengan internet jelas dan mudah dimengerti (PEOU4).

Berdasarkan Tabel 4.7, diketahui bahwa nilai rata-rata variabel indikator PEOU1 adalah sebesar 4,06, variabel indikator PEOU2 sebesar 3,94, variabel indikator PEOU3 sebesar 3,74, dan variabel indikator PEOU4 sebesar 3,84. Berdasarkan hasil ini, diketahui bahwa indikator PEOU1 memiliki nilai rata-rata paling tinggi yaitu sebesar 4,06. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator kemudahan dalam mempelajari internet menjadi indikator yang paling berpengaruh terhadap variabel *perceived ease of use*. Kemudahan dalam mempelajari penggunaan internet ini akan membuat pemilik maupun pegawai di UKM merasa mudah untuk mengoperasikan internet. Apabila internet mudah untuk dipelajari, tentu akan sangat mudah bagi mereka dalam mengoperasikannya.

Variabel indikator PEOU3 memang memiliki nilai rata-rata yang paling kecil, yaitu sebesar 3,74. Namun hasil ini bukan menandakan bahwa variabel indikator ini tidak berpengaruh sama sekali terhadap variabel *perceived ease of use*, variabel indikator ini tetap berpengaruh terhadap variabel tersebut namun pengaruh yang diberikan memang tidak terlalu besar seperti indikator-indikator lainnya. Responden yang ada merasa indikator mudah mahir dalam menggunakan internet ini kurang tepat. Hal ini dikarenakan mereka masih belum terlalu mahir dalam menggunakan internet, walaupun internet mudah dipelajari dan

interaksinya jelas serta mudah dimengerti, namun untuk dapat benar-benar mahir menggunakannya tentu membutuhkan waktu lebih lama lagi.

Secara keseluruhan nilai rata-rata untuk variabel *perceived ease of use* adalah sebesar 3,89. Nilai ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merasa setuju terhadap kemudahan-kemudahan dalam menggunakan internet. Mereka merasa setuju bahwa internet memang mudah untuk dipelajari dan digunakan.

5.1.6 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel *Self Efficacy*

Variabel *self efficacy* ini dijelaskan dengan 3 buah variabel indikator, yang diwujudkan kedalam 3 pertanyaan yang terdapat pada kuisioner, yaitu pemilik maupun pegawai di UKM merasa percaya diri dalam menggunakan internet dalam mengumpulkan data (SE1), pemilik maupun pegawai di UKM merasa percaya diri dalam mempelajari sebuah program di internet (SE2), dan pemilik maupun pegawai di UKM merasa percaya diri dalam bergabung pada suatu forum diskusi online (SE3).

Berdasarkan Tabel 4.8, diketahui bahwa nilai rata-rata variabel indikator SE1 adalah sebesar 3,78, variabel indikator SE2 sebesar 2,79, dan variabel indikator SE3 sebesar 2,44. Berdasarkan hasil ini, diketahui bahwa indikator SE1 memiliki nilai rata-rata paling tinggi yaitu sebesar 3,78. Hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata responden yang ada telah merasa percaya diri dalam mengumpulkan data menggunakan internet. Namun bila dilihat dari nilai rata-rata indikator SE2 dan SE3 yang tergolong rendah, ternyata pemilik dan pegawai di UKM hanya percaya diri apabila menggunakan internet untuk hal-hal umum saja, mereka belum merasa percaya diri untuk mempelajari sebuah program di internet atau bergabung di forum diskusi online. Banyak responden yang mengaku mereka tidak percaya diri apabila menggunakan internet untuk mempelajari sebuah program di internet atau bergabung di forum diskusi online yang berhubungan dengan bidang usaha mereka.

Secara keseluruhan nilai rata-rata untuk variabel *self efficacy* adalah sebesar 3,00. Nilai ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merasa masing kurang percaya diri pada saat mereka menggunakan internet.

5.1.7 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel Computer/Internet Anxiety

Variabel *computer/internet anxiety* ini dijelaskan dengan 3 buah variabel indikator, yang diwujudkan kedalam 3 pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner, yaitu pemilik maupun pegawai di UKM merasa gelisah (takut) dalam menggunakan komputer/internet (ANX1), pemilik maupun pegawai di UKM merasa ketakutan karena salah menekan satu tombol saja dapat menghilangkan/merusak semua informasi/data (ANX2), dan pemilik maupun pegawai di UKM merasa khawatir/takut membuat kesalahan yang tidak dapat diperbaiki (ANX3).

Berdasarkan Tabel 4.9, diketahui bahwa nilai rata-rata variabel indikator ANX1 adalah sebesar 3,25, variabel indikator ANX2 sebesar 3,09, dan variabel indikator ANX3 sebesar 3,09. Berdasarkan hasil ini, diketahui bahwa indikator ANX1 memiliki nilai rata-rata paling tinggi diantara indikator lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator rasa gelisah (takut) dalam menggunakan komputer/internet memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap variabel *computer/internet anxiety* ini. Indikator ANX2 yaitu pemilik maupun pegawai di UKM merasa ketakutan karena salah menekan satu tombol saja dapat menghilangkan atau merusak semua informasi/data, memiliki nilai rata-rata sebesar 3,39, nilai rata-rata yang sama juga didapatkan oleh variabel indikator ANX3 yaitu pemilik maupun pegawai di UKM merasa khawatir/takut membuat kesalahan yang tidak dapat diperbaiki. Kedua indikator ini juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel *computer/internet anxiety*, nilai rata-rata kedua indikator ini hanya terpaut sedikit dari indikator ANX1, yaitu sebesar 0,16. Rasa takut akan kesalahan menekan tombol yang dapat menghilangkan data-data

serta rasa takut akan membuat kesalahan yang tidak dapat diperbaiki ini memberikan rasa trauma kepada responden sehingga membuat mereka selalu memiliki rasa khawatir yang berlebihan saat menggunakan computer maupun internet.

Secara keseluruhan nilai rata-rata untuk variabel *computer/internet anxiety* adalah sebesar 3,14. Nilai ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merasa setuju mereka sering merasa gelisah dan khawatir dalam menggunakan komputer maupun internet.

5.1.8 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel Penggunaan Internet

Variabel penggunaan internet ini dijelaskan dengan 3 buah variabel indikator, yang diwujudkan kedalam 3 pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner, yaitu seberapa sering intensitas usaha mereka dalam menggunakan internet (PI1), seberapa puas pemilik maupun pegawai di UKM dengan pengadopsian internet di usaha mereka (PI2), dan seberapa nyaman mereka menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis mereka (PI3).

Berdasarkan Tabel 4.10, diketahui bahwa nilai rata-rata variabel indikator PI1 adalah sebesar 3,46, variabel indikator PI2 sebesar 3,75, dan variabel indikator PI3 sebesar 3,76. Berdasarkan hasil ini, diketahui bahwa PI3 memiliki nilai rata-rata paling tinggi diantara indikator lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator seberapa nyaman mereka menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis mereka memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap penggunaan internet di UKM. Indikator PI2 yaitu seberapa puas pemilik maupun pegawai di UKM dengan pengadopsian internet di usaha mereka, memiliki nilai rata-rata yang tidak jauh beda dari indikator PI3, yaitu sebesar 3,75. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator PI2 ini memiliki pengaruh yang cukup besar pula terhadap penggunaan internet di UKM. Apabila pemilik ataupun pegawai yang ada merasa puas dengan penggunaan internet di

UKM, maka mereka akan lebih sering lagi menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis mereka di UKM. Intensitas penggunaan internet di UKM memang memiliki nilai rata-rata yang paling kecil, namun indikator ini juga cukup berpengaruh terhadap penggunaan internet di UKM. Rata-rata responden yang ada menyatakan bahwa mereka cukup sering menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis mereka. Intensitas mereka menggunakan internet ini memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap penerapan penggunaan internet di UKM, semakin sering mereka mencoba menggunakan internet untuk membantu aktivitas mereka, akan semakin terbiasa menggunakan internet dalam mendukung aktivitas mereka di UKM.

Secara keseluruhan nilai rata-rata untuk variabel penggunaan internet adalah sebesar 3,66. Nilai ini menunjukkan bahwa penggunaan internet di UKM cukup tinggi.

5.1.9 Analisis Statistik Deskriptif – Variabel Peningkatan Kinerja

Variabel peningkatan kinerja ini dijelaskan dengan 6 buah variabel indikator, yang diwujudkan kedalam 6 pertanyaan yang terdapat pada kuisioner, yaitu perubahan jumlah rekanan/mitra yang dimiliki setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis (PK1), perubahan jumlah pesanan yang diterima setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis (PK2), perubahan jumlah produksi setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis (PK3), perubahan jumlah pendapatan (omzet) yang dimiliki setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis (PK4), perubahan jumlah profit usaha yang didapatkan setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis (PK5), dan pengembangan bisnis baru setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis (PK6).

Berdasarkan Tabel 4.11, diketahui bahwa nilai rata-rata variabel indikator PK1 adalah sebesar 3,59, variabel indikator PK2 sebesar 3,90, variabel indikator PK3 sebesar 3,78, variabel

indikator PK4 sebesar 3,79, variabel indikator PK5 sebesar 3,73, dan variabel indikator PK6 sebesar 3,57. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator perubahan jumlah pesanan yang diterima setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap peningkatan kinerja UKM. Variabel indikator ini sangat mencerminkan peningkatan kinerja yang dirasakan oleh UKM, apabila jumlah pesanan yang mereka terima meningkat tajam, maka dapat disimpulkan bahwa usaha tersebut mengalami peningkatan kinerja. Diurutan berikutnya terdapat indikator PK3, PK4, PK5 yang masing-masing memiliki nilai rata-rata yang hampir sama. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah produksi, pendapatan yang diterima, serta profit yang didapatkan juga memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap peningkatan kinerja di UKM.

Variabel indikator PK1 dan PK5 memang memiliki nilai rata-rata yang paling kecil bila dibandingkan yang lainnya, yaitu sebesar 3,59 untuk indikator PK1 dan sebesar 3,57 untuk indikator PK6. Namun hasil ini bukan menandakan bahwa kedua variabel indikator ini tidak berpengaruh sama sekali terhadap variabel peningkatan kinerja, kedua variabel indikator ini tetap berpengaruh terhadap variabel tersebut namun pengaruh yang diberikan memang tidak terlalu besar seperti indikator-indikator lainnya. Rata-rata responden yang ada merasa bahwa jumlah pesanan mereka meningkat setelah mereka menggunakan internet, namun peningkatan ini masih belum terlalu signifikan. Hal yang sama juga terjadi pada pengembangan bisnis, yang terlihat dari meningkatnya jumlah produk baru, meluasnya pasar, serta meningkatnya skala usaha, namun peningkatan ini masih belum terlalu signifikan.

Secara keseluruhan nilai rata-rata untuk variabel peningkatan kinerja adalah sebesar 3,73. Nilai ini menunjukkan bahwa responden merasakan peningkatan kinerja setelah menggunakan internet di UKM.

5.2 Analisis Uji Validasi dan Uji Reliabilitas

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini harus bersifat valid dan reliabel agar menghasilkan data yang benar dan relatif konsisten. Berdasarkan hasil uji validitas dan uji reliabilitas yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, berikut ini merupakan analisis dari hasil uji validitas dan uji reliabilitas.

5.2.1 Analisis Uji Validasi

Dalam pengujian validasi ini akan dilihat apakah kuisisioner yang ada dapat benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas terhadap kuisisioner ini dilakukan dengan mengukur nilai korelasi *pearson* antara satu pertanyaan dengan nilai total dalam satu faktor. Sebuah pertanyaan dalam kuisisioner dikatakan valid apabila mempunyai korelasi yang signifikan, yaitu mempunyai tingkat signifikansi di bawah 0,05.

Dalam penelitian ini, terdapat 8 variabel yang mana variabel tersebut dibangun oleh 28 variabel indikator. Pengujian validasi yang pertama adalah pengujian pada pertanyaan-pertanyaan yang membangun variabel *motivation*. Berdasarkan hasil pada Tabel 4.13, diketahui bahwa seluruh pertanyaan yang menggambarkan variabel indikator *motivation* telah dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan seluruh pertanyaan dalam kuisisioner memiliki korelasi yang signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil valid untuk setiap pertanyaan yang membangun variabel *motivation* ini menandakan bahwa pertanyaan-pernyataan tersebut benar-benar mampu mengukur variabel *motivation*.

Pengujian validasi yang kedua adalah menguji pertanyaan dalam kuisisioner yang membangun variabel *competitive*. Berdasarkan Tabel 4.14, diketahui bahwa seluruh pertanyaan yang menggambarkan variabel indikator *competitive* telah dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan seluruh pertanyaan dalam kuisisioner memiliki korelasi yang signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil valid untuk setiap pertanyaan yang membangun variabel *competitive* ini menandakan bahwa

pertanyaan-pernyataan tersebut benar-benar mampu mengukur variabel *competitive*.

Pengujian validasi yang ketiga adalah menguji pertanyaan dalam kuisisioner yang membangun variabel *perceived usefulness*. Berdasarkan Tabel 4.15, diketahui bahwa seluruh pertanyaan yang menggambarkan variabel indikator *perceived usefulness* telah dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan seluruh pertanyaan dalam kuisisioner memiliki korelasi yang signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil valid untuk setiap pertanyaan yang membangun variabel *perceived usefulness* ini menandakan bahwa pertanyaan-pernyataan tersebut benar-benar mampu mengukur variabel *perceived usefulness*.

Pengujian validasi yang keempat ini adalah untuk menguji pertanyaan dalam kuisisioner yang membangun variabel *perceived ease of use*. Berdasarkan Tabel 4.16, diketahui bahwa seluruh pertanyaan yang menggambarkan variabel indikator *perceived ease of use* telah dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan seluruh pertanyaan dalam kuisisioner memiliki korelasi yang signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil valid untuk setiap pertanyaan yang membangun variabel *perceived ease of use* ini menandakan bahwa pertanyaan-pernyataan tersebut benar-benar mampu mengukur variabel *perceived ease of use*.

Pengujian validasi yang kelima ini adalah untuk menguji pertanyaan dalam kuisisioner yang membangun variabel *self efficacy*. Berdasarkan Tabel 4.17, diketahui bahwa seluruh pertanyaan yang menggambarkan variabel indikator *self efficacy* telah dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan seluruh pertanyaan dalam kuisisioner memiliki korelasi yang signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil valid untuk setiap pertanyaan yang membangun variabel *self efficacy* ini menandakan bahwa pertanyaan-pernyataan tersebut benar-benar mampu mengukur variabel *self efficacy*.

Pengujian validasi yang keenam adalah untuk menguji pertanyaan dalam kuisisioner yang membangun variabel *computer/internet anxiety*. Berdasarkan Tabel 4.18, diketahui

bahwa seluruh pertanyaan yang menggambarkan variabel indikator *computer/internet anxiety* telah dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan seluruh pertanyaan dalam kuisioner memiliki korelasi yang signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil valid untuk setiap pertanyaan yang membangun variabel *computer/internet anxiety* ini menandakan bahwa pertanyaan-pernyataan tersebut benar-benar mampu mengukur variabel *self efficacy*.

Pengujian validasi yang ketujuh adalah untuk menguji pertanyaan dalam kuisioner yang membangun variabel penggunaan internet. Berdasarkan Tabel 4.19, diketahui bahwa seluruh pertanyaan yang menggambarkan variabel indikator penggunaan internet telah dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan seluruh pertanyaan dalam kuisioner memiliki korelasi yang signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil valid untuk setiap pertanyaan yang membangun variabel penggunaan internet ini menandakan bahwa pertanyaan-pernyataan tersebut benar-benar mampu mengukur variabel penggunaan internet di UKM..

Pengujian validasi yang terakhir adalah untuk menguji pertanyaan dalam kuisioner yang membangun variabel peningkatan kinerja. Berdasarkan Tabel 4.20, diketahui bahwa seluruh pertanyaan yang menggambarkan variabel indikator penggunaan internet telah dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan seluruh pertanyaan dalam kuisioner memiliki korelasi yang signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil valid untuk setiap pertanyaan yang membangun variabel penggunaan internet ini menandakan bahwa pertanyaan-pernyataan tersebut benar-benar mampu mengukur variabel peningkatan kinerja di UKM..

5.2.2 Analisis Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk menguji sejauh mana alat ukur dapat diandalkan atau dapat dipercaya, sehingga jawaban seseorang terhadap pernyataan akan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Perhitungan uji reliabilitas ini menggunakan nilai α (Cronbach alpha). Apabila nilai α lebih besar dari 0,06

maka dapat ditafsirkan bahwa suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih, dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut dapat diandalkan.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan, didapatkan bahwa kedelapan variabel yang ada pada penelitian ini memiliki nilai *conbranch alpha* diatas 0,6. Hal ini membuktikan bahwa seluruh variabel yang ada pada penelitian ini dapat dipercaya dan dapat diandalkan.

5.3 Analisis Uji Multinormalitas dan Uji Multikolinearitas

Uji multinormalitas dan multikolinearitas ini dilakukan untuk memenuhi asumsi dalam pengolahan *structural equation modelling*, yaitu data dalam penelitian harus bersifat normal dan tidak adanya kasus multikolinearitas. Berikut ini merupakan analisis dari hasil uji multinormalitas dan multikolinearitas.

5.3.1 Analisis Uji Multinormalitas

Uji multinormalitas dilakukan dengan menggunakan program *macro* Minitab dan dihasilkan hasil bahwa daerah dibawah kurva χ^2 adalah sebesar 79,2857%. Dikarenakan daerah yang berada dibawah kurva χ^2 telah melebihi 50%, maka dapat disimpulkan bahwa data yang ada bersifat normal dan dapat digunakan untuk kebutuhan pengolahan data selanjutnya.

