

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan YME karena atas berkat rahmat dan pertolongan-Nya kami dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Anteseden dari Penggunaan Teknologi Informasi Untuk Promosi Serta Dampaknya Pada Pencapaian Tujuan Pameran Dagang (studi pada industri makanan dan minuman)” dengan baik.

Kami menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak, tesis ini tidak akan selesai dengan baik. Oleh karena itu, kami ingin berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu memberikan kontribusi baik secara moril dan materil, maka tanpa mengurangi rasa hormat kami kepada seluruh civitas akademika dan orang-orang yang mempunyai telah berkontribusi pada pengerjaan tesis ini, yaitu:

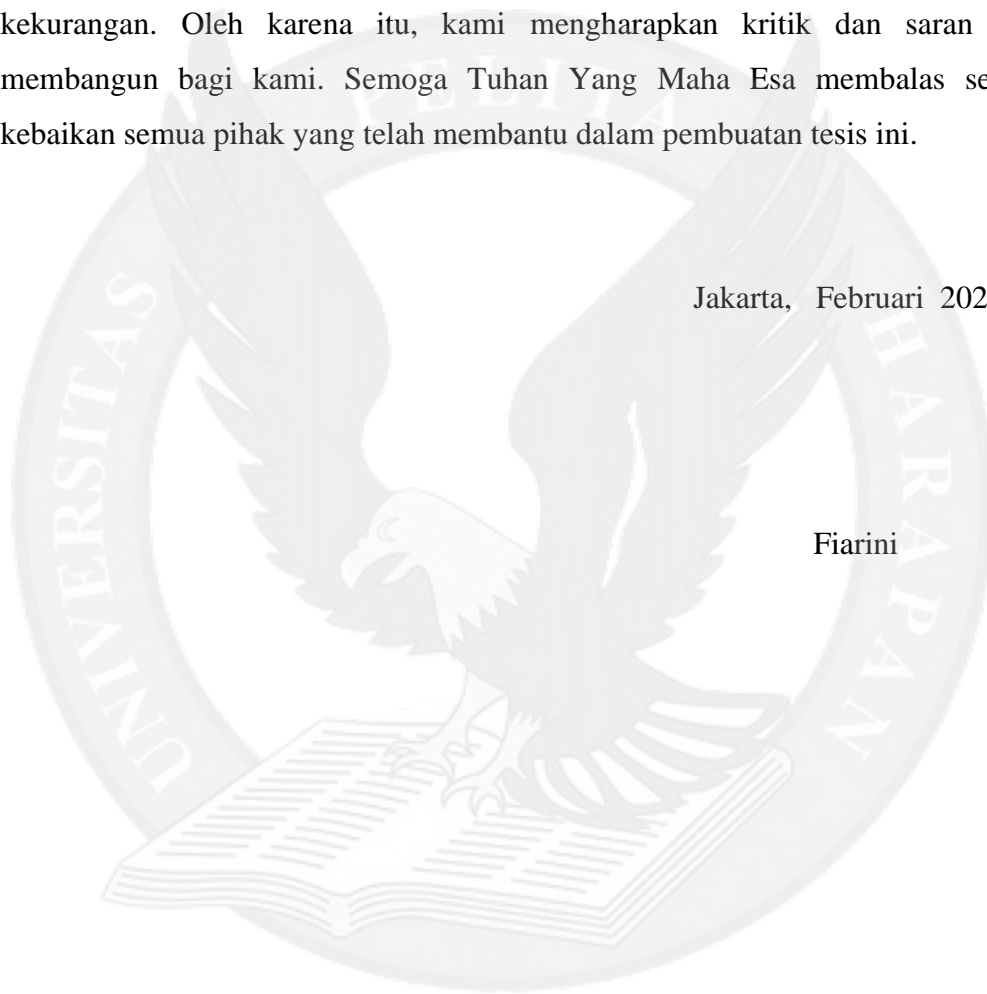
1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
2. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.Si., M.M., M.Si., selaku Ketua Jurusan Program Pasca Sarjana Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Dr. dr. Ferdi Antonio, M.M., M.A.R.S., selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memotivasi, membimbing, sehingga kami dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.
4. Seluruh dosen/ staf pengajar, staf administrasi dan karyawan Universitas Pelita Harapan yang telah mengajar dan membantu administrasi perkuliahan kepada kami selama menjalankan kuliah pasca sarjana magister manajemen di Universitas Pelita Harapan.
5. Orang tua kami, Bapak, Ibu, adik dan keluarga besar yang telah memberikan kontribusi moril dan materil serta doa sehingga kami dapat menyelesaikan tesis ini.

6. Teman-teman MM UPH Batch 81, 82, 83 dan 84, yang telah memberikan dukungan dan semangat.
7. Pihak- pihak dan responden yang telah membantu menyebarkan dan mengisi kuesioner yang kami kirimkan.

Kami menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kami mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kami. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas seluruh kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan tesis ini.

Jakarta, Februari 2021

Fiarini



DAFTAR ISI

	Halaman
COVER.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN TENTANG TUGAS AKHIR DAN PENYERAHAN HAK NON EKSKLUSIF TANPA ROYALTI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang penelitian.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat praktis.....	9
1.5 Sistematika penulisan.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep konstruk/variabel.....	12
2.2 Hipotesis.....	19
2.3 Model penelitian.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Obyek penelitian.....	26
3.2 Unit analisis.....	27
3.3 Tipe penelitian.....	27
3.4 Operasionalisasi variabel penelitian.....	28
3.5 Populasi dan sampel.....	36
3.5.1 Penentuan jumlah sampel.....	36
3.5.2 Metode penarikan sampel.....	38
3.6 Metode pengumpulan data.....	38
3.7 Metode analisis data.....	40
3.7.1 Model dalam PLS- SEM.....	40
3.7.1.1 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	40
3.7.1.2 Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	41
3.7.2 Uji Hipotesis.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil responden.....	44
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	52
4.2.1 <i>Website Design Perception</i>	53
4.2.2 <i>Firm-related motives for IT usage</i>	55
4.2.3 <i>Customer Oriented Capability</i>	57
4.2.4. <i>Competitor Oriented Capability</i>	58
4.2.5. <i>Social Media Use</i>	60
4.2.6. <i>IT Usage Activities</i>	61
4.2.7. Achievement of trade show objectives.....	63

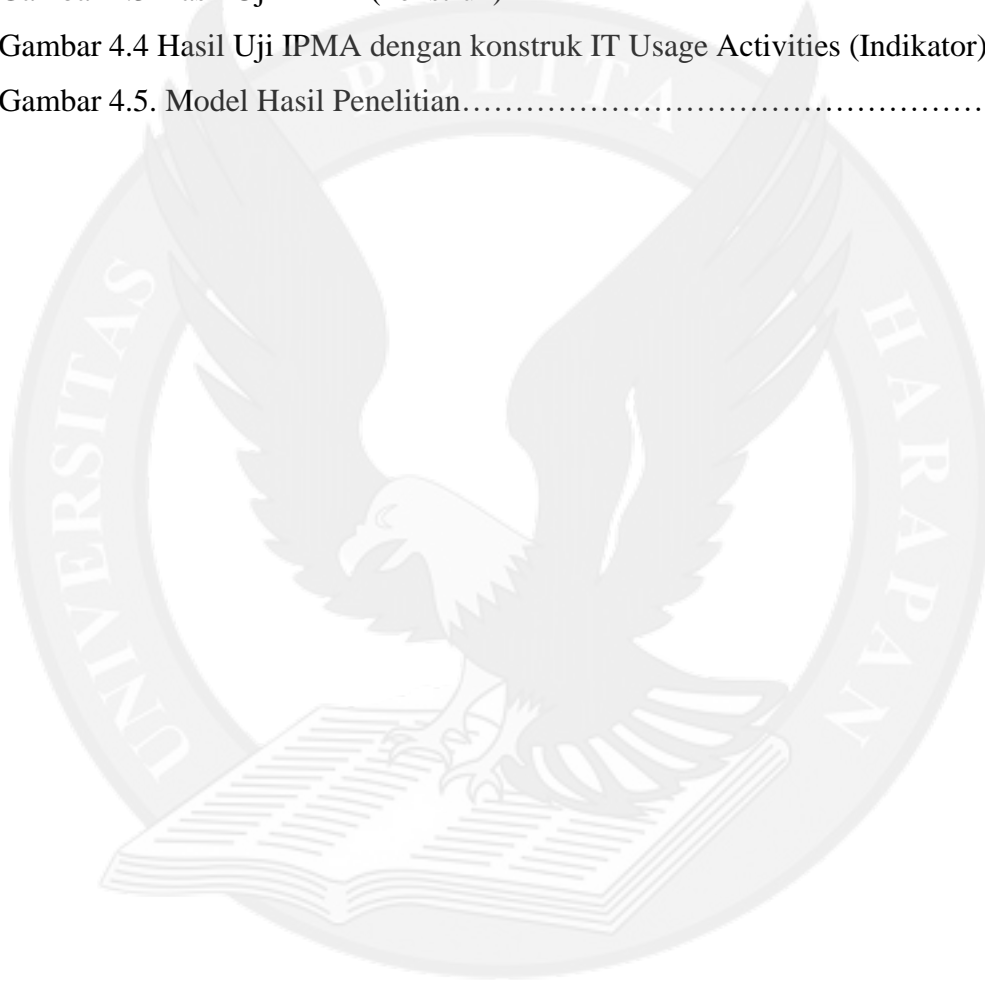
4.3 Analisis Statistik Inferensial (<i>Partial Least Square</i>).....	65
4.3.1 <i>Outer Model</i>	
4.3.1.1 <i>Outer Loading</i>	67
4.3.1.2 <i>Cronbach Alpha dan Composite Reliability</i>	69
4.3.1.3 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	70
4.3.1.4 <i>Discriminant Validity</i>	70
4.3.2 <i>Inner Model</i>	72
4.3.2.1 <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	74
4.3.2.2 <i>R-Square</i>	75
4.3.2.3 <i>f-Square</i>	76
4.3.2.4 <i>Q-Square</i>	78
4.3.2.5 Hasil Uji Signifikansi dan Hipotesis.....	79
4.3.2.6 <i>Specific Indirect Effect</i>	85
4.3.2.7 <i>Importance Performance Map Analysis (IPMA)</i>	87
4.4 Pembahasan.....	89
Bab V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Implikasi Manajerial.....	92
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian berikutnya.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Profil Industri Makanan dan Minuman (Nasional).....	3
Tabel 1.2. Kontribusi UKM secara Nasional.....	4
Tabel 1.3. Struktur Usaha di Indonesia.....	4
Tabel 1.4 Fokus dan Temuan Penelitian Terdahulu	5
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	29
Tabel 3.2. Skala Likert yang dipergunakan dalam kuesioner.....	39
Tabel 4.1 Data Profil Demografi Responden.....	44
Tabel 4.2 Data Perilaku Responden.....	48
Tabel 4.3. Kategori Jawaban Berdasarkan Nilai Rata-rata.....	53
Tabel 4.4 Analisis statistik deskriptif <i>Website Design Perception</i>	53
Tabel 4.5 Analisis statistik deskriptif variabel <i>firm-related motives for IT usage</i>	55
Tabel 4.6. Analisis statistik deskriptif variabel <i>Customer Oriented Capability</i>	57
Tabel 4.7. Analisis statistik deskriptif variabel <i>Competitor Oriented Capability</i>	59
Tabel 4.8. Analisis statistik deskriptif variabel <i>social media use</i>	60
Tabel 4.9. Analisis statistik deskriptif variabel <i>IT Usage Activities</i>	61
Tabel 4.10. Analisis statistik deskriptif variabel <i>Achievement of trade show objectives</i>	63
Tabel 4.11. Hasil Uji Indikator <i>Reliability (Outer Loading)</i>	67
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>Construct Reliability</i>	69
Tabel 4.13. Hasil uji <i>Construct Validity (Average Variance Extracted/AVE)</i>	70
Tabel 4.14. Hasil Uji Heterotrait- Monotrait Ratio (HTMT).....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Inner Variance Inflation Factor (VIF)</i>	74
Tabel 4. 16. Hasil Uji <i>R-Square</i>	75
Tabel 4.17. Hasil Uji <i>f-square</i>	77
Tabel 4.18. Tabel Hasil Uji <i>Q² (Q-Square)</i>	78
Tabel 4.19. Tabel Uji Signifikansi dan Hipotesis.....	80
Tabel 4.20. Hasil Uji <i>Specific Indirect Effect</i>	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet Aktif Indonesia.....	1
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	25
Gambar 3.1. Skala Likert.....	39
Gambar 4.1. <i>Outer Model</i>	66
Gambar 4.2. Inner Model.....	73
Gambar 4.3 Hasil Uji IPMA (konstruk).....	87
Gambar 4.4 Hasil Uji IPMA dengan konstruk IT Usage Activities (Indikator)...	88
Gambar 4.5. Model Hasil Penelitian.....	89



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Indikator Data.....	A
Lampiran B. <i>Outer Model</i>	B
Lampiran C. <i>Inner Model</i>	C
Lampiran D. Model Penelitian.....	D
Lampiran E. Model Hasil.....	E
Lampiran F. Kuesioner.....	F

