

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini yaitu UMKM di desa Sangereng untuk mengembagkan suatu bisnis pada desa tersebut dengan tujuan UMKM *go Digital*. UMKM yang dituju pada penelitian ini yaitu Curug Sangereng Snack yang dikelola dan dibina oleh karang taruna desa Curug Sangereng. Penelitian ini bertujuan membangun sebuah platform aplikasi berbasis *Website Application* yang digunakan sebagai *E-Commerce* pada suatu sektor bisnis usaha di desa Sangereng. UMKM yang terlibat pada penelitian ini dapat menjalankan bisnis secara *digital* agar dapat mengikuti perkembangan serta meningkatkan daya saing usaha untuk mengembangkan UMKM.

#### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah metode utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menemukan jawaban atas masalah yang ada. Penelitian ini termasuk kedalam jenis *mixed method*. Jenis *mixed method* ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Selain itu penelitian ini dimulai dari tinjauan dari penelitian terdahulu menggunakan metode *Survey Literature* untuk memastikan faktor faktor yang mempengaruhi peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam memasarkan produk. Jadi, peneliti akan mengumpulkan data kuesioner dan wawancara, setelah terkumpul data kuesioner yang dibutuhkan akan dijabarkan hasil yang di dapat.

Data yang didapatkan dari hasil kuesioner, dilakukan penganalisisan dengan menentukan berbagai indikator. Penentuan indikator ini dilakukan untuk melakukan pengujian dan pengolahan data untuk mendapatkan hasil akhir yang dibutuhkan dalam penelitian. Penelitian dilakukan dengan pengujian validitas yang berikutnya dilakukan pengujian bertingkat untuk mendapatkan hasil dari data kuesioner yang telah didapat.

Selain dengan metode pengumpulan data, digunakan juga metode untuk melakukan pengembangan sistem agar dapat menjadi sistem yang dibutuhkan berdasarkan pengguna. Ada 2 pilihan metode yang dipertimbangkan dalam penelitian ini yaitu *Rapid Application Development (RAD)* dan juga metode *Prototyping*. Pada tabel 3.1 ini menunjukkan perbandingan yang dipertimbangkan oleh penulis.

Tabel 3.1 Perbandingan RAD dan Prototyping

<b>Pembanding</b>	<b><i>Rapid Application Development</i></b>	<b><i>Prototyping</i></b>
<b>Definisi</b>	Metode yang memiliki fokus pada pengembangan suatu aplikasi dengan cepat, pengulangan, dan <i>feedback</i> .	Metode pengembangan sistem perantara pengembangan yang sudah ada sebuah gambaran awal terhadap sistem yang akan dirancang terlebih dahulu.
<b>Pengembangan</b>	Didasari oleh komponen yang sudah ada	Didasari oleh kebutuhan user
<b>Kelebihan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tahapan berjalan dengan waktu yang singkat sehingga cocok untuk proyek dengan waktu yang pendek.</li> <li>2. Dapat menggunakan kembali komponen yang ada sehingga tidak perlu membuat dari awal</li> <li>3. Memperkecil kesalahan atau <i>error</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membutuhkan waktu yang relatif lebih singkat dengan perancangan sistem yang tidak memakan waktu</li> <li>2. Pengembangan dapat bekerja lebih baik karena ada komunikasi dengan kebutuhan <i>user</i></li> <li>3. Cocok digunakan untuk proyek yang kecil</li> <li>4. <i>User</i> memiliki kepuasan tersendiri karena sudah memiliki gambaran terkait sistem yang akan dibuat</li> </ol>
<b>Kekurangan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memerlukan kolaborasi tim dengan kemampuan yang kuat dan memadai</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghabiskan waktu yang banyak jika klien kurang puas</li> <li>2. Sistem akan terhambat jika</li> </ol>

	2. Hanya cocok diterapkan pada proyek yang kecil	komunikasi antara pihak tidak berjalan dengan lancar 3. Kurang fleksibel dalam perubahan jika sistem sudah di tahap akhir
--	--	--

Dari perbandingan tabel diatas, metode yang dipilih penulis adalah metode *Prototyping*. Pemilihan metode ini dipilih karena proses yang cukup memungkinkan. Proses perancangan sistem yang terlebih dahulu membuat kemudahan dalam pembuatan proyek dikarenakan *feedback* dari user sehingga hasil yang diperoleh akan tergambar secara jelas dengan *prototype*. Selain itu juga dengan ada *Prototype* ini maka pembuatan sistem akan berfokus pada hasil gambaran yang telah dibuat yang menjadikan fungsi dari *website* tersebut berjalan dengan baik.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi secara acak dimana setiap populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel.