5.3.2 Analisis Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memenuhi salah satu asumsi dalam SEM, yaitu tidak adanya kasus multikolinearitas antar konstruk latennya. Kasus multikolinearitas ini dapat dideteksi dengan melihat besarnya nilai korelasi antar faktor. Besaran nilai korelasi yang diperbolehkan adalah dalam rentang -0,7 – 0,7. Berdasarkan Tabel 4.22 didapatkan bahwa tidak ada nilai korelasi yang berada diluar rentang -0,7 - 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi kasus multikolinearitas pada kedelapan variabel tersebut.



5.4 Analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Confirmatory Factor Analysis dilakukan untuk menilai kesesuaian dari variabel indikator yang membentuk sebuah faktor. Dalam penelitian ini analisa faktor konfirmatori atau *confirmatory factor analysis* (CFA) dibagi menjadi dua, yaitu CFA untuk konstruk-konstruk eksogen dan CFA untuk konstruk-konstruk endogen. Terdapat tiga analisis yang perlu dilakukan pada tahap ini, diantaranya yaitu analisis *goodness of fit index*, analisis nilai *loading factor*, dan analisis *construct reliability*. Berikut ini adalah analisis dari kedua hasil perhitungan *confirmatory factor analysis*, yaitu CFA konstruk eksogen dan CFA konstruk endogen.

5.4.1 Analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) Konstruk Eksogen

Berdasarkan hasil pengolahan *confirmatory factor analysis* untuk konstruk-konstruk eksogen, diketahui bahwa pada perhitungan *godness of fit* model yang dibuat, masih terdapat kriteria yang belum memenuhi *cut of value*. Seperti yang tertera pada Tabel 4.23, nilai AGFI yang seharusnya diatas 0,9 pada perhitungan *goodness of fit* model konstruk eksogen ini hanya sebesar 0,87. Oleh karena itu perlu dilakukan modifikasi model. Setelah melakukan modifikasi model, hasil perhitungan *goodness of fit* pada Tabel 4.24 menunjukkan bahwa seluruh kriteria *goodness of fit* telah memenuhi *cut off value* nya. Hal ini menandakan bahwa model yang dibuat sudah baik dan terbukti bahwa memang terdapat kesesuaian antara input observasi dengan prediksi dari model yang diajukan.

Selain menganalisis *godness of fit* model tersebut, perlu dianalisis juga besaran dan tingkat signifikansi parameter estimasi dari masing-masing indikator yang menuju konstruk latennya. Berdasarkan Tabel 4.15, diketahui bahwa hampir seluruh variabel indikator terbukti signifikan dalam mengukur masing-masing konstruk latennya. Hanya terdapat dua indikator yang tidak terlalu



berpengaruh signifikan terhadap masing-masing konstruk latennya, yaitu indikator PEOU2 dan SE1.

Analisis selanjutnya yang perlu dilakukan adalah analisis hasil perhitungan *construct reliability*. Berdasarkan nilai *standardize loading factor* dan *measurement error* pada Tabel 4.26, diketahui bahwa nilai *construct reliability* untuk konstruk-konstruk eksogen adalah sebesar 0,835592. Hal ini menandakan bahwa konstruk eksogen sangat reliabel dikarenakan nilai *construct reliability* yang dihasilkan melebihi *cut off value* yang disyaratkan dalam pengujian ini yaitu sebesar 0,7.

Berdasarkan nilai *loading factor* variabel indikator yang membentuk masing-masing konstruk laten, akan dapat diketahui variabel indikator mana yang paling berkontribusi mengukur masing-masing konstruk laten. Dalam menyusun variabel *motivation*, terdapat tiga variabel indikator yang mendukung variabel tersebut diantaranya adalah pemilik usaha yang menerangkan kepada bawahannya bahwa internet dapat membantu aktivitas bisnis, pemilik usaha ikut berpartisipasi dalam proses pengadopsian internet di UKM, dan pemilik usaha memberikan pengaruh kepada bawahannya untuk mulai ikut serta dalam penggunaan internet. Berdasarkan Tabel 4.25, diketahui bahwa variabel indikator yang memiliki *loading factor* tertinggi adalah indikator ketiga yaitu pemilik usaha memberikan pengaruh kepada bawahannya untuk mulai ikut serta dalam penggunaan internet, dengan *loading factor* sebesar 0,86. Selanjutnya adalah indikator kedua yaitu pemilik usaha ikut berpartisipasi dalam proses pengadopsian internet di UKM, dengan *loading factor* sebesar 0,73. Dan yang paling kecil adalah *loading factor* pada indikator pemilik usaha yang menerangkan kepada bawahannya bahwa internet dapat membantu aktivitas bisnis dengan nilai sebesar 0,16. Hal ini dikarenakan dengan adanya pemilik usaha yang mau memberikan pengaruh kepada bawahannya untuk mulai ikut serta dalam penggunaan internet, ternyata sangat berhasil memberikan motivasi yang besar kepada bawahan mereka untuk mulai menggunakan internet. Selain itu, adanya pemilik usaha

yang mau ikut berpartisipasi dalam proses pengadopsian internet di UKM ternyata juga berpengaruh besar terhadap meningkatnya motivasi setiap orang yang ada di UKM untuk menggunakan internet. Kedua indikator ini memiliki pengaruh yang besar sekali terhadap meningkatnya motivasi setiap orang yang ada di UKM untuk terus menggunakan internet, oleh karena itu sebaiknya pemilik usaha secara berkala memberikan pengaruh kepada bawahannya untuk mulai ikut serta dalam penggunaan internet di UKM, selain itu pemilik usaha juga harus tetap ikut serta dalam proses pengadopsian internet di UKM.

Dalam menyusun variabel *competitive*, terdapat tiga variabel indikator yang membangun variabel tersebut, diantaranya adalah pemilik maupun pegawai menggunakan internet untuk menjalin komunikasi dengan konsumen, pemilik maupun pegawai menggunakan internet untuk menjalin komunikasi dengan supplier mereka, dan pemilik maupun pegawai menggunakan internet sebagai media untuk melihat perkembangan kompetitor. Berdasarkan Tabel 4.25, diketahui bahwa variabel indikator yang memiliki *loading factor* tertinggi adalah indikator kedua yaitu pemilik maupun pegawai menggunakan internet untuk menjalin komunikasi dengan supplier mereka, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,66. Indikator pemilik maupun pegawai menggunakan internet untuk menjalin komunikasi dengan konsumen dan indikator pemilik maupun pegawai menggunakan internet sebagai media untuk melihat perkembangan kompetitor memiliki nilai *loading factor* yang sama yaitu sebesar 0,62. Secara garis besar ketiga indikator ini memiliki kontribusi yang sama dalam mendukung variabel *competitive*. Oleh karena itu setiap usaha yang ada harus semakin intensif dalam menggunakan internet baik dalam melakukan komunikasi dengan konsumen, supplier, maupun untuk melihat perkembangan kompetitor mereka.

Terdapat tiga variabel indikator yang menyusun variabel *perceived usefulness*, diantaranya adalah internet dapat memudahkan pemilik maupun pegawai di UKM dalam pencarian informasi lebih cepat, internet dapat membantu pemilik maupun

pegawai di UKM dalam mencari informasi yang mereka butuhkan secara tepat dan akurat, dan internet dapat membantu pemilik maupun pegawai di UKM dalam mencari sebanyak-banyaknya informasi yang mereka butuhkan. Berdasarkan Tabel 4.25, diketahui bahwa variabel indikator yang memiliki *loading factor* tertinggi adalah indikator ketiga yaitu internet dapat membantu pengguna (baik itu pemilik maupun pegawai di UKM) dalam mencari sebanyak-banyaknya informasi yang mereka butuhkan, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,65. Indikator yang memiliki nilai tertinggi berikutnya adalah indikator pertama yaitu internet dapat membantu pengguna mencari informasi yang mereka butuhkan secara tepat dan akurat, yang memiliki nilai *loading factor* sebesar 0,45. Indikator yang memiliki *loading factor* paling kecil adalah indikator bahwa internet dapat memudahkan pengguna dalam pencarian informasi lebih cepat, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,37. Dari hasil nilai *loading factor* ini diketahui bahwa indikator yang memiliki kontribusi paling besar dalam membangun variabel *perceived of usefulness* adalah manfaat dari internet yang dapat memudahkan pengguna dalam mencari informasi sebanyak-banyaknya, berikutnya adalah manfaat dari internet yang dapat membantu pengguna mencari informasi yang mereka butuhkan secara tepat dan akurat, dan yang terakhir adalah manfaat dari internet yang dapat memudahkan pengguna dalam pencarian informasi lebih cepat. Hal ini menandakan bahwa ternyata baik pemilik maupun pegawai di UKM merasa manfaat dari penggunaan internet ini yang paling besar adalah karena internet dapat membantu mereka dalam mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya.

Variabel *perceived ease of use* memiliki empat variabel indikator, indikator pertama adalah pemilik maupun pegawai di UKM merasa mudah untuk mempelajari penggunaan internet, indikator kedua adalah pemilik maupun pegawai di UKM merasa mudah dalam menggunakan internet, indikator ketiga adalah pemilik maupun pegawai di UKM mudah mahir dalam menggunakan internet dalam waktu cepat, dan indikator keempat

adalah pemilik maupun pegawai di UKM merasa interaksi dengan internet jelas dan mudah dimengerti. Berdasarkan Tabel 4.25, diketahui bahwa variabel indikator yang memiliki *loading factor* tertinggi adalah indikator pengguna (baik itu pemilik maupun pegawai di UKM) merasa interaksi dengan internet jelas dan mudah dimengerti, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,68. Selanjutnya adalah indikator pengguna mudah mahir dalam menggunakan internet dalam waktu cepat yang memiliki nilai *loading factor* sebesar 0,25. Indikator yang memiliki nilai *loading factor* tertinggi berikutnya adalah pengguna merasa mudah untuk mempelajari penggunaan internet. Dan indikator yang memiliki nilai *loading factor* terkecil adalah pengguna merasa mudah dalam menggunakan internet. Berdasarkan nilai *loading factor* tersebut diketahui bahwa variabel indikator pengguna (baik itu pemilik maupun pegawai di UKM) merasa interaksi dengan internet jelas dan mudah dimengerti memiliki kontribusi yang sangat besar sekali dalam membangun variabel *perceived ease of use*. Hal ini menandakan bahwa ternyata baik pemilik maupun pegawai di UKM merasa kemudahan penggunaan dari internet ini dikarenakan oleh interaksi dengan internet yang jelas dan mudah mereka mengerti.

Dalam menyusun variabel *self efficacy*, terdapat tiga variabel indikator yang membangun variabel tersebut, diantaranya adalah pemilik maupun pegawai di UKM merasa percaya diri dalam menggunakan internet dalam mengumpulkan data, pemilik maupun pegawai di UKM merasa percaya diri dalam mempelajari sebuah program di internet, dan pemilik maupun pegawai di UKM merasa percaya diri dalam bergabung pada suatu forum diskusi online. Berdasarkan Tabel 4.25, diketahui bahwa variabel indikator yang memiliki *loading factor* tertinggi adalah pengguna (pemilik maupun pegawai di UKM) merasa percaya diri dalam bergabung pada suatu forum diskusi online, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,26. Berikutnya adalah indikator pemilik maupun pegawai di UKM merasa percaya diri dalam mempelajari sebuah program di internet, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,21. Dan

yang terakhir adalah indikator pengguna merasa percaya diri dalam menggunakan internet dalam mengumpulkan data, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,07. Secara garis besar ketiga indikator ini masih belum memiliki kontribusi yang cukup baik dalam mendukung variabel self efficacy. Hal ini dapat dilihat dari rendahnya nilai *loading factor* yang ada. Walaupun indikator pengguna yang merasa percaya diri dalam bergabung pada suatu forum diskusi online merupakan indikator dengan nilai *loading factor* terbesar, namun tetap saja nilai *loading factor* indikator ini masih tergolong rendah.

Terdapat tiga variabel indikator yang menyusun variabel computer/internet anxiety, diantaranya adalah pemilik maupun pegawai di UKM merasa gelisah (takut) dalam menggunakan komputer/internet, pemilik maupun pegawai di UKM merasa ketakutan karena salah menekan satu tombol saja dapat menghilangkan/merusak semua informasi (data), dan pemilik maupun pegawai di UKM merasa khawatir/takut membuat kesalahan yang tidak dapat diperbaiki. Berdasarkan Tabel 4.25, diketahui bahwa variabel indikator yang memiliki nilai *loading factor* tertinggi adalah pemilik maupun pegawai di UKM merasa khawatir/takut membuat kesalahan yang tidak dapat diperbaiki, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,8. Selanjutnya adalah indikator pemilik maupun pegawai di UKM merasa ketakutan karena salah menekan satu tombol saja dapat menghilangkan/merusak semua informasi (data) yang memiliki nilai *loading factor* sebesar 0,46. Variabel indikator yang memiliki nilai *loading factor* terkecil adalah pemilik maupun pegawai di UKM merasa gelisah (takut) dalam menggunakan komputer/internet, yang memiliki nilai *loading factor* sebesar 0,25. Hal ini menunjukkan bahwa ketakutan dalam menggunakan komputer maupun internet, sebagian besar disebabkan oleh kekhawatiran/ketakutan dari pengguna (pemilik maupun pegawai di UKM) membuat kesalahan yang tidak dapat diperbaiki. Mereka juga biasanya merasa takut bahwa mereka memiliki kemungkinan salah menekan tombol dan hal ini akan

menyebabkan hilang/rusaknya semua informasi (data) yang ada. Kedua indikator inilah yang sangat berkontribusi dalam membangun variabel computer/internet anxiety.

5.4.2 Analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) Konstruk Endogen

Berdasarkan hasil pengolahan *confirmatory factor analysis* untuk konstruk-konstruk endogen, diketahui bahwa pada perhitungan *godness of fit* model yang dibuat, masih terdapat kriteria yang belum memenuhi *cut of value*. Seperti yang tertera pada Tabel 4.27, nilai AGFI yang seharusnya diatas 0,9 pada perhitungan *goodness of fit* model konstruk endogen ini hanya sebesar 0,858 dan nilai RMSEA yang seharusnya dibawah 0,08 pada perhitungan *goodness of fit* model konstruk endogen ini masih sebesar 0,094. Oleh karena itu perlu dilakukan modifikasi model. Setelah melakukan modifikasi model, hasil perhitungan *goodness of fit* pada Tabel 4.28 menunjukkan bahwa seluruh kriteria *goodness of fit* telah memenuhi *cut off value* nya. Hal ini menandakan bahwa model yang dibuat sudah baik dan terbukti bahwa memang terdapat kesesuaian antara input observasi dengan prediksi dari model yang diajukan.

Setelah menganalisis *godness of fit* model tersebut, perlu dianalisis juga besaran dan tingkat signifikansi parameter estimasi dari masing-masing indikator yang menuju konstruk latennya. Berdasarkan nilai *loading factor* variabel indikator yang membentuk masing-masing konstruk laten, akan dapat diketahui variabel indikator mana yang paling berkontribusi mengukur masing-masing konstruk laten. Seperti dalam menyusun variabel penggunaan internet, terdapat tiga variabel indikator yang mendukung variabel tersebut diantaranya adalah seberapa sering intensitas usaha mereka dalam menggunakan internet, seberapa puas pemilik maupun pengawai di UKM dengan pengadopsian internet di usaha mereka, dan seberapa nyaman mereka menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis mereka. Berdasarkan Tabel 4.29, diketahui bahwa variabel indikator yang

memiliki *loading factor* tertinggi adalah pemilik atau pegawai di UKM merasa nyaman dalam menggunakan internet untuk membantu aktivitas bisnis mereka, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,79. Selanjutnya adalah indikator seberapa sering intensitas usaha mereka menggunakan internet, yang memiliki nilai *loading factor* sebesar 0,5. Variabel indikator yang memiliki *loading factor* paling kecil adalah pemilik maupun pegawai di UKM merasa puas dengan pengadopsian internet di usaha mereka, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,48. Dari hasil nilai *loading factor* ini diketahui bahwa indikator rasa nyaman yang dirasakan oleh pemilik maupun pegawai di UKM dalam menggunakan internet untuk membantu aktivitas bisnis mereka memiliki kontribusi yang sangat besar dalam membangun variabel penggunaan internet. Jadi dapat disimpulkan bahwa jika semakin besar rasa nyaman yang dapat dirasakan oleh pemilik maupun pegawai di UKM, maka tingkat penggunaan internet di UKM juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

Dalam menyusun variabel peningkatan kinerja, terdapat enam variabel indikator yang membangun variabel tersebut, diantaranya adalah perubahan jumlah rekanan/mitra yang dimiliki setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, perubahan jumlah pesanan yang diterima setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, perubahan jumlah produksi setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, perubahan jumlah pendapatan (omzet) yang dimiliki setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, perubahan jumlah profit usaha yang didapatkan setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, dan pengembangan bisnis baru setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis. Berdasarkan Tabel 4.29, diketahui bahwa variabel indikator yang memiliki *loading factor* tertinggi adalah perubahan jumlah profit usaha yang didapatkan setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,84. Selanjutnya adalah variabel indikator dengan nilai *loading factor* sebesar 0,74, yaitu

perubahan jumlah rekanan/mitra yang dimiliki setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis. Indikator yang memiliki nilai *loading factor* tertinggi berikutnya adalah pengembangan bisnis baru setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,69. Variabel yang memiliki nilai *loading factor* tertinggi berikutnya adalah perubahan jumlah pesanan yang diterima setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, yang memiliki nilai *loading factor* sebesar 0,63. Selanjutnya adalah variabel indikator perubahan jumlah pendapatan (omzet) yang dimiliki setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, dengan nilai *loading factor* sebesar 0,56. Variabel indikator yang memiliki nilai *loading factor* terkecil dengan nilai sebesar 0,46 adalah perubahan jumlah produksi setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis. Dari hasil nilai *loading factor* ini diketahui bahwa indikator profit ternyata memiliki kontribusi yang sangat besar bagi peningkatan kinerja sebuah UKM. Selain itu peningkatan jumlah rekanan/mitra serta peningkatan skala usaha (seperti bertambahnya jumlah produk baru, meluasnya pasar, dan peningkatan skala usaha) juga memiliki kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan kinerja di UKM.

