

ANALISIS PENGARUH INNOVATIVE CHARACTERISTICS DAN BARRIERS TERHADAP ADOPTSI TIK BERBASIS INTERNET (STUDI UMKM BATIK PADA KAMPUNG BATIK KAUMAN DAN PESINDON KOTA PEKALONGAN)

INNOVATIVE CHARACTERISTICS AND BARRIERS IN ADOPTION DECISION OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY BY MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES

Mesygi Amelia Girsang¹

¹Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom
mesyigirsang@students.telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Diperkirakan dari 56,5 juta pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), yang memanfaatkan teknologi informasi (TI) dalam pengembangan bisnisnya baru 30 – 40 persen. Pelaku UMKM di Indonesia menghadapi situasi berbeda karena sedikit UMKM yang menggunakan internet sebagai sarana penunjang.

Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Roger tentang karakteristik inovasi. Karakteristik inovasi terdiri dari lima sub-variabel yaitu *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, dan *observability*. Selain itu juga ditambahkan variabel hambatan sebagai variabel bebas.

Teknik analisis data adalah regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah 90 UMKM. Teknik pengambilan sampel adalah *convenience sampling* dengan jumlah sampel sebesar 47 UMKM.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan karakteristik inovasi dan hambatan berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat keputusan adopsi dengan *f* hitung (12,953) lebih besar dari *f* tabel 3,21. Nilai koefisien determinasi sebesar 37,1% menunjukkan bahwa karakteristik inovasi dan hambatan dapat mempengaruhi keputusan adopsi TIK berbasis internet sebesar 37,1%. Hasil uji *t* menunjukkan karakteristik inovasi dan hambatan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan adopsi TIK.

Hasil uji *t* variabel karakteristik inovasi menunjukkan sub-variabel *relative advantage*, *compatibility*, dan *observability* berpengaruh terhadap keputusan adopsi TIK berbasis internet. Namun sub-variabel *compatibility* dan *trialability* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan adopsi TIK berbasis internet.

Kata Kunci : Karakteristik Inovasi, Hambatan, Adopsi, TIK berbasis Internet, UMKM

Abstract

It is estimated that of 56.5 million micro small and medium enterprises, which utilizes the sophisticated of information technology (IT) in the development of new business only 30-40 percents. The MSMEs in Indonesia face a different situation because few of MSMEs who used the internet as a means of supporting.

This study uses diffusion of innovation theory by Roger about the innovative characteristics. The innovative characteristics consists of five sub – variables which are relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability. The variable barriers are added as independent variables.

The technique of data analysis is multiple linear regression. The population is the MSMEs with amount of 90 SMEs. The sampling technique uses convenience sampling with a sample size of 47 SMEs .

The result of multiple linear regression analysis shows that the independent variables innovative characteristics and barriers have significantly influence with the *f* count (12,953) is more than 3.21 of *f* table. The coefficient of determination value indicate that 37.1% of the variances associated with ICT adoption can be explained from both of independent variables. The T-test results show the innovative characteristics and barriers have significantly partial effect.

Based on the results of t-test show that sub - variables of innovative characteristic which are relative advantage, complexity and observability have significantly effect on adoption internet based ICT adoption. However, compatibility and trialability have no significantly partial effect on internet based ICT adoption.

Keywords : Innovative Characteristics, Barriers, Internet-based ICT, MSMEs

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menteri Negara Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah, Syarifuddin Hasan, meyakini Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Koperasi bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi mencapai 6,3 persen. Tidak hanya itu, Syarifuddin juga menyebutkan akibat pertumbuhan ekonomi Indonesia yang terus berkelanjutan, UMKM berkontribusi terhadap *Gross Domestic Product* (GDP) sebesar 56 persen dan 97 persen kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja.^[1]

Ketatnya persaingan pasar dan banyaknya jumlah pelaku UMKM yang belakangan ini bermunculan di Indonesia, mendorong sebagian dari mereka mulai memutar otak dan mencari strategi baru untuk memenangkan persaingan yang ada. Salah satunya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, informasi dan jaringan internet untuk memperluas jangkauan pasarnya.

