



## Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan E-Commerce UKM Kain Tradisional Palembang

Irma Salamah

Jurusan Teknik Elektro Politeknik Negeri Sriwijaya, irma.salamah@yahoo.com

### Abstract

*This study empirically examines the factors that influence the success of e-commerce in traditional cloth of Palembang SMEs using the DeLone & McLean approach. The variables used are system quality, service quality, information quality, and use. The problem in this study is, there are still many SMEs in the traditional cloth of Palembang that have not used e-commerce technology in their business processes, so it is necessary to investigate what factors influence the use of e-commerce technology in the traditional cloth of Palembang SMEs. The samples taken are 35 traditional Palembang cloth SMEs that have used e-commerce in their business processes. This research was conducted with exploratory and empirical studies. In the exploratory study conducted by identifying the success factors of SI e-commerce based on the DeLone & McLean model. Next, make a hypothesis between the success factors of IS. An empirical study was conducted to verify the hypothesis that was made. Based on these two studies and using the path analysis method, an e-commerce model will be obtained for the traditional cloth Palembang SMEs. The results obtained are system quality variables that do not directly affect the use of use of e-commerce, service quality directly affects use of e-commerce, and information quality directly affects use of e-commerce. Keywords: system quality, service quality, information quality, use of e-commerce*

*Keywords: system quality, service quality, information quality, use of e-commerce*

### Abstrak

Penelitian ini secara empiris menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan e-commerce pada UKM kain tradisional Palembang dengan menggunakan pendekatan DeLone & McLean. Variabel yang dipakai yang dipakai yaitu *system quality*, *service quality*, *information quality*, dan *use*. Masih banyaknya UKM kain tradisional kota Palembang yang belum menggunakan teknologi *e-commerce* dalam proses bisnisnya adalah permasalahan dalam penelitian ini sehingga perlu diselidiki faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan teknologi *e-commerce* pada UKM kain tradisional kota Palembang. Sampel yang diambil adalah 35 UKM kain tradisional Palembang yang telah menggunakan e-commerce pada proses bisnisnya. Penelitian ini dilakukan dengan studi *exploratory* dan empiris. Pada studi *exploratory* dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor kesuksesan SI *e-commerce* berdasarkan model DeLone&McLean. Selanjutnya membuat hipotesis antara faktor-faktor IS success tersebut. Studi empiris dilakukan untuk memverifikasi hipotesis yang dibuat. Berdasarkan kedua studi ini dan dengan menggunakan metode *path analysis*, akan didapatkan model e-commerce untuk UKM kain tradisional Palembang. Hasil yang didapat adalah variabel *system quality* tidak berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan *e-commerce*, *service quality* berpengaruh langsung terhadap penggunaan *e-commerce*, dan *information quality* berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan *e-commerce*. Kata kunci: kualitas sistem, kualitas layanan, kualitas informasi, penggunaan *e-commerce*.

*Kata kunci: kualitas sistem, kualitas layanan, kualitas informasi, penggunaan e-commerce*

© 2018 Jurnal RESTI

### 1. Pendahuluan

Peningkatan pendapatan suatu daerah dipengaruhi oleh adanya industri kreatif, dimana industri kreatif juga merupakan keunikan suatu daerah. Sumatera Selatan sebagai salah satu propinsi yang besar di Indonesia memiliki berbagai jenis kain tradisional seperti : kain jumputan, kain prada, kain pelangi, dan kain blongsong. UKM kain tradisional Palembang merupakan salah satu

industri kreatif yang menjadi unggulan ciri khas kota Palembang [1].

Menurut data yang didapat dari Disperindagkop Kota Palembang, terdapat 160 usaha kain tenun tradisional. Berdasarkan hasil survey dan wawancara pemilik/pengrajin kain tenun tradisional tidak berkreatifitas dalam pengembangan produk dan pemasaran. Hal ini disebabkan oleh kurangnya ilmu

pengetahuan dan keahlian, walaupun usaha tersebut merupakan usaha turun temurun keluarga.

Tantangan terbesar yang dihadapi UKM pada saat ini adalah bagaimana UKM tersebut dapat memasarkan produknya secara lebih luas dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi yang ada.