Analisis selanjutnya yang perlu dilakukan adalah analisis hasil perhitungan *construct reliability*. Berdasarkan nilai *standardize loading factor* dan *measurement error* pada Tabel 4.30, diketahui bahwa nilai *construct reliability* untuk konstruk-konstruk endogen adalah sebesar 0,860604. Hal ini menandakan bahwa konstruk eksogen sangat reliabel dikarenakan nilai *construct reliability* yang dihasilkan melebihi *cut off value* yang disyaratkan dalam pengujian ini yaitu sebesar 0,7.

5.5 Analisis Structural Equation Modelling (SEM)

Berdasarkan hasil pengolahan model struktural pada full model, diketahui bahwa pada perhitungan *godness of fit* model yang dibuat, masih terdapat kriteria yang belum memenuhi *cut of*

value. Seperti yang tertera pada Tabel 4.31, nilai GFI yang seharusnya diatas 0,9 pada perhitungan *goodness of fit* full model ini hanya sebesar 0,676, nilai AGFI yang seharusnya diatas 0,9 pada perhitungan *goodness of fit* full model ini hanya sebesar 0,616 dan nilai RMSEA yang seharusnya dibawah 0,08 pada perhitungan *goodness of fit* full model ini masih sebesar 0,107, dan nilai CFI yang seharusnya diatas 0,9 pada perhitungan *goodness of fit* full model ini hanya sebesar 0,775. Oleh karena itu perlu dilakukan modifikasi model.

Setelah melakukan modifikasi model, hasil perhitungan *goodness of fit* pada Tabel 4.32 menunjukkan bahwa hasil yang baik. Walaupun masih terdapat kriteria yang tergolong *marginal fit*, namun hasil estimasinya sudah mendekati *cut of value* yang disyaratkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat kesesuaian antara input observasi dengan prediksi dari model yang dibuat dan dapat disimpulkan bahwa model struktural ini dapat diterima.

5.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang ada. Hasil pengujian hipotesis model struktural yang telah dibuat dapat dilihat pada Tabel 4.33.

5.6.1 Hipotesis 1 : *Motivation from CEO* Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan Internet di UKM

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan bahwa hipotesis pertama ini terbukti kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari nilai *loading factor* sebesar 0,62, nilai C.R sebesar 4,06, dan nilai p sebesar 0,000. Ketiga nilai ini membuktikan bahwa motivasi yang diberikan oleh pemilik usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Semakin sering seorang pemilik usaha memberikan pengertian dan motivasi kepada bawahannya untuk mulai menggunakan internet di UKM, maka akan semakin tinggi pula tingkat penggunaan internet di usaha tersebut.

5.6.2 Hipotesis 2 : *Competitive* Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan Internet di UKM

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan bahwa hipotesis kedua ini terbukti kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari nilai *loading factor* sebesar 0,72, nilai C.R sebesar 4,66, dan nilai p sebesar 0,000. Ketiga nilai ini membuktikan bahwa faktor kompetitif ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Semakin sering pemilik maupun pegawai yang ada di UKM belajar untuk mulai menggunakan internet di UKM baik itu untuk berkomunikasi dengan konsumen, *supplier*, maupun untuk melihat perkembangan kompetitor, maka akan semakin tinggi pula tingkat penggunaan internet di usaha tersebut.

5.6.3 Hipotesis 3 : *Perceived Usefulness* Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan Internet di UKM

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan bahwa hipotesis ketiga ini terbukti kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari nilai *loading factor* sebesar 0,21, nilai C.R sebesar 2,22, dan nilai p sebesar 0,03. Ketiga nilai ini membuktikan bahwa faktor *perceived usefulness* ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Semakin tinggi manfaat dari penggunaan internet yang dirasakan oleh pemilik maupun pegawai di UKM, maka akan semakin tinggi pula tingkat penggunaan internet di usaha tersebut.

5.6.4 Hipotesis 4 : *Perceived Ease of Use* Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan Internet di UKM

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan bahwa hipotesis keempat ini tidak terbukti kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari nilai *loading factor* sebesar 0,08, nilai C.R sebesar 0,5, dan nilai p sebesar 0,62. Ketiga nilai ini membuktikan bahwa faktor *perceived ease of use* ini tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan

internet di UKM. Hal ini menandakan bahwa adanya perasaan mudah untuk menggunakan internet tidak mempengaruhi penggunaan internet di UKM. Semakin pemilik usaha maupun pegawai mereka merasa mudah dalam menggunakan internet, maka belum tentu menaikkan tingkat penggunaan internet di UKM tersebut.

5.6.5 Hipotesis 5 : *Self Efficacy* Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan Internet di UKM

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan bahwa hipotesis kelima ini terbukti kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari nilai *loading factor* sebesar 0,2, nilai C.R. sebesar 2,08, dan nilai p sebesar 0,04. Ketiga nilai ini membuktikan bahwa faktor *self efficacy* ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Semakin tinggi rasa percaya diri pemilik maupun pegawai di UKM, maka akan semakin tinggi pula tingkat penggunaan internet di usaha tersebut.

5.6.6 Hipotesis 6 : *Computer/Internet Anxiety* Berpengaruh Negatif Terhadap Penggunaan Internet di UKM

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan bahwa hipotesis keenam ini terbukti kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari nilai *loading factor* sebesar -0,6, nilai C.R. sebesar -7,03, dan nilai p sebesar 0,000. Ketiga nilai ini membuktikan bahwa faktor *computer/internet anxiety* ini memang benar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Semakin tinggi ketakutan/kekhawatiran yang dirasakan pemilik maupun pegawai saat menggunakan internet, maka akan semakin rendah tingkat penggunaan internet di UKM tersebut.

5.6.7 Hipotesis 7 : Penggunaan Internet di UKM Berpengaruh Positif Terhadap Peningkatan Kinerja di UKM

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan bahwa hipotesis ketujuh ini terbukti kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari nilai *loading factor* sebesar 0,78, nilai C.R sebesar 8,23, dan nilai p sebesar 0,000. Ketiga nilai ini membuktikan bahwa penggunaan internet di UKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja di UKM. Semakin tinggi tingkat penggunaan internet di UKM, maka akan semakin tinggi pula peningkatan kinerja yang mereka dapatkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, pada bab ini akan diberikan beberapa saran yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Pengaruh variabel indikator pada masing-masing variabel laten yang ada akan diuraikan sebagai berikut.

- a. Variabel *Motivation from CEO*

Variabel indikator pemilik usaha ikut berpartisipasi dalam proses pengadopsian internet di UKM dan pemilik usaha memberikan pengaruh kepada bawahannya untuk mulai ikut serta dalam penggunaan internet terbukti signifikan dalam membangun variabel *motivation*. Sedangkan variabel indikator pemilik usaha menerangkan kepada bawahannya bahwa internet dapat membantu aktivitas bisnis terbukti tidak signifikan dalam membangun variabel *motivation*.

- b. Variabel *Competitive*

Variabel indikator pemilik maupun pegawai menggunakan internet untuk menjalin komunikasi dengan konsumen, pemilik maupun pegawai menggunakan internet untuk menjalin komunikasi dengan supplier mereka, dan pemilik maupun pegawai menggunakan internet sebagai media untuk melihat perkembangan kompetitor terbukti signifikan dalam membangun variabel *competitive*.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik. Statistik Indonesia, *Statistical Yearbook of Indonesia*. Jakarta: 2006.
- Baum, R. 2001. A Longitudinal Study of The Cause of Technology Adaption and Its Effect Upon New Venture Growth. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 22-35.
- Buzzard, S. 1987. Memantau dan Mengevaluasi Proyek Usaha Kecil, Panduan Selangkah Demi Selangkah untuk Organisasi Pengembangan Swadaya. Jakarta : Erlangga.
- Davis, F. D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*, 13/3: 319-339.
- Eastin, M.S., LaRose, R. 2000. Internet Self Efficacy and The Psychology of The Digital Divide. *Journal of Computer Mediated Communication*. 6 (1).
- Ellsworth, Jill H, Matthew V. (1997). *Marketing on the internet*. Jakarta : Grasindo.
- Ernawaty, Sri. Mampukah Iptek Mendorong Kinerja UKM ? www.ristek.go.id diakses tanggal 7 April 2012.
- Geven, D., Straub D. 2000. The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of E-Commerce Adoption. *Journal of Association for Information Systems*. Vol 1. No.8.
- Ghozali, Imam. 2009. *Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Undip. Semarang.
- Goode, S., & Stevens, K. 2000. An Analysis of The Business Characteristics of Adopters and Non-Adopters of World Wide Web Technology. *Information Technology and Management*, 1(1-2), 129-154.
- Hair, J.F., R.E. Anderson, R.L. Thatam, dan W.C. Black. 1995. *Multivariate Data Analysis With Reading*, 4th edition. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.

- Hermana, B., Sugiharto, T., Margianti E.S. 2006. Determinants of Internet Adoption by Indonesian Small Business Owners: Reliability and Validity of Research Instrument. Gunadarma University. Jakarta.
- Hubeis, Musa. 2009. Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Igbaria, M., Parasuraman, S. 1989. A Path Analytic Study of Individual Characteristics Computer Anxiety, and Attitudes Toward Microcomputers. *Jurnal of Management*. Vol. 15 No. 3.
- Joreskog, K.G., & D. Sorbom. 1996. *LISREL 8: User's Reference Guide*. Chicago: Scientific Software International, Inc.
- Nugroho, E.H., Achjari, D., 2004. Faktor-Faktor Penentu Penggunaan World Wide Web Sebagai Sarana Pendukung Pendidikan: Studi Empirik Mahasiswa Akuntansi Di Yogyakarta. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Megginsion, W. L. and Byrd Mary Jane. 2000. *Small Business Management: An Entrepreneur's Guide Book Third Edition*. New York: Mc Graw Hill.
- Mehrtens, J., Cargg, P.B., & Mills, A.M. 2001. A Model of Internet Adoption by SMEs. *Information and Management*, 39(3), 165-177.
- OECD. 2004. Promoting Entrepreneurship And Innovative Smes In A Global Economy: Towards A More Responsible And Inclusive Globalization : ICT, E-BUSINESS AND SMES, 2nd OECD Conference Of Ministers Responsible For Small And Medium-Sized Enterprises (Smes), Organisation For Economic Co-Operation And Development (OECD)
- Poon, S., & Swatman, P.M.C. 1997. Small Business Use of The Internet. *International Marketing Review*, 14(5), 385-402.

c. Variabel *Perceived Usefulness*

Variabel indikator internet dapat memudahkan pemilik maupun pegawai di UKM dalam pencarian informasi lebih cepat, internet dapat membantu pemilik maupun pegawai di UKM dalam mencari informasi yang mereka butuhkan secara tepat dan akurat, dan internet dapat membantu pemilik maupun pegawai di UKM dalam mencari sebanyak-banyaknya informasi yang mereka butuhkan terbukti signifikan dalam membangun variabel *perceived usefulness*.

d. Variabel *Perceived Ease of Use*

Variabel pemilik maupun pegawai di UKM merasa interaksi dengan internet jelas dan mudah dimengerti terbukti signifikan dalam membangun variabel *perceived ease of use*. Sedangkan variabel indikator pemilik maupun pegawai di UKM merasa mudah untuk mempelajari penggunaan internet, pemilik maupun pegawai di UKM merasa mudah dalam menggunakan internet, dan pemilik maupun pegawai di UKM mudah mahir dalam menggunakan internet dalam waktu cepat terbukti tidak signifikan dalam membangun variabel *perceived ease of use*.

e. Variabel *Self Efficacy*

Variabel indikator pemilik maupun pegawai di UKM merasa percaya diri dalam menggunakan internet dalam mengumpulkan data, pemilik maupun pegawai di UKM merasa percaya diri dalam mempelajari sebuah program di internet, dan pemilik maupun pegawai di UKM merasa percaya diri dalam bergabung pada suatu forum diskusi online terbukti tidak signifikan dalam membangun variabel *self efficacy*.

f. Variabel *Computer/Internet Anxiety*

Variabel indikator pemilik maupun pegawai di UKM merasa gelisah (takut) dalam menggunakan komputer/internet, pemilik maupun pegawai di UKM merasa ketakutan karena salah menekan satu tombol saja dapat menghilangkan/merusak semua informasi (data), dan pemilik maupun pegawai di UKM merasa khawatir/takut membuat kesalahan yang tidak dapat diperbaiki terbukti signifikan dalam membangun variabel *computer/internet anxiety*.

g. Variabel Penggunaan Internet

Variabel indikator seberapa sering intensitas usaha mereka dalam menggunakan internet, seberapa puas pemilik maupun pegawai di UKM dengan pengadopsian internet di usaha mereka, dan seberapa nyaman mereka menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis mereka terbukti signifikan dalam membangun variabel penggunaan internet.

h. Variabel Peningkatan Kinerja

Variabel indikator perubahan jumlah rekanan/mitra yang dimiliki setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, perubahan jumlah pesanan yang diterima setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, perubahan jumlah produksi setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, perubahan jumlah pendapatan (omzet) yang dimiliki setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, perubahan jumlah profit usaha yang didapatkan setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis, dan pengembangan bisnis baru setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis terbukti signifikan dalam membangun variabel peningkatan kinerja.

2. Pengaruh antara masing-masing variabel-variabel laten yang ada akan diuraikan sebagai berikut.
 - a. Variabel *motivation from CEO* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM.
 - b. Variabel *competitive* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM.
 - c. Variabel *perceived usefulness* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM.
 - d. Variabel *perceived ease of use* terbukti tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM.
 - e. Variabel *self efficacy* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM.
 - f. Variabel *computer/internet anxiety* terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM.
 - g. Variabel penggunaan internet terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja di UKM.
3. Rekomendasi yang diusulkan kepada LPB Mitra Bersama untuk meningkatkan penggunaan internet pada UKM-UKM yang berada dibawah bimbingannya.
 - a. Memberikan pelatihan mengenai penggunaan internet kepada UKM-UKM yang masih awam dalam penggunaan internet, agar tidak ada lagi UKM yang belum mengenal internet.
 - b. Terus memotivasi UKM-UKM yang ada melalui komunikasi langsung kepada pemilik dari UKM-UKM tersebut agar paling tidak pemilik usaha yang

- memulai untuk menggunakan internet dalam membantu aktivitas bisnis di usaha mereka.
- c. Memberikan penyuluhan secara berkala mengenai manfaat-manfaat yang bisa mereka dapatkan apabila menggunakan internet, agar mereka semua menyadari berbagai manfaat yang bisa mereka dapatkan apabila menggunakan internet.
 - d. Memberikan rekomendasi kepada UKM-UKM yang belum menggunakan internet untuk mulai menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis mereka. Disamping itu, juga dapat diberikan bukti-bukti mengenai peningkatan kinerja yang telah didapatkan oleh UKM yang telah menggunakan internet agar mereka mulai tertarik menggunakan internet.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan pada tahap, maka dapat diambil beberapa saran baik itu saran untuk LPB Mitra Bersama maupun saran untuk penelitian selanjutnya.

6.2.1 Saran Untuk LPB Mitra Bersama

Berikut ini akan diuraikan mengenai saran-saran yang dapat diberikan kepada LPB Mitra Bersama.

1. Meningkatkan penggunaan internet di UKM yang ada dibawah naungan LPB Mitra Bersama agar dapat meningkatkan kinerja usaha tersebut, baik dari jumlah rekanan/mitra, jumlah pesanan yang didapatkan, jumlah produksi, pendapatan (omzet), profit, serta peningkatan skala usaha UKM-UKM tersebut.
2. Mempertimbangkan untuk merealisasikan rekomendasi-rekomendasi yang telah diajukan pada penelitian ini untuk LPB Mitra Bersama.

6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berikut akan diuraikan mengenai saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya.

1. Perlu dilakukan penelitian mengenai penggunaan internet di kelompok UKM-UKM lainnya, karena kemungkinan perbedaan geografis, kondisi ekonomi, serta tingkat pendidikan penduduk sekitar dapat memberikan hasil yang beda dalam penelitian.
2. Menambahkan variabel lain yang kemungkinan dapat mempengaruhi penggunaan internet di UKM.

- Sadowski, B.M., Maitland, C., & van Dogen, J. 2002. Strategic use of internet by small and medium sized companies: *An exploratory study. Information Economics and Policy*, 14(1), 75-93.
- Shahab, Alwi. 2000. *Internet Bagi Profesi Kedokteran*. Jakarta : EGC.
- Sri Suhartini, Laporan Kegiatan Survei Usaha Kecil dan Menengah. 2006. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Sourthern, A., Tilley, F. 2000. Small Firm and Information and Communication Technologies (ICTs): Toward a Typology of ICTs Usage. *New Technology, Work and Employment*. 15 (2), 138-154.
- Tambunan, Tulus. 2010. *Ukuran Daya Saing Koperasi dan UKM*. Universitas Trisakti. Jakarta.
- Tjandra, Ronowati. 2007. *Computer Anxiety Dari Perspektif Gender dan Pengaruhnya Terhadap Keahlian Pemakai Komputer Dengan Variabel Moderasi Locus of Control*. Undip. Semarang.
- Widodo, Kukuh. Tiga Peranan Penting Internet bagi Usaha Kecil Menengah www.web4ukm.wordpress.com diakses tanggal 7 April 2012.
- Wijaya T., Johan. 2005. Pengaruh *Computer Anxiety* Terhadap Keahlian Penggunaan Komputer. *Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh*. Vol. 6. No. 1.
- Yamin, S. dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan LISREL-PLS*, Buku Seri Kedua, Jakarta: Salemba Infotek.

