

Efektivitas Penggunaan Smartphone Dalam Mendukung Kegiatan Bisnis Percetakan Dengan Metode *Technology Acceptance Model*

Romia¹, Syaifullah², Rice Novita³, Megawati⁴, Tengku Khairil Ahsyar⁵

Program Studi Sistem Informasi, Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jalan HR. Soebrantas No. 155 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru, 28293
e-mail: romia@student.uin-suska.ac.id¹; syaifullah@uin-suska.ac.id²; ricenovita@uin-suska.ac.id³;
megawati@uin-suska.ac.id⁴; tengkukhairil@uin-suska.ac.id⁵.

Abstrak

Percetakan Bisnis percetakan di Pekanbaru dalam menjalankan bisnis menggunakan media sosial dilakukan penyebaran informasi dan pemesanan namun bisnis mengalami beberapa kendala diantaranya kurang minat karyawan menggunakan media sosial dalam kegiatan bisnis, terhambatnya kualitas pelayanan dikarenakan kurang terkontrol karyawan dalam bekerja serta jaringan internet belum merata diarea pekanbaru. Penelitian ini mengadopsi model metode *Technology Acceptance Model (TAM)* dan pengolahan data menggunakan *SEM-PLS*. Hasil penelitian ini adalah penggunaan media sosial (*Instagram, Facebook, Whatsaap*). Efektif dengan nilai 8.568 karena pengguna media sosial ditunjukkan dengan minat karyawan untuk selalu mencoba sesering mungkin menggunakan media sosial dan menggunakan kembali dikemudian hari karena pengguna media sosial dapat memenuhi kebutuhan bisnis dan mengikuti perkembangan teknologi dengan tingkat pengguna media sosial *whatsaap* 53% dan *instagram* 40%. Adapun hasil rekomendasi yang diajukan yaitu dengan tetap menggunakan media sosial sebagai aktifitas informasi pemesanan dan juga sebagai perangkat utama untuk aktivitas informasi yang berhubungan dengan kebutuhan bisnis.

Kata kunci: Percetakan, Media Sosial, SEM-PLS, TAM

Abstract

Printing The printing business in Pekanbaru in running a business using social media is disseminated and ordered, but the business experiences several obstacles including lack of employee interest in using social media in business activities, hampered service quality due to employees' lack of control in working and the internet network has not been evenly distributed in the Pekanbaru area. This study adopts the *Technology Acceptance Model (TAM)* method and data processing using *SEM-PLS*. The results of this study are the use of social media (*Instagram, Facebook, WhatsApp*). Effective with a value of 8,568 because the use of social media is shown by the employee's interest to always try to use social media as often as possible and reuse in the future because social media users can meet business needs and keep abreast of technology with a social media user rate of 53% and *Instagram* 40%. The results of the recommendations submitted are by continuing to use social media as an activity of ordering information and also as a main tool for information activities related to business needs.

Keywords: Printing, Social Media, SEM-PLS, TAM

1. Pendahuluan

Smartphone apabila diartikan dalam bahasa Indonesia berarti telepon pintar, sedangkan pengertian *smartphone* itu sendiri adalah telepon yang *internet-enabled* yang biasanya menyediakan fungsi *Personal Digital Assistant (PDA)* seperti fungsi kalender, buku agenda, buku alamat, kalkulator dan catatan [1]. Pengguna media sosial banyak digunakan oleh masyarakat dalam melakukan banyak aktivitas mulai dari entertainment, melakukan bisnis, mencari info atau aktivitas lain [2]. Social media memberdayakan masyarakat untuk menjadi penyebar informasi. Media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu *facebook, twitter, Instagram, pinterst, snapchat*, dan lain-lain [3].

Efektivitas penggunaan *smartphone* pada kalangan pengusaha muda di khususnya dalam menjaga eksistensi dan juga sebagai alat untuk tetap menjaga kreativitas dan inovasi terhadap produk maupun jasa yang dihasilkan [4]. Media sosial hadir layaknya sekumpulan negara atau masyarakat, dimana di dalamnya juga terdapat ragam etika dan aturan yang mengikat para penggunanya [5]. Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain [6]. Teknologi *Smartphone* adalah sebuah *device* yang memungkinkan untuk melakukan komunikasi (seperti nelson atau sms) juga di dalamnya terdapat

fungsi PDA (Personal Digital Assistant) dan berkemampuan seperti layaknya komputer. Dalam perkembangan awal, dikenal adanya Handphone dan PDA. *Handphone* pada umumnya digunakan untuk melakukan komunikasi seperti telepon sedangkan PDA digunakan sebagai asisten pribadi dan *organizer* [7]. Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial [5].