#### 3.3.1 Populasi dan Sampel

Subjek atau Target responden angket pada penelitian ini ditujukan pada seluruh kalangan termasuk juga orang yang belum bekerja, mahasiswa, pekerja, dosen, praktisi dan juga wirausaha. Pada berbagai populasi ini bertujuan untuk mendapatkan pandangan terkait *Digital Marketing* dalam bisnis terutama UMKM. Ada perbedaan usia pada penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan akan *digitalisasi* pada era sekarang ini.

#### 3.3.2 Periode Pengambilan Data

Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data angket (kuesioner). Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden

untuk dijawab. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang efisien dengan variabel-variabel yang akan diukur. Angket merupakan daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti. Angket memiliki dua jenis, yaitu angket terbuka yang tidak memiliki pilihan pada pertanyaan dan angket tertutup yang memiliki sejumlah pilihan jawaban untuk responden. Periode pengambilan data untuk angket ini dimulai dari 1 April 2023 sampai 21 Mei 2023.

### **3.3.3 Wawancara**

Proses wawancara bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci terkait kebutuhan pelaku UMKM untuk melakukan pemasaran secara digital menggunakan *website* yang ingin dihasilkan melalui penelitian ini. Selain untuk mengetahui kebutuhan proses wawancara ini juga bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait proses bisnis dalam pembuatan hingga penjualan pada UMKM. Proses wawancara ini dilakukan dengan ketua karang taruna Bapak Yusuf sebagai narasumber.

### **3.3.4 Observasi**

Proses pengumpulan data dengan Observasi ini bertujuan untuk memperoleh langsung informasi yang lebih rinci kepada pihak karang taruna yang mengelola Curug Sangereng Snack untuk mengetahui apa yang dibutuhkan pada UMKM tersebut yang nanti akan dilakukan pengevaluasian pada penelitian. Observasi juga digunakan untuk pengamatan secara langsung pada lokasi penelitian yang digunakan untuk mengetahui apa yang ingin dihasilkan pada penelitian yang dilakukan ini.

## **3.4 Variabel Penelitian**

### **3.4.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen (Y) adalah variabel terikat yang dipengaruhi akibat variabel lain. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *Business Process* yang dihasilkan untuk membantu pelaku UMKM menuju digitalisasi.

### 3.4.2 Variabel Independen

Variabel independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau juga sebab yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah X1 *technology*, X2 *information quality*, X3 *system quality*, X4 *people*, X5 *system use*.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, ada beberapa langkah yang dilakukan penulis untuk menganalisis data yang telah didapatkan. Pengambilan data penelitian ini dilakukan secara penyebaran kuesioner dengan menggunakan *google form*, setelah mendapatkan data tersebut peneliti melakukan klasifikasi dengan memasukan pertanyaan pertanyaan pada indikator yang telah ditentukan. Setelah menentukan indikator, dilakukan pengecekan validasi dengan menggunakan SPSS 27, sehingga indikator yang tidak memiliki nilai lebih dari 0,5 dihilangkan dalam penelitian. Data yang telah lulus dalam uji validasi dilakukan pengolahan data statistik bertingkat menggunakan SmartPLS untuk mengetahui hal yang dibutuhkan dari *website* yang dibuat dan mengetahui hasil akhir (Y) dalam penelitian ini. Dalam melakukan pengolahan data statistik bertingkat ada beberapa indikator yang dihilangkan untuk memenuhi tingkat validitas dan juga reliabilitas pada pengolahan data.