LAMPIRAN 1

KUISIONER PENGARUH PENGGUNAAN INTERNET TERHADAP PENINGKATAN KINERJA UKM

Kuisisioner ini dibuat sebagai salah satu *tool* dalam pengerjaan Tugas Akhir Mahasiswi Program Sarjana Teknik Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya. Kerahasiaan pendapat Bapak/Ibu dalam kuisisioner ini akan selalu terjaga. Atas dasar tersebut, Bapak/Ibu diharapkan untuk selalu jujur dalam memberikan jawaban pada setiap pernyataan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terimakasih.

Judul Tugas Akhir :

“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Terhadap Peningkatan Kinerja UKM Dengan Menggunakan *Structural Equation Modelling*”

Tujuan :

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan internet terhadap peningkatan kinerja UKM.

Peneliti :

Rizki Masyita Sari

Mahasiswi Program Sarjana Teknik Industri

Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya

Telp : 081937832002

Email : rizki.masyita@yahoo.com



Data Responden

Nama Responden :

Usia :

Nama Usaha :

Jabatan :

Lama Berdirinya Usaha : 1 Tahun

1 – 3 Tahun

> 3 Tahun

Bidang Usaha : Manufaktur

Jasa

Kerajinan, Handycraft, dan Furnicraft

Garment dan Konveksi

Perdagangan

Saya Pernah Menggunakan Internet Untuk Mendukung Akifitas
Bisnis di UKM saya :

Ya

Tidak Pernah

Sudah Berapa Lama Menggunakan Internet Untuk Mendukung
Aktivitas Bisnis di UKM ?

< 6 Bulan

6 Bulan – 1 Tahun

1 – 2 Tahun

2 – 3 Tahun

> 3 Tahun

Petunjuk Pengisian

Di bawah ini terdapat beberapa pernyataan untuk mengidentifikasi indikator dari beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan internet di UKM. Berikan tanda (√) pada kotak yang tersedia sesuai dengan pilihan jawaban anda.

No	Pernyataan	Tidak Pernah	Jarang	Cukup Sering	Sering	Selalu
1	Usaha saya menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis					
No	Pernyataan	Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas
1	Saya merasa puas menggunakan internet di usaha saya					
No	Pernyataan	Sangat Tidak Nyaman	Tidak Nyaman	Netral	Nyaman	Sangat Nyaman
1	Saya merasa nyaman menggunakan internet di usaha saya					

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Internet di UKM:

1. Faktor *Motivation*

No	Pernyataan	Tidak Pernah	Jarang	Cukup Sering	Sering	Selalu
1	Saya menerangkan kepada bawahan saya bahwa internet dapat membantu aktivitas bisnis di UKM					
2	Saya ikut berpartisipasi dalam proses pengadopsian internet di UKM					
3	Saya memberikan pengaruh kepada bawahan saya untuk mulai ikut serta dalam penggunaan internet					

2. Faktor *Competitive*

No	Pernyataan	Tidak Pernah	Jarang	Cukup Sering	Sering	Selalu
1	Saya / pegawai saya menggunakan internet untuk menjalin komunikasi dengan konsumen					
2	Saya / pegawai saya menggunakan internet untuk menjalin komunikasi dengan supplier kami					

No	Pernyataan	Tidak Pernah	Jarang	Cukup Sering	Sering	Selalu
3	Saya / pegawai saya menggunakan internet sebagai media untuk melihat perkembangan kompetitor					

3. Faktor *Perceived of Usefulness*

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Internet dapat memudahkan saya / pegawai saya dalam pencarian informasi lebih cepat					
2	Internet dapat membantu saya / pegawai saya mencari informasi yang kami butuhkan secara tepat dan akurat					
3	Internet dapat membantu saya / pegawai saya mencari sebanyak-banyaknya informasi yang kami butuhkan					

4. Faktor *Perceived Ease of Use*

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Saya / pegawai saya mudah untuk mempelajari penggunaan internet					
2	Saya / pegawai saya merasa mudah dalam menggunakan internet					
3	Saya / pegawai saya mudah mahir menggunakan internet dalam waktu cepat					
4	Saya / pegawai saya merasa interaksi dengan internet jelas dan mudah dimengerti					

5. Faktor *Self Efficacy*

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Saya / pegawai saya merasa percaya diri dalam menggunakan internet dalam mengumpulkan data					
2	Saya / pegawai saya merasa percaya diri dalam mempelajari sebuah program di internet					

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
3	Saya / pegawai saya merasa percaya diri dalam bergabung pada suatu forum diskusi online					

6. Faktor *Computer/Internet Anxiety*

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Saya / pegawai saya merasa gelisah (takut) dalam menggunakan komputer/internet					
2	Saya / pegawai saya merasa ketakutan karena salah menekan satu tombol saja dapat menghilangkan/merusak semua informasi (data)					
3	Saya / pegawai saya merasa khawatir/takut membuat kesalahan yang tidak dapat diperbaiki					

“Peningkatan Kinerja UKM”

No	Pernyataan	Menurun Tajam	Menurun	Tetap	Meningkat	Meningkat Tajam
1	Jumlah rekanan/mitra yang dimiliki usaha saya mengalami perubahan setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis					
2	Jumlah pesanan yang saya terima mengalami perubahan setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis					
3	Jumlah produksi usaha saya mengalami perubahan setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis					
4	Jumlah pendapatan (omzet) usaha saya mengalami perubahan setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis					
5	Profit usaha saya mengalami perubahan setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis					

No	Pernyataan	Menurun Tajam	Menurun	Tetap	Meningkat	Meningkat Tajam
6	Usaha saya mengalami pengembangan bisnis (muncul produk baru, pasar baru, atau peningkatan skala usaha) setelah menggunakan internet dalam mendukung aktivitas bisnis					

LAMPIRAN 2

REKAP KUISIONER

No	Usia	Lama Berdiri	Bidang Usaha	MOT1	MOT2	MOT3	COM1	COM2	COM3	PU1	PU2	PU3	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PEOU4	SE1	SE2	SE3	ANX1	ANX2	ANX3	PI1	PI2	PI3	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6
1	27	2	Perdagangan	2	3	3	2	2	2	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
2	30	3	Perdagangan	3	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4
3	45	3	Perdagangan	3	3	3	2	2	2	4	4	5	2	3	3	2	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
4	35	3	Jasa	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	49	3	Konveksi	3	2	3	2	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	4	5	5	3	2	3	3	3	3	3	3	3
6	38	3	Konveksi	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
7	49	3	Jasa	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	2	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4
8	32	2	Perdagangan	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
9	43	3	Manufaktur	4	3	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4
10	34	3	Manufaktur	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4
11	37	2	Perdagangan	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3
12	38	3	Kerajinan	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	27	3	Manufaktur	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	2	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5
14	41	3	Jasa	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4
15	43	2	Jasa	3	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	5	3	2	2	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	3	3
16	48	3	Kerajinan	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	51	2	Perdagangan	3	4	3	1	2	1	3	4	4	3	3	2	3	2	1	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
18	38	3	Perdagangan	2	3	3	3	1	1	4	4	5	3	3	3	3	4	2	2	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
19	29	3	Jasa	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	2	2	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4
20	39	3	Perdagangan	2	3	2	3	1	1	4	4	5	4	3	3	4	4	2	2	4	5	5	2	4	2	3	3	3	3	3	3
21	35	3	Konveksi	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5
22	41	3	Perdagangan	2	3	2	3	1	1	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
23	39	3	Perdagangan	2	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	2	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
24	32	3	Jasa	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	2	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
25	39	3	Konveksi	4	5	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	2	2	3	2	2	4	4	4	5	5	5	4	5	5
26	36	3	Manufaktur	3	4	3	2	2	2	4	4	5	4	4	3	4	3	3	2	4	2	2	3	5	4	3	4	4	3	4	4
27	37	3	Manufaktur	5	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	2	3	2	2	4	5	5	5	5	5	4	5	5
28	39	3	Manufaktur	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
29	35	3	Jasa	3	4	3	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	4	2	2	2	2	4	5	5	4	5	5	5	4	3	3
30	19	3	Kerajinan	4	2	2	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4

No	Usia	Lama Berdiri	Bidang Usaha	MOT1	MOT2	MOT3	COM1	COM2	COM3	PU1	PU2	PU3	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PEOU4	SE1	SE2	SE3	ANX1	ANX2	ANX3	PI1	PI2	PI3	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	
31	43	3	Kerajinan	2	2	2	4	3	5	4	4	4	3	3	3	2	4	2	2	3	2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
32	41	3	Jasa	2	3	3	1	3	1	4	4	4	3	3	2	3	4	3	2	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	
33	43	3	Manufaktur	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	
34	34	2	Kerajinan	3	4	4	2	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	
35	31	3	Kerajinan	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	
36	38	3	Konveksi	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	4	4	5	4	5	5	5	4	5	
37	37	3	Manufaktur	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	4	5	5	5	5	5	5	4	5	
38	39	3	Jasa	3	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	2	2	2	4	5	5	5	5	5	5	4	3	
39	32	2	Perdagangan	3	3	3	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	
40	36	3	Jasa	2	4	3	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	
41	43	2	Manufaktur	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	
42	50	2	Perdagangan	2	3	3	2	2	1	4	4	5	3	3	2	3	3	2	2	4	5	5	2	4	2	3	3	3	3	3	3	
43	35	3	Manufaktur	3	3	3	2	2	2	4	4	3	4	3	4	4	3	2	1	4	5	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
44	32	3	Manufaktur	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	2	1	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	
45	31	3	Perdagangan	4	4	4	3	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
46	30	3	Jasa	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	1	2	2	5	5	5	4	4	4	4	4	
47	37	3	Manufaktur	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	2	2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
48	28	3	Manufaktur	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
49	31	2	Garmen	3	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	
50	47	3	Kerajinan	4	3	4	3	2	2	4	4	5	4	4	3	4	3	2	4	3	2	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	
51	35	3	Garmen	4	3	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	
52	35	3	Perdagangan	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2	2	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	
53	41	3	Manufaktur	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	2	2	3	5	4	4	5	5	5	4	4	
54	41	3	Manufaktur	3	2	2	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	3	1	1	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	
55	37	3	Jasa	3	4	3	4	5	3	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	2	2	4	3	4	4	5	5	5	4	3	
56	53	3	Manufaktur	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	
57	48	3	Kerajinan	3	3	3	4	2	3	4	4	5	4	4	3	4	3	1	1	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	
58	37	3	Kerajinan	3	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
59	47	3	Manufaktur	3	4	4	3	2	2	4	4	4	3	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	
60	33	3	Perdagangan	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	2	2	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	
61	36	3	Manufaktur	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
62	48	2	Perdagangan	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
63	35	3	Kerajinan	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	
64	21	2	Garmen	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4
65	43	3	Kerajinan	2	3	3	3	2	2	4	4	5	4	3	3	4	4	3	2	4	5	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	
66	44	3	Perdagangan	2	2	2	2	1	1	4	4	5	4	3	3	3	3	2	2	4	5	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
67	37	3	Manufaktur	4	3	3	4	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
68	50	3	Jasa	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	2	2	4	5	5	4	5	5	5	4	3	
69	34	3	Manufaktur	3	3	3	1	1	2	4	4	5	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
70	53	3	Manufaktur	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3

No	Usia	Lama Berdiri	Bidang Usaha	MOT1	MOT2	MOT3	COM1	COM2	COM3	PU1	PU2	PU3	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PEOU4	SE1	SE2	SE3	ANX1	ANX2	ANX3	PI1	PI2	PI3	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	
111	34	3	Garmen	2	3	2	4	3	4	4	4	5	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	
112	27	3	Perdagangan	4	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	2	2	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	
113	39	2	Kerajinan	3	2	3	2	3	3	5	4	5	4	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	
114	38	3	Manufaktur	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2	2	4	3	3	5	5	5	4	5	
115	39	3	Manufaktur	4	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	
116	56	3	Manufaktur	3	2	3	2	2	2	4	4	5	2	2	3	2	3	2	1	4	5	5	3	4	4	3	3	3	3	3	4	
117	26	3	Manufaktur	2	3	3	1	2	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	
118	35	3	Manufaktur	3	3	3	2	2	2	4	4	3	4	3	3	3	3	2	1	4	5	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
119	39	3	Kerajinan	4	4	4	4	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
120	48	3	Garmen	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	5	5	3	2	3	3	4	4	4	4	3	
121	39	3	Manufaktur	4	4	4	3	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	
122	43	3	Manufaktur	3	2	2	3	2	2	5	4	5	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
123	38	3	Manufaktur	3	3	3	3	4	2	4	4	4	5	4	4	5	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
124	27	3	Manufaktur	4	3	4	3	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	
125	56	3	Manufaktur	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	2	2	5	4	5	4	5	5	5	5	4	
126	43	3	Manufaktur	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	4	4	5	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
127	31	3	Manufaktur	3	2	3	3	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	3	4	5	3	4	4	4	4	3	
128	47	3	Manufaktur	3	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	2	3	2	3	3	5	3	3	4	4	4	4	3	
129	48	3	Manufaktur	3	2	3	3	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
130	29	3	Manufaktur	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
131	31	3	Kerajinan	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	5	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
132	31	3	Kerajinan	3	2	3	3	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	1	3	4	4	4	3	3	3	
133	39	3	Kerajinan	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	3	
134	40	2	Jasa	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	5	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	
135	32	3	Manufaktur	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	
136	51	3	Manufaktur	3	2	2	3	2	3	5	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	
137	53	3	Manufaktur	3	3	3	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	2	3	4	5	2	4	4	3	4	4	4	4	3	
138	46	3	Manufaktur	3	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
139	50	3	Perdagangan	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	
140	30	3	Perdagangan	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS

1. MOTIVATION

Correlations

		MOT
MOT1	Pearson Correlation	,817(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
MOT2	Pearson Correlation	,833(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
MOT3	Pearson Correlation	,915(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
MOT	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	140

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. COMPETITIVE

Correlations

		COM
COM1	Pearson Correlation	,819(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
COM2	Pearson Correlation	,853(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
COM3	Pearson Correlation	,826(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140

		COM
COM	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	140

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. PERCEIVED USEFULNESS

Correlations

		PU
PU1	Pearson Correlation	,858(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PU2	Pearson Correlation	,729(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PU3	Pearson Correlation	,805(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PU	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	140

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. PERCEIVED EASE OF USE

Correlations

		PEOU
PEOU1	Pearson Correlation	,852(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PEOU2	Pearson Correlation	,862(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PEOU3	Pearson Correlation	,860(**)
	Sig. (2-tailed)	
	N	



		PEOU
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PEOU4	Pearson Correlation	,872(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PEOU	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	140

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

5. SELF EFFICACY

Correlations

		SE
SE1	Pearson Correlation	,778(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
SE2	Pearson Correlation	,930(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
SE3	Pearson Correlation	,903(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
SE	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	140

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6. COMPUTER/INTERNET ANXIETY

Correlations

		ANX
ANX1	Pearson Correlation	,775(**)
	Sig. (2-tailed)	,000

	N	140
ANX2	Pearson Correlation	,951(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
ANX3	Pearson Correlation	,953(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
ANX	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	140

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

7. PENGGUNAAN INTERNET

Correlations

		PI
PI1	Pearson Correlation	,817(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PI2	Pearson Correlation	,822(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PI3	Pearson Correlation	,887(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PI	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	140

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

8. PENINGKATAN KINERJA

Correlations

		PK
PK1	Pearson Correlation	,766(**)
	Sig. (2-tailed)	,000

		PK
	N	140
PK2	Pearson Correlation	,720(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PK3	Pearson Correlation	,643(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PK4	Pearson Correlation	,682(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PK5	Pearson Correlation	,783(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PK6	Pearson Correlation	,785(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	140
PK	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	140

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 3

UJI RELIABILITAS

1. MOTIVATION

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	140	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,817	3

2. COMPETITIVE

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	140	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	3

3. PERCEIVED USEFULNESS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	140	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,709	3

4. PERCEIVED EASE OF USE

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	140	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	4

5. SELF EFFICACY

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	140	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,840	3

6. COMPUTER/INTERNET ANXIETY

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	140	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,878	3

7. PENGGUNAAN INTERNET

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	140	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	3

8. PENINGKATAN KINERJA

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	140	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,824	6

LAMPIRAN 5

OUTPUT SPSS – UJI OUTLIER

INDIKATOR - MOT1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MOT1	140	2	5	3,23	,693
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator – MOT3:

MOT	ZMOT1
2	-1,77375
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375
3	-0,33
4	1,11375
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375
4	1,11375
3	-0,33
4	1,11375
3	-0,33
2	-1,77375

MOT	ZMOT1
3	-0,33
2	-1,77375
4	1,11375
2	-1,77375
2	-1,77375
4	1,11375
4	1,11375
3	-0,33
5	2,55749
4	1,11375
3	-0,33
4	1,11375
2	-1,77375
2	-1,77375
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375

MOT	ZMOT1
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
2	-1,77375
4	1,11375
2	-1,77375
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375
4	1,11375
4	1,11375
4	1,11375
3	-0,33
4	1,11375
4	1,11375
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33