Sayangnya, teknologi yang sedianya akan membantu mendorong peningkatan daya saing ternyata masih menemui hambatan dalam proses pengadopsiannya. Diperkirakan dari 56,5 juta pelaku unit usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), yang memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi (TI) dalam pengembangan bisnisnya baru 30 – 40 persen. Pelaku UMKM di Indonesia menghadapi situasi yang relatif berbeda karena faktanya belum banyak UMKM yang menggunakan internet sebagai sarana penunjang terutama karena tingkat keterbukaan terhadap teknologi dan alokasi investasi untuk teknologi informasi yang masih minim. Rendahnya adopsi TI oleh UMKM di Indonesia disebabkan oleh kurangnya pemahaman peran strategis yang dapat dimainkan oleh TI terkait dengan pendekatan baru pemasaran, berinteraksi dengan konsumen, dan bahkan pengembangan produk dan layanan.^[2]

Pemerintah Kota Pekalongan dalam pengembangan infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah mempunyai 47 (empat puluh tujuh) *telecenter* yang dua diantaranya berada di Kampung Batik Kauman dan Kampung Batik Pesindon. Kampung Batik Kauman dan Pesindon merupakan kampung di wilayah Kota Pekalongan dimana banyak warganya berkecimpung di dunia batik dan menjadi salah satu daya tarik wisata kerajinan berupa kerajinan batik dan pembuatan canting.^[3]

Telecenter diharapkan dapat mengidentifikasi potensi, kondisi, dan kebutuhan masyarakat sehingga dapat memberikan layanan yang optimal sesuai dengan kebutuhan spesifik pengguna. Namun *telecenter* yang ada di kedua Kampung Batik tersebut kurang dimanfaatkan. Kedua Kampung Batik tersebut menghadapi kendala dalam pemanfaatan teknologi informasi khususnya internet untuk kegiatan bisnis. Pemilik UMKM batik di kedua Kampung Batik tersebut masih merasa nyaman dengan cara-cara pemasaran yang masih tradisional.^[4]

1.2 Rumusan Masalah

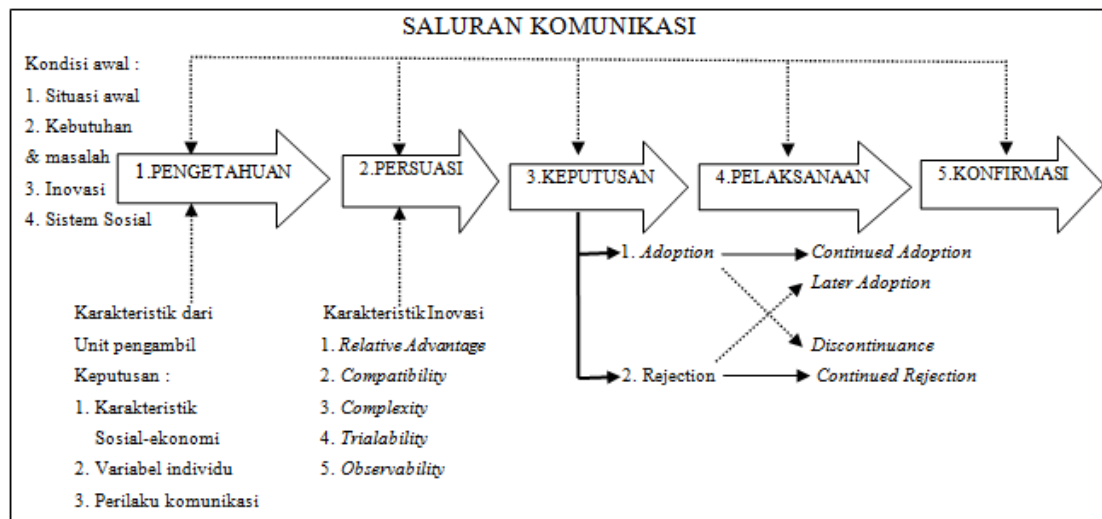
1. Bagaimana *innovative characteristics dan barriers* UMKM Batik pada Kampung Batik Kauman dan Pesindon Kota Pekalongan
2. Bagaimana adopsi TIK berbasis internet oleh UMKM Batik pada Kampung Batik Kauman dan Pesindon Kota Pekalongan
3. Berapa besar pengaruh *innovative characteristics dan barriers* terhadap adopsi TIK berbasis internet oleh UMKM Batik pada Kampung Batik Kauman dan Pesindon Kota Pekalongan

2. TINJAUAN TEORI

2.1 Adopsi dan Difusi Inovasi

Menurut Roger (2003:177) dalam Sahin (2006)^[5], adopsi adalah sebuah keputusan menggunakan penuh sebuah inovasi sebagai jalan yang terbaik dari tindakan yang tersedia dan penolakan adalah keputusan untuk tidak mengadopsi sebuah inovasi. Sedangkan difusi adalah proses yang mana sebuah teknologi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara anggota sistem sosial. Dengan demikian adopsi inovasi adalah keputusan untuk menggunakan penuh teknologi sebagai instrument untuk mengurangi ketidakpastian dalam mencapai hal yang diinginkan. Sedangkan difusi inovasi adalah proses dimana teknologi atau inovasi diadopsi dan dikomunikasikan kepada anggota sistem sosial yang lain untuk mengurangi ketidakpastian.

Dalam proses keputusan inovasi terdapat lima tahapan yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, pelaksanaan dan konfirmasi.



Gambar 1

Model tahapan dalam proses keputusan inovasi

Sumber : Roger (2003) dalam Sahin (2006)^[5]

- a. Tahap Pengetahuan
 Dalam tahapan ini, seorang individu mempelajari mengenai keberadaan inovasi dan mencari informasi tentang inovasi. “Apa?”, “Bagaimana?”, dan “Mengapa?” adalah pertanyaan kritis dalam tahap pengetahuan, (Roger, 2003:21 dalam Sahin, 2006)^[5].
- b. Tahap Persuasi
 Tahap persuasi terjadi ketika individu memiliki sikap negatif atau positif terhadap inovasi, (Roger, 2003:176 dalam Sahin, 2006)^[5].
- c. Tahap Keputusan
 Tahap keputusan dalam proses keputusan inovasi memilih untuk mengadopsi atau menolak inovasi, (Roger, 2003:177 dalam Sahin, 2006)^[5].
- d. Tahap Pelaksanaan
 Pada tahap pelaksanaan, inovasi dipraktekkan. Namun demikian inovasi membawa kebaruan yang mana derajat ketidakpastian terlibat dalam difusi, (Roger, 2003:6) dalam Sahin, 2006)^[5].
- e. Tahap Konfirmasi
 Keputusan inovasi telah dibuat tetapi pada tahap konfirmasi seorang individu mencari dukungan atas keputusannya.
 Dalam proses difusi inovasi yang merupakan proses mengurangi ketidakpastian diberikan atribut-atribut inovasi yang membantu untuk menurunkan ketidakpastian tentang inovasi. Atribut-atribut inovasi tersebut mencakup lima karakteristik inovasi yaitu :
 - a. *Relative advantage* adalah sejauh mana sebuah inovasi dirasakan lebih baik daripada ide sebelumnya.
 - b. *Compatibility* adalah sejauh mana kesesuaian inovasi dirasakan konsisten dengan nilai yang ada, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan potensial.
 - c. *Complexity* adalah sejauh mana inovasi dirasakan sulit untuk dimengerti dan digunakan.
 - d. *Trialability* adalah sejauh mana inovasi dapat diuji coba secara terbatas.
 - e. *Observability* adalah sejauh mana hasil dari inovasi dapat dilihat oleh orang lain.

2.2 Hambatan Pengadopsian TIK Berbasis Internet

Sejumlah faktor yang menghambat atau mencegah UMKM dari sepenuhnya menyadari manfaat dari TIK, termasuk kurangnya pengetahuan, sumber daya dan kepercayaan. Chau dan Turner (2001) dalam Manuere *et al.* (2012)^[6] berpendapat bahwa kurangnya pengetahuan teknologi TIK dari pemilik dan manfaat yang dirasakan adalah penghalang utama untuk penerapan TIK. Kurangnya pengetahuan tentang bagaimana menggunakan teknologi dan melek komputer rendah adalah faktor lain yang memberikan kontribusi untuk tidak mengadopsi TIK, (Knol dan Stroeken, 2001 dalam Manuere *et al.*, 2012)^[6].

Negara-negara berkembang menghadapi sejumlah tantangan ketika dihadapkan untuk menggunakan dan adopsi TIK. Tantangan-tantangan ini meliputi kurangnya infrastruktur telekomunikasi, kurangnya teknisi di TIK, dan penetrasi komputer dan internet rendah, (Anigani, 1999 dalam Manuere *et al.*, 2012)^[6].

Pendapat lain mengenai hambatan dalam adopsi TIK bagi bisnis khususnya UMKM yaitu sebagai berikut Tan *et al.* (2009)^[7] :

- ketidaksesuaian untuk bisnis

- tidak tersedianya ahli TIK yang berkualitas di perusahaan
- tidak tersedianya infrastruktur jaringan perusahaan
- tingginya biaya peralatan TIK dan jaringan *set up*
- harga perangkat lunak yang mahal
- tidak seimbangnya antara biaya investasi dan nilai pengembalian
- kurangnya pengetahuan akan TIK
- kurangnya kepercayaan akan keamanan TIK

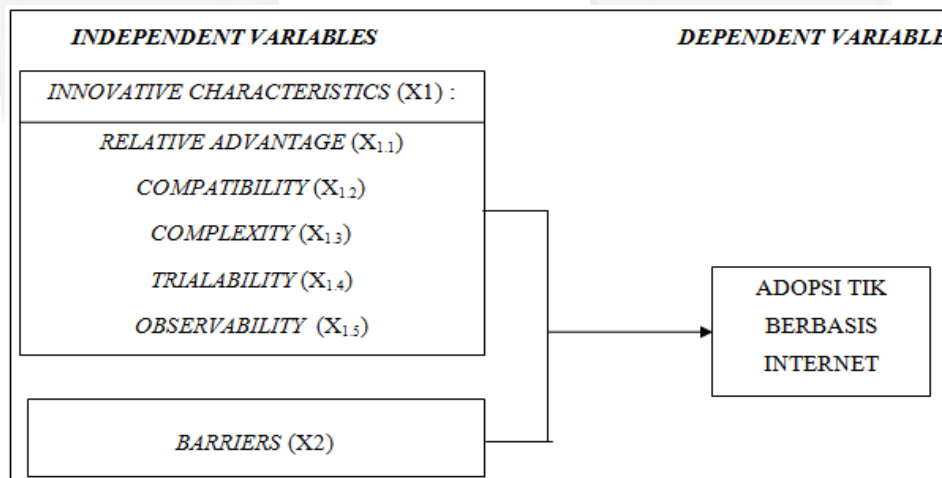
3. METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kausal. Menurut Rochaety, dkk (2007:17)^[8], penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih, tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lain. Penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana *innovative characteristics* dan *barriers* dan bagaimana adopsi TIK berbasis internet oleh UMKM Batik pada Kampung Batik Kauman dan Pesindon Kota Pekalongan. Penelitian ini juga menggunakan metode kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab-akibat, jadi di sini ada variabel bebas (variabel yang mempengaruhi) dan variabel terikat (variabel yang dipengaruhi), Sugiyono (2011:37)^[9]. Penelitian ini akan menguji apakah *innovative characteristics* dan *barriers* berpengaruh terhadap adopsi TIK berbasis internet oleh UMKM Batik pada Kampung Batik Kauman dan Pesindon Kota Pekalongan.

Jenis skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal yaitu menempatkan objek dalam kategori yang telah ditentukan sesuai kriteria seperti preferensi, usia, kelompok pendapatan, kepentingan, dan sebagainya, (Hair Jr. *et al.*, 2011:216)^[10] dan tipe skala instrumen yang digunakan adalah Skala Likert (*likert scale*) yang mengukur sikap atau pendapat yang menggunakan 5 (lima) pilihan yaitu Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju, Sangat Setuju. Skala pada 5 (lima) atau 7 (tujuh) titik digunakan agar dapat menampung kategori 'netral'. Namun penulis memutuskan untuk mengambil skala 4 (empat) titik untuk menghindari adanya *Error Central Tendency*, yaitu responden cenderung memilih jawaban yang sifatnya netral sehingga sulit untuk dianalisis. Menurut Umar (2008:71)^[11] data pada kategori netral tidak dipakai dalam analisis selama responden tidak memberikan alasannya.

Total populasi yang diperoleh dari kedua Kampung Batik tersebut berjumlah sebesar 90 UMKM batik. Teknik sampling yang digunakan adalah *Convenience Sampling* dengan pengambilan sampel berdasarkan rumus Slovin didapat 47 UMKM batik sebagai sampel.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis diskriptif dan regresi linier berganda. Dalam analisis regresi linier berganda akan didapat koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dapat menerangkan variasi variabel dependen, (Ghozali, 2011:97)^[12]. Selain itu dalam analisis regresi berganda dapat dilihat besarnya pengaruh variabel independen (exogenous) baik secara parsial yaitu pengaruh satu persatu dari masing-masing variabel exogenous terhadap variabel endogenous yang nilainya didapatkan dari nilai koefisien jalur / nilai beta maupun secara simultan yaitu pengaruh secara bersama-sama dari variabel exogenous, Sarwono (2012:15)^[13]



Gambar 2
Kerangka Pemikiran

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik dan Tanggapan Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah UMKM batik pada Kampung Batik Kauman dan Pesindon Kota Pekalongan. Pada tabel 1 akan diberikan karakteristik responden dari UMKM batik pada Kampung Batik Kauman dan Pesindon Kota Pekalongan.

Tabel 1 Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Presentase
1.	Usia	26 – 35 tahun = 21%
		36 – 45 tahun = 36%
		> 45%
2.	Tingkat Pendidikan	SMP
		SMA
		Sarjana S1/S2
3.	Lama Usaha	1 – 3 tahun
		3 – 5 tahun
		> 5 tahun
4.	Omzet	< Rp300 juta
		Rp300 juta – Rp2,5 Miliar

Berikut pada tabel 2 akan ditunjukkan hasil tanggapan responden yang diperoleh dari kuisioner.

Tabel 2 Tanggapan Responden

No	Variabel	Tanggapan Responden	Kategori
1.	<i>Innovative Characteristics</i>	73,04%	KUAT
2.	<i>Barriers</i>	58,51%	KUAT
3.	Keputusan Adopsi	72,075%	KUAT

4.2 Regresi Berganda

Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *innovative characteristics* dan *barriers* terhadap variabel keputusan adopsi. Hasil pengolahan data didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$\text{Persamaan : } Y = 5,676 + 0,072X_1 - 0,132X_2$$

Hasil dari analisis regresi berganda antara variabel independen yang mengukur *innovative characteristics* dan *barriers* dengan variabel dependen keputusan adopsi dapat dilihat dari **tabel 4.1** dan **4.2**. Pada tabel 4.1 nilai koefisien determinasi (R^2) mengindikasikan dari variasi variabel dependen keputusan adopsi dapat dijelaskan sebesar 37,1% dari variabel independen *innovative characteristics* dan *barriers*. Nilai F hitung dari penelitian ini sebesar 12,953 yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,21 sehingga menandakan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen keputusan adopsi.

Pada analisis regresi berganda sub-variabel *innovative characteristics* terhadap variabel dependen keputusan adopsi terdapat tiga sub-variabel *innovative characteristics* yang berpengaruh terhadap keputusan adopsi TIK berbasis internet yang dilakukan oleh UMKM batik Kampung Kauman dan Pesindon. Ketiga sub-variabel *innovative characteristics* tersebut adalah *relative advantage* dengan t hitung sebesar 2,022, *complexity* sebesar 3,863 dan *observability* sebesar -2,210. Hasil tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hussin dan Noor (2005) dalam Tan *et al.* bahwa *relative advantage*, *observability*, dan *complexity* berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce* oleh UMKM Malaysia, sedangkan *trialability* dan *compatibility* tidak berpengaruh signifikan.

Tabel 3

Hasil Regresi Berganda Variabel *Innovative Characteristics* dan *Barriers* terhadap Keputusan Adopsi

Variabel	B	Standar Error	β	t	Sig.
<i>Innovative Characteristics</i>	,072	,023	,414	3,183	,003
<i>Barriers</i>	-,132	,055	-,313	-2,409	,020
F hitung = 12,953, (Sig = 0,000)			$R^2 = 37,1\%$		

Tabel 4

Hasil Regresi Berganda Indikator Variabel *Innovative Characteristics* terhadap Keputusan Adopsi

Sub-variabel <i>Innovative Characteristics</i>	B	Standar Error	β	t hitung	Sig.
<i>Relative Advantage</i>	,168	,083	,260	2,022	,050*
<i>Compatibility</i>	-,041	,099	-,075	-,413	,682
<i>Complexity</i>	,400	,104	,785	3,863	,000*
<i>Trialability</i>	-,234	,138	-,254	-1,700	,097
<i>Observability</i>	-,179	,081	-,242	-2,210	,033*