#### 3.5.1 SPSS 27

SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) merupakan perangkat lunak yang dapat digunakan untuk melakukan analisis statistik dalam berbagai bidang penelitian. SPSS ini merupakan suatu bagian integral dari rentang proses analisa, yang menyediakan akses data [25]. Perangkat lunak ini menyediakan berbagai alat dan teknik statistik yang dapat membantu peneliti dalam mengolah data dan analisis. SPSS sendiri bisa digunakan untuk menguji validitas dan menguji data untuk mengetahui data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Pengujian reliabilitas juga bisa dilakukan menggunakan SPSS, sehingga dengan perangkat lunak ini memungkinkan penulis untuk menguji data dalam jumlah yang banyak.

### 3.5.2 SmartPLS

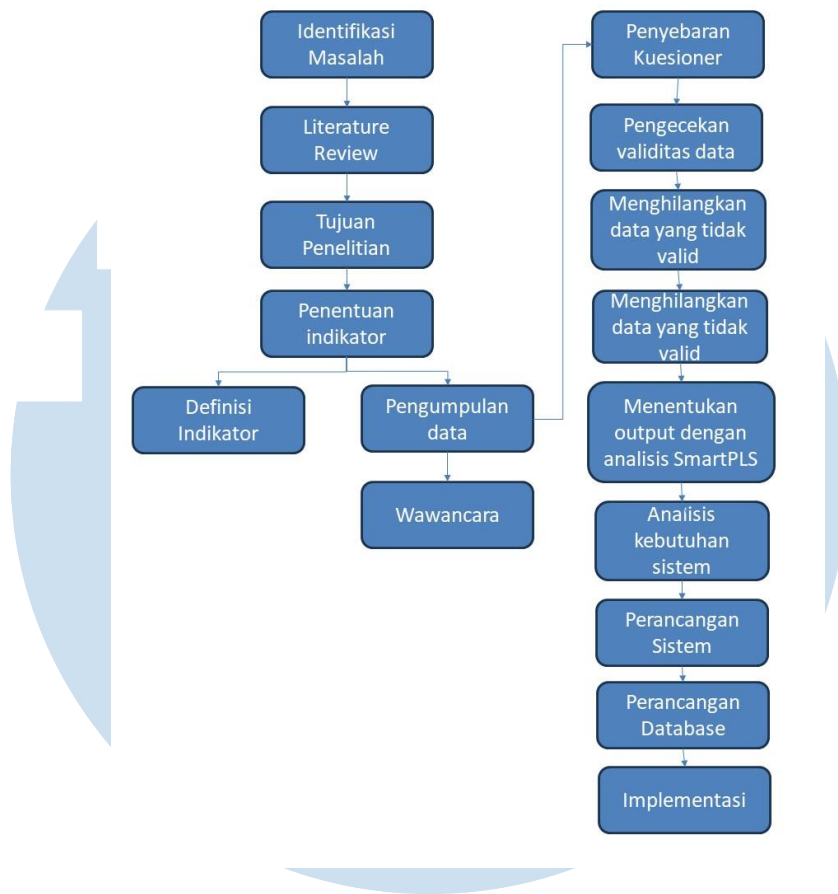
Proses analisis data kedua yang digunakan yaitu menggunakan SmartPLS. SmartPLS itu merupakan *software* untuk melakukan pengolahan data secara *structural equation modeling* (SEM) dengan metode *partial least squares* (PLS). SmartPLS digunakan untuk pengolahan data statistik dengan model bertingkat yang dapat dijalankan secara bersamaan untuk menyelesaikan persamaan *regresi linear*. SmartPLS juga bertujuan untuk memprediksi hubungan antar konstruk yang kemudian digunakan untuk menjelaskan terkait hubungan antara variabel yang tidak dapat diukur secara langsung.

Tabel 3. 2 Kelebihan dan Kekurangan SmartPLS [26]

SmartPLS	
Kelebihan	Kekurangan
1. Pendekatan tidak mendasarkan pada berbagai asumsi.	1. Hanya bisa membaca data dalam bentuk csv.
2. Jumlah sampel yang dibutuhkan relatif kecil.	
3. Data tidak harus berdistribusi normal	
4. Mampu menguji model SEM formatif dan reflektif.	



