

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengantar Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah niat dan perilaku penggunaan TIK pada pelaku UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian dilakukan dengan subjek individu pelaku UMKM yang telah mengadopsi TIK dalam menjalankan usahanya. Variabel yang diuji adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*.

B. Uji Kualitas Instrumen

Sebelum kuisioiner didistribusikan, pengujian instrumen dilakukan dengan uji reliabilitas dan validitas. Uji ini melibatkan 30 responden dengan hasil berikut:

Tabel 4. 1 Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Cronbach's Alpha
<i>Performance Expectancy</i>	4	.915
<i>Effort Expectancy</i>	4	.851
<i>Social Influence</i>	4	.923
<i>Facilitating Condition</i>	4	.731
<i>Behavior Intention</i>	3	.966
<i>Usage Behavior</i>	4	.691
<i>Propensity to Act</i>	4	.846
<i>Precipitating Event</i>	4	.720

Sumber: Lampiran 2 (halaman 130)

Tabel 4.1 memperlihatkan hasil uji reliabilitas, kelayakan instrumen diukur dari nilai *cronbach's alpha*. Nilai *cronbach's alpha* pada variabel yang digunakan lebih besar dari 0,70 berarti telah memenuhi syarat minimal uji reliabilitas (Sekaran & Bougie, 2013). Dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa kuisioner tersebut reliabel. Artinya, instrumen tersebut konsisten dan stabil dalam mengukur variabel yang dimaksud.

Tabel 4. 2 Uji Validitas

Variabel	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>
<i>Performance Expectancy</i>	pe1	.766
	pe2	.862
	pe3	.673
	pe4	.952
<i>Effort Expectancy</i>	ee1	.701
	ee2	.693
	ee3	.479
	ee4	.934
<i>Social Influence</i>	si1	.727
	si2	.920
	si3	.965
	si4	.726
<i>Facilitating Condition</i>	fc1	.609
	fc2	.473
	fc3	.469
	fc4	.735
<i>Behavior Intention</i>	bi1	.923
	bi2	.900
	bi3	.965

Tabel 4. 3 Uji Validitas (lanjutan)

Variabel	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>
<i>Usage Behavior</i>	ub1	.564
	ub2	.397
	ub3	.265
	ub4	.815
<i>Propensity To Act</i>	pta1	.451
	pta2	.695
	pta3	.686
	pta4	.934
<i>Precipitating Event</i>	pre1	.607
	pre2	.548
	pre3	.237
	pre4	.745

Sumber: Lampiran 2 (halaman 130)

Pengukuran validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *corrected item – total correlation* dengan r tabel *product moment* menggunakan $df = n-2$. Dengan responden sejumlah 30, $df = 30-2 = 28$ maka nilai r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 adalah 0,30. Tabel 4.2 menunjukkan nilai *corrected item-total correlation* pada 29 indikator lebih besar dari 0,3 yang berarti instrumen tersebut valid (Ghozali, 2013). Terdapat dua indikator yang bernilai lebih kecil dari 0,30. Indikator tetap digunakan setelah dilakukan perbaikan karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60. Mengeluarkan sebuah item, meskipun meningkatkan reliabilitas ukuran, bisa memengaruhi validitas

secara negatif (Sekaran & Bougie, 2013). Dapat disimpulkan pertanyaan dapat mengukur konsep yang dimaksud.

C. Deskripsi Responden

Kuisisioner didistribusikan menggunakan online survey kepada pemilik UMKM di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Unit analisis adalah individu dengan subjek pemilik UMKM di sekitar wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilik dipilih karena berperan sebagai pengambil keputusan penggunaan TIK sehingga pemilik merepresentasikan UMKM itu sendiri. Salah satu pendekatan dilakukan lewat komunitas bisnis online dimana di dalamnya tergabung pengusaha-pengusaha yang sudah menggunakan TIK. Dari total 200 kuesioner yang didistribusikan, jawaban yang diterima sebanyak 170 kuesioner. 6 jawaban tidak memenuhi kriteria sehingga kuesioner yang dapat diolah sebanyak 164 responden. Dari hasil distribusi dan pengumpulan kuesioner penelitian, diperoleh tingkat pengembalian kuesioner (*respon rate*) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{respon rate} &= \\ & \text{(Jumlah responden menjawab/Jumlah kuesioner didistribusikan)} \times \\ & 100\% \\ &= (170/200) \times 100\% \\ &= 85\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, upaya pengumpulan data menghasilkan angka respon rate sebesar 85%. Respon rate sebesar 50% dianggap

sebagai tingkat respons yang dapat diterima dalam survei penelitian sosial (Nulty, 2008). Dapat disimpulkan bahwa tingkat respon 85% dapat diterima dalam penelitian ini.

Responden diklasifikasikan berdasarkan beberapa karakteristik. Karakteristik tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif (*descriptive statistic*) yaitu tabulasi silang (*cross tab*), distribusi frekuensi dan analisis indeks. Analisis tabulasi silang digunakan untuk melihat hubungan antar variabel yang terdapat pada baris dengan variabel pada kolom dengan membandingkan data dalam bentuk frekuensi. Kemudian dilanjutkan dengan analisis distribusi frekuensi dan nilai indeks yang digunakan untuk membantu menginterpretasikan nilai jawaban responden atas beberapa pertanyaan dalam kuesioner. Salah satu karakteristik individu yang diamati adalah hubungan antara jenis kelamin dengan usia yang diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Crosstab Jenis Kelamin dengan Usia

Jenis Kelamin	Usia (tahun)				Total
	<25	25-34	35-44	>45	
Laki-laki	12	33	4	1	50
	7.3%	20.1%	2.4%	0.6%	30.1%
Perempuan	43	59	8	4	114
	26.2%	36.0%	4.9%	2.4%	69.5%
Grand Total	55	92	12	5	164
	33.5%	56.1%	7.3%	3.0%	100.0%

Sumber: Lampiran 3 (halaman 114)

Dari hasil tabulasi silang pada tabel 4.3 dapat diuraikan sebagai berikut: Jumlah paling banyak berada di rentang usia 25-34 tahun dan urutan kedua usia di bawah 25 tahun. Hal tersebut mengindikasikan dalam penelitian ini kecenderungan pengusaha yang menggunakan teknologi informasi didominasi oleh kaum muda dengan komposisi lebih banyak perempuan.

Tabel 4. 5 Crosstab Lama Menggunakan TIK dengan Usia

Jenis Kelamin	Lama menggunakan TIK (tahun)				Total
	<1	1-5	5-10	>10	
Laki-laki	14	30	5	1	50
Perempuan	31	74	9	0	114
Grand Total	45	104	14	1	164

Sumber: Lampiran 3 (halaman 114)

Tabel 4.4 menunjukkan lama penggunaan TIK. Dari data pada tabel 4.4 didapati mayoritas responden telah menggunakan TIK selama 5-10 tahun.

Tabel 4. 6 Aplikasi TIK yang digunakan

Media Sosial	Online Marketplace	Website/Blog
162	13	9

Sumber: Lampiran 3 (halaman 114)

Aplikasi TIK yang paling banyak digunakan pada UMKM adalah media sosial. Media sosial dapat dimanfaatkan untuk berkomunikasi dengan konsumen, menampilkan produk, dan membuat kampanye

pemasaran. Beberapa fitur lanjutan dari media sosial dapat memberikan wawasan tentang aktivitas konsumen untuk kepentingan pemasaran.

D. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif merupakan gambaran umum tentang variabel penelitian yang diperoleh berdasarkan jawaban responden. Berdasarkan jawaban dari 164 responden yang berkaitan dengan variabel penelitian, peneliti akan menguraikan secara rinci dengan mengelompokkan data secara statistik deskriptif dengan memberikan kategori berdasarkan hitungan interval untuk melihat gambaran umum masing-masing variabel. Dari jawaban responden tersebut akan diperoleh nilai indeks dalam bentuk rentang skala (RS), dengan rumus sebagai berikut (Simamora, 2002):

$$RS = \frac{m - n}{b} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dimana RS = Rentang Skala

m = Angka maksimal poin

n = angka minimum poin

b = jumlah poin skala kuesioner

Hasil dari perhitungan tersebut akan digunakan sebagai dasar interpretasi penilaian rata-rata untuk setiap indikator pada variabel penelitian. Penilaian tersebut dimasukkan ke dalam bentuk indeks rata-rata indikator yang telah dimodifikasi, yaitu sebagai berikut:

- a. Item dengan nilai indeks 1,00 - 1,79 masuk kategori sangat rendah/sangat buruk.
- b. Item dengan nilai indeks 1,80 - 2,59 masuk dalam kategori rendah atau buruk.
- c. Item dengan nilai indeks 2,60 - 3,39 masuk dalam kategori cukup atau sedang.
- d. Item dengan nilai indeks 3,40 - 4,19 masuk dalam kategori tinggi atau baik.
- e. Item dengan nilai indeks 4,20 - 5,00 masuk dalam kategori sangat tinggi atau sangat baik.

Berdasarkan pengelompokan kategori di atas, nilai *mean* digunakan untuk menginterpretasikan variabel yang ditentukan dari setiap jawabannya.