Teknologi informasi dan internet memiliki efek dramatis pada bisnis operasi. Perusahaan telah membuat investasi besar dalam aplikasi e-commerce tetapi sulit untuk menilai keberhasilan sistem e-commerce mereka.

Kesuksesan e-commerce suatu perusahaan dipengaruhi oleh kesuksesan sistem informasi (*IS success*) e-commerce perusahaan. Dalam era globalisasi saat ini, suatu badan usaha khususnya UKM harus melakukan perubahan untuk meningkatkan daya saingnya, selain itu pemanfaatan teknologi informasi dalam suatu bidang usaha juga semakin berkembang dengan pesat, sehingga menyebabkan suatu badan usaha berusaha untuk menerapkan teknologi dan sistem informasi yang digunakan untuk memproses dan mengirimkan informasi secara efektif dan efisien agar dapat menunjang proses bisnis serta meningkatkan kualitas pelayanan. Kesuksesan badan usaha juga sangat bergantung pada kemampuan mengumpulkan, memburu, dan mengorganisasikan informasi. Penggunaan teknologi informasi dan sistem informasi dapat meningkatkan kecepatan, ketepatan dan efisiensi bisnis melalui pertukaran informasi [1].

Tingkat penggunaan teknologi informasi (TI) UKM negara-negara maju sudah semakin meningkat walaupun aplikasi SI yang digunakan masih rendah. Tingkat penggunaan SI pada UKM di negara-negara berkembang tergolong rendah. Salah satu faktor penyebabnya adalah kurang pengetahuan tentang manfaat yang diperoleh dari penggunaan SI. Penggunaan SI belum dianggap sebagai suatu peluang yang menjadikan UKM menjadi lebih kompetitif.

Kota Palembang merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang terkenal dengan kain tradisionalnya. Berdasarkan hasil survey pada beberapa UKM kain tradisional, masih banyak UKM kain tradisional yang belum menggunakan teknologi *e-commerce* dalam proses bisnisnya. Hal inilah yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan sistem teknologi *e-commerce* pada UKM kain tradisional Palembang.

Pemilihan UKM kain tradisional sebagai objek dalam penelitian ini didasarkan karena kain tradisional ini merupakan kain khas Palembang yang tentunya harus dilestarikan. Selain itu UKM juga memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja baru yang tentunya akan meningkatkan perekonomian masyarakat pada suatu daerah.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan sistem

teknologi *e-commerce* UKM dengan menggunakan pendekatan *Updated D&M IS Success model*.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan untuk perbaikan peningkatan penggunaan sistem teknologi *e-commerce* yang tentunya merupakan hal yang sangat penting bagi setiap UKM umumnya dan UKM kain tradisional Palembang khususnya, sehingga dapat menjadi UKM yang memiliki *competitive advantage*.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. E-Commerce

Definisi sederhana dari *e-commerce* adalah proses pembelian dan penjualan barang melalui Internet. Istilah ini kemudian dikembangkan dengan menambahkan "pertukaran informasi" di samping "pembelian dan penjualan barang" [2]. *E-commerce* menurut [3] adalah perdagangan elektronik dimana kegiatan transaksi membeli atau menjual dilakukan melalui elektronik atau melalui jaringan internet. *E-commerce* berbentuk sebuah website toko online yang beroperasi 24 jam setiap harinya.

*E-commerce* adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet. Semua orang termasuk Anda jika memiliki jaringan internet akan dapat berpartisipasi dalam kegiatan ini [4].

### 2.2. Adopsi E-Commerce di Indonesia

*E-commerce* bagi perusahaan kecil memungkinkan pengiriman dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, mendukung transaksi cepat tanpa kertas. Pemanfaatan internet memungkinkan Usaha Kecil dan Menengah melakukan pemasaran pada pasar global, sehingga peluang menembus ekspor sangat mungkin.