### 3.6 Alur Penelitian



Gambar 3. 1 Alur Penelitian [27]

Pada gambar 3.1 merupakan alur penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini. Langkah pertama pada alur tersebut adalah identifikasi masalah dimana bertujuan untuk mengetahui masalah-masalah yang ada pada penelitian ini. Tahapan kedua yaitu melakukan *literature review* guna pengumpulan informasi dan juga data terkait pembahasan pada penelitian sehingga dapat mengetahui arah dari penelitian. Tahapan ketiga yaitu menentukan tujuan penelitian. Tahapan keempat yaitu penentuan indikator yang ada pada penelitian. Selain itu dilakukan juga definisi indikator dan pengumpulan data. Setelah melakukan pengumpulan data, dilakukannya tahapan wawancara dan juga penyebaran untuk mengetahui kebutuhan akan sistem. Setelah mendapatkan data dari kuesioner, dilakukan validasi data menggunakan SPSS dan kemudian menghilangkan data yang tidak valid. Setelah menentukan hasil data berdasarkan indikator yang dapat digunakan maka dilakukannya penentuan *output* analisis dengan menggunakan SmartPLS. Setelah

mendapatkan hasil dari penelitian analisis data, dilakukannya analisis kebutuhan sistem yang dibuat. Tahapan berikutnya yaitu melakukan perancangan sistem dan database yang berikutnya dilakukannya implementasi terhadap hasil dari sistem yang telah dibuat.

### 3.7 Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman responden yang berbeda menurut usia, status dan pendidikan saat ini. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang kondisi atau karakter responden.

#### 1. Berdasarkan Usia

Keragaman responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel 3.3 berikut ini:

*Tabel 3. 3 Karakteristik Usia*

Usia	Jumlah	Presentase
20-30 Tahun	45	96%
31-40 Tahun	2	4%
Total	47 orang	100%

Pada tabel 3.3 terdapat responden sebanyak 47 orang yang memiliki persentase 100%. Mayoritas responden yang ada adalah usia 20 sampai 30 tahun. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penting akan digitalisasi sehingga bertujuan kepada responden yang memiliki pandangan yang cukup luas terkait teknologi.

#### 2. Berdasarkan Jabatan

Keragaman responden berdasarkan jabatan dapat ditunjukkan pada tabel 3.4 Berikut ini:

*Tabel 3. 4 Karakteristik Jabatan*

Jabatan	Jumlah	Presentase
Sudah Bekerja	28	60%
Wirausaha	19	40%
Total	47 orang	100%

Berdasarkan karakteristik jabatan responden pada tabel 3.4 Di atas menunjukkan bahwa responden dengan sudah bekerja sebanyak 28 orang



dengan persentase 60% dan Wirausaha sebanyak 19 orang dengan persentase 40%. Berdasarkan karakteristik jabatan responden sebagian besar adalah responden yang sudah bekerja 60%. Pada penelitian ini penulis hanya menggunakan responden yang memiliki karakteristik untuk mengetahui akan digitalisasi UMKM. Peneliti membuang responden yang memiliki karakteristik belum bekerja dan mahasiswa karena untuk mendapatkan jawaban yang *valid* terkait *digitalisasi* pada UMKM.

Pada Kuesioner ini memiliki 6 skala dimulai dari yang terendah STP (Sangat Tidak Penting), TP (Tidak Penting), KP (Kurang Penting), CP (Cukup Penting), P (Penting), SP (Sangat Penting). Indikator dari penelitian ini berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan penulis dari setiap pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini. Indikator pada penelitian ini ada 6 yaitu TE (*Teknologi*), SQ (*System Quality*), IQ (*Information Quality*), PE (*People*), SU (*System Use*), BP (*Business Process*) Berikut merupakan rekapitulasi kuesioner pada penelitian ini dari data yang sudah ditentukan berdasarkan karakteristik, sehingga data ini merupakan data yang akan diteliti pada penelitian ini.