1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Performance Expectancy*

Terdapat 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *performance expectancy* yang terdiri dari pertanyaan mengenai *usefulness* (PE1), *relative advantage* (PE1 dan PE2), dan *outcome expectation* (PE4). Di bawah ini adalah data yang menunjukkan frekuensi dan persentase jawaban responden serta nilai mean dari masing-masing indikator:

Tabel 4. 7 Tanggapan Mengenai *Performance Expectancy*

N o.	Indikator	Frekuensi dan Persentase						Jml	Mean	Kriteria
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)			
1.	PE1	F	0	0	5	54	105	164	4.60	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	3.0%	32.9%	64.0%	100%		
2.	PE2	F	0	0	8	55	101	164	4.57	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	4.9%	33.5%	61.6%	100%		
3.	PE3	F	0	0	5	43	116	164	4.70	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	3.0%	26.2%	70.7%	100%		
4.	PE4	F	0	0	7	50	107	164	4.60	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	4.3%	30.5%	65.2%	100%		
Rata-rata mean								4.62	Sangat Tinggi	

Sumber: Lampiran 4 (halaman 133)

Berdasarkan indeks pada tabel 4.6 di atas dapat diketahui frekuensi jawaban yang sering muncul adalah pada skala 4 & 5 (setuju dan sangat setuju) dengan persentase antara 30,5% sampai 70,7%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa para responden memiliki ekspektasi kinerja yang sangat tinggi pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis.

2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Effort Expectancy*

Terdapat 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *effort expectancy* yang terdiri dari *perceived ease of use* (EE1, EE2, EE3) dan *ease of use* (EE4). Di bawah ini adalah data yang menunjukkan frekuensi dan persentase jawaban responden serta nilai mean dari masing-masing indikator:

Tabel 4. 8 Tanggapan Mengenai *Effort Expectancy*

N o.	Indikator	Frekuensi dan Persentase					Jumlah	Mean	Kriteria	
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)				SS (5)
1.	EE1	F	0	2	10	72	80	164	4.40	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	1.2%	6.1%	43.9%	48.8%	100.0%		
2.	EE2	F	0	1	22	84	57	164	4.22	Tinggi
		F%	0.0%	0.6%	13.4%	51.2%	34.8%	100.0%		
3.	EE3	F	0	0	9	64	91	164	4.51	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	5.5%	39.0%	55.5%	100.0%		
4.	EE4	F	0	0	13	80	71	164	4.36	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	7.9%	48.8%	43.3%	100.0%		
Rata-rata mean								4,37	Sangat Tinggi	

Sumber: Lampiran 4 (halaman 133)

Berdasarkan indeks pada tabel 4.7 di atas dapat diketahui frekuensi jawaban yang sering muncul adalah pada skala 4 & 5 (setuju dan sangat setuju) dengan persentase antara 39,0% sampai 55,5%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa para responden memiliki indeks ekspektasi upaya yang sangat tinggi pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis. Hal tersebut berarti ekspektasi sebagian besar responden pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis adalah mudah digunakan.

3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Social Influence*

Terdapat 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *social influence* yang terdiri dari *subjective norm* (SI1, SI2) dan *social factors* (SI3, SI4). Di bawah ini adalah data yang menunjukkan frekuensi dan persentase jawaban responden serta nilai mean dari masing-masing indikator:

Tabel 4. 9 Tanggapan Mengenai *Social Influence*

N o.	Indikator	Frekuensi dan Persentase					Jumlah	Mean	Kriteria	
		F	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)				SS (5)
1.	SI1	F	1	5	39	68	51	164	3.98	Tinggi
		F%	0.6%	3.0%	23.8%	41.5%	31.1%	100.0%		
2.	SI2	F	0	2	16	78	68	164	4.29	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	1.2%	9.8%	47.6%	41.5%	100.0%		
3.	SI3	F	0	0	20	72	72	164	4.31	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	12.2%	43.9%	43.9%	100.0%		
4.	SI4	F	0	0	20	80	64	164	4.28	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	12.2%	48.8%	39.0%	100.0%		
Rata-rata mean								4.22	Sangat Tinggi	

Sumber: Lampiran 4 (halaman 134)

Berdasarkan indeks pada tabel 4.8 di atas dapat diketahui frekuensi jawaban yang sering muncul adalah pada skala 4 & 5 (setuju dan sangat setuju) dengan persentase antara 31,1% sampai 48,8%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa para responden memiliki indeks pengaruh sosial yang sangat tinggi pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis. Hal tersebut berarti pengaruh sosial sangat dirasakan oleh sebagian besar responden.

4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Facilitating*

Condition

Terdapat 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *facilitating condition* yang terdiri dari *perceived behavioral control* (FC1, FC2, FC3) dan *facilitating condition* (FC4). Di bawah ini adalah

data yang menunjukkan frekuensi dan persentase jawaban responden serta nilai mean dari masing-masing indikator:

Tabel 4. 10 Tanggapan Mengenai *Facilitating Condition*

No.	Indikator	Frekuensi dan Persentase					Jumlah	Mean	Kriteria	
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)				SS (5)
1.	FC1	F	0	0	23	91	50	164	4.16	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	14.0%	55.5%	30.5%			
2.	FC2	F	0	2	31	88	43	164	4.06	Tinggi
		F%	0.0%	1.2%	18.9%	53.7%	26.2%			
3.	FC3	F	4	16	52	58	34	164	3.62	Tinggi
		F%	2.4%	9.8%	31.7%	35.4%	20.7%			
4.	FC4	F	0	0	37	103	24	164	3.92	Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	22.6%	62.8%	14.6%			
Rata-rata mean								3.94	Tinggi	

Sumber: Lampiran 4 (halaman 134)

Berdasarkan indeks pada tabel 4.9 di atas dapat diketahui frekuensi jawaban yang paling sering muncul berada pada skala 4 (setuju) dengan persentase antara 35,4% sampai 62,8%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa para responden memiliki indeks *facilitating condition* yang tinggi pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis. Hal tersebut berarti sebagian besar responden merasa kondisi fasilitasi yang tinggi pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis.

5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Behavioral*

Intention

Terdapat 3 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *behavioral intention* yang diukur dari niat menggunakan teknologi

informasi untuk berbisnis. Di bawah ini adalah data yang menunjukkan frekuensi dan persentase jawaban responden serta nilai mean dari masing-masing indikator:

Tabel 4. 11 Tanggapan Mengenai *Behavioral Intention*

N o.	Indikator	Frekuensi dan Persentase					Jumlah	Mean	Kriteria	
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)				SS (5)
1.	BI1	F	0	0	9	53	102	164	4.55	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	5.5%	32.3%	62.2%			
2.	BI2	F	0	1	11	59	93	164	4.49	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.6%	6.7%	36.0%	56.7%			
3.	BI3	F	0	0	9	53	102	164	4.56	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	5.5%	32.3%	62.2%			
Rata-rata mean								4.53	Sangat Tinggi	

Sumber: Lampiran 4 (halaman 135)

Berdasarkan indeks pada tabel 4.10 di atas dapat diketahui frekuensi jawaban yang paling sering muncul berada pada skala 5 (sangat setuju) dengan persentase antara 56,7% sampai 62,2%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa para responden memiliki indeks niat berperilaku yang tinggi pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis. Hal tersebut berarti niat menggunakan teknologi informasi untuk bisnis pada sebagian besar responden adalah sangat tinggi.

6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Usage Behavior*

Terdapat 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel behavioral intention yang diukur dari penggunaan teknologi tersebut di saat ini. Di bawah ini adalah data yang menunjukkan frekuensi dan

persentase jawaban responden serta nilai mean dari masing-masing indikator:

Tabel 4. 12 Tanggapan Mengenai *Usage Behavior*

No.	Indikator	Frekuensi dan Persentase					Jumlah	Mean	Kriteria	
		F	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)				SS (5)
1.	UB1	F	0	0	2	44	118	164	4.70	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.0%	1.2%	26.8%	72.0%			
2.	UB2	F	0	1	12	42	109	164	4.56	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.6%	7.3%	25.6%	66.5%			
3.	UB3	F	0	7	28	60	69	164	4.15	Tinggi
		F%	0.0%	4.3%	17.1%	36.6%	42.1%			
4.	UB4	F	0	1	6	66	91	164	4.49	Sangat Tinggi
		F%	0.0%	0.6%	3.7%	40.2%	55.5%			
Rata-rata mean								4.48	Sangat Tinggi	

Sumber: Lampiran 4 (halaman 136)

Berdasarkan indeks pada tabel 4.11 di atas dapat diketahui frekuensi jawaban yang paling sering muncul berada pada skala 5 (sangat setuju) dengan persentase antara 42,1% sampai 72,0%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa para responden memiliki indeks perilaku penggunaan yang tinggi pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis. Hal tersebut berarti penggunaan teknologi informasi untuk bisnis pada sebagian besar responden adalah sangat tinggi.

