



**ANALISIS PENGARUH PERILAKU PENGGUNAAN
TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA PERILAKU
INDIVIDU *SALES FORCE*
(STUDI KASUS PADA PT MARKPLUS INDONESIA)**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Agus Firmansyah

55112120220

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**



**ANALISIS PENGARUH PERILAKU PENGGUNAAN
TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA PERILAKU
INDIVIDU *SALES FORCE*
(STUDI KASUS PADA PT MARKPLUS INDONESIA)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Agus Firmansyah

55112120220

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**

ABSTRACT

In the era of information technology and communication development, to be able to survive and grow in creating and sustaining competitive advantage. PT MarkPlus Indonesia has realized the importance of information technology, especially computer technology with internet-based, but developments in the use of moving less rapidly and unevenly. Coupled with the ability of the sales force in using information technology. By adopting a research model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) developed by Venkatesh et al. (2003). This study aims to determine how strong the influence of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Job Fit, Facilitating Conditions toward Behavior of the Use of Information Technology, as well as how strong the influence from Behavior of the Use of Information Technology toward the performance of Individual Behavior of Sales Force. Data obtained from the individual's perception of sales force as much as 180 respondents using Proportionate Stratified Random Sampling technique. Processing and data analysis methods using Structural Equation Modeling analysis. The research resulted in the conclusion that only the variable Job Fit the significant positive effect on the variable Behavior of the Use of Information Technology, and variable Behavior of the Use of Information Technology significant positive effect on the Performance of Individual Behavior of Sales Force.

Keywords: *Model UTAUT, Behavior of the Use, Information Technology, The Performance of Individual Behavior, Sales Force*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Di era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, untuk dapat tetap bertahan dan tumbuh dalam menciptakan dan mempertahankan *competitive advantage*. PT MarkPlus Indonesia telah menyadari akan pentingnya teknologi informasi khususnya teknologi komputer berbasis internet, namun perkembangan dalam penggunaannya bergerak kurang cepat dan tidak merata. Ditambah lagi dengan kemampuan tenaga penjualan dalam menggunakan teknologi informasi. Dengan mengadopsi model penelitian UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh dari Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kesesuaian Tugas, Kondisi Pendukung terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi, serta seberapa kuat pengaruh dari Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Perilaku Individu *Sales Force*. Data diperoleh dari persepsi individu tenaga penjualan sebanyak 180 responden dengan menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*. Pengolahan dan metode analisis data menggunakan analisis *Structural Equation Modeling*. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa hanya variabel Kesesuaian Tugas yang berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi dan variabel Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Perilaku Individu *Sales Force*.

Kata kunci: Model UTAUT, Perilaku Penggunaan, Teknologi Informasi, Kinerja Perilaku Individu, Tenaga Penjualan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Perilaku Individu *Sales Force* (Studi Kasus Pada PT MarkPlus Indonesia)

Bentuk Tesis : Studi Kasus

Nama : Agus Firmansyah

NIM : 55112120220

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 2 April 2016

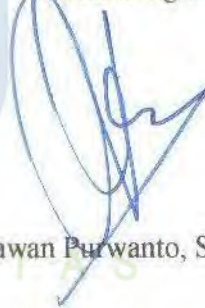
Mengesahkan

Pembimbing Utama



(Dr. Sri Hartono, MM.)

Pembimbing II



(Wawan Purwanto, SE., MM.)

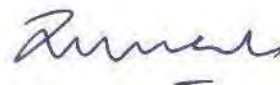
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Augustina Kurniasih, ME.)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Analisis Pengaruh Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Perilaku Individu *Sales Force* (Studi Kasus Pada PT MarkPlus Indonesia)

Bentuk Tesis : Studi Kasus

Nama : Agus Firmansyah

NIM : 55112120220

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 2 April 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

MERCU BUANA

Jakarta, 2 April 2016

METERAI
TEMPEL
EACB2ADF918204320
6000
ENAM RIBU RUPIAH



Agus Firmansyah

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul Analisis Pengaruh Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Perilaku Individu *Sales Force* (Studi Kasus Pada PT MarkPlus Indonesia).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Sri Hartono, MM., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan serta petunjuk dalam penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Wawan Purwanto, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta petunjuk dalam penyusunan Tesis.
3. Dr. Mochamad Mukti Ali, MM., selaku Penelaah pada Seminar Proposal Tesis yang telah memberikan kritik dan saran sehingga Tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Dr. Ir. Achmad Fachrodji, MM., selaku Penguji pada Sidang Tesis yang telah banyak memberikan kritik dan saran dalam penyelesaian Tesis ini.
5. Dr. Augustina Kurniasih, ME., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
7. Pimpinan dan teman-teman MarkPlus-ers di PT MarkPlus Indonesia yang telah memberikan izin kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian.

8. Teman-teman Mahasiswa Universitas Mercu Buana Angkatan 21 yang telah saling mendukung dalam penelitian, berbagi informasi dan pengetahuan yang bermanfaat.
9. Kedua orangtua, adik, dan sanak saudara yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis berupa dukungan dan doa.
10. Serta semua pihak yang telah banyak memberi bantuan kepada Penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga Tesis ini dapat memberi sumbangsih pada perusahaan tempat penulis bekerja dan penulis menyadari bahwa dalam pembuatan Tesis ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis menerima saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan kearah yang lebih baik.

Jakarta, April 2016

Agus Firmansyah



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	9
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	9
2.2. Lingkup Bidang Usaha.....	12
2.3. Sumber Daya.....	14
2.4. Tantangan Bisnis di Perusahaan.....	17
2.5. Proses Bisnis di Perusahaan.....	19
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	27
3.1. Kajian Teori.....	27
3.1.1. Pengertian Teknologi Informasi.....	28
3.1.2. Ruang Lingkup Teknologi Informasi.....	28

3.1.3. Peranan Jaringan Komunikasi dalam Perusahaan.....	31
3.1.4. Teknologi Informasi untuk Keunggulan Bersaing Perusahaan.....	32
3.2. Model Teori Dasar Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	36
3.3. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT).....	43
3.3.1. Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>).....	43
3.3.2. Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>).....	44
3.3.3. Faktor Sosial (<i>Social Influence</i>).....	44
3.3.4. Kondisi Pendukung (<i>Facilitating Conditions</i>).....	45
3.3.5. Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	45
3.3.6. Kinerja Perilaku Individu Tenaga Penjualan (<i>Sales Force</i>).....	46
3.4. Penelitian Terdahulu.....	47
3.5. Kerangka Pemikiran.....	53
3.5.1. Pengaruh Ekspektasi Kinerja Terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	54
3.5.2. Pengaruh Ekspektasi Usaha Terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	56
3.5.3. Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	57
3.5.4. Pengaruh Kesesuaian Tugas Terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	58
3.5.5. Pengaruh Kondisi Pendukung Terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	60
3.5.6. Pengaruh Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Perilaku.....	61
3.6. Hipotesis.....	63
BAB IV. METODE PENELITIAN.....	64
4.1. Jenis Desain Penelitian.....	65
4.2. Ruang Lingkup.....	65
4.3. Lokasi Penelitian.....	65
4.4. Variabel Penelitian.....	66

4.5. Populasi dan Sampel Penelitian.....	67
4.6. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	69
4.7. Teknik Analisis Data.....	70
4.7.1. Analisis Deskriptif.....	70
4.7.2. <i>Structural Equation Modeling</i>	71
4.7.2.1. Analisis Awal terhadap Hasil Estimasi.....	76
4.7.2.2. Uji Kecocokan Model.....	76
4.7.2.3. Respesifikasi Model.....	80
4.7.3. Analisis Korelasi Antar Dimensi.....	81
BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	87
5.1. Gambaran Umum Penelitian.....	87
5.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	87
5.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	88
5.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	89
5.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Kerja.....	89
5.1.5. Infrastruktur Teknologi Informasi yang Digunakan Saat Bekerja... ..	90
5.1.6. Teknologi dengan SI Berbasis Internet yang Digunakan Saat Bekerja.....	91
5.1.7. Intensitas dalam Penggunaan Teknologi dengan SI Berbasis Internet.....	92
5.1.8. Jenis Software yang Digunakan dalam Pekerjaan.....	93
5.2. Hasil Penelitian.....	94
5.2.1. Analisis Deskriptif Persepsi Responden.....	95
5.2.1.1. Analisis Deskriptif Persepsi Ekspektasi Kinerja (EK).....	95
5.2.1.2. Analisis Deskriptif Persepsi Ekspektasi Usaha (EU).....	96
5.2.1.3. Analisis Deskriptif Persepsi Pengaruh Sosial (PS).....	98
5.2.1.4. Analisis Deskriptif Persepsi Kesesuaian Tugas (KT).....	100
5.2.1.5. Analisis Deskriptif Persepsi Kondisi Pendukung (KP).....	101
5.2.1.6. Analisis Deskriptif Persepsi Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi (PTI).....	102

5.2.1.7. Analisis Deskriptif Persepsi Kinerja Perilaku Individu (KPI).....	104
5.2.2. Analisis Awal terhadap Hasil Estimasi.....	105
5.2.2.1. Analisis Awal terhadap Hasil Estimasi Variabel Laten Ekspektasi Kinerja (EK).....	106
5.2.2.2. Analisis Awal terhadap Hasil Estimasi Variabel Laten Ekspektasi Usaha (EU).....	107
5.2.2.3. Analisis Awal terhadap Hasil Estimasi Variabel Laten Pengaruh Sosial (PS).....	107
5.2.2.4. Analisis Awal terhadap Hasil Estimasi Variabel Laten Kesesuaian Tugas (KT).....	108
5.2.2.5. Analisis Awal terhadap Hasil Estimasi Variabel Laten Kondisi Pendukung (KP).....	109
5.2.2.6. Analisis Awal terhadap Hasil Estimasi Variabel Laten Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi (PTI).....	109
5.2.2.7. Analisis Awal terhadap Hasil Estimasi Variabel Laten Kinerja Perilaku Individu (KPI).....	110
5.2.3. Analisis Model Pengukuran <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	111
5.2.3.1. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Ekspektasi Kinerja (EK).....	111
5.2.3.2. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Ekspektasi Usaha (EU).....	113
5.2.3.3. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Pengaruh Sosial (PS).....	114
5.2.3.4. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Kesesuaian Tugas (KT).....	116
5.2.3.5. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Kondisi Pendukung (KP).....	117
5.2.3.6. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi (PTI).....	118
5.2.3.7. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Kinerja	

Perilaku Individu (KPI).....	119
5.2.4. Analisis Model Struktural <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	120
5.2.4.1. Analisis Model Struktural Variabel Laten Ekspektasi Kinerja (EK).....	120
5.2.4.2. Analisis Model Struktural Variabel Laten Ekspektasi Usaha (EU).....	122
5.2.4.3. Analisis Model Struktural Variabel Laten Pengaruh Sosial (PS).....	123
5.2.4.4. Analisis Model Struktural Variabel Laten Kesesuaian Tugas (KT).....	124
5.2.4.5. Analisis Model Struktural Variabel Laten Kondisi Pendukung (KP).....	126
5.2.4.6. Analisis Model Struktural Variabel Laten Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi (PTI).....	127
5.2.4.7. Analisis Model Struktural Variabel Laten Kinerja Perilaku Individu (KPI).....	128
5.2.5. Uji Kecocokan Model <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	129
5.2.5.1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pada Variabel Laten Ekspektasi Kinerja (EK).....	129
5.2.5.2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pada Variabel Laten Ekspektasi Usaha (EU).....	130
5.2.5.3. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pada Variabel Laten Pengaruh Sosial (PS).....	132
5.2.5.4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pada Variabel Laten Kesesuaian Tugas (KT).....	132
5.2.5.5. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pada Variabel Laten Kondisi Pendukung (KP).....	133
5.2.5.6. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pada Variabel Laten Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi (PTI).....	134
5.2.5.7. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pada Variabel Laten Kinerja Perilaku Individu (KPI).....	135

5.2.6. Analisis Model Pengukuran <i>Second Order Confirmatory Factor</i> <i>Analysis</i>	136
5.2.7. Analisis Model Struktural <i>Second Order Confirmatory Factor</i> <i>Analysis</i>	140
5.2.8. Uji Kecocokan Model <i>Second Order Confirmatory Factor</i> <i>Analysis</i>	143
5.2.9. Hasil Analisis Korelasi Antar Dimensi.....	145
5.2.9.1. Korelasi antara Ekspektasi Kinerja (EK) terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi (PTI).....	148
5.2.9.2. Korelasi antara Ekspektasi Usaha (EU) terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi (PTI).....	148
5.2.9.3. Korelasi antara Pengaruh Sosial (PS) terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi (PTI).....	148
5.2.9.4. Korelasi antara Kesesuaian Tugas (KT) terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi (PTI).....	149
5.2.9.5. Korelasi antara Kondisi Pendukung terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi (PTI).....	149
5.2.9.6. Korelasi antara Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi (PTI) terhadap Kinerja Perilaku Individu (KPI).....	149
5.3. Pembahasan.....	149
5.3.1. Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	150
5.3.2. Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	151
5.3.3. Pengaruh <i>Sosial Influence</i> terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	152
5.3.4. Pengaruh Kesesuaian Tugas terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	153
5.3.5. Pengaruh Kondisi Pendukung terhadap Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	154
5.3.6. Pengaruh Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi terhadap	

Kinerja Perilaku Individu.....	155
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	157
6.2. Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA.....	161
LAMPIRAN.....	168
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	220



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Daftar Penelitian Terdahulu.....	49
Tabel 4.1.	Penentuan Bobot Jawaban Kuesioner.....	69
Tabel 4.2.	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	70
Tabel 4.3.	Notasi LISREL.....	79
Tabel 4.4.	Ukuran Kecocokan Mutlak.....	83
Tabel 4.5.	Ukuran Kecocokan Incremental.....	84
Tabel 4.6.	Ukuran Kecocokan Parsimoni.....	85
Tabel 5.1.	Perilaku Responden dalam Menggunakan TI Berbasis Komputer dan SI Berbasis Internet Berdasarkan Pengalaman Kerja.....	90
Tabel 5.2.	Persepsi Responden Mengenai Ekspektasi Kinerja.....	95
Tabel 5.3.	Persepsi Responden Mengenai Ekspektasi Usaha.....	97
Tabel 5.4.	Persepsi Responden Mengenai Pengaruh Sosial.....	99
Tabel 5.5.	Persepsi Responden Mengenai Kesesuaian Tugas.....	101
Tabel 5.6.	Persepsi Responden Mengenai Kondisi Pendukung.....	103
Tabel 5.7.	Persepsi Responden Mengenai Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	104
Tabel 5.8.	Persepsi Responden Mengenai Kinerja Perilaku Individu.....	106
Tabel 5.9.	Hasil Estimasi Variabel Laten Ekspektasi Kinerja.....	108
Tabel 5.10.	Hasil Estimasi Variabel Laten Ekspektasi Usaha.....	109
Tabel 5.11.	Hasil Estimasi Variabel Laten Pengaruh Sosial.....	110
Tabel 5.12.	Hasil Estimasi Variabel Laten Kesesuaian Tugas.....	111
Tabel 5.13.	Hasil Estimasi Variabel Laten Kondisi Pendukung.....	112
Tabel 5.14.	Hasil Estimasi Variabel Laten Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	113
Tabel 5.15.	Hasil Estimasi Variabel Laten Kinerja Perilaku Individu.....	113
Tabel 5.16.	Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Ekspektasi Kinerja... ..	115
Tabel 5.17.	Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Ekspektasi Usaha.....	117
Tabel 5.18.	Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Pengaruh Sosial.....	118
Tabel 5.19.	Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Kesesuaian Tugas.....	120

Tabel 5.20. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Kondisi Pendukung...	121
Tabel 5.21. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	122
Tabel 5.22. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Kinerja Perilaku Individu <i>Sales Force</i>	124
Tabel 5.23. Evaluasi Terhadap Koefisien Model Struktural Variabel Laten Ekspektasi Kinerja dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian....	126
Tabel 5.24. Evaluasi Terhadap Koefisien Model Struktural Variabel Laten Ekspektasi Usaha dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian.....	128
Tabel 5.25. Evaluasi Terhadap Koefisien Model Struktural Variabel Laten Pengaruh Sosial dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian.....	130
Tabel 5.26. Evaluasi Terhadap Koefisien Model Struktural Variabel Laten Kesesuaian Tugas dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian.....	131
Tabel 5.27. Evaluasi Terhadap Koefisien Model Struktural Variabel Laten Kondisi Pendukung dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian...	133
Tabel 5.28. Evaluasi Terhadap Koefisien Model Struktural Variabel Laten Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian.....	134
Tabel 5.29. Evaluasi Terhadap Koefisien Model Struktural Variabel Laten Kinerja Perilaku Individu dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian.....	136
Tabel 5.30. Iktisar <i>Goodness Of Fit Statistics</i> Variabel Laten Ekspektasi Kinerja.....	137
Tabel 5.31. Iktisar <i>Goodness Of Fit Statistics</i> Variabel Laten Ekspektasi Usaha.....	138
Tabel 5.32. Iktisar <i>Goodness Of Fit Statistics</i> Variabel Laten Pengaruh Sosial.....	139
Tabel 5.33. Iktisar <i>Goodness Of Fit Statistics</i> Variabel Laten Kesesuaian Tugas.....	140
Tabel 5.34. Iktisar <i>Goodness Of Fit Statistics</i> Variabel Laten Kondisi Pendukung.....	141

Tabel 5.35. Iktisar <i>Goodness Of Fit Statistics</i> Variabel Laten Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi	142
Tabel 5.36. Iktisar <i>Goodness Of Fit Statistics</i> Variabel Laten Kinerja Perilaku Individu.....	143
Tabel 5.37. Analisis Model Pengukuran SFL 2ndCFA Model Penelitian.....	146
Tabel 5.38. Evaluasi Terhadap Koefisien Model Struktural 2ndCFA Model Penelitian.....	150
Tabel 5.39. Iktisar <i>Goodness Of Fit Statistics</i> 2ndCFA Model Penelitian.....	152
Tabel 5.40. Hasil Korelasi antara Variabel <i>Independent</i> dan Variabel <i>Intervening</i>	145
Tabel 5.41. Hasil Korelasi antara Variabel <i>Independent</i> dan Variabel <i>Intervening</i> (Lanjutan).....	145
Tabel 5.42. Hasil Korelasi antara Variabel <i>Intervening</i> dan Variabel <i>Dependent</i>	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Penggunaan Komputer dan Internet Berdasarkan Skala Usaha Perusahaan.....	2
Gambar 1.2.	Penggunaan Komputer dan Notebook Pada Tim Sales Force PT MarkPlus Indonesia.....	3
Gambar 2.1.	MarkPlus <i>Business Unit</i>	13
Gambar 2.2.	MarkPlus, Inc. <i>Geographical Presence</i>	14
Gambar 2.3.	Logo MarkPlus, Inc.....	15
Gambar 2.4.	MarkPlus <i>High Level Structure</i>	16
Gambar 2.5.	Struktur Organisasi MarkPlus Indonesia.....	17
Gambar 2.6.	Piramida Teknologi Informasi.....	29
Gambar 3.1.	Kuadran Perusahaan dan Sistem Informasi pada Ranah Internal dan Eksternal.....	34
Gambar 3.2.	Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> ...	54
Gambar 3.3.	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	63
Gambar 4.1.	Model SEM dengan Variabel Laten dan Indikator.....	72
Gambar 4.2.	Model SEM dengan Notasi LISREL.....	74
Gambar 5.1.	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	87
Gambar 5.2.	Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan.....	88
Gambar 5.3.	Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	89
Gambar 5.4.	Infrastruktur TI yang Digunakan Saat Bekerja.....	91
Gambar 5.5.	Teknologi dengan Sistem Informasi Berbasis Internet yang Digunakan Saat Bekerja.....	92
Gambar 5.6.	Intensitas dalam Penggunaan Teknologi dengan SI Berbasis Internet dalam 1 hari.....	93
Gambar 5.7.	Jenis Software yang Digunakan dalam Pekerjaan.....	94
Gambar 5.8.	Diagram Lintasan SFL Variabel Laten Ekspektasi Kinerja.....	112
Gambar 5.9.	Diagram Lintasan SFL Variabel Laten Ekspektasi Usaha.....	113
Gambar 5.10.	Diagram Lintasan SFL Variabel Laten Pengaruh Sosial.....	115
Gambar 5.11.	Diagram Lintasan SFL Variabel Laten Kesesuaian Tugas.....	116

Gambar 5.12. Diagram Lintasan SFL Variabel Laten Kondisi Pendukung.....	117
Gambar 5.13. Diagram Lintasan SFL Variabel Laten Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	118
Gambar 5.14. Diagram Lintasan SFL Variabel Laten Kinerja Perilaku Individu <i>Sales Force</i>	119
Gambar 5.15. Diagram Lintasan <i>T-values</i> Variabel Laten Ekspektasi Kinerja.	121
Gambar 5.16. Diagram Lintasan <i>T-values</i> Variabel Laten Ekspektasi Usaha..	122
Gambar 5.17. Diagram Lintasan <i>T-values</i> Variabel Laten Pengaruh Sosial....	123
Gambar 5.18. Diagram Lintasan <i>T-values</i> Variabel Laten Kesesuaian Tugas..	125
Gambar 5.19. Diagram Lintasan <i>T-values</i> Variabel Laten Kondisi Pendukung	126
Gambar 5.20. Diagram Lintasan <i>T-values</i> Variabel Laten Perilaku Penggunaan Teknologi Informasi.....	127
Gambar 5.21. Diagram Lintasan <i>T-values</i> Variabel Laten Kinerja Perilaku Individu <i>Sales Force</i>	128
Gambar 5.22. Diagram Lintasan SFL 2ndCFA Model Penelitian.....	138
Gambar 5.23. Diagram Lintasan <i>T-values</i> 2ndCFA Model Penelitian.....	141

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Diagram Lintasan CFA: Indikator – EK (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	177
Lampiran 2.	Output CFA: Indikator – EK (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	178
Lampiran 3.	Diagram Lintasan CFA: Indikator – EU (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	181
Lampiran 4.	Output CFA: Indikator – EU (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	182
Lampiran 5.	Diagram Lintasan CFA: Indikator – PS (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	185
Lampiran 6.	Output CFA: Indikator – PS (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	186
Lampiran 7.	Diagram Lintasan CFA: Indikator – KT (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	189
Lampiran 8.	Output CFA: Indikator – KT (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	190
Lampiran 9.	Diagram Lintasan CFA: Indikator – KP (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	193
Lampiran 10.	Output CFA: Indikator – KP (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	194
Lampiran 11.	Diagram Lintasan CFA: Indikator – PTI (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	197
Lampiran 12.	Output CFA: Indikator – PTI (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	198
Lampiran 13.	Diagram Lintasan CFA: Indikator – KPI (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	201
Lampiran 14.	Output CFA: Indikator – KPI (<i>Standardized Solution</i>) dan (<i>T-values</i>).....	202

Lampiran 15. Diagram Lintasan <i>Second Order Confirmatory Factor Analysis</i> (<i>Standardized Solution</i>).....	205
Lampiran 16. Diagram Lintasan <i>Second Order Confirmatory Factor Analysis</i> (<i>T-values</i>).....	206
Lampiran 17. Output <i>Second Order Confirmatory Factor Analysis</i>	207