Tabel 3. 5 Rekapitulasi Kuesioner

Pertanyaan	Indikator	SP	P	CP	KP	TP	STP	Total
X1	TE1	28	10	7	2	0	0	47
X2	TE2	33	7	5	2	0	0	47
X3	TE3	28	14	3	2	0	0	47
X4	BP1	19	16	10	2	0	0	47
X5	TE4	30	8	7	2	0	0	47
X6	TE5	14	20	10	3	0	0	47
X7	TE6	16	22	6	3	0	0	47
X8	IQ1	19	20	6	2	0	0	47
X9	TE8	15	24	6	2	0	0	47
X10	TE7	16	28	3	0	0	0	47
X11	TE9	28	8	7	1	0	3	47
X12	TE10	23	14	8	2	0	0	47
X13	PE1	23	7	16	1	0	0	47
X14	BP2	22	14	9	2	0	0	47
X15	BP3	18	20	4	5	0	0	47
X16	PE2	19	16	6	6	0	0	47

X17	PE3	14	15	17	1	0	0	47
X18	PE4	19	13	12	3	0	0	47
X19	TE11	17	13	13	4	0	0	47
X20	IQ2	20	11	16	0	0	0	47
X21	TE12	20	19	4	4	0	0	47
X22	BP4	20	18	8	1	0	0	47
X23	BP5	30	9	5	3	0	0	47
X24	SQ1	23	11	10	3	0	0	47
X25	IQ3	19	14	5	9	0	0	47
X26	SQ2	18	16	9	4	0	0	47
X27	SQ3	16	19	11	1	0	0	47
X28	SQ4	24	11	12	0	0	0	47
X29	SQ5	23	13	9	2	0	0	47
X30	PE5	23	11	11	2	0	0	47
X31	SU1	24	9	13	1	0	0	47
X32	SU2	26	12	6	3	0	0	47
X33	TE13	28	11	4	4	0	0	47
X34	SQ6	22	15	8	2	0	0	47
X35	SU3	18	18	7	4	0	0	47
X36	IQ4	26	11	9	1	0	0	47

Setelah melakukan klasifikasi pada indikator yang telah ditentukan, dilakukan perhitungan kuartil dan validasi menggunakan SPSS 27. Pada perhitungan kuartil ini bertujuan untuk membagi data menjadi 5 bagian yaitu *minimum* merupakan data dengan nilai terkecil, Q1 merupakan data dengan nilai kuartil yang pertama, Q2 merupakan data dengan nilai kuartil yang kedua, Q3 merupakan data dengan nilai kuartil yang ketiga dan *maximum* merupakan data dengan nilai yang terbesar. Dengan validitas ini memerlukan nilai total >0.5 untuk memastikan data tersebut valid. Berikut merupakan hasil dari perhitungan kuartil dan cek validitas pada setiap indikator pada kuesioner.

SP		P		CP		KP		STP	
Min	14	Min	7	Min	3	Min	0	Min	0
Q1	18	Q1	11	Q1	6	Q1	1	Q1	0
Q2	21	Q2	14	Q2	8	Q2	2	Q2	0
Q3	24.5	Q3	18	Q3	10.25	Q3	3	Q3	0
MAX	33	MAX	28	MAX	17	MAX	9	MAX	3
MEAN	21.69444	MEAN	14.36111	MEAN	8.388889	MEAN	2.472222	MEAN	0.083333

Gambar 3. 2 Hasil perhitungan kuartil

Pada hasil perhitungan kuartil ini dilakukan untuk mengetahui nilai kuartil pada setiap skala, perhitungan ini dilakukan dengan hasil rekapitulasi pada tabel 3.5. Dari gambar 3.1 dapat dilihat bahwa untuk nilai dengan skala sangat penting “SP”, memiliki nilai minimum 14 pada indikator X17 PE3 yaitu peranan konsultan sistem informasi dalam mendampingi dan membimbing SDM menggunakan aplikasi *digital marketing* UMKM, dan memiliki nilai *maximum* sebesar 33 pada indikator X2 TE2 yaitu peranan *Sosial Media* dalam mempromosikan penjualan produk dengan memanfaatkan fasilitas digital marketing. Dapat diartikan bahwa pada skala “SP”, menunjukkan bahwa sangat penting dengan menggunakan social media untuk mempromosikan dan nilai terkecil pada skala “SP” yaitu sangat penting untuk memiliki konsultan dalam mendampingi SDM.

Pada skala penting “P” memiliki nilai *minimum* 7 yang berada pada indikator X2 TE2 dan X13 P2 yaitu peranan *Sosial Media* dalam mempromosikan penjualan produk dengan memanfaatkan fasilitas *digital marketing* dan pengembangan usaha UMKM melalui peningkatan sumber daya dalam mengelola media *digital marketing*. Selain itu juga pada skala “P” memiliki nilai *maximum* 28 yang terdapat pada X10 TE7 yaitu peranan E-CRM untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan bisnis UMKM, dapat diartikan bahwa penting peranan E-CRM untuk meningkatkan hubungan dan pada skala ini kuartil *minimum* pada skala penting ada pada peranan *social media* dan peningkatan sumber daya.