MOT	ZMOT1
2	-1,77375
2	-1,77375
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
2	-1,77375
2	-1,77375
3	-0,33
4	1,11375
4	1,11375
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375
2	-1,77375
2	-1,77375
3	-0,33
3	-0,33
2	-1,77375
3	-0,33
4	1,11375
3	-0,33
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
2	-1,77375
3	-0,33

MOT	ZMOT1
4	1,11375
3	-0,33
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
2	-1,77375
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
2	-1,77375
4	1,11375
3	-0,33
4	1,11375
4	1,11375
3	-0,33

MOT	ZMOT1
2	-1,77375
3	-0,33
4	1,11375
4	1,11375
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375
3	-0,33
4	1,11375
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
3	-0,33
4	1,11375



INDIKATOR – MOT2

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MOT2	140	2,00	5,00	3,3857	,73539
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator – MOT2:

MOT2	ZMOT2
3	-0,5245
4	0,83532
3	-0,5245
3	-0,5245
2	-1,88432
3	-0,5245
4	0,83532
3	-0,5245
3	-0,5245
4	0,83532
4	0,83532
3	-0,5245
5	2,19514
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
3	-0,5245
4	0,83532
3	-0,5245

MOT2	ZMOT2
5	2,19514
3	-0,5245
3	-0,5245
4	0,83532
5	2,19514
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
2	-1,88432
2	-1,88432
3	-0,5245
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
3	-0,5245
4	0,83532

MOT2	ZMOT2
4	0,83532
3	-0,5245
3	-0,5245
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
3	-0,5245
3	-0,5245
4	0,83532
3	-0,5245
3	-0,5245
4	0,83532
4	0,83532
2	-1,88432
4	0,83532
4	0,83532
3	-0,5245
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
3	-0,5245
3	-0,5245
4	0,83532
3	-0,5245
3	-0,5245
2	-1,88432
3	-0,5245
4	0,83532

MOT2	ZMOT2
3	-0,5245
3	-0,5245
3	-0,5245
2	-1,88432
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
3	-0,5245
3	-0,5245
4	0,83532
4	0,83532
3	-0,5245
3	-0,5245
4	0,83532
4	0,83532
3	-0,5245
4	0,83532
4	0,83532
3	-0,5245
3	-0,5245
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532
4	0,83532

MOT2	ZMOT2
4	0,83532
3	-0,5245
4	0,83532
3	-0,5245
3	-0,5245
4	0,83532
5	2,19514
3	-0,5245
2	-1,88432
4	0,83532
2	-1,88432
3	-0,5245
3	-0,5245
3	-0,5245
5	2,19514
2	-1,88432
4	0,83532
3	-0,5245
2	-1,88432
3	-0,5245
3	-0,5245

MOT2	ZMOT2
4	0,83532
3	-0,5245
4	0,83532
2	-1,88432
3	-0,5245
3	-0,5245
4	0,83532
3	-0,5245
2	-1,88432
3	-0,5245
2	-1,88432
3	-0,5245
4	0,83532
2	-1,88432
3	-0,5245
3	-0,5245
3	-0,5245
3	-0,5245
3	-0,5245
4	0,83532
3	-0,5245
4	0,83532

INDIKATOR – MOT3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MOT3	140	2	5	3,39	,726
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator – MOT3:

MOT3	ZMOT3
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
4	0,84666
4	0,84666
4	0,84666
3	-0,53162
4	0,84666
5	2,22493
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666
2	-1,9099
4	0,84666
2	-1,9099
3	-0,53162
4	0,84666
4	0,84666
3	-0,53162

MOT3	ZMOT3
5	2,22493
4	0,84666
3	-0,53162
2	-1,9099
2	-1,9099
3	-0,53162
4	0,84666
4	0,84666
4	0,84666
3	-0,53162
4	0,84666
4	0,84666
4	0,84666
4	0,84666
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666
4	0,84666
5	2,22493
3	-0,53162
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666
4	0,84666
4	0,84666
4	0,84666

MOT3	ZMOT3
4	0,84666
2	-1,9099
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666
5	2,22493
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
3	-0,53162
2	-1,9099
3	-0,53162
3	-0,53162
3	-0,53162
3	-0,53162
2	-1,9099
3	-0,53162
4	0,84666
4	0,84666
4	0,84666
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666
4	0,84666
2	-1,9099

MOT3	ZMOT3
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
4	0,84666
4	0,84666
4	0,84666
3	-0,53162
4	0,84666
4	0,84666
4	0,84666
4	0,84666
4	0,84666
3	-0,53162
4	0,84666
2	-1,9099
3	-0,53162
4	0,84666
5	2,22493
4	0,84666
3	-0,53162
3	-0,53162
2	-1,9099
2	-1,9099

MOT3	ZMOT3
2	-1,9099
3	-0,53162
2	-1,9099
4	0,84666
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
3	-0,53162
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666
4	0,84666
4	0,84666
2	-1,9099
3	-0,53162
4	0,84666

MOT3	ZMOT3
4	0,84666
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
4	0,84666
3	-0,53162
4	0,84666
2	-1,9099
3	-0,53162
3	-0,53162
4	0,84666

INDIKATOR – COM1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
COM1	140	1	4	3,25	,849
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator – COM1:

COM1	ZCOM1
2	-1,47189

COM1	ZCOM1
4	0,88313

COM1	ZCOM1
2	-1,47189
4	0,88313
2	-1,47189
2	-1,47189
4	0,88313
3	-0,29438
4	0,88313
3	-0,29438
3	-0,29438
3	-0,29438
4	0,88313
4	0,88313
3	-0,29438
4	0,88313
1	-2,6494
3	-0,29438
4	0,88313
3	-0,29438
4	0,88313
3	-0,29438
4	0,88313
4	0,88313
2	-1,47189
4	0,88313
3	-0,29438
4	0,88313
4	0,88313

COM1	ZCOM1
4	0,88313
1	-2,6494
4	0,88313
2	-1,47189
4	0,88313
4	0,88313
4	0,88313
4	0,88313
2	-1,47189
4	0,88313
3	-0,29438
2	-1,47189
2	-1,47189
3	-0,29438
3	-0,29438
4	0,88313
4	0,88313
4	0,88313
2	-1,47189
3	-0,29438
4	0,88313
4	0,88313
4	0,88313
3	-0,29438
4	0,88313
4	0,88313
4	0,88313
4	0,88313

COM1	ZCOM1
3	-0,29438
4	0,88313
4	0,88313
3	-0,29438
4	0,88313
2	-1,47189
3	-0,29438
2	-1,47189
4	0,88313
4	0,88313
1	-2,6494
3	-0,29438
3	-0,29438
3	-0,29438
4	0,88313
3	-0,29438
4	0,88313
1	-2,6494
3	-0,29438
4	0,88313
4	0,88313
3	-0,29438
3	-0,29438
2	-1,47189
3	-0,29438
1	-2,6494
3	-0,29438
4	0,88313
4	0,88313

COM1	ZCOM1
3	-0,29438
3	-0,29438
3	-0,29438
4	0,88313
2	-1,47189
4	0,88313
4	0,88313
4	0,88313
3	-0,29438
3	-0,29438
4	0,88313
2	-1,47189
4	0,88313
4	0,88313
4	0,88313
4	0,88313
4	0,88313
3	-0,29438
4	0,88313
4	0,88313
3	-0,29438
4	0,88313
2	-1,47189
3	-0,29438
4	0,88313
4	0,88313
2	-1,47189
4	0,88313

COM1	ZCOM1
4	0,88313
2	-1,47189
1	-2,6494
2	-1,47189
4	0,88313
4	0,88313
3	-0,29438
3	-0,29438
3	-0,29438
3	-0,29438
4	0,88313
3	-0,29438
3	-0,29438

COM1	ZCOM1
4	0,88313
3	-0,29438
3	-0,29438
3	-0,29438
3	-0,29438
4	0,88313
3	-0,29438
4	0,88313
3	-0,29438
4	0,88313
3	-0,29438
3	-0,29438
3	-0,29438

INDIKATOR – COM2

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
COM2	140	1	5	3,11	1,136
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator – COM2:

COM2	ZCOM2
2	-0,97456
3	-0,09431
2	-0,97456
5	1,66618
3	-0,09431

COM2	ZCOM2
3	-0,09431
5	1,66618
4	0,78594
4	0,78594
3	-0,09431

COM2	ZCOM2
4	0,78594
3	-0,09431
4	0,78594
5	1,66618
2	-0,97456
4	0,78594
2	-0,97456
1	-1,85481
5	1,66618
1	-1,85481
3	-0,09431
1	-1,85481
2	-0,97456
5	1,66618
3	-0,09431
2	-0,97456
4	0,78594
4	0,78594
5	1,66618
3	-0,09431
3	-0,09431
3	-0,09431
5	1,66618
3	-0,09431
2	-0,97456
3	-0,09431
4	0,78594
4	0,78594

COM2	ZCOM2
2	-0,97456
3	-0,09431
2	-0,97456
2	-0,97456
2	-0,97456
3	-0,09431
2	-0,97456
4	0,78594
4	0,78594
4	0,78594
2	-0,97456
2	-0,97456
2	-0,97456
3	-0,09431
4	0,78594
2	-0,97456
5	1,66618
5	1,66618
2	-0,97456
4	0,78594
2	-0,97456
3	-0,09431
4	0,78594
2	-0,97456
4	0,78594
2	-0,97456
2	-0,97456
2	-0,97456
1	-1,85481

COM2	ZCOM2
2	-0,97456
5	1,66618
1	-1,85481
3	-0,09431
1	-1,85481
3	-0,09431
3	-0,09431
4	0,78594
5	1,66618
2	-0,97456
3	-0,09431
5	1,66618
2	-0,97456
2	-0,97456
2	-0,97456
4	0,78594
3	-0,09431
3	-0,09431
4	0,78594
4	0,78594
2	-0,97456
3	-0,09431
3	-0,09431
3	-0,09431
2	-0,97456
5	1,66618
4	0,78594
2	-0,97456

COM2	ZCOM2
5	1,66618
2	-0,97456
3	-0,09431
4	0,78594
2	-0,97456
2	-0,97456
4	0,78594
5	1,66618
5	1,66618
3	-0,09431
2	-0,97456
4	0,78594
2	-0,97456
2	-0,97456
2	-0,97456
2	-0,97456
2	-0,97456
3	-0,09431
3	-0,09431
3	-0,09431
4	0,78594
2	-0,97456
2	-0,97456
2	-0,97456
2	-0,97456
3	-0,09431
2	-0,97456
4	0,78594
2	-0,97456

COM2	ZCOM2
4	0,78594
4	0,78594
5	1,66618
3	-0,09431
4	0,78594
5	1,66618
4	0,78594
3	-0,09431
3	-0,09431

COM2	ZCOM2
4	0,78594
5	1,66618
2	-0,97456
5	1,66618
2	-0,97456
3	-0,09431
3	-0,09431
4	0,78594
3	-0,09431

INDIKATOR – COM3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
COM3	140	1	5	2,79	,943
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator – COM3:

COM3	ZCOM3
2	-0,83332
4	1,28786
2	-0,83332
4	1,28786
2	-0,83332
2	-0,83332
4	1,28786
4	1,28786
3	0,22727

COM3	ZCOM3
4	1,28786
3	0,22727
3	0,22727
4	1,28786
3	0,22727
2	-0,83332
3	0,22727
1	-1,89391
1	-1,89391

COM3	ZCOM3
4	1,28786
1	-1,89391
5	2,34845
1	-1,89391
2	-0,83332
4	1,28786
5	2,34845
2	-0,83332
3	0,22727
2	-0,83332
3	0,22727
3	0,22727
5	2,34845
1	-1,89391
3	0,22727
3	0,22727
3	0,22727
5	2,34845
3	0,22727
3	0,22727
2	-0,83332
2	-0,83332
2	-0,83332
1	-1,89391
2	-0,83332
4	1,28786
1	-1,89391
4	1,28786

COM3	ZCOM3
4	1,28786
4	1,28786
3	0,22727
2	-0,83332
4	1,28786
4	1,28786
3	0,22727
3	0,22727
3	0,22727
3	0,22727
3	0,22727
2	-0,83332
4	1,28786
4	1,28786
2	-0,83332
3	0,22727
3	0,22727
3	0,22727
2	-0,83332
1	-1,89391
3	0,22727
3	0,22727
2	-0,83332
3	0,22727
1	-1,89391
3	0,22727
3	0,22727
2	-0,83332

COM3	ZCOM3
3	0,22727
1	-1,89391
2	-0,83332
3	0,22727
2	-0,83332
2	-0,83332
3	0,22727
2	-0,83332
1	-1,89391
2	-0,83332
3	0,22727
3	0,22727
3	0,22727
3	0,22727
3	0,22727
4	1,28786
3	0,22727
2	-0,83332
3	0,22727
3	0,22727
2	-0,83332
5	2,34845
2	-0,83332
2	-0,83332
2	-0,83332
4	1,28786
3	0,22727
3	0,22727
4	1,28786

COM3	ZCOM3
3	0,22727
2	-0,83332
3	0,22727
3	0,22727
2	-0,83332
3	0,22727
2	-0,83332
2	-0,83332
4	1,28786
3	0,22727
3	0,22727
3	0,22727
2	-0,83332
2	-0,83332
2	-0,83332
2	-0,83332
2	-0,83332
2	-0,83332
2	-0,83332
3	0,22727
3	0,22727
3	0,22727
4	1,28786
3	0,22727
3	0,22727

COM3	ZCOM3
3	0,22727
3	0,22727
4	1,28786
2	-0,83332
4	1,28786

COM3	ZCOM3
3	0,22727
4	1,28786
3	0,22727
3	0,22727
3	0,22727

INDIKATOR – PU1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PU1	140	3	5	4,32	,527
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator – PU1:

PU1	ZPU1
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
3	-2,50969
5	1,28876
4	-0,61046
3	-2,50969
4	-0,61046

PU1	ZPU1
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
3	-2,50969
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876

PU1	ZPU1
5	1,28876
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
5	1,28876
5	1,28876
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876

PU1	ZPU1
5	1,28876
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
5	1,28876
3	-2,50969
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046

PU1	ZPU1
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
5	1,28876
4	-0,61046
5	1,28876
5	1,28876
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
5	1,28876
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046

PU1	ZPU1
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
5	1,28876
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
4	-0,61046
5	1,28876
4	-0,61046
5	1,28876
5	1,28876
4	-0,61046
5	1,28876
5	1,28876
4	-0,61046
5	1,28876
5	1,28876

Handwritten text or stamp, possibly containing a date or reference number, located at the bottom left of the page.

PU2	ZPU2
5	2,51454
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
5	2,51454
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
5	2,51454
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
5	2,51454
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
5	2,51454
4	-0,39485
5	2,51454

PU2	ZPU2
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
5	2,51454
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
4	-0,39485
5	2,51454
5	2,51454
4	-0,39485
4	-0,39485

INDIKATOR – PU3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PU3	140	3	5	4,49	,543
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator – PU3:

PU3	ZPU3
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464

PU3	ZPU3
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726

PU3	ZPU3
3	-2,73654
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
3	-2,73654
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464

PU3	ZPU3
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464

PU3	ZPU3
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464
3	-2,73654
5	0,94726

PU3	ZPU3
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
5	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464

INDIKATOR – PEOU1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PEOU1	140	2	5	4,06	,670
Valid N (listwise)	140				

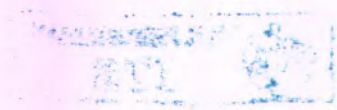
Nilai Residual Indikator – PEOU1:

PEOU1	ZPEOU1
4	0,94726
5	0,94726
2	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
4	0,94726
4	-0,89464
4	0,94726
4	0,94726
4	-0,89464
3	-0,89464
5	0,94726
4	0,94726
4	-0,89464
4	0,94726
3	-0,89464
3	0,94726
5	0,94726
4	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
4	0,94726

PEOU1	ZPEOU1
4	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464
3	-0,89464
3	-0,89464
5	0,94726
4	0,94726
4	-0,89464
4	0,94726
4	0,94726
5	-0,89464
3	-0,89464
3	-0,89464
4	-0,89464
3	0,94726
4	-2,73654
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
5	0,94726
5	-0,89464
4	-0,89464
4	0,94726
4	0,94726
5	0,94726

PEOU1	ZPEOU1
5	-0,89464
4	-2,73654
5	0,94726
5	-0,89464
4	0,94726
4	0,94726
3	-0,89464
5	0,94726
4	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
4	0,94726
4	0,94726
4	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
3	0,94726
4	-0,89464
2	-0,89464
3	-0,89464
5	0,94726
4	-0,89464
5	-0,89464
3	-0,89464
4	-0,89464
4	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464

PEOU1	ZPEOU1
3	-0,89464
4	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	0,94726
4	0,94726
4	0,94726
4	-0,89464
4	0,94726
4	-0,89464
3	-0,89464
4	-0,89464
5	-0,89464
4	0,94726
4	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464
4	0,94726
3	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
4	-0,89464
5	0,94726
4	0,94726
4	0,94726
4	0,94726
5	-0,89464
4	0,94726
4	-0,89464



PEOU1	ZPEOU1
3	-0,89464
5	0,94726
3	0,94726
5	0,94726
4	0,94726
4	0,94726
4	-0,89464
2	0,94726
3	-0,89464
4	-2,73654
4	0,94726
4	-0,89464
5	-0,89464
4	0,94726
5	-0,89464
5	-0,89464

PEOU1	ZPEOU1
5	0,94726
5	0,94726
4	0,94726
5	-0,89464
4	0,94726
4	0,94726
5	0,94726
4	0,94726
5	0,94726
4	0,94726
4	-0,89464
5	0,94726
4	0,94726
5	0,94726
4	0,94726
4	-0,89464
4	-0,89464

INDIKATOR – PEOU2

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PEOU2	140	2	5	3,94	,665
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator – PEOU2:

PEOU2	ZPEOU2
4	-0,09593
5	1,39632
3	-0,09593

PEOU2	ZPEOU2
4	-0,09593
3	-0,09593
3	-0,09593



PEOU2	ZPEOU2
4	-0,09593
4	-0,09593
5	-0,09593
4	-0,09593
3	-0,09593
3	-1,58818
4	1,39632
4	-0,09593
4	-0,09593
4	-0,09593
3	-1,58818
3	-1,58818
5	1,39632
3	-0,09593
4	-0,09593
3	-0,09593
4	-0,09593
5	1,39632
4	1,39632
4	-0,09593
4	-0,09593
4	-0,09593
5	1,39632
5	-0,09593
3	-1,58818
3	-1,58818
4	1,39632
4	-0,09593

PEOU2	ZPEOU2
3	-0,09593
4	-0,09593
4	-0,09593
5	1,39632
3	-1,58818
3	-1,58818
4	-0,09593
3	-1,58818
3	-0,09593
4	-0,09593
4	-0,09593
4	-0,09593
5	1,39632
4	1,39632
5	1,39632
4	-0,09593
4	-0,09593
4	-0,09593
5	1,39632
5	1,39632
4	-0,09593
5	1,39632
4	1,39632
4	-0,09593
4	-0,09593
4	-1,58818
5	1,39632
4	-0,09593
4	-0,09593

PEOU2	ZPEOU2
4	-0,09593
4	-0,09593
4	1,39632
3	-0,09593
4	1,39632
4	1,39632
4	1,39632
4	1,39632
4	-0,09593
4	1,39632
4	-0,09593

PEOU2	ZPEOU2
4	-0,09593
4	1,39632
4	-0,09593
4	1,39632
3	-0,09593
5	1,39632
3	-0,09593
4	1,39632
4	-0,09593
3	-0,09593
4	-0,09593

INDIKATOR – PEOU3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PEOU3	140	2	5	3,74	,706
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator – PEOU3:

PEOU3	ZPEOU3
3	0,08588
4	1,58874
3	-1,41698
4	0,08588
3	-1,41698
3	-1,41698
4	0,08588
3	0,08588
5	1,58874

PEOU3	ZPEOU3
4	0,08588
3	-1,41698
4	-1,41698
4	0,08588
4	0,08588
3	0,08588
4	0,08588
2	-1,41698
3	-1,41698

PEOU3	ZPEOU3
5	1,58874
3	-1,41698
4	0,08588
3	-1,41698
2	0,08588
4	1,58874
4	0,08588
3	0,08588
4	0,08588
4	0,08588
4	1,58874
4	1,58874
3	-1,41698
2	-1,41698
4	0,08588
4	0,08588
3	-1,41698
4	0,08588
4	0,08588
4	1,58874
3	-1,41698
3	-1,41698
4	0,08588
2	-1,41698
4	-1,41698
5	0,08588
4	0,08588
5	1,58874

PEOU3	ZPEOU3
4	0,08588
5	1,58874
4	0,08588
3	0,08588
4	0,08588
5	1,58874
5	1,58874
3	0,08588
4	1,58874
4	0,08588
3	0,08588
3	0,08588
4	1,58874
4	0,08588
4	0,08588
4	0,08588
4	0,08588
3	-1,41698
3	-1,41698
4	0,08588
4	0,08588
3	-1,41698
3	0,08588
2	-1,41698
3	0,08588
5	0,08588
4	0,08588

PEOU3	ZPEOU3
4	0,08588
4	0,08588
4	0,08588
3	-1,41698
5	1,58874

PEOU3	ZPEOU3
3	-1,41698
4	0,08588
4	0,08588
3	-1,41698
4	0,08588

INDIKATOR – PEOU4

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PEOU4	140	2	5	3,84	,664
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator PEOU4:

PEOU4	ZPEOU4
4	-1,04255
4	0,37451
2	-1,04255
4	0,37451
4	-1,04255
4	-1,04255
4	0,37451
3	-1,04255
4	1,79156
4	0,37451
3	-1,04255
3	0,37451
5	0,37451
4	0,37451

PEOU4	ZPEOU4
5	-1,04255
5	0,37451
2	-2,4596
3	-1,04255
4	1,79156
4	-1,04255
4	0,37451
4	-1,04255
3	-2,4596
4	0,37451
4	-1,04255
4	0,37451
4	0,37451

PEOU4	ZPEOU4
4	0,37451
4	0,37451
2	-1,04255
3	-2,4596
4	0,37451
4	0,37451
3	-1,04255
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
3	-1,04255
3	-1,04255
4	0,37451
3	-2,4596
4	0,37451
4	1,79156
4	0,37451
5	1,79156
5	0,37451
5	1,79156
4	0,37451
4	-1,04255
4	0,37451
5	1,79156
5	1,79156
3	-1,04255
4	0,37451
4	0,37451

PEOU4	ZPEOU4
4	-1,04255
4	-1,04255
3	-1,04255
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	-1,04255
3	-1,04255
4	0,37451
4	0,37451
3	-1,04255
4	-1,04255
2	-2,4596
3	-1,04255
4	1,79156
4	0,37451
5	1,79156
3	-1,04255
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	-1,04255
4	1,79156
3	-2,4596
4	0,37451



PEOU4	ZPEOU4
4	0,37451
4	0,37451
3	-1,04255
4	0,37451
4	1,79156
3	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	1,79156
4	1,79156
4	0,37451
4	-1,04255
4	0,37451
4	0,37451
3	0,37451
4	1,79156
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	-1,04255
2	-1,04255
5	0,37451
3	-1,04255
5	0,37451

PEOU4	ZPEOU4
4	-1,04255
4	0,37451
4	0,37451
2	-1,04255
3	-1,04255
3	-1,04255
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
3	-1,04255
5	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
5	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
4	0,37451
3	-1,04255
5	1,79156
3	-1,04255
4	0,37451
4	0,37451
4	-1,04255
4	0,37451



INDIKATOR – SE1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SE1	140	2	5	3,78	,588
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator SE1:

SE1	ZSE1
4	0,37628
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
3	-1,32304
3	-1,32304
5	2,07559
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628

SE1	ZSE1
4	0,37628
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
5	2,07559
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
5	2,07559
3	-1,32304
4	0,37628

SE1	ZSE1
2	-3,02235
3	-1,32304
3	-1,32304
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
3	-1,32304
5	2,07559
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
3	-1,32304
5	2,07559
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
5	2,07559

SE1	ZSE1
4	0,37628
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
5	2,07559
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
3	-1,32304
3	-1,32304
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
5	2,07559
5	2,07559
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628

SE1	ZSE1
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
5	2,07559
3	-1,32304
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
3	-1,32304

SE1	ZSE1
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
3	-1,32304
3	-1,32304
4	0,37628
3	-1,32304
3	-1,32304
3	-1,32304
4	0,37628
3	-1,32304
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
4	0,37628
3	-1,32304
3	-1,32304
3	-1,32304
5	2,07559

INDIKATOR – SE2

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SE2	140	1	5	2,79	,861
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator SE2:

SE2	ZSE2
3	0,24064
4	1,40237
3	0,24064
4	1,40237
2	-0,92108
2	-0,92108
4	1,40237
2	-0,92108
3	0,24064
4	1,40237
3	0,24064
3	0,24064
3	0,24064
4	1,40237
2	-0,92108
3	0,24064
2	-0,92108
2	-0,92108
4	1,40237
2	-0,92108
2	-0,92108
3	0,24064
2	-0,92108
4	1,40237
2	-0,92108
3	0,24064

SE2	ZSE2
3	0,24064
3	0,24064
5	2,5641
2	-0,92108
2	-0,92108
3	0,24064
3	0,24064
2	-0,92108
2	-0,92108
3	0,24064
3	0,24064
5	2,5641
3	0,24064
2	-0,92108
2	-0,92108
2	-0,92108
2	-0,92108
2	-0,92108
3	0,24064
3	0,24064
3	0,24064
4	1,40237
2	-0,92108
3	0,24064
2	-0,92108
4	1,40237

SE2	ZSE2
3	0,24064
1	-2,08281
4	1,40237
4	1,40237
1	-2,08281
3	0,24064
2	-0,92108
4	1,40237
3	0,24064
2	-0,92108
3	0,24064
2	-0,92108
3	0,24064
2	-0,92108
4	1,40237
4	1,40237
3	0,24064
3	0,24064
1	-2,08281
3	0,24064
3	0,24064
4	1,40237
4	1,40237
3	0,24064
3	0,24064
5	2,5641
3	0,24064
2	-0,92108

SE2	ZSE2
2	-0,92108
3	0,24064
3	0,24064
3	0,24064
2	-0,92108
2	-0,92108
2	-0,92108
3	0,24064
2	-0,92108
3	0,24064
2	-0,92108
5	2,5641
3	0,24064
3	0,24064
4	1,40237
2	-0,92108
3	0,24064
2	-0,92108
2	-0,92108
2	-0,92108
3	0,24064
4	1,40237
4	1,40237
2	-0,92108
4	1,40237
5	2,5641
2	-0,92108
2	-0,92108

SE2	ZSE2
3	0,24064
2	-0,92108
3	0,24064
4	1,40237
2	-0,92108
2	-0,92108
3	0,24064
2	-0,92108
4	1,40237
2	-0,92108
2	-0,92108
2	-0,92108
3	0,24064
3	0,24064
2	-0,92108
2	-0,92108

SE2	ZSE2
3	0,24064
2	-0,92108
3	0,24064
2	-0,92108
3	0,24064
2	-0,92108
2	-0,92108
2	-0,92108
3	0,24064
3	0,24064
3	0,24064
2	-0,92108
3	0,24064
3	0,24064
2	-0,92108
2	-0,92108
3	0,24064

INDIKATOR – SE3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SE3	140	1	5	2,44	,789
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator SE3:

SE3	ZSE3
2	-0,56125
4	1,97342
2	-0,56125

SE3	ZSE3
3	0,70609
2	-0,56125
2	-0,56125

SE3	ZSE3
4	1,97342
2	-0,56125
3	0,70609
2	-0,56125
2	-0,56125
3	0,70609
3	0,70609
3	0,70609
2	-0,56125
3	0,70609
1	-1,82858
2	-0,56125
3	0,70609
2	-0,56125
2	-0,56125
3	0,70609
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
4	1,97342
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
4	1,97342
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
3	0,70609
2	-0,56125

SE3	ZSE3
2	-0,56125
3	0,70609
2	-0,56125
4	1,97342
3	0,70609
2	-0,56125
3	0,70609
2	-0,56125
1	-1,82858
1	-1,82858
3	0,70609
3	0,70609
3	0,70609
3	0,70609
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
4	1,97342
3	0,70609
1	-1,82858
3	0,70609
3	0,70609
1	-1,82858
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
4	1,97342
3	0,70609
2	-0,56125

SE3	ZSE3
3	0,70609
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
4	1,97342
3	0,70609
3	0,70609
1	-1,82858
3	0,70609
3	0,70609
2	-0,56125
3	0,70609
2	-0,56125
3	0,70609
4	1,97342
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
3	0,70609
2	-0,56125
3	0,70609
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
3	0,70609
1	-1,82858
2	-0,56125

SE3	ZSE3
2	-0,56125
4	1,97342
3	0,70609
3	0,70609
4	1,97342
2	-0,56125
3	0,70609
2	-0,56125
2	-0,56125
3	0,70609
3	0,70609
4	1,97342
2	-0,56125
3	0,70609
4	1,97342
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
4	1,97342
2	-0,56125
2	-0,56125
3	0,70609
1	-1,82858
5	3,24076
1	-1,82858

SE3	ZSE3
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
3	0,70609
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125

SE3	ZSE3
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
3	0,70609
3	0,70609
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125
2	-0,56125

INDIKATOR – ANX1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ANX1	140	1	5	3,25	,780
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator – ANX1:

ANX1	ZANX1
4	0,98707
2	-1,64511
3	-0,32902
3	-0,32902
4	0,98707
4	0,98707
2	-1,64511
3	-0,32902

ANX1	ZANX1
4	0,98707
3	-0,32902
3	-0,32902
4	0,98707
2	-1,64511
2	-1,64511
4	0,98707
3	-0,32902



ANX1	ZANX1
4	0,98707
4	0,98707
2	-1,64511
4	0,98707
3	-0,32902
4	0,98707
4	0,98707
3	-0,32902
3	-0,32902
4	0,98707
3	-0,32902
3	-0,32902
2	-1,64511
2	-1,64511
3	-0,32902
4	0,98707
4	0,98707
2	-1,64511
2	-1,64511
2	-1,64511
2	-1,64511
2	-1,64511
4	0,98707
4	0,98707
4	0,98707
4	0,98707
4	0,98707
5	2,30315

ANX1	ZANX1
4	0,98707
1	-2,9612
3	-0,32902
3	-0,32902
3	-0,32902
4	0,98707
4	0,98707
2	-1,64511
4	0,98707
4	0,98707
3	-0,32902
3	-0,32902
4	0,98707
4	0,98707
4	0,98707
2	-1,64511
3	-0,32902
3	-0,32902
3	-0,32902
3	-0,32902
4	0,98707
4	0,98707
3	-0,32902
2	-1,64511
3	-0,32902
4	0,98707
4	0,98707
4	0,98707
4	0,98707



ANX1	ZANX1
4	0,98707
3	-0,32902
3	-0,32902
4	0,98707
3	-0,32902
3	-0,32902

ANX1	ZANX1
4	0,98707
3	-0,32902
3	-0,32902
3	-0,32902
3	-0,32902
3	-0,32902

INDIKATOR – ANX2

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ANX2	140	2	5	3,09	1,021
Valid N (listwise)	140				

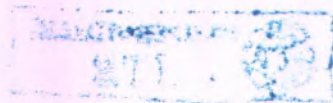
Nilai Residual Indikator – ANX2:

ANX2	ZANX2
4	0,89526
2	-1,06312
4	0,89526
2	-1,06312
5	1,87445
4	0,89526
3	-0,08393
4	0,89526
3	-0,08393
2	-1,06312
4	0,89526
5	1,87445
2	-1,06312

ANX2	ZANX2
3	-0,08393
3	-0,08393
2	-1,06312
4	0,89526
4	0,89526
2	-1,06312
5	1,87445
2	-1,06312
4	0,89526
4	0,89526
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312

ANX2	ZANX2
2	-1,06312
4	0,89526
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312
4	0,89526
5	1,87445
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312
4	0,89526
3	-0,08393
4	0,89526
5	1,87445
5	1,87445
5	1,87445
4	0,89526
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312
4	0,89526
3	-0,08393
3	-0,08393
2	-1,06312
2	-1,06312
4	0,89526

ANX2	ZANX2
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312
3	-0,08393
4	0,89526
2	-1,06312
2	-1,06312
4	0,89526
3	-0,08393
4	0,89526
5	1,87445
5	1,87445
3	-0,08393
2	-1,06312
4	0,89526
3	-0,08393
4	0,89526
3	-0,08393
4	0,89526
2	-1,06312
2	-1,06312
4	0,89526
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312



ANX2	ZANX2
5	1,87445
3	-0,08393
3	-0,08393
3	-0,08393
4	0,89526
3	-0,08393
2	-1,06312
3	-0,08393
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312
2	-1,06312
3	-0,08393
3	-0,08393
3	-0,08393
2	-1,06312
4	0,89526
3	-0,08393
2	-1,06312
3	-0,08393
3	-0,08393
2	-1,06312
3	-0,08393
4	0,89526
4	0,89526
3	-0,08393

ANX2	ZANX2
4	0,89526
2	-1,06312
3	-0,08393
2	-1,06312
4	0,89526
5	1,87445
4	0,89526
5	1,87445
3	-0,08393
5	1,87445
3	-0,08393
4	0,89526
4	0,89526
3	-0,08393
2	-1,06312
3	-0,08393
2	-1,06312
2	-1,06312
3	-0,08393
3	-0,08393
3	-0,08393
4	0,89526
4	0,89526
5	1,87445
3	-0,08393
4	0,89526
4	0,89526
3	-0,08393



ANX2	ZANX2
4	0,89526

ANX2	ZANX2
3	-0,08393

INDIKATOR – ANX3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ANX3	140	1	5	3,09	1,003
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator ANX3:

ANX3	ZANX3
4	0,90457
2	-1,08975
4	0,90457
2	-1,08975
5	1,90173
4	0,90457
3	-0,09259
4	0,90457
3	-0,09259
2	-1,08975
4	0,90457
5	1,90173
2	-1,08975
2	-1,08975
3	-0,09259
2	-1,08975
4	0,90457
4	0,90457
2	-1,08975
2	-1,08975
4	0,90457
2	-1,08975
4	0,90457
2	-1,08975
4	0,90457

ANX3	ZANX3
2	-1,08975
5	1,90173
2	-1,08975
4	0,90457
4	0,90457
2	-1,08975
2	-1,08975
2	-1,08975
2	-1,08975
3	-0,09259
2	-1,08975
2	-1,08975
3	-0,09259
2	-1,08975
2	-1,08975
4	0,90457
4	0,90457
2	-1,08975
2	-1,08975
2	-1,08975

ANX3	ZANX3
2	-1,08975
2	-1,08975
4	0,90457
3	-0,09259
4	0,90457
5	1,90173
5	1,90173
5	1,90173
4	0,90457
2	-1,08975
2	-1,08975
2	-1,08975
4	0,90457
2	-1,08975
3	-0,09259
2	-1,08975
2	-1,08975
4	0,90457
2	-1,08975
3	-0,09259
4	0,90457
3	-0,09259
4	0,90457
2	-1,08975
2	-1,08975
4	0,90457
3	-0,09259
4	0,90457