Instagram berasal dari *insta* dan *gram*, “*insta*” yang berasal dari kata *instant* dan “*gram*” yang berasal dari *telegram*, dapat disimpulkan dari namanya yang dapat diartikan menginformasikan atau membagikan foto kepada orang lain dengan cepat dan praktis [8]. *Facebook* Salah satu bentuk komunitas *online* yang ampuh saat ini adalah media sosial. Media sosial adalah sebuah pengembangan bentuk kreasi informasi dan interaksi yang mempunyai potensi signifikan [9]. *Whatsapp* sebagai salah satu media sosial saat ini banyak yang banyak digunakan untuk kepentingan bersosialisasi maupun sebagai penyampaian pesan baik oleh individu maupun kelompok [10].

2. Metode

2.1 Perencanaan

Pada tahap ini dilakukan Studi Pendahuluan. Studi Pengetahuan adalah melakukan pengkajian terhadap teori-teori yang dapat dijadikan acuan dasar untuk melakukan penelitian serta menyelesaikan permasalahan yang ada. Pada tahapan ini peneliti menggunakan buku dan jurnal yang berhubungan dengan (*Technology Acceptance Model*) TAM dan teknik pengumpulan data. Selain itu, tujuan penelitian ditentukan untuk memperjelas kerangka tentang apa saja yang menjadi sasaran dari penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui masalah-masalah yang berhubungan dengan penggunaan *smartphone* dalam kegiatan bisnis percetakan dan membuat rekomendasi berupa solusi dari permasalahan untuk pengembangan kebutuhan bisnis.

2.2. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini melakukan identifikasi permasalahan untuk menentukan masalah-masalah yang berkaitan dengan penggunaan *smartphone* berdasarkan TAM. Kemudian, hasil dari identifikasi tersebut dijadikan sebagai rumusan masalah yang nantinya akan diteliti.

2.3. Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan melakukan wawancara, observasi, dan penyebaran kuisioner. Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Responden dari wawancara yang dilakukan adalah pemilik dan karyawan percetakan. Observasi yang dilakukan seperti, mengetahui jumlah percetakan yang sudah mempunyai izin pada tahun 2018, percetakan yang sudah mempunyai izin 211. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data agar nantinya bisa di analisis dengan metode yang telah ditetapkan. Hasil yang didapat dari tahap pengumpulan data ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data wawancara, data kuesioner uji validitas dan reliabilitas, data kuesioner keseluruhan, data responden, dan data populasi percetakan di pekanbaru dan pengguna *smartphone*, dan data sekunder yaitu data studi pustaka pendukung pembuatan laporan penelitian.

2.4. Analisis dan Hasil

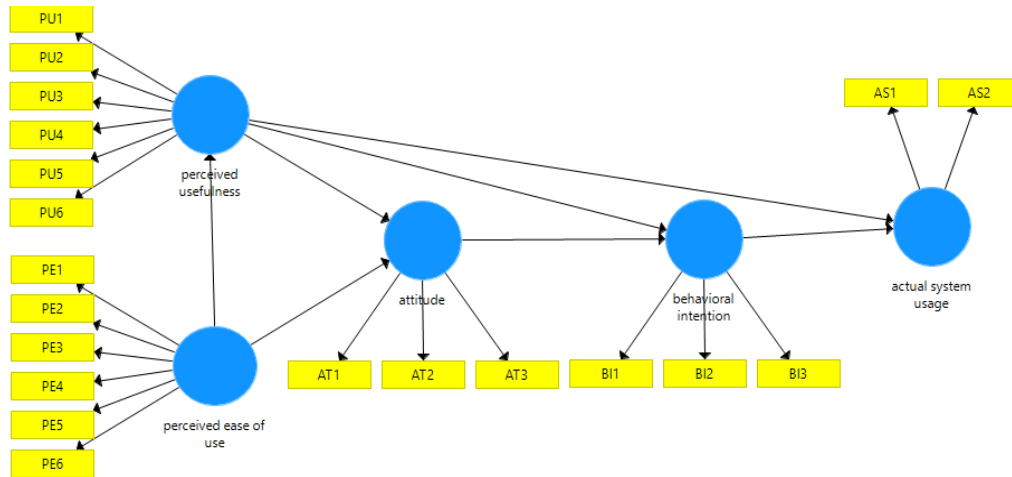
Pada tahap analisis dan hasil yang dilakukan adalah mengolah data-data yang didapatkan dari responden melalui kuesioner. Data-data tersebut diolah dengan menggunakan proses perhitungan statistik dengan alat bantu *SmartPLS* dan MS. Excel. Data dari hasil olahan tersebut kemudian dianalisis.