Pada skala cukup penting “CP” memiliki nilai *minimum* 3 yang berada pada indikator X3 TE3 dan X10 TE7 yaitu pemanfaatan jejaring sosial untuk memetakan pasar secara *digital* dalam memasarkan produk UMKM dan E-CRM untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan bisnis UMKM. Selain itu pada skala “CP” juga memiliki nilai *maximum* pada X17 PE3 yaitu peranan konsultan sistem informasi dalam mendampingi dan membimbing SDM menggunakan aplikasi *digital marketing* UMKM. Dapat diartikan dari skala tersebut memiliki nilai

terkecil pada X3 dan X10, untuk nilai *maximum* ada pada X17 yaitu peran konsultan.

Pada skala kurang penting “KP” terdapat nilai *maximum* 9 yang berada pada indikator X25 IQ3 yaitu *Data History* dalam Sistem untuk menampilkan informasi dari periode masa lalu. Dapat diartikan bahwa sebanyak 9 orang pada responden menjawab bahwa kurang penting *data history* untuk menampilkan periode masa lalu. Pada skala tidak penting “TP” tidak ada perhitungan kuartil dikarenakan tidak ada responden yang menjawab skala tersebut. Pada skala sangat tidak penting “STP” terdapat nilai *maximum* 3 yang berada pada indikator X11 TE9 yaitu *Digital Marketing secara mobile* untuk meningkatkan strategi pemasaran produk UMKM, dapat diartikan bahwa peranan digital marketing secara *mobile* sangat tidak penting.

		Correlations											
		TE1	TE2	TE3	TE4	TE5	TE7	TE9	TE10	TE11	TE12	TE13	TOTAL
TE1	Pearson Correlation	1	.633**	.557**	.489**	.350*	.438**	.133	.274	.547**	.427**	.662**	.705**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	.016	.002	.374	.063	<.001	.003	<.001	<.001
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
TE2	Pearson Correlation	.633**	1	.452**	.713**	.431**	.563**	.286	.353*	.613**	.302*	.523**	.715**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.001	<.001	.002	<.001	.051	.015	<.001	.039	<.001	<.001
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
TE3	Pearson Correlation	.557**	.452**	1	.587**	.487**	.164	.453**	.642**	.375**	.515**	.616**	.724**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001		<.001	<.001	.270	.001	<.001	.009	<.001	<.001	<.001
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
TE4	Pearson Correlation	.489**	.713**	.587**	1	.596**	.521**	.250	.585**	.281	.626**	.691**	.788**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.090	<.001	.055	<.001	<.001	<.001
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
TE5	Pearson Correlation	.350*	.431**	.487**	.596**	1	.476**	.275	.511**	.440**	.546**	.350*	.699**
	Sig. (2-tailed)	.016	.002	<.001	<.001		<.001	.061	<.001	.002	<.001	.016	<.001
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
TE7	Pearson Correlation	.438**	.563**	.164	.521**	.476**	1	.066	.398**	.622**	.487**	.526**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	.270	<.001	<.001		.660	.006	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
TE9	Pearson Correlation	.133	.286	.453**	.250	.275	.066	1	.668**	.313*	.083	.176	.504**
	Sig. (2-tailed)	.374	.051	.001	.090	.061	.660		<.001	.032	.577	.238	<.001
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
TE10	Pearson Correlation	.274	.353*	.642**	.585**	.511**	.398**	.668**	1	.317*	.377**	.540**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.063	.015	<.001	<.001	<.001	.006	<.001		.030	.009	<.001	<.001
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
TE11	Pearson Correlation	.547**	.613**	.375**	.281	.440**	.622**	.313*	.317*	1	.445**	.462**	.690**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.009	.055	.002	<.001	.032	.030		.002	.001	<.001
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
TE12	Pearson Correlation	.427**	.302*	.515**	.626**	.546**	.487**	.083	.377**	.445**	1	.722**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.003	.039	<.001	<.001	<.001	<.001	.577	.009	.002		<.001	<.001
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
TE13	Pearson Correlation	.662**	.523**	.616**	.691**	.350*	.526**	.176	.540**	.462**	.722**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.016	<.001	.238	<.001	.001	<.001		<.001
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47
TOTAL	Pearson Correlation	.705**	.715**	.724**	.788**	.699**	.679**	.504**	.718**	.690**	.724**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47	47