7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Propensity to Act*

Terdapat 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *propensity to act*. Di bawah ini adalah data yang menunjukkan frekuensi

dan persentase jawaban responden serta nilai mean dari masing-masing indikator:

Tabel 4. 13 Tanggapan Mengenai *Propensity to Act*

No.	Indikator	Frekuensi dan Persentase					Jumlah	Mean	Kriteria	
		F	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)				SS (5)
1.	PTA1	F	0	0	3	49	112	164	4.65	Sangat Tinggi
		F %	0.0 %	0.0 %	1.8 %	29.9 %	68.3 %			
2.	PTA2	F	1	0	5	51	107	164	4.60	Sangat Tinggi
		F %	0.6 %	0.0 %	3.0 %	31.1 %	65.2 %			
3.	PTA3	F	0	0	5	55	104	164	4.59	Sangat Tinggi
		F %	0.0 %	0.0 %	3.0 %	33.5 %	63.4 %			
4.	PTA4	F	0	0	4	56	104	164	4.60	Sangat Tinggi
		F %	0.0 %	0.0 %	2.4 %	34.1 %	63.4 %			
Rata-rata mean								4.61	Sangat Tinggi	

Sumber: Lampiran 4 (halaman 137)

Berdasarkan indeks pada tabel 4.12 di atas dapat diketahui frekuensi jawaban yang paling sering muncul berada pada skala 5 (sangat setuju) dengan persentase antara 63,4% sampai 68,3%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa para responden memiliki indeks kecenderungan untuk bertindak yang sangat tinggi pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis. Hal tersebut berarti kecenderungan untuk bertindak dalam penggunaan teknologi informasi untuk bisnis pada sebagian besar responden adalah sangat tinggi.

8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Precipitating*

Event

Terdapat 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *precipitating event*. Di bawah ini adalah data yang menunjukkan frekuensi dan persentase jawaban responden serta nilai mean dari masing-masing indikator:

Tabel 4. 14 Tanggapan Mengenai *Precipitating Event*

No.	Indikator	Frekuensi dan Persentase					Jumlah	Mean	Kriteria	
		F	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)				SS (5)
1.	PRE1	F	10	24	49	58	23	164	3.33	Sedang
		F%	6.1%	14.6%	29.9%	35.4%	14.0%	100.0%		
2.	PRE2	F	8	20	41	63	32	164	3.53	Tinggi
		F%	4.9%	12.2%	25.0%	38.4%	19.5%	100.0%		
3.	PRE3	F	5	9	40	79	31	164	3.71	Tinggi
		F%	3.0%	5.5%	24.4%	48.2%	18.9%	100.0%		
4.	PRE4	F	5	11	51	77	20	164	3.55	Tinggi
		F%	3.0%	6.7%	31.1%	47.0%	12.2%	100.0%		
Rata-rata mean								3.53	Tinggi	

Sumber: Lampiran 4 (halaman 138)

Berdasarkan indeks pada tabel 4.12 di atas dapat diketahui frekuensi jawaban yang paling sering muncul berada pada skala 4 (setuju) dengan persentase antara 35,4% sampai 48,2%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa para responden memiliki indeks peristiwa pencetus yang tinggi pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis. Hal tersebut berarti kecenderungan sebagian besar responden merasakan peristiwa pencetus dalam penggunaan teknologi informasi untuk bisnis pada adalah tinggi.

E. Proses dan Hasil Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) sebagai alat pengujian hipotesis. Analisis SEM adalah metode analisis statistika yang mengkombinasikan aspek-aspek yang terdapat pada *path analysis* (analisis jalur) dan *confirmatory factor analysis* (analisis faktor konfirmatori) untuk memberikan estimasi beberapa persamaan secara simultan antar indikator (variabel yang diukur) dan variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung). (Ghozali, 2017)

1. Proses Analisis Data

Analisis SEM dalam penelitian ini menggunakan teknik dua tahap (*two-step approach*). Tahap pertama adalah pengukuran variabel dengan teknik *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) sehingga diperoleh konstruk eksogen maupun endogen gabungan yang fit sehingga dapat diterima. Tahap kedua adalah melakukan pengukuran atau pengujian struktur *full model* SEM. Cara mendapatkan struktur *full model* SEM adalah dengan cara menggabungkan model CFA dari konstruk eksogen dan endogen gabungan yang sudah fit menjadi satu model keseluruhan (*hybrid model*) atau *full model* untuk diestimasi dan dianalisis. Model dikatakan bagus atau fit jika memenuhi uji kecocokan model secara

keseluruhan (Uji *Goodness of Fit*) serta evaluasi terhadap model strukturnya sehingga diperoleh *full model* yang dapat diterima.

a. Analisis Faktor Konfirmatori

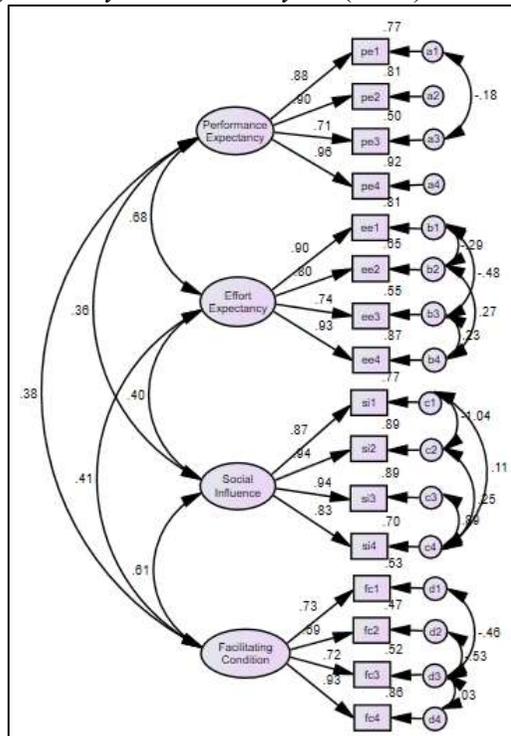
Analisis faktor konfirmatori dirancang untuk menguji unidimensionalitas dari suatu konstruk teoritis. Variabel laten yang digunakan dalam penelitian ini dibentuk berdasarkan konsep teoritis dengan beberapa indikator atau variabel manifest. Dalam *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), terdapat variabel laten dan variabel indikator, variabel laten adalah sebuah variabel yang tidak dapat dibentuk dan dibangun secara langsung, sementara variabel indikator adalah variabel yang dapat diamati dan dibentuk secara langsung (Ghozali, 2013). Analisis konfirmatori ingin menguji apakah indikator pembentuk konstruk laten merupakan indikator yang valid sebagai pengukur konstruk laten.

Analisis konfirmatori dalam penelitian ini merupakan *CFA First Order* yang dilakukan antar konstruk eksogen dan antar konstruk endogen secara gabungan. Variabel *performance expectancy* (ekspekasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi upaya), *social influence* (pengaruh sosial), *facilitating condition* (kondisi fasilitasi) merupakan variabel eksogen. Sedangkan variabel

behavioral intention (niat melakukan perilaku) dan *usage behavior* (perilaku penggunaan) merupakan variabel endogen.

Pada model ini indikator diimplementasikan dalam item-item yang secara langsung mengukur konstraknya. Pada pengujian menggunakan CFA, sebuah indikator dikatakan valid jika *loading factor* $\geq 0,50 - 0,60$ masih dapat diterima (Ghozali, 2013). Uji CFA pada penelitian ini dilakukan pada konstruk eksogen dan endogen, dimana setiap variabel akan dilihat satu per satu *loading factor*-nya apakah nilai pada *loading factor* telah memenuhi syarat yang ditentukan atau tidak.

1. *Confirmatory Factor Analysis (CFA) Konstruk Eksogen.*



Gambar 4. 1 Model CFA Konstruk Eksogen

Berdasarkan output AMOS 24 pada lampiran 5 (halaman 140) dapat diketahui bahwa indikator dari konstruk eksogen dalam model CFA konstruk eksogen seluruhnya signifikan (karena nilai $P \leq 0,05$ atau terdapat tanda ***). Tidak terdapat varian bernilai negatif pada model. Indikator dalam model CFA konstruk eksogen seluruhnya valid karena memiliki nilai faktor *loading standard* $\geq 0,5$. Dengan demikian tidak ada lagi indikator yang di-*drop* (dibuang) dari analisis selanjutnya.

Dari daftar pertanyaan model CFA konstruk eksogen yang ada dapat diduga ada korelasi antar kesalahan pengukuran indikator yang ditunjukkan dari output *modification indices* (MI) pada AMOS. Pertanyaan PE1 dan PE3 berkaitan dengan konsep *perceived usefulness* yang diajukan oleh Davis (1989). Pengguna menilai kegunaan TIK berkaitan dengan dampak pada produktifitas usahanya. Sementara indikator EE berhubungan dengan konsep *perceived ease of use* menurut Davis (1989). Hal yang sama pada indikator SI berkaitan dengan konsep *subjective norm* dan indikator FC yang berasal dari konstruk *perceived behavioral control* yang diajukan oleh Ajzen (1985). Jadi dapat disimpulkan bahwa kesalahan pengukuran indikator pada dalam model CFA konstruk eksogen di atas dapat dikorelasikan.

Hasil pengujian terhadap kecocokan model diagram jalur pada gambar di atas menunjukkan model CFA konstruk eksogen memiliki

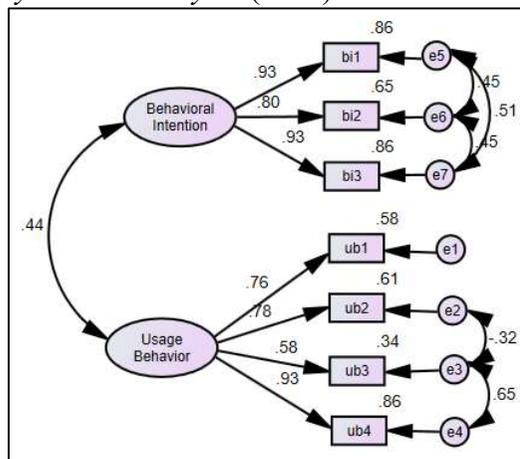
goodness of fit yang cukup karena telah memenuhi syarat nilai yang direkomendasikan.