3. Hasil dan Pembahasan

Setelah melakukan pengolahan data untuk mengetahui bagaimana efektivitas penggunaan media sosial dalam mendukung kegiatan bisnis percetakan dengan menggunakan metode TAM, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

3.1. Rancangan Path Diagram

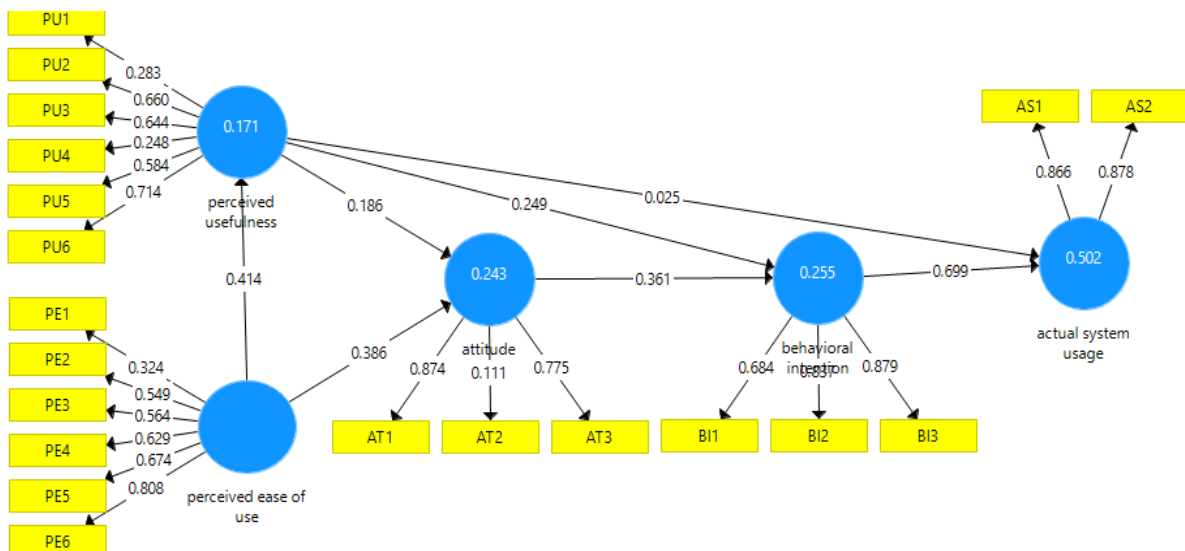
Evaluasi *outer* model dan *inner* model dianalisis melalui jalur diagram (*path diagram*) yang telah dirancang sebelumnya dengan menggambarkan hubungan antara variabel terukur dengan variabel laten. Dari hasil *path diagram* ini nantinya akan didapatkan hasil yang berupa nilai dari evaluasi *outer* model serta *inner* model. Berikut rancangan dari diagram jalur yang terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Rancangan *Path*

3.2. Model Convergent Validity Keseluruhan

Pada tahap *convergent validity* terhadap kelima variabel tersebut terdapat indikator yang tidak memenuhi standar penilaian yaitu memiliki nilai loading dibawah 0,50. Indikator yang tidak memenuhi standar nilai *convergent validity* yaitu indikator PU1 yaitu dengan nilai 0,324, PU4 yaitu dengan nilai 0,248, PE1 dengan nilai 0,324, AT2 yaitu dengan nilai 0,111. Indikator yang tidak memenuhi standar ($< 0,50$) maka harus dibuang [11].



Gambar. 2 Model Convergent validity keseluruhan

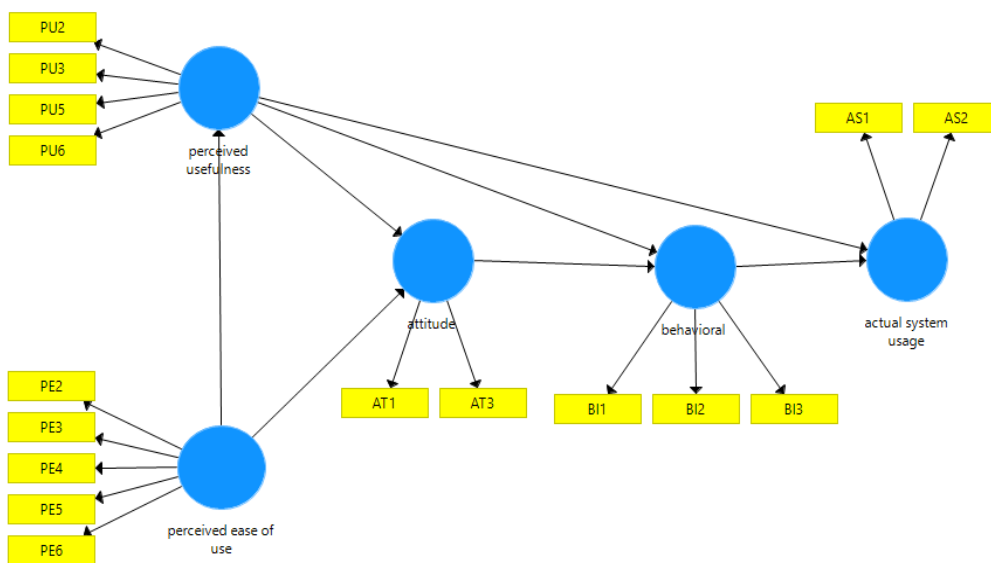
Tabel 1 Hasil perhitungan convergent validity

No	Variabel	Indikator	Outer Loadings	Keterangan
1.	<i>Perceived usefulness</i>	PU1	0.283	Tidak memenuhi convergent validity
		PU2	0.660	Memenuhi convergent validity
		PU3	0.644	Memenuhi convergent validity
		PU4	0.248	Tidak memenuhi convergent validity
		PU5	0.584	Memenuhi convergent validity
		PU6	0.714	Memenuhi convergent validity
2.	<i>Perceived ease of use</i>	PE1	0.324	Tidak memenuhi convergent validity
		PE2	0.549	Memenuhi convergent validity

	PE3	0.546	Memenuhi convergent validity
	PE4	0.629	Memenuhi convergent validity
	PE5	0.674	Memenuhi convergent validity
	PE6	0.808	Memenuhi convergent validity
3. Attitude Toward Using	AT1	0.874	Memenuhi convergent validity
	AT2	0.111	Tidak memenuhi convergent validity
	AT3	0.775	Memenuhi convergent validity
4. Behavior Intention to Use	BI1	0.684	Memenuhi convergent validity
	BI2	0.837	Memenuhi convergent validity
	BI3	0.879	Memenuhi convergent validity
5. Actual System Usage	AS1	0.886	Memenuhi convergent validity
	AS2	0.878	Memenuhi convergent validity

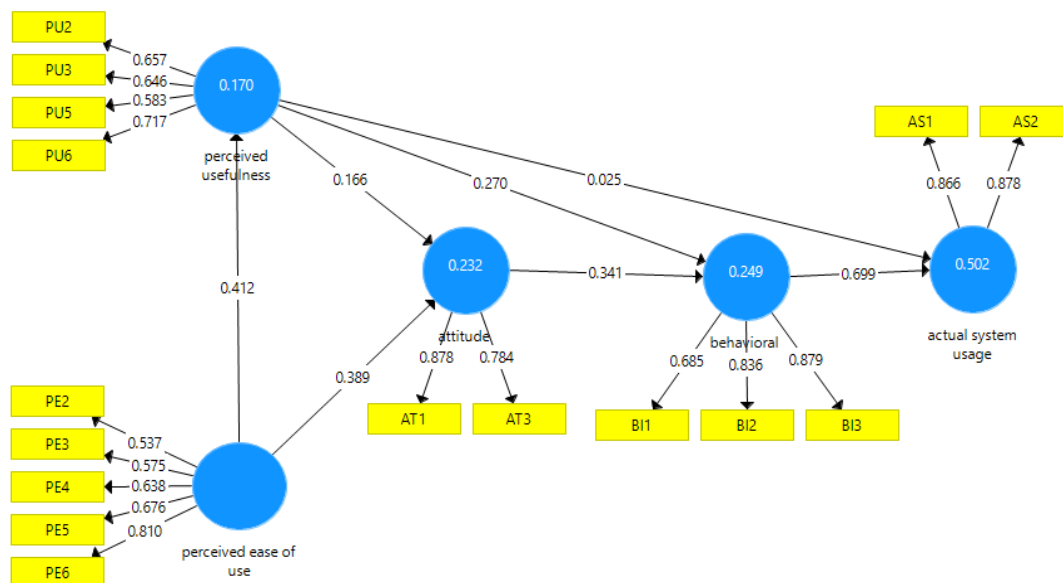
3.3. Path Diagram Yang Direspesifikasi

Rancangan model yang sebelumnya akan direspesifikasi dengan menghapus indikator indikator yang tidak memenuhi standar, indikator yang dihapus yaitu PU1,PU4,PE1 dan AT2. Berikut hasil dari respesifikasi path diagram (diagram jalur) yang dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar. 3 path diagram diresifikasi

3.4. Hasil Estimasi Ulang Terhadap Model yang Telah Direspesifikasi



Gambar 4 Path diagram yang direspesifikasi

Tujuan dari melakukan estimasi ulang yaitu untuk mengetahui atau melihat apakah nilai *loading* (Tabel 2) telah memenuhi standar dari *convergent validity*, karena data yang dinyatakan diterima apabila telah memenuhi standar yaitu dengan nilai di atas 0,50 (> 0.50).

Tabel 2 Hasil Nilai *Loading* Seluruh Variabel Setelah Respesifikasi

No	Indikator	Nilai <i>Loading</i>	Keterangan
1	PU2	0.657	Memenuhi <i>convergent validity</i>
2	PU3	0.646	Memenuhi <i>convergent validity</i>
3	PU5	0.583	Memenuhi <i>convergent validity</i>
4	PU6	0.717	Memenuhi <i>convergent validity</i>
5	PE2	0.537	Memenuhi <i>convergent validity</i>
6	PE3	0.575	Memenuhi <i>convergent validity</i>
7	PE4	0.638	Memenuhi <i>convergent validity</i>
8	PE5	0.676	Memenuhi <i>convergent validity</i>
9	PE6	0.810	Memenuhi <i>convergent validity</i>
10	AT1	0.878	Memenuhi <i>convergent validity</i>
11	AT3	0.784	Memenuhi <i>convergent validity</i>
12	BI1	0.685	Memenuhi <i>convergent validity</i>
13	BI2	0.836	Memenuhi <i>convergent validity</i>
14	BI3	0.879	Memenuhi <i>convergent validity</i>
14	AS1	0.886	Memenuhi <i>convergent validity</i>
16	AS2	0.878	Memenuhi <i>convergent validity</i>

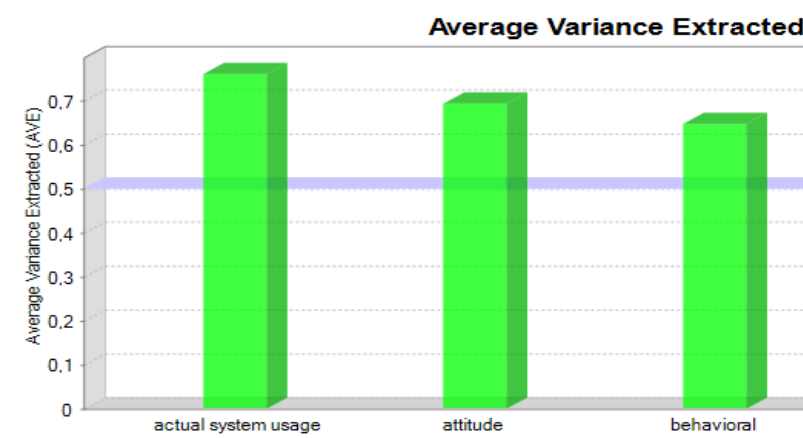
3.5. Discriminant Validity

Langkah selanjutnya untuk menentukan nilai *outer model* adalah dengan perhitungan *discriminant validity* dengan cara mengukur berdasarkan nilai *cross loadings* yang nantinya nilai tersebut untuk mendapatkan nilai *average variance extracted*, *composite reliability*, dan *cronbach's alpha*. Penilaian *cross loadings* mengukur model dengan reflektif berdasarkan indikator pembentuk konstruk laten. Jika konstruk item pengukurannya lebih besar dari pada ukuran konstruk lainnya, maka konstruk laten memprediksi ukuran pada *block* lainnya dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) berdasarkan nilai $AVE > 0,50$.

Konstruk dengan item pengukurannya lebih besar dari pada ukuran konstruk lainnya akan memperlihatkan konstruk laten dalam memprediksi pengukuran pada *block*nya lebih tinggi dari pada ukuran pada *block* lainnya. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa korelasi konstruk dengan item pengukuran (indikator) memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Cara lain untuk mengukur nilai *discriminant validity* selain dari nilai *cross loading* adalah melihat nilai AVE. Standar pengukuran nilai AVE adalah $> 0,50$ yang terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Nilai *Average Variance Extracted*

Variabel	AVE
<i>Actual system</i>	0.761
<i>Attitude</i>	0.693
<i>Behavioral</i>	0.647



Gambar 5 Nilai *Average Variance Extracted*

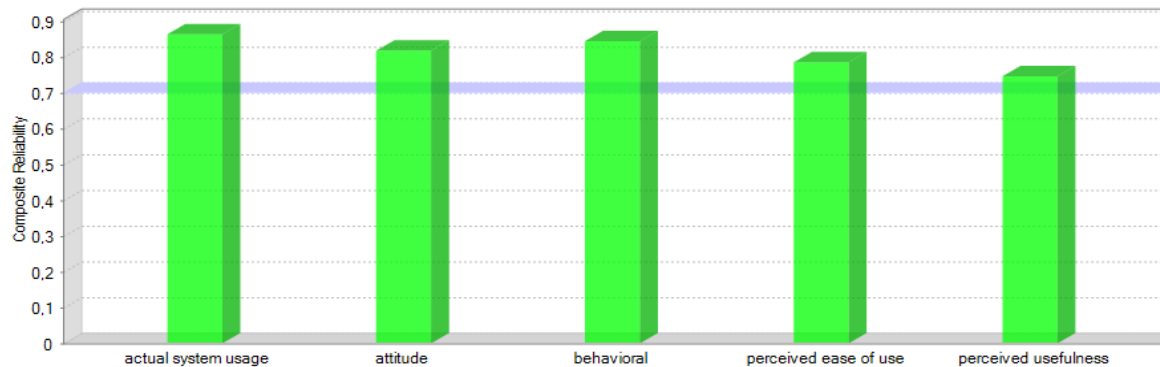
3.6 Composite Reliability

Selain pengukuran validitas, dalam melakukan pengukuran model juga dilakukan pengukuran realibilitas untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam

mengukur konstruk. Penilaian yang biasa digunakan untuk menilai realibilitas konstruk dan dinyatakan reliable jika nilai *composite reliability* > 0.60 yang terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4 *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
<i>Actual system</i>	0.864
<i>Attitude</i>	0.818
<i>Behavioral</i>	0.845
<i>Ease of use</i>	0.785
<i>Esefulness</i>	0.747



Gambar. 6 *Composite Reability*

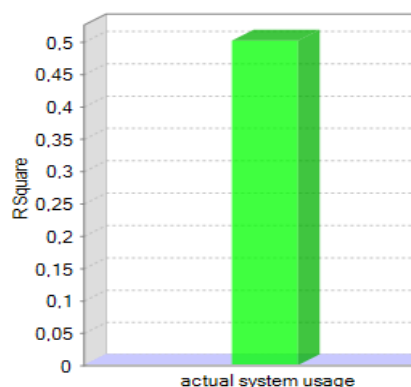
Hasil *composite reliability* di pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* pada setiap konstruk lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dibuktikan bahwa nilai *composite reliability* menunjukkan nilai *composite reliability* yang *reliable*.

3.7 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam pengujian inner model terdapat dua tahap pengujian yaitu pengujian kelayakan model dan pengujian signifikan jalur. Pengujian inner model ini bertujuan untuk menggambarkan hubungan antar variabel laten. Untuk melihat dan menilai uji inner model dimulai dengan melihat R Square yang berfungsi untuk melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh setiap variabel. Menurut, nilai RSquare 0,70, 0,50, 0,25 dapat dikatan bahwa model tersebut kuat, moderate dan lemah.

Tabel 5 R Square

Variabel	R Square
Actual system	0.502



Gambar. 7 R Squire

Konstruk atau variabel laten yang memiliki pengaruh yang paling penting dari struktur model yang dianalisis yaitu variabel actual system dengan nilai 0,502 dengan hasil nilai model struktural tersebut dapat disimpulkan bahwa model ini kuat.

3.8 Uji Hipotesis

Dalam menentukan pengujian hipotesis diperlukan melihat nilai yang terdapat pada *output path coefficient*. Pengujian yang dilakukan menggunakan PLS memberikan nilai estimasi untuk pengujian secara statistik setiap hubungan yang akan dihipotesiskan. Pengujian yang digunakan yaitu model bootstrap terhadap sampel yang bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidakknormalan data penelitian. Hasil pengujian dengan menggunakan *bootstrapping* dari analisis PLS dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 hasil uji hipotesis

Hipotesis	Variabel	T- (O/STERR)	Keterangan
1	AT->BI	3.012	Hipotesis 1 diterima
2	BI->AS	8.568	Hipotesis 2 diterima
3	PE->AT	2.690	Hipotesis 3 diterima
4	PE->PU	3.004	Hipotesis 4 diterima
5	PU->AS	0.222	Hipotesis 5 ditolak
6	PU->AT	1.213	Hipotesis 6 ditolak
7	PU->BI	2.018	Hipotesis 7 diterima

3.9 Rekomendasi

Rekomendasi yang diberikan agar meningkatkan kualitas pada bisnis percetakan dalam hal penyebaran informasi agar nantinya karyawan tidak kebingungan lagi melakukan aktifitas pemesanan dari konsumen antara lain sebagai berikut.