Gambar 3. 3 Hasil Uji Validitas indikator Technology

Pada hasil uji validitas indikator Teknologi (X1) dari 47 responden (N=47) peneliti mendapatkan 2 indikator yang tidak valid dari 13

indikator, sehingga pada indikator tersebut peneliti menghilangkan 2 indikator yaitu TE6 dan TE8 yang kemudian dilakukan perhitungan kembali. Melalui uji validitas hasil dari signifikansi 11 indikator dinyatakan valid melalui hasil >0.5. Hal ini dapat dilihat melalui tabel hasil uji validitas yang telah diolah peneliti.

**Correlations**

		IQ1	IQ2	IQ3	IQ4	TOTAL
IQ1	Pearson Correlation	1	.516**	.319*	.585**	.749**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.029	<.001	<.001
	N	47	47	47	47	47
IQ2	Pearson Correlation	.516**	1	.463**	.593**	.818**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.001	<.001	<.001
	N	47	47	47	47	47
IQ3	Pearson Correlation	.319*	.463**	1	.360*	.740**
	Sig. (2-tailed)	.029	.001		.013	<.001
	N	47	47	47	47	47
IQ4	Pearson Correlation	.585**	.593**	.360*	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.013		<.001
	N	47	47	47	47	47
TOTAL	Pearson Correlation	.749**	.818**	.740**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	47	47	47	47	47

Gambar 3. 4 Hasil uji Validitas indikator *Information Quality*

Pada hasil uji validitas indikator *Information Quality* (X2) dari 47 responden (N=47) peneliti mendapatkan hasil melalui uji validitas dari signifikansi 4 indikator dinyatakan valid melalui hasil >0.5.

		Correlations						
		SQ1	SQ2	SQ3	SQ4	SQ5	SQ6	TOTAL
SQ1	Pearson Correlation	1	.595**	.423**	.347*	.625**	.693**	.800**
	Sig. (2-tailed)		<,001	.003	.017	<,001	<,001	<,001
	N	47	47	47	47	47	47	47
SQ2	Pearson Correlation	.595**	1	.768**	.472**	.490**	.606**	.843**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	47	47	47	47	47	47	47
SQ3	Pearson Correlation	.423**	.768**	1	.667**	.479**	.492**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.003	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	47	47	47	47	47	47	47
SQ4	Pearson Correlation	.347*	.472**	.667**	1	.607**	.275	.707**
	Sig. (2-tailed)	.017	<,001	<,001		<,001	.062	<,001
	N	47	47	47	47	47	47	47
SQ5	Pearson Correlation	.625**	.490**	.479**	.607**	1	.403**	.772**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		.005	<,001
	N	47	47	47	47	47	47	47
SQ6	Pearson Correlation	.693**	.606**	.492**	.275	.403**	1	.747**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	.062	.005		<,001
	N	47	47	47	47	47	47	47
TOTAL	Pearson Correlation	.800**	.843**	.808**	.707**	.772**	.747**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	47	47	47	47	47	47	47

Gambar 3. 5 Hasil uji Validitas indikator System Quality

Pada hasil uji validitas indikator *System Quality* (X3) dari 47 responden (N=47) peneliti mendapatkan hasil melalui uji validitas dari signifikansi 4 indikator dinyatakan valid melalui hasil >0.5.

		Correlations				
		PE1	PE2	PE3	PE4	TOTAL
PE1	Pearson Correlation	1	.626**	.565**	.612**	.878**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	47	47	47	47	47
PE2	Pearson Correlation	.626**	1	.565**	.374**	.811**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	.010	<,001
	N	47	47	47	47	47
PE3	Pearson Correlation	.565**	.565**	1	.367*	.767**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		.011	<,001
	N	47	47	47	47	47
PE4	Pearson Correlation	.612**	.374**	.367*	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	<,001	.010	.011		<,001
	N	47	47	47	47	47
TOTAL	Pearson Correlation	.878**	.811**	.767**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	47	47	47	47	47

Gambar 3. 6 Hasil uji Validitas indikator People

Pada hasil uji validitas indikator *People* (X4) dari 47 responden (N=47) peneliti mendapatkan hasil melalui uji validitas dari signifikansi 4 indikator dinyatakan valid melalui hasil >0.5.