Tabel 4. 15 Uji GOF Model CFA Konstruk Eksogen

No	Goodness of Fit Index	Cut of Value	Hasil	Kriteria	
1	χ^2 - Chi Square	<	122.942	159.116	Unfit
2	Significance probability	\geq	0.05	0.000	
3	DF	>	0.00	89	Over Identified
4	CMIN/DF	\leq	2.00	1.788	Good Fit
5	GFI	\geq	0.90	0.899	Marginal Fit
6	AGFI	\geq	0.90	0.845	Marginal Fit
7	CFI	\geq	0.95	0.971	Good Fit
8	TLI	\geq	0.95	0.961	Good Fit
9	NFI	\geq	0.95	0.938	Marginal Fit
10	IFI	\geq	0.95	0.972	Good Fit
11	RMSEA	\leq	0.08	0.070	Good Fit
12	RMR	\leq	0.05	0.027	Good Fit

Sumber: Lampiran 6 (halaman 120)

2. *Confirmatory Factor Analysis (CFA) Konstruk Endogen*



Gambar 4. 2 Model CFA Konstruk Endogen

Berdasarkan output AMOS 24 pada lampiran 7 (halaman 142) dapat diketahui bahwa indikator dari konstruk endogen dalam model CFA konstruk endogen seluruhnya signifikan (karena nilai $P \leq 0,05$ atau

terdapat tanda ***). Tidak terdapat varian bernilai negatif pada model. Indikator dalam model CFA konstruk endogen seluruhnya valid karena memiliki nilai faktor *loading standard* $\geq 0,5$. Dengan demikian tidak ada lagi indikator yang di-drop (dibuang) dari analisis selanjutnya. Hasil pengujian terhadap kecocokan model diagram jalur pada gambar di atas menunjukkan model CFA konstruk endogen memiliki *goodness of fit* yang cukup karena telah memenuhi syarat nilai yang direkomendasikan.

Tabel 4. 16 Uji GOF Model CFA Konstruk Endogen

No	<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut of Value</i>	Hasil	Kriteria	
1	χ^2 - Chi Square	<	24.725	18.501	<i>Good Fit</i>
2	Significance probability	\geq	0.05	0.071	
3	DF	>	0.00	11	<i>Over Identified</i>
4	CMIN/DF	\leq	2.00	1.682	<i>Good Fit</i>
5	GFI	\geq	0.90	0.970	<i>Good Fit</i>
6	AGFI	\geq	0.90	0.923	<i>Good Fit</i>
7	CFI	\geq	0.95	0.992	<i>Good Fit</i>
8	TLI	\geq	0.95	0.986	<i>Good Fit</i>
9	NFI	\geq	0.95	0.982	<i>Good Fit</i>
10	IFI	\geq	0.95	0.992	<i>Good Fit</i>
11	RMSEA	\leq	0.08	0.065	<i>Good Fit</i>
12	RMR	\leq	0.05	0.016	<i>Good Fit</i>

Sumber: Lampiran 8 (halaman 121)

b. Uji Reliabilitas

Dalam menilai tingkat reliabilitas suatu alat ukur, dapat dilihat dari nilai C. R (*Construct Reliability*) dan A.V.E (*Average Variance Extracted*) yang dihasilkan. Apabila didapat nilai C. R dari perhitungan $\geq 0,70$ dan nilai VE dari perhitungan $\geq 0,50$, maka alat ukur dari variabel

tersebut dinyatakan reliabel. Adapun rumus untuk menghitung besarnya CR (*Construct Reliability*) dan AVE (*Average Variance Extracted*) adalah sebagai berikut:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Standardized Loading})^2}{(\sum \text{Standardized Loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

$$\text{Variance Extracted} = \frac{(\sum \text{Standardized Loading}^2)}{(\sum \text{Standardized Loading}^2) + \sum \epsilon_j}$$

Berikut adalah hasil perhitungan uji reliabilitas pada setiap variabel.

Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas Menggunakan CR dan VE

No.	Indikator	$\lambda;$ $\lambda \geq 5$	λ^2	$1 - \lambda^2$	CR \geq 0,7	VE \geq 0,5	
1	Performance Expectancy	pe1	0.880	0.774	0.226	0.922	0.749
		pe2	0.897	0.805	0.195		
		pe3	0.711	0.506	0.494		
		pe4	0.955	0.912	0.088		
		Σ	3.443	2.997	1.003		
2	Effort Expectancy	ee1	0.897	0.805	0.195	0.911	0.720
		ee2	0.797	0.635	0.365		
		ee3	0.755	0.570	0.430		
		ee4	0.932	0.869	0.131		
		Σ	3.381	2.878	1.122		
3	Social Influence	si1	0.824	0.679	0.321	0.937	0.790
		si2	0.941	0.885	0.115		
		si3	0.945	0.893	0.107		
		si4	0.837	0.701	0.299		
		Σ	3.547	3.158	0.842		

Tabel 4. 18 Uji Reliabilitas Menggunakan CR dan VE (lanjutan)

No.	Indikator	λ_i $\lambda \geq 5$	λ^2	$1 - \lambda^2$	CR \geq 0,7	VE \geq 0,5	
4	Facilitating Condition	fc1	0.728	0.530	0.470	0.851	0.593
		fc2	0.686	0.471	0.529		
		fc3	0.712	0.507	0.493		
		fc4	0.929	0.863	0.137		
		Σ	3.055	2.371	1.629		
5	Behavioral Intention	bi1	0.936	0.876	0.124	0.928	0.812
		bi2	0.834	0.696	0.304		
		bi3	0.930	0.865	0.135		
		Σ	2.700	2.437	0.563		
6	Usage Behavior	ub1	0.765	0.585	0.415	0.895	0.682
		ub2	0.787	0.619	0.381		
		ub3	0.815	0.664	0.336		
		ub4	0.927	0.859	0.141		
		Σ	3.294	2.728	1.272		
7	Propensity to Act	pta1	0.637	0.406	0.594	0.886	0.663
		pta2	0.892	0.796	0.204		
		pta3	0.785	0.616	0.384		
		pta4	0.914	0.835	0.165		
		Σ	3.228	2.653	1.347		
8	Precipitating Event	pre1	0.825	0.681	0.319	0.913	0.725
		pre2	0.844	0.712	0.288		
		pre3	0.755	0.570	0.430		
		pre4	0.969	0.939	0.061		
		Σ	3.393	2.902	1.098		

Sumber: Lampiran 5 & 7 (halaman 140 & 142)

Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh dimensi dan indikator dari konstruk penelitian memiliki nilai loading factor standar ≥ 0.5 sehingga seluruhnya memiliki validitas yang baik. Adapun *Construct*

Reliability (C.R.) seluruh konstruk memiliki nilai $C.R \geq 0.7$ yang artinya berada di atas nilai yang direkomendasikan. Pada nilai *Variance Extracted* (VE) seluruh konstruk memiliki nilai di atas 0.5, di atas nilai yang direkomendasikan. Dengan demikian seluruh konstruk memiliki nilai reliabilitas yang memenuhi syarat. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian, dimensi dan indikator dalam fit model memiliki reliabilitas dan validitas yang baik.

c. *Discriminant Validity*

Discriminant validity mengukur sampai seberapa jauh suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Nilai *discriminant validity* yang tinggi memberikan bukti bahwa suatu konstruk adalah unik dan mampu menangkap fenomena yang diukur. Cara mengujinya adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *average variance extracted* (AVE atau \sqrt{AVE}) dengan nilai korelasi antar konstruk. Berdasarkan nilai VE setiap konstruk penelitian yang terdapat pada tabel di atas maka nilai akar kuadrat dari AVE konstruk dalam penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

<i>Performance Expectancy</i>	$= \sqrt{AVE} = \sqrt{0,749} = 0,897$
<i>Effort Expectancy</i>	$= \sqrt{AVE} = \sqrt{0,720} = 0,852$
<i>Social Influence</i>	$= \sqrt{AVE} = \sqrt{0,790} = 0,899$
<i>Facilitating Condition</i>	$= \sqrt{AVE} = \sqrt{0,593} = 0,771$

Dari hasil perhitungan nilai akar kuadrat AVE konstruk dan nilai korelasi antar konstruk atau *Implied (for all variables) Correlations (Group number 1 – Default model)* hasil perhitungan program AMOS dapat dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 4. 19 Uji Validitas Diskriminan

	<i>PE</i>	<i>EE</i>	<i>SI</i>	<i>FC</i>
<i>PE</i>	0.897			
<i>EE</i>	0.681	0.852		
<i>SI</i>	0.360	0.409	0.899	
<i>FC</i>	0.384	0.416	0.624	0.771