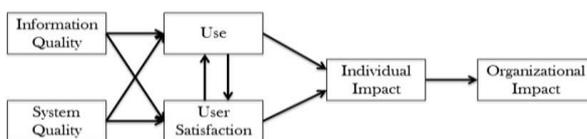
Dampak positif *e-commerce* bagi suatu negara adalah meningkatkan efisiensi dan membuka akses pasar yang lebih luas. Saat ini keberhasilan atas adopsi *e-commerce* masih lebih banyak terjadi di negara maju daripada di negara berkembang [5]. Adopsi *e-commerce* itu sendiri dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik pada tingkat individu, tingkat perusahaan hingga tingkat Negara [6]. Pada tingkat negara, [7] menyebut faktor-faktor yang berkontribusi terhadap adopsi *e-commerce* adalah penetrasi pengguna internet, intensitas investasi telekomunikasi, dan tingkat pendidikan dalam suatu negara. Penelitian [7] juga mencoba membuat sejumlah model untuk menjelaskan faktor yang berkontribusi terhadap pertumbuhan *e-commerce*. Hasilnya dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan B2C *e-commerce* didorong oleh faktor internal dalam suatu negara dan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal dari negara lain yang merupakan *leading country*. Sedangkan dari penelitian yang dilakukan oleh [8] menunjukkan bahwa tingkat pendapatan, tingkat pendidikan dan eksposur ke Internet adalah prediktor signifikan dalam menjelaskan tingkat adopsi *e-commerce*. Penelitian ini menunjukkan

bahwa jenis kelamin dan usia konsumen tidak faktor penting untuk adopsi e-commerce di Singapura. Pada tingkat individu [9] menjelaskan kontribusi sejumlah faktor terhadap belanja online yaitu faktor demografi, pengalaman berinternet, keyakinan normatif, orientasi belanja, motivasi belanja, sifat-sifat pribadi, pengalaman online, persepsi psikologis, dan pengalaman belanja online. Faktor demografi merupakan fokus dari studi pada tahap awal, sedangkan persepsi psikologis dan pengalaman *online* (misalnya, emosi) telah banyak diteliti dalam penelitian yang lebih baru.

### 2.3. Penelitian *IS-Success*

Banyak penelitian telah dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kesuksesan sistem teknologi informasi. Salah satu penelitian yang terkenal di area ini adalah penelitian yang dilakukan oleh [10]. Model kesuksesan sistem teknologi informasi yang dikembangkan oleh [10] ini cepat mendapat tanggapan. Salah satu sebabnya adalah model mereka merupakan model yang sederhana tetapi dianggap cukup valid.

Model parsimoni adalah model yang lengkap tapi sederhana. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dan teori-teori yang telah dikaji, [10] kemudian mengembangkan suatu model parsimoni yang mereka sebut dengan nama model kesuksesan sistem informasi DeLone & McLean (*D&M Information System Success Model*).

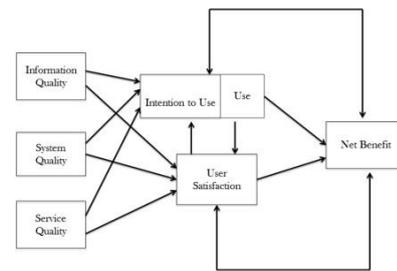


Gambar 1. Model DeLone & McLean (1992)

Model ini mengukur ke enam dimensi pengukuran kesuksesan sistem informasi secara keseluruhan satu mempengaruhi yang lainnya seperti gambar diatas.

Adanya perubahan sistem informasi selama 10 tahun sejak DeLone & McLean pertama kali memperkenalkan modelnya, DeLone & McLean mengkaji lebih dari 100 artikel yang dipublikasikan di jurnal-jurnal sistem informasi terkenal seperti *Information System research*, *Journal of Management Information Systems*, dan *MIS Quarterly*, [11] memperbaiki modelnya dan mengusulkan model yang sudah dikembangkan terutama untuk digunakan pada *e-commerce*. Setelah mengkaji dan mereview penelitian-penelitian sebelumnya dan melihat perubahan-perubahan sistem informasi yang telah berkembang, [11] memperbarui modelnya dan menyebutnya sebagai model kesuksesan sistem informasi D&M yang diperbarui (*Updated D&M IS Success model*).

