UNIVERSITAS
GADJAH MADA
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGUSAHA UMKM DALAM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INTERNET KETIKA MENJALANKAN BISNIS DI MASA PANDEMI COVID-19
CHRYSANT M. D. DJ., B.M. Purwanto, Dr., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
HALAMAN PERNYATAAN iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR LAMPIRAN xi
ABSTRAK xii
ABSTRACT xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 15
1.3 Pertanyaan Penelitian 16
1.4 Tujuan Penelitian 17
1.5 Manfaat Penelitian 18
1.5.1 Bagi Akademisi 18
1.5.2 Bagi Praktisi 18
1.6 Lingkup Penelitian 19
1.7 Sistematika Penelitian 19
BAB II LANDASAN TEORI 21
2.1 Landasan Teori 21
2.1.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) 21
2.1.1.1. Usaha Mikro 22
2.1.1.2. Usaha Kecil 22
2.1.1.3. Usaha Menengah 22
2.1.2 Teknologi Internet 23
2.1.3 Teori Penerimaan dan Adopsi Teknologi 24
2.1.3.1 Ekspektansi Performa 25
2.1.3.2 Ekspektansi Usaha 27
2.1.3.3 Kondisi yang Memfasilitasi 28

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGUSAHA UMKM DALAM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INTERNET KETIKA MENJALANKAN BISNIS DI MASA PANDEMI COVID-19
CHRYSANT M. D. DJ., B.M. Purwanto, Dr., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.1.3.4 Pengaruh Sosial 29
2.1.3.5 Motivasi Hedonisme 31
2.1.3.6 Nilai Harga 32
2.1.3.7 Kebiasaan 32
2.1.3.8 Perilaku Adopsi Teknologi Internet 32
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu 35
2.3 Perumusan Hipotesis 42
2.3.1 Pengaruh Ekspektansi Performa Pada Perilaku Menggunakan Teknologi Internet saat Pandemi COVID-19 42
2.3.2 Pengaruh Ekspektansi Usaha Pada Perilaku Menggunakan Teknologi Internet saat Pandemi COVID-19 43
2.3.3 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi Pada Perilaku Menggunakan Teknologi Internet saat Pandemi COVID-19 44
2.3.4 Pengaruh Sosial Pada Perilaku Menggunakan Teknologi Internet saat Pandemi COVID-19 45
2.3.5 Pengaruh Motivasi Hedonisme Pada Perilaku Menggunakan Teknologi Internet saat Pandemi COVID-19 46
2.3.6 Pengaruh Nilai Harga Pada Perilaku Menggunakan Teknologi Internet saat Pandemi COVID-19 47
2.3.7 Pengaruh Kebiasaan Pada Perilaku Menggunakan Teknologi Internet saat Pandemi COVID-19 48
2.4 Model Penelitian 49
BAB III METODE PENELITIAN 51
3.1 Desain Penelitian 51
3.2 Metode Pengumpulan Data 52
3.2.1 Objek Penelitian 53
3.2.2 Desain Pengambilan Sampel 53
3.2.2.1 Populasi dan Sampel 53
3.2.2.2 Metode Pengambilan Sampel 53
3.3 Instrumen Penelitian 55
3.3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 57
3.4 Metode Analisis Data 60
3.4.1 Uji Validitas 60
3.4.2 Uji Reliabilitas 62

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGUSAHA UMKM DALAM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INTERNET KETIKA MENJALANKAN BISNIS DI MASA PANDEMI COVID-19
CHRYSANT M. D. DJ., B.M. Purwanto, Dr., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.4.3 Uji Hipotesis 62
3.4.3.1 Uji Multikolinearitas 62
3.4.3.2 Uji Normalitas 64
3.4.3.3 Uji Regresi Linear Berganda 65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 70
4.1 Deskripsi Data Responden 70
4.1.1 Profil Personal dan Bisnis Responden 70
4.2 Uji Akurasi Instrumen 77
4.2.1 Uji Validitas 77
4.2.2 Uji Reliabilitas 81
4.3 Analisis Statistik Deskriptif 82
4.4 Pengujian Hipotesis 93
4.4.1 Uji Multikolinearitas 93
4.4.2 Uji Normalitas 95
4.4.3 Uji Hipotesis 96
4.5 Diskusi dan Pembahasan 103
4.5.1 Pengaruh Ekspektansi Performa terhadap Perilaku Pengusaha UMKM dalam Menggunakan Teknologi Internet Ketika Menjalankan Bisnis di Masa Pandemi COVID-19 103
4.5.2 Pengaruh Ekspektansi Usaha terhadap Perilaku Pengusaha UMKM dalam Menggunakan Teknologi Internet Ketika Menjalankan Bisnis di Masa Pandemi COVID-19 106
4.5.3 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Perilaku Pengusaha UMKM dalam Menggunakan Teknologi Internet Ketika Menjalankan Bisnis di Masa Pandemi COVID-19 107
4.5.4 Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Pengusaha UMKM dalam Menggunakan Teknologi Internet Ketika Menjalankan Bisnis di Masa Pandemi COVID-19 108
4.5.5 Pengaruh Motivasi Hedonisme terhadap Perilaku Pengusaha UMKM dalam Menggunakan Teknologi Internet Ketika Menjalankan Bisnis di Masa Pandemi COVID-19 111
4.5.6 Pengaruh Nilai Harga terhadap Perilaku Pengusaha UMKM dalam Menggunakan Teknologi Internet Ketika Menjalankan Bisnis di Masa Pandemi COVID-19 112

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGUSAHA UMKM DALAM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INTERNET KETIKA MENJALANKAN BISNIS DI MASA PANDEMI COVID-19
CHRYSANT M. D. DJ., B.M. Purwanto, Dr., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.5.7 Pengaruh Kebiasaan terhadap Perilaku Pengusaha UMKM dalam Menggunakan Teknologi Internet Ketika Menjalankan Bisnis di Masa Pandemi COVID-19 113
BAB V KESIMPULAN 118
5.1 Kesimpulan 118
5.2 Keterbatasan Penelitian 120
5.3 Saran 121
DAFTAR PUSTAKA 127
LAMPIRAN 135
Lampiran I. Kuesioner Penelitian 135
Lampiran II. Keluaran Pengujian Menggunakan SPSS 25 144

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGUSAHA UMKM DALAM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INTERNET KETIKA MENJALANKAN BISNIS DI MASA PANDEMI COVID-19
CHRYSANT M. D. DJ., B.M. Purwanto, Dr., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perubahan Perilaku Konsumen saat Pandemi COVID-19 9
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu 35
Tabel 3. 1 Definisi Operasional 58
Tabel 4. 1 Profil Responden 70
Tabel 4. 2 Profil Bisnis yang Diandalkan Responden 74
Tabel 4. 3 Hasil Uji KMO dan Bartlett (1) 78
Tabel 4. 4 Hasil Uji KMO dan Bartlett (2) 79
Tabel 4. 5 Hasil Uji Analisis Faktor (1) 80
Tabel 4. 6 Hasil Uji Analisis Faktor (2) 81
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas 82
Tabel 4. 8 Perbandingan Nilai Rata-rata Variabel Berdasarkan Usia Responden 83
Tabel 4. 9 Perbandingan Nilai Rata-rata Variabel Berdasarkan Jenis Kelamin ... 84
Tabel 4. 10 Perbandingan Nilai Rata-rata Variabel Berdasarkan Pendidikan Terakhir 85
Tabel 4. 11 Perbandingan Nilai Rata-rata Berdasarkan Lama Pengalaman Berbisnis 87
Tabel 4. 12 Perbandingan Nilai Rata-rata Variabel Berdasarkan Jumlah Bisnis yang Dimiliki 88
Tabel 4. 13 Perbandingan Nilai Rata-rata Variabel Berdasarkan Strategi Bisnis. 90
Tabel 4. 14 Perbandingan Nilai Rata-rata Variabel Dari Seluruh Sampel 91
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas 94
Tabel 4. 16 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk 95
Tabel 4. 17 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel 96
Tabel 4. 18 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda Global 97
Tabel 4. 19 Tabel ANOVA 98
Tabel 4. 20 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Individu 98
Tabel 4. 21 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis 102

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGUSAHA UMKM DALAM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INTERNET KETIKA MENJALANKAN BISNIS DI MASA PANDEMI COVID-19
CHRYSANT M. D. DJ., B.M. Purwanto, Dr., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja yang Diserap UMKM 2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Unit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah 3
Gambar 1. 3 Jenis UMKM Terdampak Akibat Pandemi COVID-19 6
Gambar 1. 4 Penurunan Penjualan oleh UMKM Akibat Pandemi COVID-19 7
Gambar 1. 5 Peningkatan Penggunaan Aplikasi di Asia Tenggara saat Pandemi 11
Gambar 1. 6 Aplikasi Digital yang Paling Banyak digunakan saat Pandemi 12
Gambar 2. 1 Model Penelitian 50

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGUSAHA UMKM DALAM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INTERNET KETIKA MENJALANKAN BISNIS DI MASA PANDEMI COVID-19
CHRYSANT M. D. DJ., B.M. Purwanto, Dr., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner Penelitian 135
Lampiran II. Keluaran Pengujian Menggunakan SPSS 25 144