Keterangan: diagonal adalah nilai akar kuadrat AVE

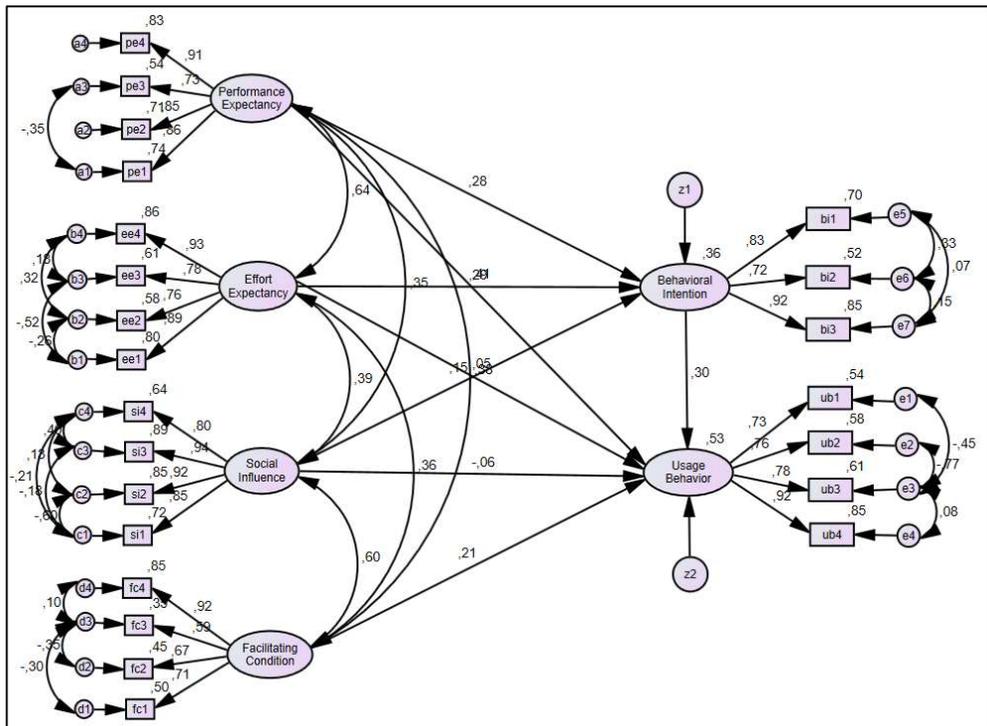
Sumber: Lampiran 9 (halaman 122)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh nilai korelasi antar konstruk (yang tidak terletak di diagonal tabel) lebih rendah nilainya dari nilai akar kuadrat dari AVE masing-masing konstruk laten (yang terletak di diagonal tabel). Karena itu masing-masing konstruk laten memiliki *discriminant validity* yang baik. Dengan demikian dapat disimpulkan secara keseluruhan konstruk laten dalam penelitian ini cukup unik dan mampu menangkap konsep yang diukur.

d. Pengukuran Model Struktural Lengkap

Hasil analisis terhadap validitas dan reliabilitas menunjukkan tidak terdapat persoalan pada indikator-indikator pembentuk variabel laten. Selanjutnya konstruk eksogen dan endogen digabungkan menjadi

full model SEM. Dibawah ini adalah gambar full model SEM yang telah diikutsertakan dengan data-data indikator yang valid.



Gambar 4. 3 Model Struktural Lengkap

Hasil output AMOS Full Model menunjukkan bahwa secara keseluruhan model struktural tersebut merupakan *fit model* yang dapat diterima lihat Tabel 4.15. Menurut (Hair et al., 2014) biasanya, menggunakan tiga hingga empat indeks kecocokan memberikan bukti kecocokan model yang memadai asalkan masing-masing kriteria dari GOF yaitu *absolute fit indices*, *incremental fit indices* dan *parsimony fit indices* terwakili. Dalam penelitian empiris, seorang peneliti tidak dituntut untuk memenuhi semua kriteria GOF, akan tetapi tergantung dari *judgement* atau keputusan masing-masing peneliti.

Tabel 4. 20 Uji GOF Model Struktural Lengkap

No	<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut off Value</i>	Hasil	Kriteria
1	χ^2 - Chi Square	< 252.793	339.198	<i>Unfit</i>
2	Significance probability	\geq 0.05	0.000	
3	DF	> 0.00	203	<i>Over Identified</i>
4	CMIN/DF	\leq 2.00	1.671	<i>Good Fit</i>
5	GFI	\geq 0.90	0.862	<i>Marginal Fit</i>
6	AGFI	\geq 0.90	0.812	<i>Marginal Fit</i>
7	CFI	\geq 0.95	0.962	<i>Good Fit</i>
8	TLI	\geq 0.95	0.952	<i>Good Fit</i>
9	NFI	\geq 0.95	0.911	<i>Marginal Fit</i>
10	IFI	\geq 0.95	0.962	<i>Good Fit</i>
11	RMSEA	\leq 0.08	0.064	<i>Good Fit</i>
12	RMR	\leq 0.05	0.031	<i>Good Fit</i>

Sumber: Lampiran 10 (halaman 123)

Berdasarkan tabel 4.15, dapat dilihat bahwa model penelitian yang dibangun cukup baik dalam memenuhi kriteria *Goodness of Fit* Model di mana terdapat 6 indikator dalam kriteria *good fit* dan 3 indikator dalam kriteria *marginal fit*, sehingga dengan hasil analisis ini tidak perlu lagi dilakukan modifikasi model. Dengan demikian hipotesis fundamental analisis SEM dalam penelitian ini diterima yang artinya tidak ada perbedaan yang signifikan antara matrik kovarian data dari variabel teramati dengan matrik kovarian dari model yang dispesifikasikan (*implied covariance matrix*). Kemudian besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel

dependen akan dilakukan pengujian secara statistik sehingga dapat diketahui variabel independen mana saja yang berpengaruh signifikan dan paling dominan memengaruhi variabel dependennya.

2. Evaluasi model struktural

Sebelum dilakukan pengujian secara statistik terhadap pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam fit model (pengujian hipotesis penelitian), terlebih dahulu akan dilakukan evaluasi terhadap model struktural yang dihasilkan oleh fit model dalam penelitian ini. Evaluasi yang dilakukan terhadap model struktural meliputi:

a. Ukuran sampel

Ghozali (2017) menyatakan syarat jumlah sampel yang harus dipenuhi jika menggunakan analisis SEM berkisar antara 100-200 untuk estimasi ML. Sementara penentuan jumlah sampel berdasarkan pendapat Hair et al., (2014) minimal lima kali jumlah parameter atau variabel yang dianalisis. Dengan demikian jumlah sampel sebanyak 164 responden dalam penelitian ini sudah memenuhi ketentuan minimal.

b. Normalitas Data

Estimasi dengan *Maximum Likelihood* menghendaki variabel *observed* harus memenuhi asumsi normalitas multivariat.

Evaluasi normalitas multivariate dengan AMOS dilakukan dengan mengamati nilai skewness dan kurtosis data menggunakan kriteria critical ratio (c.r) multivariate. Distribusi data dikatakan normal pada tingkat signifikansi 0,01 jika *critical ratio* (c. r) untuk *skewnes* (kemiringan) atau *kurtosis* (keruncingan) tidak lebih dari $\pm 2,58$ (Ghozali, 2017).

Hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa nilai c.r. multivariate berada di luar rentang $\pm 2,58$ sehingga disimpulkan bahwa data berdistribusi tidak normal secara multivariat. Untuk menguji model yang tidak normal salah satunya dengan melakukan pengujian *bootstraping* (Widhiarso, 2012). Metode *boot strap* adalah metode berbasis komputer yang dikembangkan untuk mengestimasi berbagai kualitas statistik. Metode ini merupakan salah satu metode alternatif dalam SEM untuk memecahkan permasalahan data *multivariate* yang tidak normal. Pengujian *bootstraping* yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan prosedur Bollen Stine.

Proses *boot straping* menghasilkan 33 sampel yang tidak mendukung model yang kembangkan. Dari hasil tersebut didapatkan nilai p Bollen Stine adalah $33/250 = 0,135$. Nilai p digunakan untuk menilai ketepatan model secara keseluruhan. Dengan menggunakan kriteria signifikansi konvensional ($p=0,05$)

didapatkan nilai p model lebih dari 0,05 ($p > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang dikembangkan dalam penelitian ini didukung atau sesuai data.

Bollen-Stine Bootstrap (Default model)

The model fit better in 217 bootstrap samples.

It fit about equally well in 0 bootstrap samples.

It fit worse or failed to fit in 33 bootstrap samples.

Testing the null hypothesis that the model is correct, Bollen-Stine bootstrap $p = ,135$

c. Evaluasi *Outliers*

Berdasarkan nilai *chi-square* dengan derajat bebas 30 (jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian ini) pada tingkat signifikansi 0,001 adalah 59.703. Nilai *mahalanobis* yang melebihi nilai tersebut mengindikasikan adanya data *multivariate outliers*. Dari tabel pada lampiran 11 masih terdapat *outlier* dalam data. Langkah selanjutnya data nomor 162 akan dihapus.

d. Evaluasi Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat diketahui dari nilai koefisien korelasi antar variabel independen yang diperoleh $< 0,85$, nilai tersebut menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini dikatakan tidak memenuhi asumsi multikolinearitas (Ghozali, 2014). Tabel 4.16 menunjukkan output korelasi menunjukkan bahwa semua korelasi antar variabel independen $< 0,85$. Maka peneliti

menyimpulkan bahwa tidak ada korelasi yang sempurna antar variabel independen.