Dengan adanya beberapa penambahan variabel pada model, maka model DeLone & McLean yang telah diperbarui adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Update DeLone & McLean success model

Selanjutnya [12] menerapkan success model yang mereka buat pada e-commerce. [13] memvalidasi secara parsial Model [10] dan menyarankan *perceived usefulness* sebagai pengganti untuk use, mengingat bahwa use merupakan perilaku, dan tidak mencerminkan keberhasilan dalam konteks penggunaan. [14] secara empiris menguji dan memvalidasi baik model [10] dan [15], tetapi dikecualikan dampak individu dan dampak organisasi. [16] juga memvalidasi model [10]. Ia menunjukkan bahwa dampak individual dapat dinilai dengan pengukuran *perceived usefulness*. Dia tidak memasukan dampak organisasi sebagai dimensi. [17] mengkonsepkan model keberhasilan e-commerce dari [10]. Selain menambahkan kualitas informasi (atau konten), kualitas sistem, penggunaan dan kepuasan penggunaan, mereka juga menyoroti dukungan dan layanan (*support & service*) dan kepercayaan sebagai faktor tambahan untuk dipertimbangkan dalam lingkungan e-commerce B2C. [12] menambahkan variable baru yaitu *dependability* sebagai salah satu faktor sukses IS perusahaan. Dengan kata lain, kualitas informasi dan kualitas sistem mempengaruhi niat untuk menggunakan dan kepuasan pelanggan melalui ketergantungan (*dependability*). [18] mengumpulkan dari beberapa penelitian untuk membuat mengkonsepkan keberhasilan e-commerce, yaitu kualitas system, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, persepsi kemanfaatan, kepercayaan, *loyalty insentif*, dan penggunaan sistem secara kontinyu.

Niat untuk menggunakan (*Intention to use*) merupakan konstruk pra-adopsi utama [19]. Hal ini memberikan indikasi niat pengguna mengenai penggunaan pada masa depan dari suatu sistem informasi. Dengan demikian tidak sepenuhnya cocok untuk studi pasca-adopsi untuk menilai keberhasilan suatu sistem informasi [20]. [20] membuat kasus untuk menilai niat pengguna terhadap penggunaan sistem secara kontinyu (*continuance intention*). Beberapa pengukuran lebih cocok untuk studi pasca-adopsi seperti pada investigasi keberhasilan IS. Konstruk ini lebih jauh lagi tepat sebagai ukuran keberhasilan dalam konteks e-commerce, di mana pelanggan tetap sangat dihargai. [20] menemukan bahwa persepsi kegunaan, kepuasan pengguna dan loyalitas insentif berpengaruh terhadap *continuance intention*.

**3. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada UKM kain tradisional Palembang yang telah menerapkan *e-commerce* pada proses bisnisnya. Data diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian angket kuesioner. Hasil kuesioner diolah dengan menggunakan software SPSS 22.

**3.1. Pengujian Kualitas Data**

Untuk menguji seberapa baik instrument pengukuran yang digunakan yaitu dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor. Pengujian validitas dilakukan untuk setiap butir pertanyaan yang digunakan dalam variabel. Suatu instrument dikatakan valid jika nilai *corrected item total correlation* > r table [21]. Sedangkan uji reliabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrument dipastikan validitasnya. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dengan melihat nilai koefisien *Alpha* atau *Alpha Cronbach*. Suatu instrument dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 6 [22].

**3.2. Uji Asumsi Klasik**

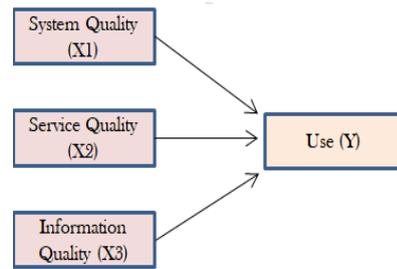
Uji asumsi klasik dilakukan setelah data telah teruji kualitasnya. Uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolinearitas, uji normalitas, dan uji heterokedastisitas. Uji normalitas untuk melihat apakah data terdistribusi normal (dengan grafik normal distribution), uji multikolinieritas untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variable independen dalam model regresi (dengan nilai VIF < 10), dan uji heterokedastisitas untuk melihat apakah penyebaran data acak atau tidak (dengan grafik scatter plot).

**3.3. Analisis Jalur (Path Analysis)**

Analisis jalur pada dasarnya merupakan pengembangan dari analisis regresi, yang digunakan menguji besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variable dengan cara menguraikan koefisien korelasi menjadi pengaruh langsung dan tidak langsung. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variable eksogen terhadap variable endogen.