**Correlations**

		SU1	SU2	SU3	TOTAL
SU1	Pearson Correlation	1	.615**	.635**	.875**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	47	47	47	47
SU2	Pearson Correlation	.615**	1	.548**	.842**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	47	47	47	47
SU3	Pearson Correlation	.635**	.548**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	47	47	47	47
TOTAL	Pearson Correlation	.875**	.842**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	47	47	47	47

Gambar 3. 7 Hasil uji Validitas indikator *System Use*

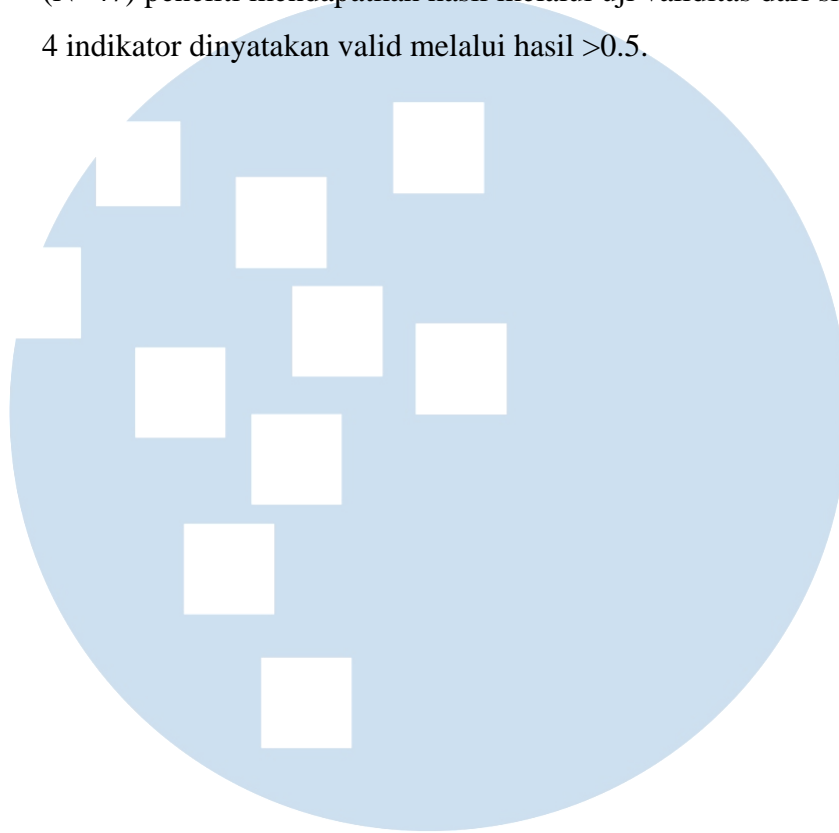
Pada hasil uji validitas indikator *System Use* (X5) dari 47 responden (N=47) peneliti mendapatkan hasil melalui uji validitas dari signifikansi 4 indikator dinyatakan valid melalui hasil >0.5.

**Correlations**

		BP1	BP2	BP3	TOTAL
BP1	Pearson Correlation	1	.408**	.501**	.777**
	Sig. (2-tailed)		.004	<,001	<,001
	N	47	47	47	47
BP2	Pearson Correlation	.408**	1	.584**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.004		<,001	<,001
	N	47	47	47	47
BP3	Pearson Correlation	.501**	.584**	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	47	47	47	47
TOTAL	Pearson Correlation	.777**	.814**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	47	47	47	47

Gambar 3. 8 Hasil uji Validitas indikator *Business Process*

Pada hasil uji validitas indikator *Business Process* (Y) dari 47 responden (N=47) peneliti mendapatkan hasil melalui uji validitas dari signifikansi 4 indikator dinyatakan valid melalui hasil  $>0.5$ .



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA