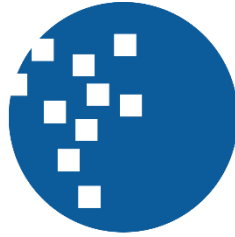


**TRANSFORMASI PEMASARAN PRODUK KIMIA  
PERTANIAN DALAM EKSPLOITASI POTENSI  
E-COMMERCE**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**THESIS**

**Veronica Natalia Gunawan**

**0000098112**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN TEKNOLOGI  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**TRANSFORMASI PEMASARAN PRODUK KIMIA  
PERTANIAN DALAM EKSPLOITASI POTENSI  
E-COMMERCE**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**THESIS**

Laporan Proyek Penelitian Akademis

Diajukan sebagai Tugas Akhir dalam Rangka

Memperoleh Gelar Magister Manajemen (M.M.)

Pada Program Studi Magister Manajemen Teknologi

**Veronica Natalia Gunawan**

**0000098112**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN TEKNOLOGI**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

i

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Veronica Natalia Gunawan  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000098112  
Program studi : Magister Managemen Teknologi

Tesis dengan judul:

TRANSFORMASI PEMASARAN PRODUK KIMIA PERTANIAN DALAM MENGEKSPLORASI POTENSI E-COMMERCE

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Juni 2024



(Veronica Natalia Gunawan)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis dengan judul

Transformasi Pemasaran Produk Kimia Pertanian dalam Eksploitasi Potensi E-Commerce

Oleh

Nama : Veronica Natalia Gunawan

NIM : 00000098112

Program Studi : Magister Manajemen Teknologi

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Thesis Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 03 Juni 2024

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Yosef Budi Susanto, M.M  
NIDN: 0301056103

Pembimbing Pendamping



Dr. David Tjahjana, S.Kom. MM  
NIDN: 0314047207

Ketua Program Studi Magister  
Manajemen Teknologi



Dr. Prio Utomo, S.T, MPC  
NIDN: 0321057504

iii

## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul

Transformasi Pemasaran Produk Kimia Pertanian dalam Eksploitasi Potensi E-Commerce

Oleh

Nama : Veronica Natalia Gunawan

NIM : 00000098112

Program Studi : Magister Manajemen Teknologi

Fakultas : Bisnis

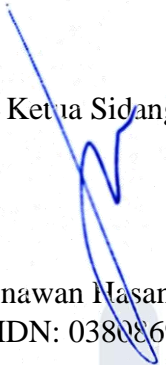
Telah diujikan pada hari Selasa, 11 Juni 2024

Pukul 13.00 s.d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Djohan Gunawan Hasan, S.Kom., M.M.

NIDN: 038006902

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Yosef Budi Susanto, M.M.

NIDN: 0301056103

Ketua Program Studi Magister  
Manajemen Teknologi



Dr. Prio Utomo, S.T, MPC

NIDN: 0321057504

Penguji Ahli



Dr. Rajesh Preetypal Singh, S.S., M.M.

NIDN: 0430107605

Pembimbing Pendamping



Dr. David Tjahjana, S.Kom. MM

NIDN: 0314047207

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Veronica Natalia Gunawan  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000098112  
Program Studi : Magister Manajemen Teknologi  
Jenjang : S2  
Judul Karya Ilmiah :

**TRANSFORMASI PEMASARAN PRODUK KIMIA PERTANIAN DALAM  
EKSPLOITASI POTENSI E-COMMERCE**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)\*.

Tangerang, 11 Juni 2024



(Veronica Natalia Gunawan)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur pada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Tesis yang berjudul Transformasi Pemasaran Produk Kimia Pertanian dalam Eksploitasi Potensi E-Commerce, dibuat dengan tujuan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Teknologi pada Program Magister Manajemen Teknologi Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bimbingan, dorongan, serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya sebagai ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T.,S.Sos.,M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Prio Utomo S.T., MPC, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Teknologi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Ir. Y. Budi Susanto, M.M., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Dr. David Tjahjana, S.kom.,M.M.S.I, sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
6. Dr. Djohan Gunawan Hasan, S.Kom., M.M., selaku Ketua Penguji yang telah membantu dan memberikan motivasi atas terselesainya tesis ini.
7. Dr, Rajesh Prettypal Singh,S.S., M.M., selaku Penguji Ahli yang telah membantu dan memberikan saran atas terselesainya tesis ini.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Teman-teman dari penulis seperti Benedict Owen, Taichan, dan MMT Batch 8 yang selalu membantu dan menemani penulis dalam proses pendidikan ini.

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan tesis ini. Dan semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca

Tangerang, 25 Juni 2024



(Veronica Natalia Gunawan)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# TRANSFORMASI PEMASARAN PRODUK KIMIA PERTANIAN DALAM EKSPLOITASI POTENSI E-COMMERCE

(Veronica Natalia Gunawan)

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji transformasi pemasaran produk kimia pertanian dalam eksplorasi potensi *e-commerce*. Teknologi yang berkembang secara pesat memberikan peluang baru dalam pemasaran produk, salah satunya adalah produk kimia pertanian. Jumlah petani yang tidak menggunakan internet masih tergolong cukup banyak. Membuat ketidak yakinan perusahaan kimia untuk melakukan digitalisasi ini dapat membantu kelangsungan bisnis. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari *Perceived Ease of Use*, *Perceived Behaviour Control*, *Perceived Usefulness*, *Subjective Norms*, dan *Digital Literacy* terhadap niat beli. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner kepada 100 responden yang bekerja sebagai petani dan pernah melakukan pembelian *chemical* pertanian secara online. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan SmartPLS. Hasil dari penelitian ini *Perceived Ease of Use* dan *Digital Literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention*. sedangkan *Perceived Behaviour Control*, *Perceived Usefulness*, dan *Subjective Norms* tidak memiliki pengaruh pada *Purchase Intention*.

**Kata kunci:** *e-commerce*, *chemical*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Behaviour Control*, *Perceived Usefulness*, *Subjective Norms*, niat beli

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

# **TRANSFORMATION OF AGRICULTURAL CHEMICAL PRODUCT MARKETING IN EXPLOITING THE POTENTIAL OF E-COMMERCE**

(Veronica Natalia Gunawan)

## ***ABSTRACT (English)***

*This study examines the transformation of agricultural chemical product marketing in exploring e-commerce potential. Rapid technological advancements provide new opportunities in product marketing, including agricultural chemicals. A significant number of farmers still do not use the internet, leading to uncertainty among chemical companies about whether digitalization can sustain their business. The purpose of this study is to determine the influence of Perceived Ease of Use, Perceived Behavioral Control, Perceived Usefulness, Subjective Norms, and Digital Literacy on purchase intention. The research employs a quantitative method with data collection conducted through questionnaires distributed to 100 respondents who work as farmers and have made online purchases of agricultural chemicals. The research data is analyzed using SmartPLS. The results indicate that Perceived Ease of Use and Digital Literacy have a positive influence on purchase intention, while Perceived Behavioral Control, Perceived Usefulness, and Subjective Norms do not have an impact on purchase intention.*

***Keywords*** : *e-commerce, chemical, Perceived Ease of Use, Perceived Behaviour Control, Perceived Usefulness, Subjective Norms , Purchase Intention*

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                  | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                    | iv   |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA ..... | v    |
| ABSTRAK .....  | viii |
| ABSTRACT ( <i>English</i> ).....                           | ix   |
| DAFTAR ISI.....  | x    |
| DAFTAR GAMBAR.....   | xii  |
| DAFTAR TABEL .....   | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                      | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                     | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                        | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                   | 9    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                | 10   |
| BAB II TINJAUAN LITERATUR.....                             | 12   |
| 2.1 Tinjauan Teori.....                                    | 12   |
| 2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....              | 12   |
| 2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i> .....             | 12   |
| 2.1.3 <i>Purchase Intention</i> .....                      | 13   |
| 2.1.4 <i>Perceived Ease of Use</i> .....                   | 13   |
| 2.1.5 <i>Perceived Behaviour Control</i> .....             | 14   |
| 2.1.6 <i>Perceived Usefulness</i> .....                    | 14   |
| 2.1.7 <i>Subjective Norms</i> .....                        | 14   |
| 2.1.8 <i>Digital Literacy</i> .....                        | 15   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....                              | 15   |
| 2.3 Kerangka Berpikir atau Kerangka Konseptual.....        | 28   |
| 2.4 Hipotesis .....  | 29   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                             | 33   |
| 3.1 Paradigma Penelitian.....                              | 33   |
| 3.2 Objek Penelitian .....                                 | 33   |