**4. Hasil dan Pembahasan**

Populasi pada penelitian ini adalah UKM kain tradisional Palembang. Berdasarkan data dari dinas perindustrian di Palembang terdapat sebanyak ±160 usaha kain tradisioanal. Tetapi tidak semua UKM tersebut menggunakan *e-commerce* dalam memasarkan produknya. Sampel yang diambil pada penelitian ini hanya 35 UKM kain tradisional dengan jumlah total karyawan dari 35 UKM tersebut 175 karyawan, yang berarti jumlah total sampel 175 responden. Tetapi data yang dapat diolah hanya 150 responden. Model Penelitian adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Model penelitian

Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan karyawan/ti 35 UKM dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disediakan dan data yang diperoleh dari Disperindag Kota Palembang.

Hipotesis pada penelitian ini adalah :

- H1 : *system quality* berpengaruh langsung terhadap *use*
- H2 : *service quality* berpengaruh langsung terhadap *use*
- H3 : *information quality* berpengaruh langsung terhadap *use*

Hasil pengujian kualitas data adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Reliabilitas X1, X2, X3, Dan Y

		CITC					
X1.1	0,638	X2.1	0,512	X3.1	0,516	Y1.1	0,727
X1.2	0,659	X2.2	0,517	X3.2	0,604	Y1.2	0,746
X1.3	0,660	X2.3	0,633	X3.3	0,678	Y1.3	0,679
		X2.4	0,521	X3.4	0,572	Y1.4	0,578

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas X1, X2, X3, Y

Cronbach Alpha	
X1	0,801
X2	0,743
X3	0,783
Y	0,845

Dimana :

- X1 : *System quality*
- X2 : *Service quality*
- X3 : *Information quality*
- Y : *Use*

Dari tabel 1 terlihat hasil pengujian validitas untuk X1, X2, X3, dan Y diperoleh r hasil (*corrected item-total correlation*) > r tabel (r tabel = 0,1348). Dengan demikian maka variabel *system quality*, *service quality*, *information quality* dan *use* dinyatakan valid dan layak digunakan untuk penelitian.

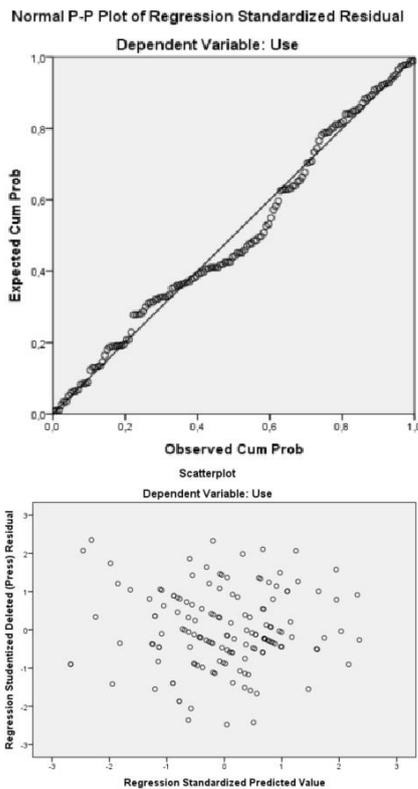
Hasil pengujian reliabilitas (tabel 2) nilai cronbach alpha X1, X2, X3, dan Y lebih besar dari r tabel (cronbach alpha > r tabel). Dengan demikian maka *system quality*, *service quality*, *information quality* dan *use* dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk penelitian.

Hasil regresi X1, X2, X3 terhadap Y sebagai berikut :

Tabel 3. Nilai Hasil Regresi

Variable	Beta	T	Sig	VIF	R square
System quality	0,038	0,407	0,685	1,872	0,335
Service quality	0,292	3,635	0,000	1,420	
Information quality	0,339	3,423	0,001	2,158	

Pada table 3 terlihat bahwa nilai VIF untuk persamaan adalah < 10, sehingga dapat dikatakan tidak ditemukan adanya masalah multikolinearitas.



Gambar 4. Hasil uji normalitas dan heterokedastisitas

Dari gambar 4 terlihat bahwa data terdistribusi mendekati garis normal dan menyebar secara acak. Variabel X1, X2, dan X3 secara langsung mempengaruhi variabel Y.

Persamaan strukturalnya menjadi seperti ini:

$$Y = \beta X_1 Y + \beta X_2 Y + \beta X_3 Y + \epsilon_1 \quad (1)$$

Dari tabel 3 juga terlihat nilai R square=0,335 yang berarti variabel X1, X2 dan X3 memiliki kontribusi sebesar 33,5 persen dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel Y sedangkan sisanya sebesar 66,5 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai t untuk uji parsial terlihat bahwa variabel X2 dan X3

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y yang ditunjukkan oleh nilai Sig masing-masing < dari 5% yaitu 0,000 dan 0,001. Hipotesis 2 dan 3 diterima. Variabel X1 secara statistik tidak signifikan mempengaruhi variabel Y yang terlihat dari nilai Sig. sebesar 0,685 > 5% sehingga untuk variabel X1, kita eliminasi dari model. Hal ini berarti hipotesis 1 ditolak. Persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,292X_2 + 0,339X_3 + \epsilon_1 \quad (2)$$

Dari tanda nilai koefisien (+), variabel X2 dan X3 memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel Y. Interpretasi variabel X2: Peningkatan sebesar 1 satuan variabel X2 akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,292.

Interpretasi variabel X3: Peningkatan sebesar 1 satuan variabel X3 akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,339

Variabel *system quality* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *use*, *service quality* berpengaruh langsung terhadap *use*, *information quality* berpengaruh secara langsung terhadap *use*. Adanya pengaruh dan tidak berpengaruh pada variabel penelitian, berdasarkan hasil dari survei kuesioner. Rata-rata karyawan UKM berpendidikan SMA yang sudah biasa menggunakan komputer dan melek teknologi sehingga tidak merasakan kesulitan dalam menggunakan sistem e-commerce yang ada. Dengan sistem e-commerce karyawan-karyawan UKM juga selalu memberikan respon yang cepat terhadap keluhan konsumen dan kenyamanan dalam bertransaksi baik dari sisi jaminan keamanan, perlindungan privasi konsumen, maupun dalam sistem pembayaran. Selain itu karyawan-karyawan UKM juga memberikan informasi yang jelas, ringkas dan mudah dimengerti konsumen dan juga selalu mengup-date informasi terbaru. Hal ini memberikan dampak pada peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan produktifitas, dan penghematan biaya seperti penghematan biaya dalam membuat laporan dan penghematan biaya dari sumber daya manusia.

## 5. Kesimpulan

### 5.1 Simpulan

Variabel *system quality* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *use*, *service quality* berpengaruh langsung terhadap *use*, *information quality* berpengaruh secara langsung terhadap *use*. Adanya pengaruh dan tidak berpengaruh pada variabel penelitian, berdasarkan hasil dari survei kuesioner. Rata-rata karyawan UKM berpendidikan SMA yang sudah biasa menggunakan komputer dan melek teknologi sehingga tidak merasakan kesulitan dalam menggunakan sistem e-commerce yang ada. Dengan sistem e-commerce karyawan-karyawan UKM juga selalu memberikan respon yang cepat terhadap keluhan

konsumen dan kenyamanan dalam bertransaksi baik dari sisi jaminan keamanan, perlindungan privasi konsumen, maupun dalam sistem pembayaran. Selain itu karyawan-karyawan UKM juga memberikan informasi yang jelas, ringkas dan mudah dimengerti konsumen dan juga selalu mengup-date informasi terbaru. Hal ini memberikan dampak pada peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan produktifitas, dan penghematan biaya seperti penghematan biaya dalam membuat laporan dan penghematan biaya dari sumber daya manusia.

## 5.2. Saran

Untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan :

1. Menambah variabel-variabel lain dari model DeLone&McLean
2. Memperluas objek penelitian pada UKM-UKM lain seperti UKM kuliner
3. Menggabungkan Model DeLone&McLean dengan model penerimaan teknologi seperti TAM dan UTAUT

