

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kuliner di Kelurahan Tlogosari Semarang, dengan jumlah sampel sebesar 50 responden. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Purpose Sampling*, yaitu pelaku usaha kuliner di Kelurahan Tlogosari Semarang yang tergolong dalam umkm dan sudah menggunakan *e-commerce* dalam kurun waktu 6 bulan.

Untuk mendapat data responden dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang dilakukan secara langsung dengan mendatangi usaha kuliner yang berada di Kelurahan Tlogosari Semarang.

4.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk menentukan identitas para pelaku usaha kuliner di Kelurahan Tlogosari Semarang, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, lama usaha, *e-commerce* yang digunakan, dan lama penggunaan *e-commerce*.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	1. Laki-laki	23	46
	2. Perempuan	27	54
	Jumlah	50	100
Usia	1. < 30 tahun	14	28
	2. 30-39 tahun	19	38
	3. 40-49 tahun	11	22
	4. > 50 tahun	6	12
	Jumlah	50	100
Lama usaha	1. < 1 tahun	13	26
	2. 1-5 tahun	31	62
	3. > 5 tahun	6	12
	Jumlah	50	100
<i>E-commerce</i>	1. Go-Food/Grab Food	37	74
	2. Instagram	1	2
	3. Lainnya	12	24
	Jumlah	50	100
Lama <i>E-commerce</i>	1. 6 bulan < 1 tahun	27	54
	2. 1 tahun < 1,5 tahun	19	38
	3. 1,5 tahun < 2 tahun	2	4
	4. > 2 tahun	2	4
	Jumlah	50	100

Sumber : Data yang diolah, 2020

Tanggapan responden berdasarkan jenis kelamin terlihat bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh pelaku usaha kuliner perempuan sebesar 54% bila dibandingkan dengan responden laki-laki sebesar 46%. Sebenarnya untuk menjadi pelaku usaha kuliner tidak membedakan pada jenis kelamin, namun pada penelitian ini responden yang lebih banyak ditemui adalah perempuan.

Sedangkan untuk umur responden didominasi oleh pelaku usaha kuliner yang berumur antara 30 hingga 39 tahun yaitu sebesar 19 responden atau sebesar 38%. Tanggapan responden berdasarkan lama suatu usaha didapatkan hasil bahwa usaha yang sudah berjalan kurang dari 1 tahun terdapat 13 responden dengan presentase 26%, sedangkan dalam

kurun waktu 1 hingga 5 tahun terdapat 31 responden dengan persentase 62%, serta lama usaha yang sudah berjalan lebih dari 5 tahun terdapat 6 responden dengan presentase 12%.

Tanggapan responden mengenai penjualan usaha yang dilakukan dengan *e-commerce* menunjukkan bahwa GoFoof/GrabFood mendominasi pilihan responden dalam melakukan penjualan dengan e-commerce dengan jumlah 37 atau sebesar 74%, sedangkan konsumen yang memilih menggunakan instagram berjumlah 1 orang atau sebesar 2%, sisanya memilih lainnya dengan jumlah 12 atau sebesar 24%. Sedangkan untuk jangka waktu penggunaan *e-commerce* menunjukkan bahwa responden yang sudah menggunakan *e-commerce* selama 6 bulan hingga kurang dari 1 tahun berjumlah 27 responden atau sebesar 54%, selain itu pada lama penggunaan *e-commerce* selama 1 tahun hingga kurang dari 1,5 tahun terdapat 19 responden atau sebesar 38%, serta untuk jangka waktu lama penggunaan *e-commerce* pada 1,5 tahun sampai kurang dari 2 tahun terdapat 2 responden atau sebesar 4%, sedangkan jumlah responden pada jangka waktu penggunaan *e-commerce* lebih dari 2 tahun juga terdapat 2 responden atau sebesar 4%.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisa data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang sudah terkumpul adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan secara umum atau generalisasi. Dalam hal ini menjelaskan tanggapan responden terhadap masing-masing variabel penelitian. Tanggapan responden terhadap masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu :

4.2.1.1 Tanggapan responden terhadap Variabel Manfaat Teknologi Informasi

Tabel 4.2

Tanggapan Responden Mengenai Manfaat Teknologi Informasi

Indikator		SS (5)	ST (4)	RG (3)	TS (2)	STS (1)	Jml	Mean
<i>E-commerce</i> dapat meningkatkan kualitas usaha	F	14	36	0	0	0	50	4,28
	Skor	70	144	0	0	0	214	
<i>E-commerce</i> dapat mempercepat proses transaksi	F	21	29	0	0	0	50	4,42
	Skor	105	116	0	0	0	221	
<i>E-commerce</i> dapat meningkatkan kinerja usaha	F	29	21	0	0	0	50	4,58
	Skor	145	84	0	0	0	229	
<i>E-commerce</i> dapat meningkatkan efektivitas usaha	F	35	14	1	0	0	50	4,68
	Skor	175	56	3	0	0	234	
<i>E-commerce</i> dapat meningkatkan produktifitas usaha	F	42	8	0	0	0	50	4,84
	Skor	210	32	0	0	0	242	
<i>E-commerce</i> dapat mempermudah Usaha	F	41	9	0	0	0	50	4,82
	Skor	205	36	0	0	0	241	
Rata-rata skor								4,6

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan dari tabel 4.2 mengenai tanggapan responden terhadap manfaat teknologi informasi. Indikator pertama “Meningkatkan kualitas usaha”, diperoleh 14 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 36 orang. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* dapat membantu promosi dari suatu usaha, selain itu pembelianpun lebih cepat tanpa harus datang ke toko, sehingga

membuat kualitas pelayanan suatu usaha lebih cepat dan tanggap terhadap permintaan konsumen.

Berdasarkan dari tabel 4.2 mengenai tanggapan responden terhadap manfaat teknologi informasi. Indikator kedua “Mempercepat proses transaksi”, diperoleh 21 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 29 orang. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce*, pembayaran dapat dilakukan melalui internet dengan menggunakan OVO maupun mentrasfer langsung ke rekening penjual, sehingga lebih mempercepat transaksi pembayaran khususnya.

Berdasarkan dari tabel 4.2 mengenai tanggapan responden terhadap manfaat teknologi informasi. Indikator ketiga “Meningkatkan Kinerja Usaha”, diperoleh 29 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 21 orang. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* dapat meningkatkan kinerja usaha dengan bertambahnya penjualan dan pendapatan serta pelanggan dari suatu usaha.

Berdasarkan dari tabel 4.2 mengenai tanggapan responden terhadap manfaat teknologi informasi. Indikator keempat “Meningkatkan efektivitas usaha”, diperoleh 35 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 14 orang dan terdapat 1 responden menjawab “Ragu-ragu”. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* mempercepat waktu pemesanan, menghemat biaya promosi, menambah pelanggan juga efektif dalam membuat makanan sesuai orderan pembeli.

Berdasarkan dari tabel 4.2 mengenai tanggapan responden terhadap manfaat teknologi informasi. Indikator kelima “Meningkatkan produktivitas usaha”, diperoleh 42 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 8 orang. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa terjadi

peningkatan penjualan dan pendapatan yang diterima pelaku usaha kuliner dengan menerapkan *e-commerce*.

Berdasarkan dari tabel 4.2 mengenai tanggapan responden terhadap manfaat teknologi informasi. Indikator keenam “Mempermudah Usaha”, diperoleh 41 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 9 orang. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* dapat mempermudah usaha dalam promosi, pemesanan dan pembayaran dapat dengan cepat di layani tanpa datang langsung ke toko, selain itu dapat menjangkau pelanggan bukan hanya dari daerah Tlogosari namun juga semua orang dapat membeli makanan melalui *e-commerce*, serta usaha lebih dikenali masyarakat dan diingat bahkan penjualanpun bertambah seiring dengan pesaing yang semakin banyak, semuanya didapatkan karena menggunakan *e-commerce*.

4.2.1.2 Tanggapan responden terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi

Tabel 4.3

Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi

Indikator		SS (5)	ST (4)	RG (3)	TS (2)	STS (1)	Jml	Mean
<i>E-commerce</i> tidak rumit	F	19	30	1	0	0	50	4,36
	Skor	95	120	3	0	0	218	
<i>E-commerce</i> mudah dipelajari	F	22	28	0	0	0	50	4,44
	Skor	110	112	0	0	0	222	
<i>E-commerce</i> mudah dikendalikan	F	26	24	0	0	0	50	4,52
	Skor	130	96	0	0	0	226	
<i>E-commerce</i> mudah dimengerti	F	36	14	0	0	0	50	4,72
	Skor	180	56	0	0	0	236	
<i>E-commerce</i>	F	44	6	0	0	0	50	4,88

mudah digunakan	Skor	220	24	0	0	0	244	
Rata-rata skor								4,58

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan dari tabel 4.3 mengenai tanggapan responden terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi. Indikator pertama “Tidak rumit”, diperoleh 19 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 30 orang dan 1 orang responden memilih “Ragu-ragu”. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* tidak rumit dan ribet dalam penggunaannya, sehingga memudahkan responden untuk mengoperasikan *e-commerce* bagi usahanya.

Berdasarkan dari tabel 4.3 mengenai tanggapan responden terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi. Indikator pertama “Mudah dipelajari”, diperoleh 22 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 28 orang. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* dapat mudah untuk dipelajari proses penggunaannya sehingga dapat digunakan untuk mengembangkan suatu usaha lebih lagi.

Berdasarkan dari tabel 4.3 mengenai tanggapan responden terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi. Indikator ketiga “Mudah dikendalikan”, diperoleh 26 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 24 orang. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* dapat dengan mudah untuk belajar mengoperasikannya sebab prosesnya mudah diingat dan dipahami apalagi ketika digunakan dalam usaha setiap hari dalam pembelian, pemesanan hingga pembayaran melalui *e-commerce*.

Berdasarkan dari tabel 4.3 mengenai tanggapan responden terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi. Indikator keempat “Mudah

dimengerti”, diperoleh 36 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 14 orang. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* mudah dipahami dan diterima untuk pelaku usaha dalam menerima pemesanan hingga pembayaran sehari-hari.

Berdasarkan dari tabel 4.3 mengenai tanggapan responden terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi. Indikator kelima “Mudah digunakan”, diperoleh 44 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 6 orang. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* secara keseluruhan dapat mempermudah usaha dari menerima pemesanan hingga pembayaran juga promosi usaha, bahkan banyak pelaku usaha yang merasa terbantu dengan penjualannya bertambah, namun terdapat kendala biasanya pada koneksi/ jaringan internet saja.

4.2.1.3 Tanggapan responden terhadap Variabel Adopsi E-commerce

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Mengenai Adopsi E-Commerce

Indikator		SS (5)	ST (4)	RG (3)	TS (2)	STS (1)	Jml	Mean
<i>E-commerce</i> menjelaskan produk	F	21	29	0	0	0	50	4,42
	Skor	105	116	0	0	0	221	
<i>E-commerce</i> memberikan layanan pemesanan melalui internet	F	25	25	0	0	0	50	4,50
	Skor	125	100	0	0	0	225	
<i>E-commerce</i> memberikan layanan pembayaran melalui internet	F	22	26	0	2	0	50	4,36
	Skor	110	104	0	4	0	218	
Rata-rata skor								4,42

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan dari tabel 4.4 mengenai tanggapan responden terhadap adopsi e-commerce. Indikator pertama “*e-commerce* menjelaskan produk”, diperoleh 21 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 29 orang. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* dapat menjelaskan produk dari suatu usaha seperti daftar menu, harga, foto produk.

Berdasarkan dari tabel 4.4 mengenai tanggapan responden terhadap adopsi e-commerce. Indikator kedua “Pemesanan melalui internet”, diperoleh 25 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 25 orang. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* memberikan layanan pada konsumen untuk melakukan pemesanan melalui internet kepada penjual yang membuat cepat dan mudah tanpa harus datang ke toko.

Berdasarkan dari tabel 4.4 mengenai tanggapan responden terhadap adopsi e-commerce. Indikator ketiga “Pembayaran melalui internet”, diperoleh 22 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 26 orang dan jumlah responden yang memilih “Tidak Setuju” sebesar 2 responden. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* dapat melakukan pembayaran melalui internet dengan menggunakan OVO maupun transfer ke rekening penjual sehingga praktis dan efisien serta mempercepat transaksi pembayaran ke penjual\

4.2.1.4 Tanggapan responden terhadap variabel Keberhasilan Usaha

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Mengenai Keberhasilan Usaha

Indikator		SS (5)	ST (4)	RG (3)	TS (2)	STS (1)	Jml	Mean
Peningkatan penjualan	F	16	33	1	0	0	50	4,30

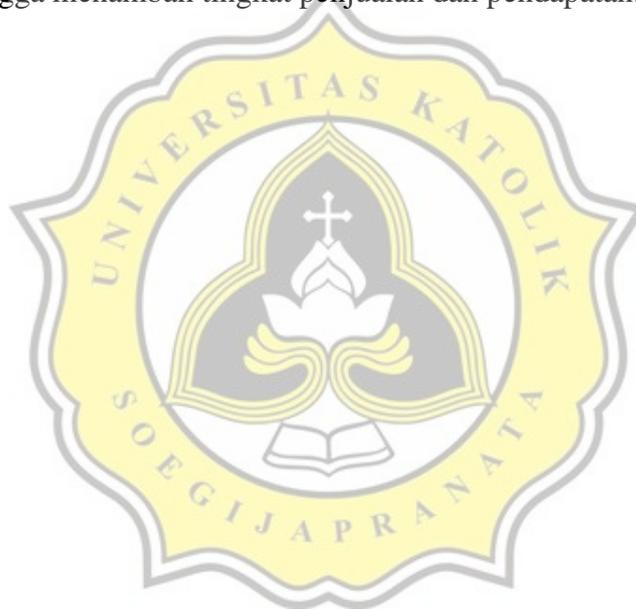
dikarenakan mengadopsi <i>e-commerce</i>	Skor	80	132	3	0	0	215	
Peningkatan pangsa pasar dikarenakan mengadopsi <i>e-commerce</i>	F	17	33	0	0	0	50	4,34
	Skor	85	132	0	0	0	217	
Peningkatan laba usaha dikarenakan mengadopsi <i>e-commerce</i>	F	9	33	5	3	0	50	4,96
	Skor	45	132	15	6	0	198	
Rata-rata skor								4,53

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan dari tabel 4.5 mengenai tanggapan responden terhadap keberhasilan usaha. Indikator pertama “Meningkatkan penjualan”, diperoleh 16 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 33 orang dan 1 orang responden memilih “Ragu-ragu. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan usaha, bukan hanya menerima pemasukan dari konsumen yang datang namun juga melalui *e-commerce*, selain itu ada perbedaan selisih harga yang memberikan keuntungan untuk penjual, sehingga sangat membantu pelaku usaha.

Berdasarkan dari tabel 4.5 mengenai tanggapan responden terhadap keberhasilan usaha. Indikator kedua “Meningkatkan pangsa pasar”, diperoleh 17 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 33 orang. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* dapat meningkatkan pangsa pasar, dimana dengan menggunakan *e-commerce* merupakan cara promosi kepada pelanggan yang baik salah satunya adanya promo yang membuat pelanggan semakin ingin membeli makanan lewat *e-commerce*, dan dapat dilihat semua orang produknya sehingga memberikan cangkupan usaha yang luas bagi pelaku usaha untuk mendapatkan pasar yang lebih banyak.

Berdasarkan dari tabel 4.5 mengenai tanggapan responden terhadap keberhasilan usaha. Indikator ketiga “Bertambahnya Laba”, diperoleh 9 responden yang memilih “Sangat setuju”. Sedangkan responden yang memilih “Setuju” berjumlah 33 orang dan 5 orang responden memilih “Ragu-ragu, serta 3 orang responden memilih “Tidak setuju”. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden bahwa dengan menggunakan *e-commerce* dapat meningkatkan laba suatu usaha dikarenakan dengan menggunakan *e-commerce* dapat mempermudah biaya promosi, selain itu dapat mendorong penjualan pada suatu usaha sehingga menambah tingkat penjualan dan pendapatan.



4.2.2 Persamaan Regresi

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan perhitungan regresi berganda antara Manfaat Teknologi Informasi (X1) dan Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi (X2) terhadap Adopsi *E-commerce*, dengan dibantu spss dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6

Hasil Persamaan Regresi 1

Variabel	Beta
(Constant)	1.538
manfaat teknologi informasi	0.214
kemudahan penggunaan teknologi informasi	0.254

Sumber : Hasil olahan SPSS , 2020

Seperti dijelaskan pada Tabel 4.6 maka persamaan regresinya dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$\hat{Y}_1 = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 1.538 + 0,214 X_1 + 0,254 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai positif (1.538) yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (Manfaat Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi) menggambarkan arah pengaruh antara variabel bebas (Manfaat Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi) dan variabel terikat (Adopsi *E-commerce*). Variabel bebas yang mencangkup Manfaat Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi memiliki arah yang sama dengan variabel terikat yaitu Adopsi *E-commerce*.

Nilai koefisien Manfaat Teknologi Informasi (X1) sebesar 0,214 hal ini menunjukkan bahwa Manfaat Teknologi Informasi mempunyai hubungan yang searah dengan Adopsi *E-commerce*.

Nilai koefisien (X_1) sebesar 0,254 hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi mempunyai hubungan yang searah dengan Adopsi *E-commerce*.

Tabel 4.7

Hasil Persamaan Regresi 2

Variabel	Beta
(Constant)	8.422
Adopsi <i>E-commerce</i> (Y_1)	0.315

Sumber : Hasil olahan SPSS , 2020

Seperti dijelaskan pada Tabel 4.7 maka persamaan regresinya dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$\hat{Y}_2 = \alpha_0 + \beta Y_1 + \varepsilon$$

$$Y = 8.422 + 0,315Y_1 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai positif (8.422) yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (Adopsi *E-commerce*) menggambarkan arah pengaruh antara variabel bebas (Adopsi *E-commerce*) dan variabel terikat (Keberhasilan Usaha). Variabel bebas adopsi *e-commerce* memiliki arah yang sama dengan variabel terikat yaitu keberhasilan usaha.

Nilai koefisien sebesar 0,315 hal ini menunjukkan bahwa Adopsi *E-commerce* mempunyai hubungan yang searah dengan Keberhasilan Usaha.

4.2.3 Pengujian Hipotesis(Uji t)

Hasil uji t ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara Manfaat Teknologi Informasi (X_1) dan Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi (X_2) terhadap Adopsi *E-commerce* (Y_1) secara parsial. Serta Adopsi *E-commerce* (Y_1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y_2).

Tabel 4.8**Hasil uji t 1**

Variabel	t hitung	Sig
Manfaat Teknologi Informasi (X1)	2.073	0.044
Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi (X2)	2.209	0.032

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

4.2.3.1 Hipotesis 1 : Manfaat Teknologi Informasi Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Adopsi E-commerce

Berikut ini adalah Hasil Uji Hipotesis 1 :

- a. $H_0: \beta_1 = 0$, artinya Manfaat Teknologi Informasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *E-commerce*.
- b. $H_{a1}: \beta_1 > 0$, artinya Manfaat Teknologi Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *E-commerce*.

Hasil pengujian antara manfaat teknologi informasi terhadap adopsi *e-commerce* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,044 yang berarti lebih kecil dari tingkat kesalahan sebesar 0,05, maka H_a diterima dan H_0 ditolak dan membuktikan bahwa variabel Manfaat Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Adopsi *E-commerce*.

4.2.3.2 Hipotesis 2 : Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Adopsi E-commerce

Berikut adalah hasil uji hipotesis 2 :

- a. $H_0: \beta_2 = 0$, artinya Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *E-commerce*.
- b. $H_{a2}: \beta_2 > 0$, artinya Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Adopsi *E-commerce*.

Hasil pengujian antara kemudahan penggunaan teknologi informasi terhadap adopsi *e-commerce* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,032 yang

berarti lebih kecil dari tingkat kesalahan sebesar 0,05. Maka H_a diterima dan H_o ditolak dan membuktikan bahwa variabel Manfaat Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Adopsi *E-commerce*.

4.2.3.3 Hipotesis 3 : Manfaat Teknologi Informasi dan Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi Secara Bersama-sama Berpengaruh Signifikan Terhadap Adopsi E-commerce

Uji F

Dalam pengujian Fit Model digunakan untuk menguji/ mengetahui model regresi yang digunakan antara variabel independent (Manfaat teknologi informasi dan Kemudahan penggunaan teknologi informasi) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Adopsi *E-commerce*).

Berikut hasil pengujian F yang proses perhitungannya dengan program SPSS :

Tabel 4.9

Hasil Uji F

Model	F	Sig
Regression	5.329	.008 ^a
Sumber : Data Primer yang diolah, 2020		
a. Predictors: (Constant), Kemudahan penggunaan teknologi informasi, Manfaat teknologi informasi		
b. Dependent Variable: Adopsi <i>E-commerce</i>		

Hasil pengujian nilai F diperoleh sebesar 5,329 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,008 ($< 0,05$). Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh antara manfaat teknologi informasi dan kemudahan penggunaan teknologi informasi secara bersama-sama terhadap adopsi *e-commerce* adalah signifikan. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa pengujian mampu menerima hipotesis ketiga, sehingga dugaan yang menyatakan adanya pengaruh manfaat teknologi informasi dan kemudahan penggunaan teknologi informasi

secara bersama-sama terhadap adopsi *e-commerce* terbukti atau dapat diterima.

4.2.3.4 Hipotesis 4 : Adopsi Adopsi E-commerce Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Keberhasilan Usaha

Tabel 4.10
Hasil uji t 2

Variabel	T	Sig
Adopsi <i>E-commerce</i> (Y1)	2.220	0.031

- a. $H_{04} : \beta_4 = 0$, artinya Adopsi *e-commerce* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
- b. $H_{a4} : \beta_4 > 0$, artinya Adopsi *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap Keberhasilan Usaha..

Hasil pengujian antara adopsi *e-commerce* terhadap keberhasilan usaha diperoleh nilai signifikan sebesar 0,031 yang berarti lebih kecil dari tingkat kesalahan sebesar 0,05, maka H_a diterima dan H_0 ditolak dan membuktikan bahwa variabel Adopsi *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Manfaat Teknologi Informasi terhadap Adopsi E-commerce

Pada hasil pengujian ditunjukkan bahwa manfaat teknologi informasi memiliki nilai signifikan t sebesar 0,044 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *e-commerce*, dengan adanya keyakinan akan manfaat yang diterima ketika mengadopsi *e-commerce*. Seperti pada penelitian sebelumnya, hasil penelitian Prastuti, dkk (2011), Vidi dan Agustinus (2008), I Wayan dan I Putu (2017) menjelaskan bahwa semakin tinggi manfaat maka semakin tinggi pula tingkat pengadopsian *e-commerce* dan berjalan semakin baik.

4.3.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Adopsi E-commerce

Pada hasil pengujian ditunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi informasi memiliki nilai signifikan t sebesar 0,032 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *e-commerce*, berarti dengan adanya kemudahan penggunaan teknologi informasi maka, pelaku usaha kuliner mampu mengoperasikan *e-commerce* tanpa kesulitan, dan usaha yang besar. Seperti yang dijelaskan penelitian terdahulu oleh Prastuti, dkk (2011), Vidi dan Agustinus (2008), I Wayan dan I Putu (2017), bahwa semakin meningkat persepsi kemudahan penggunaan maka semakin meningkat penerapan *e-commerce* dalam menjalankan usaha

4.3.3 Pengaruh Manfaat Teknologi Informasi dan Kemudahan Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Adopsi E-commerce

Dari hasil pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa manfaat teknologi informasi dan kemudahan penggunaan teknologi informasi dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu adopsi *e-commerce* secara signifikan. Hasil regresi juga menunjukkan hasil bahwa semua variabel independen berpengaruh positif terhadap adopsi *e-commerce*, yang artinya semakin tinggi manfaat teknologi informasi dan kemudahan penggunaan teknologi informasi maka akan semakin tinggi pula adopsi *e-commerce*.

4.3.4 Pengaruh Adopsi E-commerce terhadap Keberhasilan Usaha

Pada hasil pengujian ditunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* memiliki nilai signifikan t sebesar 0,031 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, sehingga dengan adanya pengadopsian *e-commerce*, maka akan mempengaruhi keberhasilan usaha. Seperti pada penelitian sebelumnya, hasil penelitian Prastuti, dkk (2011). Selain itu juga penelitian Fatmariansi (2011), Helmalia dan Afrianawati (2018) bahwa semakin tinggi adopsi *e-commerce* maka keberhasilan usaha akan semakin meningkat.