Tabel 4. 21 Output AMOS Korelasi

			<i>Estimate</i>
Effort_Expectancy	<-->	Social_Influence	.409
Performance_Expectancy	<-->	Facilitating_Condition	.384
Social_Influence	<-->	Facilitating_Condition	.624
Performance_Expectancy	<-->	Social_Influence	.360
Performance_Expectancy	<-->	Effort_Expectancy	.681
Effort_Expectancy	<-->	Facilitating_Condition	.416

Sumber: Lampiran 9 (halaman 143)

Setelah model dievaluasi kemudian dilakukan *goodness of fit* kembali dan didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 4. 22 Uji GOF Setelah Evaluasi

No	<i>Goodness of Fit Index</i>		<i>Cut of Value</i>	Hasil	Kriteria
1	χ^2 - Chi Square	<	252.793	294.170	<i>Unfit</i>
2	Significance probability	\geq	0.05	0.000	
3	DF	>	0.00	203	<i>Over Identified</i>
4	CMIN/DF	\leq	2.00	1.449	<i>Good Fit</i>
5	GFI	\geq	0.90	0.858	<i>Marginal Fit</i>
6	AGFI	\geq	0.90	0.807	<i>Marginal Fit</i>
7	CFI	\geq	0.95	0.964	<i>Good Fit</i>
8	TLI	\geq	0.95	0.955	<i>Good Fit</i>
9	NFI	\geq	0.95	0.894	<i>Marginal Fit</i>
10	IFI	\geq	0.95	0.965	<i>Good Fit</i>
11	RMSEA	\leq	0.08	0.055	<i>Good Fit</i>
12	RMR	\leq	0.05	0.025	<i>Good Fit</i>

Sumber: Lampiran 15 (halaman 149)

Tabel 4.17 menunjukkan hasil uji GOF setelah evaluasi tidak terjadi perubahan signifikan. Index yang menunjukkan *good fit* berjumlah 6 sementara tiga index tetap *marginal fit*.

3. Pengaruh Moderasi

Langkah pertama pengujian efek moderasi dilakukan dengan melakukan analisis model tanpa variabel interaksi (lampiran 16). Model tersebut menghasilkan output yang digunakan untuk menghitung loading factor variabel interaksi dan nilai *error variance* variabel interaksi. Setelah nilai loading factor variabel interaksi dan nilai *error variance* interaksi ditentukan, model interaksi diestimasi kembali dengan ditambah komponen variabel interaksi. Variabel interaksi adalah variabel baru dengan indikator hasil perkalian antara indikator variabel independen dan variabel moderator. Hasil perhitungan model dengan variabel interaksi pada hubungan antar variabel bisa dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 4. 23 Hasil Perhitungan Variabel Interaksi

Hubungan	Est.	S.E.	C.R.	P
PE -> BI	.005	.001	4.051	***
EE -> BI	.005	.001	5.114	***
SI -> BI	.003	.001	3.461	***
BI -> UB	.001	.001	.828	.407

Sumber: Lampiran 16 (halaman 151)

Berdasarkan hasil di atas dapat disimpulkan bahwa variabel interaksi pada PE, EE, dan SI berpengaruh signifikan dengan nilai *P-value* *** (di bawah 0,05) atau CR lebih besar dari 1,96. Sedangkan variabel interaksi pada hubungan antara BI dengan UB tidak berpengaruh signifikan dengan nilai $P\ 0,407 \geq 0,05$ atau C.R. $0,828 \leq 1,96$. Dapat disimpulkan bahwa *propensity to act* memoderasi hubungan antara PE, EE dan SI kepada niat. Sementara *precipitating event* tidak memoderasi pengaruh antara niat kepada penggunaan.

4. Pengujian Hipotesis

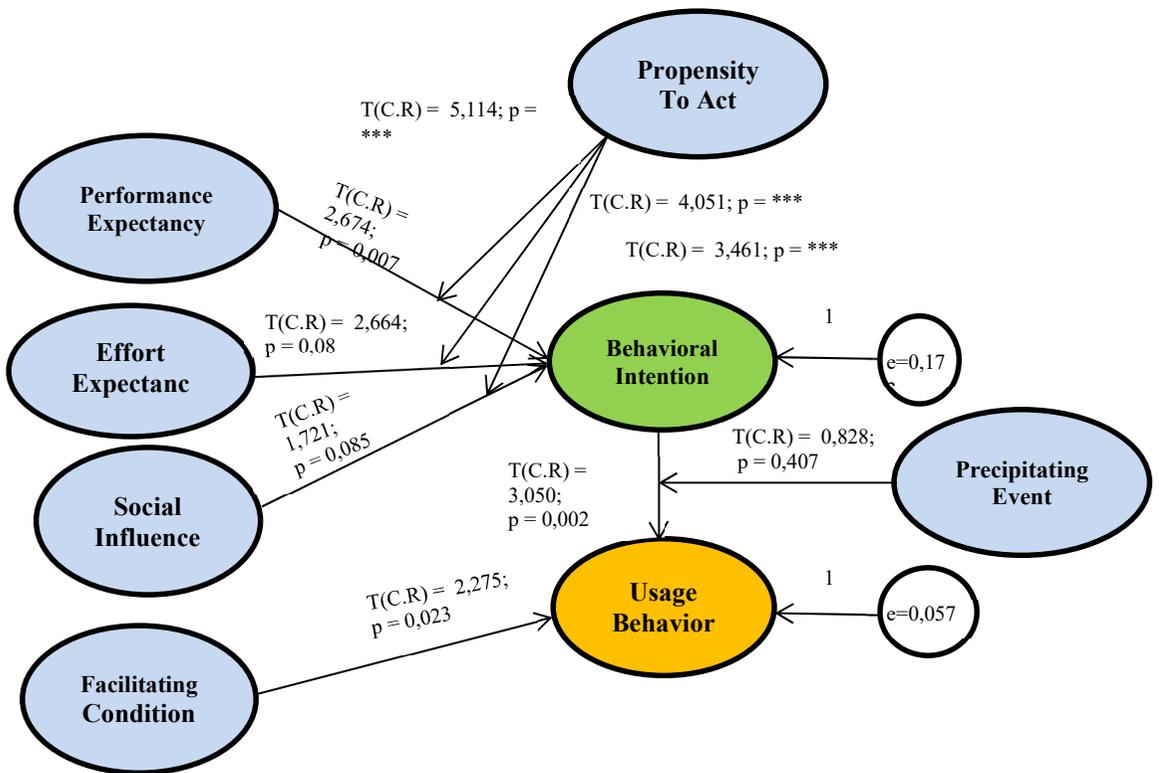
Pengujian dilakukan terhadap 9 hipotesis yang diajukan dengan menggunakan t-value pada tingkat signifikansi 0,05. nilai t-value dalam program AMOS merupakan nilai *Critical Ratio* (C.R) pada *Regression Weight: (Group number 1 –Default model)* dari fit model. Apabila nilai Critical Ratio (C.R) $\geq 1,967$ atau nilai probabilitas (P) $\leq 0,05$ maka H0 ditolak (hipotesis penelitian diterima). Nilai *Regression Weight: (Group number 1 –Default model)* hasil pengolahan oleh AMOS terhadap Full Model_4 tampak pada tabel berikut:

Tabel 4. 24 Hasil Pengujian Hipotesis dari Output AMOS

No.	Hubungan	Est.	S.E.	C.R.	P	Ket.
1.	Behavioral_Intention → Performance_Expectancy	.268	.100	2.674	.007	Diterima
2.	Effort_Expectancy → Behavioral_Intention	.220	.082	2.664	.008	Diterima
3.	Social_Influence → Behavioral_Intention	.097	.057	1.721	.085	Ditolak
4.	Facilitating_Condition → Usage_Behavior	.160	.070	2.275	.023	Diterima
5.	Behavioral_Intention → Usage_Behavior	.237	.078	3.050	.002	Diterima
6a.	PTA x Performance_Expectancy → Behavioral_Intention	.005	.001	4.051	***	Diterima
6b.	PTA x Effort_Expectancy → Behavioral_Intention	.005	.001	5.114	***	Diterima
6c.	PTA x Social_Influence → Behavioral_Intention	.003	.001	3.461	***	Diterima
7.	PRE x Behavioral_Intention → Usage_Behavior	.001	.001	.828	.407	Ditolak

Sumber: Lampiran 15 (halaman 149)

Tabel di atas dijadikan acuan utama untuk melakukan uji hipotesis dalam penelitian ini. Kriteria pengujian adalah tolak H0 jika nilai *t-Value* atau *Critical Ratio* (C.R.) $\geq 1,967$ atau nilai $p \leq 0,05$. Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat diagram koefisien t-hitung hasil analisis full model seperti terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4. 4 Koefisien T-hitung Full model

5. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total

Analisis pengaruh ditujukan untuk melihat seberapa kuat pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya baik secara langsung, maupun secara tidak langsung. Hasil perhitungan pengaruh langsung, tidak langsung dan pengaruh total oleh AMOS 24 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 25 Pengaruh langsung

Standardized Direct Effects (Group Number 1 –Default Model)

	FC	SI	EE	PE	BI	UB
BI	,000	0,151	0,290	0,285	,000	,000
UB	0,207	-0,064	0,049	0,412	0,295	,000

Sumber: Lampiran 17 (halaman 159)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.22 pengaruh langsung *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* terhadap *behavioral intention* dapat disimpulkan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh langsung paling besar (sebesar 0,290) terhadap *behavioral intention* dari pada pengaruh langsung *performance expectancy* (0,285) dan *social influence* (0,151). Adapun pengaruh langsung *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* terhadap *usage behavior* dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh paling besar terhadap *usage behavior* (sebesar 0,412) dibanding variabel lain.