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *innovative characteristics* termasuk dalam kategori kuat dengan presentase sebesar 73,04%. sedangkan variabel *barriers* termasuk dalam kategori kuat dengan presentase sebesar 58,51%.
2. Penelitian ini menjelaskan bahwa adopsi TIK berbasis internet oleh UMKM batik pada Kampung Batik Kauman dan Pesindon dalam kategori kuat dengan persentase sebesar 72,075%.
3. Variabel *Innovative Characteristics* dan *Barriers* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap adopsi TIK berbasis internet sebesar 37,1%.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Untuk penelitian mendatang perlu menambah jumlah populasi dan tidak hanya mengambil UMKM batik saja sehingga wilayah penyebaran kuisioner akan lebih luas untuk mendapatkan penambahan jumlah sampel yang dapat mendukung penelitian.
2. Penelitian mendatang perlu menyebutkan secara spesifik aplikasi teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet yang dapat digunakan untuk bisnis seperti aplikasi media sosial, website, blog atau *cloud computing*.
3. Penelitian mendatang perlu penambahan instrumen penelitian yang digunakan sehingga tidak hanya berupa kuisioner tetapi juga dapat dilakukan dengan wawancara mendalam secara langsung agar peneliti dapat mengetahui secara pasti hal-hal yang dapat mempengaruhi atau menghambat UMKM untuk mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet.

5.2.1 Saran Praktis

1. Pemerintah Kota Pekalongan melalui dinas-dinas terkait perlu bekerjasama dengan pihak-pihak yang memiliki perhatian terhadap UMKM seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), perusahaan teknologi informasi dan lembaga penelitian di perguruan tinggi.
2. Pemerintah Kota Pekalongan perlu memberikan bantuan berupa keringanan biaya untuk peralatan, pemasangan jaringan internet dan biaya *software* yang digunakan dalam mengaplikasikan TIK berbasis internet dalam bisnis.
3. Pemerintah Kota Pekalongan perlu menyediakan ahli teknologi informasi (TI) yang dapat menyediakan sebuah wadah yaitu website komunitas bagi masing-masing kampung batik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tempo (2013). *UKM Dorong Pertumbuhan Ekonomi Tembus 6,3 Persen*. [Online] <http://www.tempo.co/read/news/2013/07/03/092493157/UKM-Dorong-Pertumbuhan-Ekonomi-Tembus-63-Persen> [23 September 2013]
- [2] Okezone (2014). *Cuma 30% UKM yang Melek IT*. [Online] <http://economy.okezone.com/read/2014/03/18/320/956768/cuma-30-ukm-yang-melek-it> [04 April 2014]
- [3] Website Resmi Pemerintahan Kota Pekalongan (2012) *Warga Diimbau Manfaatkan Telecenter*. [Online] <http://www.pekalongankota.go.id/berita/warga--diimbau-manfaatkan-telecenter> [7 feb 2014]

- [4] Kelurahan Kauman (2011). *Potensi Wisata Kelurahan Kauman*. [Online] http://kauman.pekalongankota.or.id/index.php?option=com_content&view=article&id=56:potensi-wisata-kelurahan-kauman&catid=55:wisata&Itemid=79 [07 April 2014]
- [5] Sahin, Ismail. 2006. *Detailed Review of Rogers' Diffusion of Innovation Theory and Educational Technology-Related Studies Based on Rogers' Theory*; TOJET. Vol 5, Issue 2, Artikel 3. Pp. 14-22.
- [6] Manuere, Faitira *et al.*, (2012). *Barriers to the Adoption of ICT by SMEs in Zimbabwe: An Exploratory Study In Chinhoyi District*. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business. Vol. 4, No. 6, pp. 1142-1156.
- [7] Tan, Khong Sin *et al.*, (2009). *Internet-based ICT adoption: evidence from Malaysian SMEs*. Industrial Management & Data Systems. Vol. 109, No. 2, pp. 224-244.
- [8] Rochaety, Dr. Eti, S.E., MM. *et al.* (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- [9] Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- [10] Hair Jr. Joseph F. *et al.* (2011). *Essentials of Business Research Methods(2nd Ed)*. New York: M.E. Sharpe, Inc.
- [11] Umar, Husein. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- [12] Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [13] Sarwono, Jonathan. (2012). *Path Analysis: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi (Menggunakan SPSS)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.