Tabel 7 Rekomendasi

No	Hipotesis	Rekomendasi	Dampak positif
1.	<i>Attitude Toward Using ke Behavioral Intention to Use</i>	<ol style="list-style-type: none"> Karyawan harus tetap menggunakan sosial media untuk penyebaran informasi. Dan juga agar karyawan yang belum menggunakan sosila media terdorong menggunakannya. Minatnya untuk menggunakan sosial media dimasa yang akan datang. 	Lancanya proses penyebaran informasi pada konsumen dengan menggunakan <i>smartphone</i> .
2.	<i>Behavioral Intention to Use ke Actual System Usage</i>	<ol style="list-style-type: none"> Karyawan harus menggunakan sosial media untuk kebutuhan bisnisnya. Sosial media harus terhubung ke internet . 	Meningkat pendaatan dan penghasilan.
3.	<i>Perceived Ease of Use ke Attitude Toward Using</i>	<ol style="list-style-type: none"> Karyawan harus yakin dan percaya bahwa sosial media dapat meningkatkan efektifitas kinerja dan penyebaran informasi. Dengan mudahnya menggunakan sosial media kita harus menjaga sikap kita sebagai karyawan. 	Meningkatkan kemudahan dalam menyampaikan informasi terkait bisnis percetakan.
4.	<i>Perceived Ease of Use ke Perceived Usefulness</i>	<ol style="list-style-type: none"> Karyawan harus meyakini bahwa dalam menggunakan sosial media mudah dan berdampak pada kegunaan <i>smartphone</i> yang digunakan. 	Meningkatkan kesadaran bahwa menggunakan <i>smartphone</i> sesuai fungsi dapat meningkatkan kegunaan <i>smartphone</i> itu sendiri.
5.	<i>Perceived Usefulness ke Actual System Usage</i>	<ol style="list-style-type: none"> karyawan harus menyadari dan percaya bahwa sosial media dapat meningkatkan efektifitas kinerja. Penyebaran dan perolehan informasi sebagai karyawan berdasarkan kegunaan dari sosial media itu sendiri. 	Timbulnya kesadaran bahwa menggunakan <i>smartphone</i> adalah hal yang tepat dalam penyebaran informasi .
6.	<i>Perceived Usefulness ke Attitude Toward Using</i>	<ol style="list-style-type: none"> Karyawan yang memiliki sosial media agar merekomendasikan karyawan yang belum menggunakannya. Untuk memilih sosial media sebagai alat utama penunjang efektifitas penyebaran informasi. 	Meningkatkan fungsi sosial dan kesadaran akan informasi.
7.	<i>Perceived Usefulness-ke Behavioral Intention to Use</i>	<ol style="list-style-type: none"> Karyawan harus lebih sering melihat pesanan dari komsumen 	Biar konsumen tidak kecewa dan merasa puas pesanan cepat selesai.

4. Kesimpulan

1. Efektivitas penggunaan media sosial (instagram, facebook, whatsapp) efektif dengan nilai 8.568 karena pengguna media sosial ditunjukkan dengan minat karyawan untuk selalu mencoba sesering mungkin menggunakan media sosial dan menggunakan kembali dikemudian hari karena pengguna media sosial dapat memenuhi kebutuhan bisnis dan mengikuti perkembangan teknologi dengan tingkat pengguna media sosial whatsapp 53% dan instagram 40%.
2. Menjadi bahan rekomendasi agar aktifitas informasi pemesanan selanjutnya menggunakan sosial media sebagai perangkat utama untuk aktifitas informasi yang berkaitan dengan kebutuhan bisnis.

Daftar Pustaka

- [1] Nurhilda, Yesni Malau "Analisa Penggunaan Smartphone Pada Bisnis UKM Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Studi Kasus: UKM di Wilayah Depok)". *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen Administrasi* VOL. 8, no. 1, Maret 2016.
- [2] Deru R. Indika dan Cindy Jovit "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan minat Beli Konsumen" ISSN 2580 - 4928 Volume 01, Nomor 01, Juni 2017.
- [3] Handika, Agus Fredy Maradona dan Gede Sri Darma "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram". *Jurnal Manajemen dan Bisnis* ISSN 1829-8486 Volume 15, No. 2, Mei 2018.
- [4] Firdaus, Mohammad Oktri. "Efektivitas Penggunaan Smartphone Dalam Mendukung Kegiatan Bisnis Pengusaha Muda Di Kota Bandung Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*." *Seminar Nasional IENACO, 2013*.
- [5] Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri "Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapa." Vol. 25, No. 1, 36 – 44, 2017.
- [6] Nasrullah, R. (2015). *Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- [7] Hernawati, Kuswari. "Pengenalan Teknologi Sejak Dini Dengan Belajar Sambil Bermain Melalui Smartphone." *Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika*, November 2012.
- [8] Hanggono, Siti Ragil Handayani dan Heru Susilo "Analisis Atas Praktek Tam (Technology Acceptance Model) Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram" *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 26 No. 1 September 2015.
- [9] Hidayat, Hari Suryantoro dan Jansen Wiratama "Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia". *Jurnal SIMETRIS*, ISSN: 2252-4983 Vol 8 No 2 November 2017.
- [10] Trisnani "Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat" *JURNAL KOMUNIKASI, MEDIA DAN INFORMATIKA* Volume 6 Nomor 3 November 2017.
- [11] Ghozali, Imam. "*Structural equation modeling metode alternative dengan partial least square (PLS) dilengkapi software smartpls 3.0 xxlstat 2014 dan warppls 4.0*". Badan Penerbit-Undip. 2014.