Tabel 4. 26 Pengaruh Tidak Langsung

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	<i>FC</i>	<i>SI</i>	<i>EE</i>	<i>PE</i>	<i>BI</i>	<i>UB</i>
<i>BI</i>	,000	,000	,000	,000	,000	,000
<i>UB</i>	,000	0,023	0,052	0,063	,000	,000

Sumber: Lampiran 18 (halaman 160)

Kemudian pada tabel 4.23 di atas hasil perhitungan pengaruh tidak langsung dari *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* terhadap *usage behavior* melalui *behavioral intention* menunjukkan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh tidak langsung yang lebih besar (0,068) dibanding *effort expectancy* (0,062) dan *social influence* (0,052).

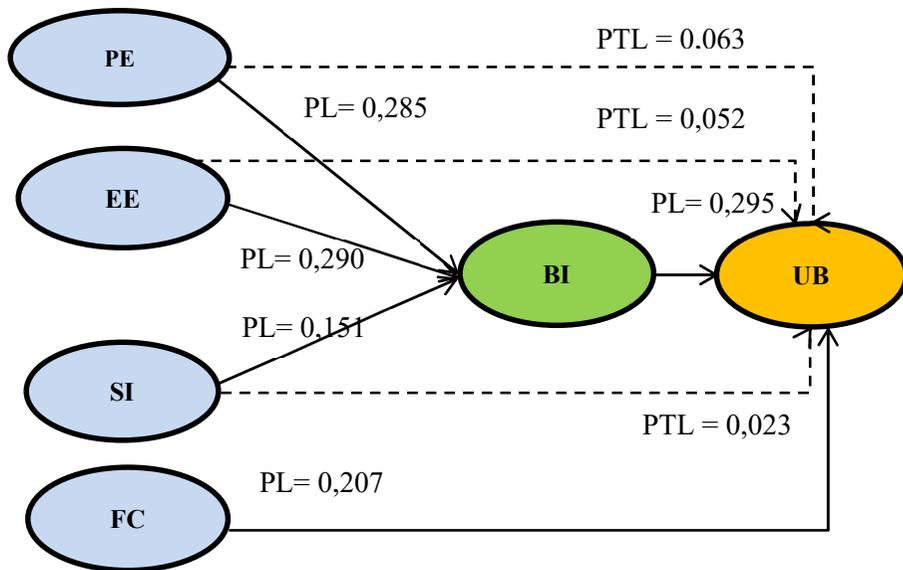
Tabel 4. 27 Pengaruh Total

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	<i>FC</i>	<i>SI</i>	<i>EE</i>	<i>PE</i>	<i>BI</i>	<i>UB</i>
<i>BI</i>	,000	0,151	0,290	0,285	,000	,000
<i>UB</i>	0,207	-0,019	0,134	0,496	0,295	,000

Sumber: Lampiran 19 (halaman 161)

Tabel 4.24 menunjukkan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh total yang paling besar (0,251) dibanding *effort expectancy* (0,229) dan *social influence* (0,192). *Performance expectancy* juga memiliki pengaruh total paling besar (0,441) terhadap *usage behavior* dibanding pengaruh total *effort expectancy* (0,130), *social influence* (0,023) dan *facilitating condition* (0,212) terhadap *usage behavior*. Berdasarkan tabel 4.21 sampai dengan 4.23 dapat dibuat diagram pada gambar di bawah ini.



Gambar 4. 5 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung

Berdasarkan hasil analisis model struktural dan pengujian *goodness of fit*, penelitian ini menghasilkan dua persamaan struktural yang dapat diterima sehingga dapat menjelaskan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Dua persamaan struktural yang dihasilkan:

Persamaan struktural 1:

$$BI = 0,285*PE + 0,290*EE + 0,151*SI$$

Persamaan struktural 2:

$$UB = 0,436*PE + 0,094*EE + (-0,019)*SI + 0,207*FC + 0,295*BI$$

Berdasarkan dua persamaan struktural yang dihasilkan dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel *performance expectancy* memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap *behavioral intention*. Hal itu ditunjukkan oleh nilai koefisien jalurnya yang terbesar (0,251) dibandingkan dengan koefisien jalur dari variabel *effort expectancy* sebesar 0,229 maupun *social influence* sebesar 0,192. Hal tersebut juga terjadi pada pengaruh terhadap *usage behavior*, *performance expectation* memiliki pengaruh paling dominan sebesar 0,373 dibandingkan dengan koefisien jalur dari variabel *behavioral intention* (0,272) dan *facilitating condition* (0,212).

6. Variabel Mediator

Suatu variabel dapat dianggap sebagai mediator berdasarkan sejauh mana ia mempengaruhi hubungan antara variabel independen (VI) terhadap variabel dependen (VD). Secara umum, mediasi dapat dikatakan terjadi ketika (1) variabel independen secara signifikan mempengaruhi mediator, (2) variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen dengan tidak adanya mediator, (3) mediator memiliki efek unik yang signifikan pada variabel dependen, dan (4) efek variabel independen pada variabel dependen menyusut pada penambahan mediator ke model (Preacher, Rucker, & Hayes, 2007). AMOS tidak menampilkan secara eksplisit perhitungan mediator secara statistik ini. Uji mediator dilakukan menggunakan kalkulator Sobel Test dengan menginput nilai koefisien regresi (*unstandardized*) dan standard error (SE) hubungan antara VI – mediator dan hubungan mediator – VD.

Tabel 4. 28 Hasil Perhitungan *Sobel Test*

Hubungan	<i>Test statistic</i>	<i>Std. Error</i>	<i>p-value</i>
PE – BI - UB	2.009	0.031	0.044
EE – BI - UB	2.011	0.025	0.044
SI- BI - UB	1.484	0.015	0.137

Sumber: Lampiran 21 (halaman 162)

Dari hasil output pada tabel 4.25 ditemukan hubungan PE - BI - UB memiliki *test statistic* 2,009 dan hubungan EE – BI - UB 2,011 memiliki *test statistic* 2,011. Keduanya di atas 1,96 dengan *p-value* <

0,05. Sementara hubungan SI- BI - UB di bawah 1,96 dengan p-value 0,137 > 0,05. Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa ditemukan efek mediasi pada hubungan PE - BI - UB dan EE – BI - UB yang signifikan. Sementara hubungan SI- BI - UB tidak memiliki efek mediasi yang signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* atau niat penggunaan dalam penelitian ini merupakan variabel mediasi dari *performance expectancy* dan *effort expectancy* pada *usage behavior*. Namun *behavioral intention* tidak memediasi hubungan antara *social influence* dan *usage behavior*.

F. Uji Hipotesis

Adapun hasil pengujian terhadap seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

H1: *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* penggunaan TIK pada UMKM

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa **nilai t-Value atau C.R. sebesar $2,674 \geq 1,967$ atau nilai P sebesar $0,007 \leq 0,05$** maka terima H1, sehingga dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan teknologi informasi untuk bisnis pada pelaku UMKM di DIY.

b. Hipotesis 2

H2: *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan TIK pada UMKM

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa **nilai t-Value atau C.R. sebesar $2,664 \geq 1,967$ atau nilai P sebesar $0,008 \leq 0,05$** maka terima H1, sehingga dapat disimpulkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan teknologi informasi untuk bisnis pada pelaku UMKM di DIY.

c. Hipotesis 3

H3: *social influence* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan TIK pada UMKM

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa **nilai t-Value atau C.R. sebesar $1,721 \leq 1,967$ atau nilai P sebesar $0,085 \geq 0,05$** maka terima H1, sehingga dapat disimpulkan bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi informasi untuk bisnis pada pelaku UMKM di DIY.

d. Hipotesis 4

H4: *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior* dalam penggunaan TIK pada UMKM

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa **nilai t-Value atau C.R. sebesar $2,275 \geq 1,967$ atau nilai P sebesar $0,023 \leq 0,05$** maka terima H1,

sehingga dapat disimpulkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi informasi untuk bisnis pada pelaku UMKM di DIY.

e. **Hipotesis 5**

H5: *behavioral intention* berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi pada UMKM

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa **nilai t-Value atau C.R. sebesar $3,050 \geq 1,967$ atau nilai P sebesar $0,002 \leq 0,05$** maka terima H1, sehingga dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi informasi untuk bisnis pada pelaku UMKM di DIY.

f. **Hipotesis 6a**

H6a: *propensity to act* memoderasi pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* penggunaan TIK pada UMKM

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa **nilai t-Value atau C.R. sebesar $4,051 \geq 1,967$ atau nilai P sebesar $*** \leq 0,05$** maka terima H1, sehingga dapat disimpulkan bahwa *propensity to act* memoderasi hubungan *performance expectancy* terhadap niat penggunaan teknologi informasi untuk bisnis pada pelaku UMKM di DIY.

g. Hipotesis 6b

H6b: *propensity to act* memoderasi pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* penggunaan TIK pada UMKM

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa **nilai t-Value atau C.R. sebesar 5,114 $\geq 1,967$ atau nilai P sebesar *** $\leq 0,05$** maka terima H1, sehingga dapat disimpulkan bahwa *propensity to act* memoderasi hubungan *effort expectancy* terhadap niat penggunaan teknologi informasi untuk bisnis pada pelaku UMKM di DIY.

h. Hipotesis 6c

H6c: *propensity to act* memoderasi pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* penggunaan TIK pada UMKM

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa **nilai t-Value atau C.R. sebesar 3,461 $\geq 1,967$ atau nilai P sebesar *** $\leq 0,05$** maka terima H1, sehingga dapat disimpulkan bahwa *propensity to act* memoderasi hubungan *social influence* terhadap niat penggunaan teknologi informasi untuk bisnis pada pelaku UMKM di DIY.

i. Hipotesis 7

H7: *precipitating events* memoderasi pengaruh *behavioral intention* terhadap perilaku penggunaan TIK pada UMKM

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa **nilai t-Value atau C.R. sebesar 0,828 $\leq 1,967$ atau nilai P sebesar 0,407 $\geq 0,05$** maka tolak H1,

sehingga dapat disimpulkan bahwa *precipitating event* tidak memoderasi hubungan *behavioral intention* terhadap perilaku penggunaan teknologi informasi untuk bisnis pada pelaku UMKM di DIY.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil uji hipotesis pengaruh *performance expectancy* terhadap niat penggunaan TIK didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Pada penelitian terdahulu, *performance expectancy* ditemukan sebagai variabel yang paling banyak memengaruhi niat penggunaan TIK pada pelaku usaha. Hal ini ditunjukkan oleh penelitian Al Mursalin (2012), Moghavvemi et al. (2012), Tan et al. (2013), Vrsajkovic (2016), Goswami & Dutta (2017) dan Fobang et al. (2017). Niat penggunaan TIK dalam bidang usaha muncul jika pelaku mempunyai ekspektasi bahwa suatu teknologi dapat berdampak pada kinerja bisnisnya. Semakin tinggi ekspektasi seseorang pada kinerja yang dihasilkan oleh sebuah teknologi maka niat penggunaan teknologi tersebut juga akan meningkat. Artinya para pelaku usaha berpikir secara rasional dengan menjadikan kinerja dari sebuah teknologi terhadap bisnis sebagai pertimbangan utamanya dalam menggunakan TIK.

Effort expectancy berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan TIK pada pelaku UMKM. Semakin tinggi persepsi

seseorang bahwa upaya penggunaan TIK itu mudah, maka niat penggunaan TIK untuk bisnis juga akan meningkat. Hipotesis ini didukung penelitian Al Mursalin (2012), Moghavvemi et al. (2012), Tan et al. (2013), Vrsajkovic (2016), dan Goswami & Dutta (2017). *Effort expectancy* mengacu pada pengalaman menggunakan sistem informasi tertentu (Venkatesh et al., 2003). Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar pelaku usaha yang menggunakan TIK adalah anak muda. Kelompok muda cenderung lebih berpengalaman terhadap penggunaan teknologi terkini karena sudah menjadi bagian dari aktifitas sehari-hari. Dari kondisi tersebut kemungkinan pelaku usaha yang berusia muda merasa lebih mudah untuk menggunakan TIK dalam usahanya. Di sisi lain, banyak pelaku usaha generasi yang lebih tua masih dalam tahap awal penggunaan teknologi, karena itu mereka merasa bahwa perlu lebih banyak upaya untuk menggunakan TIK dalam bidang usahanya.

Social influence tidak berpengaruh signifikan pada niat penggunaan TIK. Dengan kata lain, pengaruh orang lain tidak akan memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan pemasaran internet. Hasil penelitian Tan et al. (2013) tentang niat penggunaan internet marketing di Malaysia dan Korea menunjukkan kesimpulan yang sama. Meskipun temuan ini bertentangan dengan beberapa penelitian sebelumnya (Bagozzi dan Dholakia, 2002; Williams dan Corthrel, 2000),

hal ini bisa dipahami karena Generasi Y (mereka yang berusia antara 19 dan 35) diidentifikasi sebagai kelompok yang paling mahir dalam hal penggunaan internet dan adopsi inovasi teknologi. Hal itu bisa dilihat dari profil demografi responden yang terlibat dalam penelitian ini. Teknologi sudah menjadi perangkat yang melekat dalam aktivitas kaum muda setiap hari. Dengan alasan tersebut, para pelaku usaha usia berusia muda mungkin tidak memerlukan pengaruh orang lain untuk menggunakan TIK dalam bisnisnya.

Pengaruh *facilitating condition* terhadap perilaku penggunaan TIK adalah signifikan. Hasil uji hipotesis ini didukung oleh penelitian terdahulu. Temuan ini dapat dipahami karena penetrasi internet di Indonesia terus meningkat dan menjadi salah satu yang tertinggi di negara-negara berkembang. Fasilitas TIK di kota besar seperti Yogyakarta relatif baik dibandingkan di daerah pedesaan, hal itu mendukung pelaku UMKM dalam penggunaan TIK untuk bisnisnya.

Propensity to act memoderasi pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* pada niat penggunaan TIK. Pelaku yang memiliki kecenderungan bertindak memiliki niat yang lebih besar dalam penggunaan TIK. Kecenderungan pelaku usaha untuk bertindak melakukan hal baru merupakan sebuah sikap yang berbasis kognitif. Sikap yang terdiri atas keyakinan dan evaluasi berdampak

positif pada niat (Tjahjono dkk, 2013). Keyakinan bahwa menggunakan TIK memiliki prospek dan produktif bagi individu mendorong mereka semakin berkeinginan (memiliki niat kuat) untuk menggunakannya. Hal tersebut dapat dipahami karena pelaku UMKM yang memiliki mental wirausaha akan berfokus pada peluang. Hadirnya teknologi baru disikapi secara terbuka dengan keinginan untuk mencoba mengaplikasikan pada usahanya untuk meningkatkan produktifitas. Meskipun pengaruh sosial ditemukan tidak berpengaruh signifikan pada munculnya niat penggunaan TIK, namun jika individu memiliki kecenderungan bertindak yang kuat kemungkinan niat akan muncul. Kecenderungan bertindak mungkin dapat dijelaskan dengan karakteristik wirausahawan yang optimis dan mengincar peluang.

Precipitating event tidak memoderasi hubungan antara niat dan penggunaan TIK. Tidak ditemukan perbedaan pada pengusaha yang mengalami peristiwa pencetus atau tidak. Hasil menunjukkan peristiwa pencetus tidak meningkatkan pengaruh niat pada penggunaan aktual TIK pelaku UMKM. Menurut Shapero, "peristiwa pencetus" datang dalam banyak bentuk dan seringkali hanya dilihat oleh individu yang mengalaminya. Namun, kita dapat mengkategorikan jenis peristiwa pencetus dengan melihat dimensi-dimensi yang dicatat oleh Shapero, lalu Schindehutte, dkk. Menurut Schindehutte et al. (2016) pemicu

dalam bidang kewirausahaan dibagi dua yaitu *push* dan *pull* (dorongan dan tarikan). Peristiwa yang positif menarik wirausahawan yang prospektif untuk melakukan aksi tertentu (misalnya sebuah peluang untuk meningkatkan penjualan). Di sisi lain keadaan negatif yang dialami mungkin mendorong seseorang untuk memulai usahanya sendiri (misalnya kehilangan pekerjaan atau sempitnya lowongan kerja). Misalnya, studi GEM (Acs et al. 2004) telah mengklasifikasikan motivasi awal untuk memulai usaha sebagai sebuah "kebutuhan" (*push*) atau "peluang" (*pull*).

Penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar wirausahawan adalah wirausahawan yang didorong oleh 'kebutuhan' (*push*), berlawanan dengan pengusaha yang 'ditarik' (*pull*) oleh peluang (N. Krueger et al., 2008). Pengusaha dengan karakter push cenderung melakukan sesuatu karena dorongan dari situasi negatif yang dirasakan. Sementara lebih banyak perhatian diberikan kepada pengusaha prospektif dengan pertumbuhan tinggi karena kontribusi mereka yang luar biasa terhadap komersialisasi teknologi dan penciptaan lapangan kerja. Data GEM menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha yang berhasil tumbuh adalah pengusaha yang ditarik oleh peluang signifikan yang mendukung tingkat pertumbuhan eksplosif mereka (Acs et al. 2004), bukan mereka yang memulai dengan dorongan.

Meskipun peristiwa pencetus yang dirasakan oleh individu sangat subjektif. Hal tersebut mungkin juga terjadi pada pola penggunaan teknologi. Faktanya dari sisi peluang, kita bisa melihat pesatnya pengguna internet memperbesar ukuran pasar. Di sisi lain, startup teknologi swasta saat ini banyak mengembangkan platform yang menjembatani antara pelaku usaha dengan konsumennya misalnya lewat platform *marketplace*, media sosial dan aplikasi lainnya. Hal itu merupakan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan pendapatannya. Namun kesempatan tersebut tidak akan berdampak jika pelaku usaha tidak berorientasi pada peluang. Jawaban responden menunjukkan peristiwa pencetus yang dirasakan berada di rentang skala 3,5 (tinggi-sedang). Hal tersebut dapat diartikan bahwa sebagian besar responden tidak terlalu merasakan pengaruh peristiwa pencetus dalam perilaku mereka menggunakan teknologi. Dari situ dapat dilihat kemungkinan bahwa kesadaran para pelaku usaha terhadap lingkungan eksternal masih kurang sehingga pengaruhnya tidak cukup untuk memperkuat hubungan niat pada terwujudnya perilaku. Di sisi lain ada kemungkinan para pelaku usaha yang lebih tua menemukan hambatan dalam upaya mengadopsi TIK

untuk bisnisnya, hambatan tersebut bisa jadi persoalan keterampilan, atau pertimbangan mengenai modal tambahan yang harus disiapkan untuk penggunaan TIK.