|               |  |    |
|---------------|--|----|
| <b>3.3</b>    | <b>Populasi dan Sampel</b> .....           | 33 |
| <b>3.3.1</b>  | <b>Populasi</b> .....                      | 33 |
| <b>3.3.2</b>  | <b>Sampel</b> .....                        | 34 |
| <b>3.4</b>    | <b>Operasional Variabel</b> .....          | 35 |
| <b>3.5</b>    | <b>Teknik Pengumpulan Data</b> .....       | 42 |
| <b>3.6</b>    | <b>Teknik Analisis Data</b> .....          | 43 |
| <b>3.6.1</b>  | <b>Uji Validitas</b> .....                 | 43 |
| <b>3.6.2</b>  | <b>Uji Reliabilitas</b> .....              | 44 |
| <b>3.6.3</b>  | <b>Uji Normalitas</b> .....                | 44 |
| <b>3.6.4</b>  | <b>Uji Hipotesis</b> .....                 | 45 |
| <b>BAB IV</b> | <b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....       | 47 |
| <b>4.1</b>    | <b>Uji Instrumen</b> .....                 | 47 |
| <b>4.2</b>    | <b>Karakteristik Responden</b> .....       | 48 |
| <b>4.3</b>    | <b>Analisis Statistik Penelitian</b> ..... | 52 |
| <b>4.4</b>    | <b>Pembahasan</b> .....                    | 60 |
| <b>BAB V</b>  | <b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....            | 65 |
| <b>5.1</b>    | <b>Simpulan</b> .....                      | 65 |
| <b>5.2</b>    | <b>Saran</b> .....                         | 65 |
|               | <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                | 67 |
|               | <b>LAMPIRAN</b> .....                      | 70 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Petani berdasarkan umur yang atau tidak menggunakan teknologi digital .....              | 2  |
| Gambar 1.2 Grafik Perbandingan Penggunaan Internet Petani di Indonesia.....                                | 3  |
| Gambar 1.3 Persentase Penggunaan Internet Petani .....   | 4  |
| Gambar 1.4 Website Pertanian Indonesia .....   | 6  |
| Gambar 1.5 Deskripsi Produk pada Website Pertanian Indonesia.....  | 7  |
| Gambar 2.1 Model Penelitian Gracia.....  | 28 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....   | 29 |
| Gambar 3.1 Model Peneliti di Smart-PLS .....   | 45 |
| Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian Chemical Pertanian di e-commerce ..... | 49 |
| Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 50 |
| Gambar 4.3 Diagram Responden berdasarkan rentang usia .....  | 50 |
| Gambar 4.4 Diagram Responden berdasarkan Domisili.....   | 51 |
| Gambar 4.5 Diagram Responden berdasarkan Luas Kebun .....  | 52 |
| Gambar 4.6 Hasil Analisis Perancangan Model Struktural .....   | 58 |

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                    | 19 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....                               | 35 |
| Tabel 3.2 Skala Likert .....  | 43 |
| Tabel 4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....                      | 47 |
| Tabel 4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....                     | 52 |
| Tabel 4.3 Skala Interval .....  | 54 |
| Tabel 4.4 Kategori Penilaian Indikator .....                            | 54 |
| Tabel 4.5 Hasil Pengukuran <i>Convergent Validity</i> .....             | 55 |
| Tabel 4.6 Hasil Pengukuran Nilai <i>Cross Loading</i> .....             | 54 |
| Tabel 4.7 Hasil Pengukuran Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i> ..... | 56 |
| Tabel 4.8 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi .....                   | 59 |
| Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>effect size</i> .....                      | 59 |
| Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Path Coefficients</i> .....               | 60 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Lampiran A Test Turnitin .....        | 70 |
| Lampiran B Form Bimbingan .....       | 71 |
| Lampiran C CV Penulis .....           | 73 |
| Lampiran D Kuesioner Penelitian.....  | 74 |
| Lampiran E Hasil Data Responden ..... | 86 |