ANX3	ZANX3
5	1,90173
5	1,90173
3	-0,09259
2	-1,08975
4	0,90457
3	-0,09259
4	0,90457
3	-0,09259
4	0,90457
2	-1,08975
2	-1,08975
4	0,90457
3	-0,09259
2	-1,08975
3	-0,09259
2	-1,08975
3	-0,09259
2	-1,08975
3	-0,09259
1	-2,08691
4	0,90457
3	-0,09259
3	-0,09259
4	0,90457
3	-0,09259
2	-1,08975
3	-0,09259
2	-1,08975
2	-1,08975

ANX3	ZANX3
2	-1,08975
2	-1,08975
2	-1,08975
2	-1,08975
3	-0,09259
3	-0,09259
2	-1,08975
2	-1,08975
4	0,90457
3	-0,09259
2	-1,08975
3	-0,09259
3	-0,09259
2	-1,08975
3	-0,09259
4	0,90457
4	0,90457
3	-0,09259
4	0,90457
2	-1,08975
3	-0,09259
2	-1,08975
4	0,90457
5	1,90173

ANX3	ZANX3
4	0,90457
5	1,90173
3	-0,09259
5	1,90173
3	-0,09259
4	0,90457
4	0,90457
3	-0,09259
2	-1,08975
3	-0,09259
2	-1,08975
3	-0,09259
4	0,90457
3	-0,09259
3	-0,09259
4	0,90457
4	0,90457
4	0,90457
3	-0,09259
4	0,90457
5	1,90173
3	-0,09259
3	-0,09259
4	0,90457

INDIKATOR – PI1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PI1	140	2	5	3,34	,836
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator PI1:

PI1	ZPI1
3	-0,40142
4	0,79429
2	-1,59713
5	1,99001
3	-0,40142
3	-0,40142
5	1,99001
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142
4	0,79429
5	1,99001
2	-1,59713
4	0,79429
3	-0,40142
2	-1,59713
5	1,99001
2	-1,59713
3	-0,40142

PI1	ZPI1
3	-0,40142
3	-0,40142
5	1,99001
4	0,79429
3	-0,40142
4	0,79429
4	0,79429
4	0,79429
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142
4	0,79429
2	-1,59713
3	-0,40142
4	0,79429
4	0,79429
4	0,79429
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142
2	-1,59713

PI1	ZPI1
2	-1,59713
4	0,79429
3	-0,40142
5	1,99001
4	0,79429
4	0,79429
2	-1,59713
3	-0,40142
3	-0,40142
4	0,79429
3	-0,40142
3	-0,40142
4	0,79429
5	1,99001
3	-0,40142
4	0,79429
3	-0,40142
4	0,79429
4	0,79429
3	-0,40142
4	0,79429
2	-1,59713
3	-0,40142
2	-1,59713
3	-0,40142
4	0,79429
2	-1,59713
3	-0,40142

PI1	ZPI1
3	-0,40142
2	-1,59713
4	0,79429
4	0,79429
5	1,99001
2	-1,59713
3	-0,40142
4	0,79429
3	-0,40142
3	-0,40142
2	-1,59713
3	-0,40142
2	-1,59713
3	-0,40142
4	0,79429
4	0,79429
3	-0,40142
3	-0,40142
4	0,79429
3	-0,40142
2	-1,59713
4	0,79429
5	1,99001
3	-0,40142
5	1,99001
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142

231 00

PI1	ZPI1
4	0,79429
3	-0,40142
4	0,79429
5	1,99001
5	1,99001
3	-0,40142
3	-0,40142
4	0,79429
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142
2	-1,59713
3	-0,40142
3	-0,40142
4	0,79429
3	-0,40142
4	0,79429
4	0,79429
3	-0,40142
3	-0,40142
2	-1,59713
4	0,79429

PI1	ZPI1
3	-0,40142
4	0,79429
3	-0,40142
4	0,79429
3	-0,40142
5	1,99001
4	0,79429
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142
4	0,79429
4	0,79429
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142
3	-0,40142
2	-1,59713
3	-0,40142
2	-1,59713
4	0,79429

INDIKATOR – PI2:

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PI2	140	1	5	3,76	,936
Valid N (listwise)	140				



PI2	ZPI2
5	1,32803
4	0,2595
3	-0,80903
4	0,2595
4	0,2595
4	0,2595
4	0,2595
5	1,32803
4	0,2595
4	0,2595
3	-0,80903
3	-0,80903
4	0,2595
3	-0,80903
4	0,2595
5	1,32803
3	-0,80903
3	-0,80903
4	0,2595
3	-0,80903
3	-0,80903
5	1,32803
3	-0,80903
2	-1,87756
5	1,32803
3	-0,80903
4	0,2595

PI2	ZPI2
4	0,2595
4	0,2595
3	-0,80903
4	0,2595
5	1,32803
5	1,32803
3	-0,80903
4	0,2595
3	-0,80903
4	0,2595
2	-1,87756
5	1,32803
4	0,2595
4	0,2595
5	1,32803
4	0,2595
4	0,2595
3	-0,80903
3	-0,80903
4	0,2595
4	0,2595
5	1,32803
5	1,32803
5	1,32803
3	-0,80903
5	1,32803
3	-0,80903
4	0,2595

PI2	ZPI2
3	-0,80903
2	-1,87756
2	-1,87756
5	1,32803
4	0,2595
3	-0,80903
3	-0,80903
4	0,2595
4	0,2595
3	-0,80903
3	-0,80903
2	-1,87756
5	1,32803
4	0,2595
4	0,2595
4	0,2595

PI2	ZPI2
4	0,2595
3	-0,80903
4	0,2595
5	1,32803
4	0,2595
3	-0,80903
3	-0,80903
1	-2,94608
2	-1,87756
2	-1,87756
2	-1,87756
4	0,2595
4	0,2595
3	-0,80903
4	0,2595
3	-0,80903

INDIKATOR – PI3:

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PI3	140	2	5	3,78	,874
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator PI3:

PI3	ZPI3
4	0,2534
5	1,3978
3	-0,89099

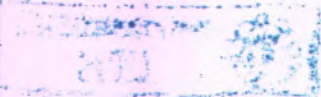
PI3	ZPI3
5	1,3978
3	-0,89099
3	-0,89099

PI3	ZPI3
4	0,2534
3	-0,89099
4	0,2534
4	0,2534
4	0,2534
3	-0,89099
5	1,3978
5	1,3978
3	-0,89099
4	0,2534
2	-2,03539
3	-0,89099
5	1,3978
2	-2,03539
4	0,2534
4	0,2534
3	-0,89099
5	1,3978
4	0,2534
4	0,2534
5	1,3978
3	-0,89099
5	1,3978
4	0,2534
4	0,2534
3	-0,89099
5	1,3978
5	1,3978
4	0,2534
4	0,2534
3	-0,89099
5	1,3978
2	-2,03539

PI3	ZPI3
3	-0,89099
5	1,3978
5	1,3978
5	1,3978
4	0,2534
3	-0,89099
4	0,2534
2	-2,03539
3	-0,89099
4	0,2534
4	0,2534
5	1,3978
4	0,2534
5	1,3978
5	1,3978
3	-0,89099
3	-0,89099
5	1,3978
4	0,2534
4	0,2534
4	0,2534
5	1,3978
4	0,2534
3	-0,89099
3	-0,89099
5	1,3978
5	1,3978
3	-0,89099

PI3	ZPI3
4	0,2534
3	-0,89099
4	0,2534
3	-0,89099
4	0,2534
5	1,3978
3	-0,89099
4	0,2534
3	-0,89099
3	-0,89099
4	0,2534
4	0,2534
5	1,3978
3	-0,89099
3	-0,89099
4	0,2534
3	-0,89099
4	0,2534
4	0,2534
5	1,3978
2	-2,03539
3	-0,89099
4	0,2534
5	1,3978
2	-2,03539
3	-0,89099
4	0,2534
4	0,2534

PI3	ZPI3
2	-2,03539
4	0,2534
4	0,2534
5	1,3978
5	1,3978
3	-0,89099
3	-0,89099
4	0,2534
4	0,2534
4	0,2534
5	1,3978
5	1,3978
3	-0,89099
3	-0,89099
5	1,3978
4	0,2534
4	0,2534
2	-2,03539
4	0,2534
4	0,2534
5	1,3978
5	1,3978
3	-0,89099
3	-0,89099
4	0,2534
4	0,2534
3	-0,89099



PI3	ZPI3
4	0,2534
3	-0,89099
4	0,2534
3	-0,89099
4	0,2534
3	-0,89099
5	1,3978
4	0,2534
5	1,3978
3	-0,89099
3	-0,89099

PI3	ZPI3
4	0,2534
4	0,2534
3	-0,89099
2	-2,03539
3	-0,89099
3	-0,89099
4	0,2534
4	0,2534
3	-0,89099
4	0,2534
3	-0,89099

INDIKATOR – PK1:

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PK1	140	3	5	3,62	,694
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator PK1:

PK1	ZPK1
3	-0,89551
5	1,98659
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551

PK1	ZPK1
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551
5	1,98659
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554



PK1	ZPK1
3	-0,89551
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551
4	0,54554
4	0,54554
3	-0,89551
5	1,98659
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551
4	0,54554
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554
5	1,98659
5	1,98659
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551
5	1,98659

PK1	ZPK1
4	0,54554
5	1,98659
5	1,98659
5	1,98659
4	0,54554
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
5	1,98659
5	1,98659
3	-0,89551
4	0,54554
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551

PK1	ZPK1
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551
4	0,54554
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554
4	0,54554
5	1,98659
3	-0,89551
3	-0,89551
5	1,98659
3	-0,89551
4	0,54554
4	0,54554
5	1,98659
3	-0,89551
4	0,54554
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551

PK1	ZPK1
3	-0,89551
4	0,54554
5	1,98659
3	-0,89551
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
5	1,98659
4	0,54554
5	1,98659
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551

PK1	ZPK1
4	0,54554
4	0,54554
4	0,54554
4	0,54554
3	-0,89551
3	-0,89551

PK1	ZPK1
3	-0,89551
3	-0,89551
3	-0,89551
4	0,54554
3	-0,89551
4	0,54554

INDIKATOR – PK2:

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PK2	140	3	5	3,97	,699
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator PK2:

PK2	ZPK2
3	-1,39005
5	1,47181
3	-1,39005
4	0,04088
3	-1,39005
3	-1,39005
4	0,04088
3	-1,39005
5	1,47181
4	0,04088
3	-1,39005
3	-1,39005
5	1,47181

PK2	ZPK2
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
3	-1,39005
3	-1,39005
4	0,04088
3	-1,39005
5	1,47181
3	-1,39005
3	-1,39005
4	0,04088
5	1,47181
4	0,04088

PK2	ZPK2
5	1,47181
4	0,04088
5	1,47181
4	0,04088
4	0,04088
3	-1,39005
5	1,47181
4	0,04088
4	0,04088
5	1,47181
5	1,47181
5	1,47181
3	-1,39005
4	0,04088
4	0,04088
3	-1,39005
3	-1,39005
4	0,04088
4	0,04088
5	1,47181
5	1,47181
5	1,47181
3	-1,39005
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
5	1,47181
3	-1,39005

PK2	ZPK2
5	1,47181
5	1,47181
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
5	1,47181
5	1,47181
3	-1,39005
4	0,04088
3	-1,39005
3	-1,39005
3	-1,39005
4	0,04088
5	1,47181
3	-1,39005
4	0,04088
3	-1,39005
3	-1,39005
4	0,04088
4	0,04088
5	1,47181
3	-1,39005
4	0,04088
5	1,47181
4	0,04088
4	0,04088
3	-1,39005
5	1,47181

PK2	ZPK2
3	-1,39005
4	0,04088
4	0,04088
5	1,47181
3	-1,39005
4	0,04088
5	1,47181
4	0,04088
4	0,04088
5	1,47181
5	1,47181
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
5	1,47181
4	0,04088
4	0,04088
5	1,47181
4	0,04088
4	0,04088
3	-1,39005
4	0,04088

PK2	ZPK2
4	0,04088
5	1,47181
4	0,04088
5	1,47181
4	0,04088
3	-1,39005
4	0,04088
3	-1,39005
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
3	-1,39005
4	0,04088
4	0,04088
5	1,47181
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
4	0,04088
3	-1,39005
4	0,04088
3	-1,39005
4	0,04088
4	0,04088

PK2	ZPK2
3	-1,39005

PK2	ZPK2
4	0,04088

INDIKATOR – PK3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PK3	140	3	5	3,98	,683
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator PK3:

PK3	ZPK3
3	-1,43172
5	1,49442
3	-1,43172
4	0,03135
3	-1,43172
3	-1,43172
4	0,03135
3	-1,43172
5	1,49442
4	0,03135
3	-1,43172
3	-1,43172
5	1,49442
4	0,03135
4	0,03135
3	-1,43172
3	-1,43172
5	1,49442
4	0,03135
4	0,03135
3	-1,43172
3	-1,43172

PK3	ZPK3
4	0,03135
3	-1,43172
5	1,49442
3	-1,43172
3	-1,43172
4	0,03135
5	1,49442
4	0,03135
5	1,49442
4	0,03135
5	1,49442
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442
4	0,03135
3	-1,43172
5	1,49442
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442

PK3	ZPK3
5	1,49442
5	1,49442
3	-1,43172
4	0,03135
4	0,03135
3	-1,43172
3	-1,43172
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442
5	1,49442
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442
3	-1,43172
5	1,49442
5	1,49442
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442
5	1,49442
3	-1,43172
4	0,03135
4	0,03135

PK3	ZPK3
3	-1,43172
3	-1,43172
4	0,03135
5	1,49442
3	-1,43172
4	0,03135
3	-1,43172
3	-1,43172
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442
3	-1,43172
4	0,03135
5	1,49442
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442
3	-1,43172
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442
3	-1,43172
4	0,03135
5	1,49442
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442

PK3	ZPK3
5	1,49442
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442
4	0,03135
4	0,03135
3	-1,43172
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442
4	0,03135
5	1,49442
4	0,03135
3	-1,43172

PK3	ZPK3
3	-1,43172
3	-1,43172
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
3	-1,43172
4	0,03135
4	0,03135
5	1,49442
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
4	0,03135
3	-1,43172
4	0,03135
3	-1,43172
4	0,03135
4	0,03135
3	-1,43172
4	0,03135

INDIKATOR – PK4

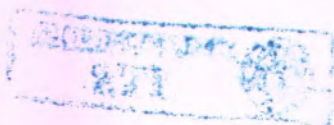
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PK4	140	3	5	3,88	,714
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator PK4:

PK4	ZPK4
3	-1,22985
4	0,16998
3	-1,22985
4	0,16998
3	-1,22985
3	-1,22985
4	0,16998
3	-1,22985
5	1,56981
4	0,16998
3	-1,22985
3	-1,22985
5	1,56981
4	0,16998
3	-1,22985
4	0,16998
3	-1,22985
3	-1,22985
4	0,16998
3	-1,22985
3	-1,22985
4	0,16998
3	-1,22985
5	1,56981

PK4	ZPK4
3	-1,22985
3	-1,22985
4	0,16998
5	1,56981
3	-1,22985
5	1,56981
4	0,16998
5	1,56981
4	0,16998
4	0,16998
3	-1,22985
5	1,56981
4	0,16998
4	0,16998
5	1,56981
5	1,56981
5	1,56981
5	1,56981
3	-1,22985
4	0,16998
4	0,16998
3	-1,22985



PK4	ZPK4
3	-1,22985
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
5	1,56981
5	1,56981
3	-1,22985
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
5	1,56981
3	-1,22985
5	1,56981
5	1,56981
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
5	1,56981
3	-1,22985
4	0,16998
3	-1,22985
3	-1,22985
3	-1,22985
4	0,16998
5	1,56981
3	-1,22985
3	-1,22985

PK4	ZPK4
3	-1,22985
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
5	1,56981
3	-1,22985
4	0,16998
5	1,56981
4	0,16998
4	0,16998
3	-1,22985
5	1,56981
3	-1,22985
4	0,16998
4	0,16998
5	1,56981
3	-1,22985
3	-1,22985
5	1,56981
4	0,16998
4	0,16998
5	1,56981
5	1,56981
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998



PK4	ZPK4
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
5	1,56981
4	0,16998
4	0,16998
5	1,56981
3	-1,22985
3	-1,22985
3	-1,22985
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
5	1,56981
4	0,16998
3	-1,22985
3	-1,22985
3	-1,22985
4	0,16998

PK4	ZPK4
4	0,16998
4	0,16998
3	-1,22985
3	-1,22985
4	0,16998
5	1,56981
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
4	0,16998
3	-1,22985
4	0,16998
4	0,16998
3	-1,22985
4	0,16998
3	-1,22985
4	0,16998
3	-1,22985
4	0,16998
3	-1,22985
4	0,16998

INDIKATOR – PK5

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PK5	140	3	5	3,72	,576
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator PK5:

PK5	ZPK5
3	-1,25222
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
3	-1,25222
3	-1,25222
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
3	-1,25222
5	2,21929
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
3	-1,25222
3	-1,25222
4	0,48353
3	-1,25222
3	-1,25222
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
3	-1,25222
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353

PK5	ZPK5
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
5	2,21929
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
5	2,21929
5	2,21929
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353

PK5	ZPK5
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
5	2,21929
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
5	2,21929
3	-1,25222
4	0,48353
3	-1,25222
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
3	-1,25222
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
5	2,21929
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
3	-1,25222

PK5	ZPK5
3	-1,25222
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
5	2,21929
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
3	-1,25222

PK5	ZPK5
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
3	-1,25222
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
3	-1,25222
3	-1,25222
3	-1,25222

PK5	ZPK5
5	2,21929
4	0,48353
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353
3	-1,25222
4	0,48353

INDIKATOR – PK6:

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PK6	140	3	5	3,57	,680
Valid N (listwise)	140				

Nilai Residual Indikator PK6:

PK6	ZPK6
3	-0,84026
4	0,63019

PK6	ZPK6
3	-0,84026
4	0,63019

PK6	ZPK6
3	-0,84026
3	-0,84026
4	0,63019
3	-0,84026
4	0,63019
4	0,63019
3	-0,84026
3	-0,84026
5	2,10064
4	0,63019
3	-0,84026
4	0,63019
3	-0,84026
3	-0,84026
4	0,63019
3	-0,84026
5	2,10064
3	-0,84026
3	-0,84026
4	0,63019
5	2,10064
4	0,63019
5	2,10064
3	-0,84026
3	-0,84026
4	0,63019
4	0,63019
3	-0,84026
3	-0,84026
4	0,63019
4	0,63019
3	-0,84026

PK6	ZPK6
4	0,63019
4	0,63019
3	-0,84026
5	2,10064
5	2,10064
3	-0,84026
3	-0,84026
3	-0,84026
3	-0,84026
3	-0,84026
5	2,10064
4	0,63019
4	0,63019
5	2,10064
5	2,10064
4	0,63019
4	0,63019
3	-0,84026
4	0,63019
4	0,63019
3	-0,84026
3	-0,84026
4	0,63019
3	-0,84026
4	0,63019
3	-0,84026
4	0,63019



PK6	ZPK6
5	2,10064
3	-0,84026
4	0,63019
4	0,63019
3	-0,84026
3	-0,84026
4	0,63019
3	-0,84026
3	-0,84026
3	-0,84026
3	-0,84026
3	-0,84026
4	0,63019
3	-0,84026
4	0,63019
3	-0,84026
3	-0,84026
3	-0,84026
4	0,63019
3	-0,84026
4	0,63019
4	0,63019
3	-0,84026
4	0,63019
4	0,63019
5	2,10064
3	-0,84026
4	0,63019

PK6	ZPK6
5	2,10064
3	-0,84026
3	-0,84026
3	-0,84026
5	2,10064
3	-0,84026
4	0,63019
3	-0,84026
3	-0,84026
4	0,63019
3	-0,84026
3	-0,84026
3	-0,84026
4	0,63019
5	2,10064
4	0,63019
4	0,63019
3	-0,84026
3	-0,84026
3	-0,84026
4	0,63019
3	-0,84026
4	0,63019
4	0,63019
4	0,63019
5	2,10064
3	-0,84026
4	0,63019



LAMPIRAN 6

CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS KONSTRUK EKSOGEN

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
MOT3 <--- MOT	1,00				
MOT2 <--- MOT	,80	,10	7,86	***	par_1
MOT1 <--- MOT	,74	,45	1,66	,10	par_2
COM3 <--- COM	1,00				
COM2 <--- COM	,95	,18	5,41	***	par_3
COM1 <--- COM	,90	,17	5,27	***	par_4
PU3 <--- PU	1,00				
PU2 <--- PU	,45	,19	2,34	,02	par_5
PU1 <--- PU	,62	,22	2,87	,00	par_6
PEOU4 <--- PEOU	1,00				
PEOU3 <--- PEOU	,36	,17	2,14	,03	par_7
PEOU2 <--- PEOU	,23	,18	1,24	,21	par_8
PEOU1 <--- PEOU	,27	,15	1,80	,07	par_9
ANX3 <--- ANX	1,00				
ANX2 <--- ANX	,61	,34	1,80	,07	par_10
ANX1 <--- ANX	,29	,16	1,77	,08	par_11
SE3 <--- SE	1,00				
SE2 <--- SE	,66	,37	1,80	,07	par_12
SE1 <--- SE	,23	,27	,87	,39	par_13

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
MOT3 <--- MOT	,86
MOT2 <--- MOT	,73
MOT1 <--- MOT	,16
COM3 <--- COM	,62
COM2 <--- COM	,66
COM1 <--- COM	,62
PU3 <--- PU	,65
PU2 <--- PU	,37
PU1 <--- PU	,45
PEOU4 <--- PEOU	,68
PEOU3 <--- PEOU	,25
PEOU2 <--- PEOU	,18
PEOU1 <--- PEOU	,20
ANX3 <--- ANX	,80
ANX2 <--- ANX	,46
ANX1 <--- ANX	,25
SE3 <--- SE	,26
SE2 <--- SE	,21
SE1 <--- SE	,07

**MODIFIKASI CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS
KONSTRUK EKSOGEN**

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
MOT3 <--- MOT	1,00				
MOT2 <--- MOT	,88	,11	8,38	***	par_1
MOT1 <--- MOT	,88	,46	1,94	,05	par_2
COM3 <--- COM	1,00				
COM2 <--- COM	,86	,16	5,49	***	par_3
COM1 <--- COM	,84	,15	5,43	***	par_4
PU3 <--- PU	1,00				
PU2 <--- PU	,41	,18	2,31	,02	par_5
PU1 <--- PU	,61	,22	2,86	,00	par_6
PEOU4 <--- PEOU	1,00				
PEOU3 <--- PEOU	,35	,17	2,08	,04	par_7
PEOU2 <--- PEOU	,19	,17	1,12	,26	par_8
PEOU1 <--- PEOU	,27	,15	1,79	,07	par_9
ANX3 <--- ANX	1,00				
ANX2 <--- ANX	,53	,29	1,80	,07	par_10
ANX1 <--- ANX	,25	,15	1,73	,08	par_11
SE3 <--- SE	1,00				
SE2 <--- SE	,56	,31	1,78	,07	par_12
SE1 <--- SE	,24	,25	,95	,34	par_13

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
MOT3 <--- MOT	,83
MOT2 <--- MOT	,77
MOT1 <--- MOT	,18
COM3 <--- COM	,66
COM2 <--- COM	,64
COM1 <--- COM	,61
PU3 <--- PU	,65
PU2 <--- PU	,35
PU1 <--- PU	,46
PEOU4 <--- PEOU	,70
PEOU3 <--- PEOU	,25
PEOU2 <--- PEOU	,15
PEOU1 <--- PEOU	,22
ANX3 <--- ANX	,86
ANX2 <--- ANX	,42
ANX1 <--- ANX	,24
SE3 <--- SE	,26
SE2 <--- SE	,19
SE1 <--- SE	,07

ATD

LAMPIRAN 7

CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS KONSTRUK ENDOGEN

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PK1 <--- PK	1,00				
PK2 <--- PK	,75	,11	6,71	***	par_1
PK3 <--- PK	,59	,11	5,28	***	par_2
PK4 <--- PK	,69	,12	5,86	***	par_3
PK5 <--- PK	,84	,11	7,87	***	par_4
PK6 <--- PK	1,02	,11	9,02	***	par_5
PI3 <--- PI	1,00				
PI2 <--- PI	,59	,12	4,78	***	par_6
PI1 <--- PI	,58	,13	4,33	***	par_7

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PK1 <--- PK	,77
PK2 <--- PK	,62
PK3 <--- PK	,49
PK4 <--- PK	,55
PK5 <--- PK	,75
PK6 <--- PK	,77
PI3 <--- PI	,75
PI2 <--- PI	,48



	Estimate
PI1 <--- PI	,56

MODIFIKASI CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS KONSTRUK ENDOGEN

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PK1 <--- PK	1,00				
PK2 <--- PK	,80	,13	6,14	***	par_1
PK3 <--- PK	,60	,13	4,61	***	par_2
PK4 <--- PK	,74	,14	5,43	***	par_3
PK5 <--- PK	,99	,14	7,17	***	par_4
PK6 <--- PK	,97	,12	8,34	***	par_5
PI3 <--- PI	1,00				
PI2 <--- PI	,56	,12	4,74	***	par_6
PI1 <--- PI	,48	,13	3,81	***	par_7

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PK1 <--- PK	,74
PK2 <--- PK	,63
PK3 <--- PK	,46
PK4 <--- PK	,56
PK5 <--- PK	,84
PK6 <--- PK	,69
PI3 <--- PI	,79

	Estimate
PI2 <--- PI	,48
PI1 <--- PI	,50

LAMPIRAN 8

STRUCTURAL EQUATION MODELLING

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Penggunaan_Internet	<--- MOT	,22	,07	3,03	,00	par_22
Penggunaan_Internet	<--- COM	,47	,10	4,83	***	par_23
Penggunaan_Internet	<--- PU	,21	,13	1,55	,12	par_24
Penggunaan_Internet	<--- PEOU	,03	,11	,25	,80	par_25
Penggunaan_Internet	<--- SE	,37	,20	1,87	,06	par_26
Penggunaan_Internet	<--- ANX	-,24	,04	-6,14	***	par_27
Peningkatan_Kinerja	<--- Penggunaan_Internet	,70	,08	8,25	***	par_20
MOT3	<--- MOT	1,00				
MOT2	<--- MOT	2,07	,90	2,30	,02	par_1
MOT1	<--- MOT	1,13	,54	2,08	,04	par_2
COM3	<--- COM	1,00				
COM2	<--- COM	1,24	,17	7,11	***	par_3

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
COM1	<---	COM	1,01	,13	7,64	***	par_4
PU3	<---	PU	1,00				
PU2	<---	PU	,66	,14	4,77	***	par_5
PU1	<---	PU	1,35	,30	4,47	***	par_6
PEOU4	<---	PEOU	1,00				
PEOU3	<---	PEOU	,09	,34	,25	,80	par_7
PEOU2	<---	PEOU	,03	,11	,23	,81	par_8
PEOU1	<---	PEOU	,06	,26	,24	,81	par_9
ANX3	<---	ANX	1,00				
ANX2	<---	ANX	1,00	,05	21,38	***	par_10
ANX1	<---	ANX	,48	,06	8,61	***	par_11
SE3	<---	SE	1,00				
SE2	<---	SE	1,61	,85	1,89	,06	par_12
SE1	<---	SE	,58	,26	2,21	,03	par_13
PI1	<---	Penggunaan_Internet	1,00				
PI2	<---	Penggunaan_Internet	,82	,12	6,76	***	par_14
PK1	<---	Peningkatan_Kinerja	1,00				

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PK2	<--- Peningkatan_Kinerja	1,34	,11	12,33	***	par_15
PK3	<--- Peningkatan_Kinerja	1,31	,11	12,31	***	par_16
PK4	<--- Peningkatan_Kinerja	1,29	,11	11,50	***	par_17
PK5	<--- Peningkatan_Kinerja	,90	,09	9,72	***	par_18
PK6	<--- Peningkatan_Kinerja	,81	,11	7,37	***	par_19
PI3	<--- Penggunaan_Internet	,95	,11	8,55	***	par_21

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Penggunaan_Internet <--- MOT	,24
Penggunaan_Internet <--- COM	,72
Penggunaan_Internet <--- PU	,15
Penggunaan_Internet <--- PEOU	,06
Penggunaan_Internet <--- SE	,30
Penggunaan_Internet <--- ANX	-,54
Peningkatan_Kinerja <--- Penggunaan_Internet	,77
MOT3 <--- MOT	,54
MOT2 <--- MOT	1,17
MOT1 <--- MOT	,15
COM3 <--- COM	,70
COM2 <--- COM	,72
COM1 <--- COM	,79
PU3 <--- PU	,57
PU2 <--- PU	,59
PU1 <--- PU	,80
PEOU4 <--- PEOU	1,50
PEOU3 <--- PEOU	,13
PEOU2 <--- PEOU	,04
PEOU1 <--- PEOU	,11
ANX3 <--- ANX	,97
ANX2 <--- ANX	,95
ANX1 <--- ANX	,61
SE3 <--- SE	,44
SE2 <--- SE	,61

		Estimate
SE1	<--- SE	,30
PI1	<--- Penggunaan_Internet	,63
PI2	<--- Penggunaan_Internet	,42
PK1	<--- Peningkatan_Kinerja	,64
PK2	<--- Peningkatan_Kinerja	,97
PK3	<--- Peningkatan_Kinerja	,96
PK4	<--- Peningkatan_Kinerja	,88
PK5	<--- Peningkatan_Kinerja	,71
PK6	<--- Peningkatan_Kinerja	,51
PI3	<--- Penggunaan_Internet	,55



MODIFIKASI STRUCTURAL EQUATION MODELLING

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)



		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Penggunaan_Internet	<--- MOT	,49	,12	4,06	***	par_22
Penggunaan_Internet	<--- COM	,60	,13	4,66	***	par_23
Penggunaan_Internet	<--- PU	,33	,15	2,22	,03	par_24
Penggunaan_Internet	<--- PEOU	,06	,11	,50	,62	par_25
Penggunaan_Internet	<--- SE	,65	,31	2,08	,04	par_26
Penggunaan_Internet	<--- ANX	-,26	,04	-7,03	***	par_27
Peningkatan_Kinerja	<--- Penggunaan_Internet	,71	,09	8,23	***	par_20
MOT3	<--- MOT	1,00				
MOT2	<--- MOT	1,21	,26	4,70	***	par_1
MOT1	<--- MOT	,46	,53	,87	,39	par_2
COM3	<--- COM	1,00				
COM2	<--- COM	,95	,17	5,53	***	par_3
COM1	<--- COM	1,38	,28	5,02	***	par_4
PU3	<--- PU	1,00				

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PU2	<--- PU	,64	,15	4,28	***	par_5
PU1	<--- PU	1,55	,44	3,48	***	par_6
PEOU4	<--- PEOU	1,00				
PEOU3	<--- PEOU	,22	,46	,49	,62	par_7
PEOU2	<--- PEOU	-,01	,08	-,18	,86	par_8
PEOU1	<--- PEOU	,13	,29	,43	,67	par_9
ANX3	<--- ANX	1,00				
ANX2	<--- ANX	1,02	,05	21,91	***	par_10
ANX1	<--- ANX	,47	,06	8,57	***	par_11
SE3	<--- SE	1,00				
SE2	<--- SE	4,79	6,18	,78	,44	par_12
SE1	<--- SE	,30	,35	,87	,39	par_13
PI1	<--- Penggunaan_Internet	1,00				
PI2	<--- Penggunaan_Internet	,86	,14	6,11	***	par_14
PK1	<--- Peningkatan_Kinerja	1,00				
PK2	<--- Peningkatan_Kinerja	1,43	,13	11,27	***	par_15
PK3	<--- Peningkatan_Kinerja	1,39	,12	11,28	***	par_16

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PK4	<---	Peningkatan_Kinerja	1,39	,13	10,41	***	par_17
PK5	<---	Peningkatan_Kinerja	,95	,10	9,05	***	par_18
PK6	<---	Peningkatan_Kinerja	,93	,09	10,55	***	par_19
PI3	<---	Penggunaan_Internet	,98	,11	8,58	***	par_21

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Penggunaan_Internet <--- MOT	,62
Penggunaan_Internet <--- COM	,72
Penggunaan_Internet <--- PU	,21
Penggunaan_Internet <--- PEOU	,08
Penggunaan_Internet <--- SE	,26
Penggunaan_Internet <--- ANX	-,60
Peningkatan_Kinerja <--- Penggunaan_Internet	,78
MOT3 <--- MOT	,66
MOT2 <--- MOT	,74
MOT1 <--- MOT	,07
COM3 <--- COM	,53
COM2 <--- COM	,44
COM1 <--- COM	,86
PU3 <--- PU	,50
PU2 <--- PU	,50
PU1 <--- PU	,83
PEOU4 <--- PEOU	,95
PEOU3 <--- PEOU	,22
PEOU2 <--- PEOU	-,02
PEOU1 <--- PEOU	,13
ANX3 <--- ANX	,95
ANX2 <--- ANX	,97
ANX1 <--- ANX	,60
SE3 <--- SE	,20
SE2 <--- SE	,86

		Estimate
SE1	<--- SE	,07
PI1	<--- Penggunaan_Internet	,57
PI2	<--- Penggunaan_Internet	,41
PK1	<--- Peningkatan_Kinerja	,61
PK2	<--- Peningkatan_Kinerja	,97
PK3	<--- Peningkatan_Kinerja	,96
PK4	<--- Peningkatan_Kinerja	,88
PK5	<--- Peningkatan_Kinerja	,70
PK6	<--- Peningkatan_Kinerja	,54
PI3	<--- Penggunaan_Internet	,52

BIODATA PENULIS



Rizki Masyita Sari, lahir di kota Surabaya tanggal 10 Mei 1990. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Masykur Umar dan Josita Dewayani. Penulis telah menempuh pendidikan formal di TK Masyithah, SDN Kalisari II Surabaya, SLTPN 1 Surabaya, dan SMUN 5 Surabaya. Setelah lulus dari SMUN pada tahun 2008, Penulis diterima di Jurusan

Teknik Industri FTI-ITS pada tahun 2008 dan terdaftar dengan NRP 2508.100.035. Semasa kuliah penulis memiliki beberapa pengalaman organisasi diantaranya adalah menjadi Bendahara Departemen Keprofesian dan Kewirausahaan Himpunan Mahasiswa Teknik Industri 2009-2010, panitia SISTEM 2009 sebagai SC (*Steering Committe*), kepanitiaan IOC, dan kepanitiaan lainnya. Penulis pernah mengikuti beberapa pelatihan *softskill* seperti LKMM Pra TD, LKMM TD, dan P3MTI, serta pelatihan *hardskill* seperti pelatihan 3DMax, AutoCad, dan ARENA. Selain itu, di bidang aplikasi ilmu keteknikindustrian penulis pernah melakukan kerja praktik di Bank Indonesia Jakarta pada Unit Khusus Manajemen Informasi.

Alamat : Jl. Wisma Permai Tengah VII / ii-17 Surabaya
Email : rizki.masyita@yahoo.com
Telp : 081937832002