## Daftar Rujukan

- [1] Trisninawati, "Pengusaha Perempuan Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif ( Studi Kasus Industri Kerajinan Tenun Songket Di Kota Palembang )," *J. Manajemen, Jur. Ekon. Univ. Bina Darma Palembang*, 2012.
- [2] S. Chong, "Success in Electronic Commerce Implementation: A Cross-Country Study of Small and Medium-Sized Enterprise," *J. Enterp. Inf. Manag.*, vol. 21, no. 5, pp. 468–492, 2008.
- [3] T. Prawira Budi, *Mengenal E-Commerce dan Bisnis di Dunia Cyber*. Yogyakarta: Argo Publisher, 2006.
- [4] S. C. Vermaat, *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*, 3rd ed. Jakarta: Salemba Infotek, 2007.
- [5] R. Boateng, R. Hinson, R. Heeks, and A. Molla, "E-commerce in least developing countries: Summary evidence and implications," *J. African Bus.*, vol. 9, no. 2, pp. 257–285, 2008.
- [6] S. C. Ho, R. J. Kauffman, and T. P. Liang, "A growth theory perspective on B2C e-commerce growth in Europe: An exploratory study," *Electron. Commer. Res. Appl.*, vol. 6, no. 3, pp. 237–259, 2007.
- [7] M. Y. Siyal, B. S. Chowdhry, and A. Q. Rajput, "Socio-Economic Factors and Their Influence on the Adoption of E-Commerce By Consumers in Singapore," *Int. J. Inf. Technol. Decis. Mak.*, vol. 5, no. 2, pp. 317–329, 2006.
- [8] W. H. DeLone and E. R. McLean, "Measuring e-Commerce Success: Applying the DeLone & McLean Information Systems Success Model," *Int. J. Electron. Commer.*, vol. 9, no. 1, pp. 31–47, 2014.
- [9] L. Zhou, L. Dai, and D. Zhang, "Online Shopping Acceptance Model: Critical Survey of Consumer Factors in Online Shopping," *J. Electron. Commer. Res.*, vol. 8, no. 1, pp. 41–62, 2007.
- [10] W. DeLone and E. McLean, "The Quest for the Dependent Variable," *Inf. Syst. Res.*, vol. 3, no. 1, pp. 60–65, 1992.
- [11] W. H. DeLone and E. R. McLean, "The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: ATen-Update," *J. Manag. Inf. Syst.*, vol. 19, no. 4, pp. 9–30, 2003.
- [12] J.-Y. Lai, C.-C. Yang, and W.-S. Tang, "Exploring the effects of dependability on enterprise applications success in e-business," *Proc. 2006 ACM SIGMIS CPR Conf. Comput. Pers. Res. (April 13-15, 2006, Claremont, California, USA)*, pp. 244–252, 2006.
- [13] P. B. Seddon and M.-Y. Kiew, "A Partial Test and Development of DeLone and McLean's Model of IS Success," *Aust. J. Inf. Syst.*, vol. 4, no. 1, pp. 90–109, 1996.
- [14] A. Rai, S. S. Lang, and R. B. Welker, "Assessing the validity of IS success models: An empirical test and theoretic ...," *Inf. Syst. Res.*, vol. 13, no. 1, pp. 50–69, 2002.
- [15] P. B. Seddon, "A Respecification and Extension of the DeLone and McLean Model of IS Success," *Inf. Syst. Res.*, vol. 8, no. 3, pp. 240–253, 1997.
- [16] J. Iivari, "An Empirical Test of the Model of Information System Success," *DATA BASE Adv. Inf. Syst.*, vol. 36, no. 2, pp. 8–27, 2005.
- [17] A. Molla, P. S. P. Licker, P. S. Lickler, P. S. P. Licker, A. Molla, and P. S. Lickler, "E-commerce systems success: An attempt to extend and respecify the DeLone and Maclean model of IS success," *J. Electron. Commer. Res.*, vol. 2, no. 4, pp. 131–141, 2001.
- [18] I. Brown and R. Jayakody, "B2C e-commerce success: A test and validation of a revised conceptual model," *Electron. J. Inf. Syst. Eval.*, vol. 11, no. 3, pp. 167–184, 2008.
- [19] F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance," *MIS Q.*, vol. 13, no. 3, pp. 319–339, 1989.
- [20] A. Bhattacharjee, "An empirical analysis of the antecedents of electronic commerce," *Decision Support Syst.*, vol. 32, pp. 201–214, 2001.
- [21] D. Priyatno, *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Jakarta: MediaKom, 2013.
- [22] S. Uma, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, 4th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2006.