

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung pada Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya, dengan ruang lingkup penelitian mengenai *E-Commerce*, Inovasi dan Kinerja Perusahaan.

3.1.1 Sejarah Singkat

Zaman sekarang, sudah banyak anak muda yang terjun ke dunia bisnis dan mendirikan bisnis rintisan (startup). Hampir seluruh bisnis startup muncul dengan kategori termasuk kelompok usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Namun peran sebagai guru para pengusaha muda startup ini belum banyak dilakoni orang. Sosok Jaya Setiabudi, mengisi peran yang masih jarang diisi oleh para *entrepreneurhip* kawakan tersebut. Ia mendirikan portal YukBisnis.com di Bandung, Jawa Barat, pada 27 April 2012.

YukBisnis.Com adalah penyedia jasa toko online gratis 100 persen buatan Indonesia yang memungkinkan anda memiliki toko online sendiri hanya dalam waktu 5 menit. Sejak didirikan tahun 2012, kini YukBisnis.Com telah berkembang hingga memiliki lini bisnis lainnya yang bernama YubiStore yang menjual beragam produk secara online.

Pada tahun 2013, YukBisnis.Com meluncurkan <http://hot.yukbisnis.com> berisi artikel , tips dan juga informasi tentang bisnis dan kewirausahaan dan juga <http://store.yukbisnis.com> sebagai online store yang dikhususkan menjual produk asli Indonesia. Kemudian pada 2014, Yubi Juragan resmi diluncurkan sebagai

sarana bisnis produk-produk TERLARIS di YubiStore secara offline YukBisnis.Com meluncurkan fitur untuk mengakomodasi Komunitas Yubi di seluruh Indonesia Melalui <http://komunitas.yukbisnis.com>.

Terakhir pada tahun 2015, YukBisnis.Com meluncurkan fitur terbarunya, yaitu Yubi Mobile. Sebuah aplikasi yang akan memberi kemudahan kepada calon *entrepreneur* untuk memperindah toko online miliknya di YukBisnis.Com melalui perangkat ponsel atau *smartphone* dimanapun dan kapanpun. Dengan demikian, si calon pengusaha pemula akan lebih mudah mengetahui semua berapa kunjungan ke toko online miliknya, mengeditnya dan merespon para konsumennya lebih cepat dan praktis.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survey, menurut Gima Sugima (2016 : 135): “Penelitian dengan cara mengajukan pernyataan kepada orang-orang atau subjek dan merekam jawaban tersebut untuk kemudian dianalisis secara kritis”.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami sebagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan di ukur hubungannya, yaitu variabel X yaitu variabel *independen* (sendiri atau bebas), dengan variabel Y yaitu variabel *dependen* (terikat atau tidak bebas).

Berikut adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1. Variabel bebas atau variabel (X), yaitu variabel yang memengaruhi variabel terikat yang terdiri dari: *E-Commerce* (X_1) dan Inovasi (X_2).
2. Variabel terikat atau variabel (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kinerja Perusahaan.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>E-Commerce</i> (X_1)	penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis yang dilakukan pengusaha	1. <i>Processes</i> 2. <i>Institution</i> 3. <i>Internet</i>	- <i>Marketing</i> - <i>Sales</i> - <i>Payment</i> - <i>Governments</i> - <i>Bank</i> - Media penghubung penjual dan pembeli	O R D I N A L
Inovasi (X_2)	Inovasi (<i>innovation</i>) adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan orang-orang	1. Inovasi Proses 2. Inovasi Produk 3. Inovasi Pemasaran	- Materi bahan baku - Spesifikasi tugas - Mekanisme produksi - Penciptaan Produk baru - Pengembangan produk baru - Distribusi - Promosi	O R D I N A L

(1)	(2)		(3)		(4)	(5)
Kinerja Perusahaan (Y)	Kinerja merupakan pencapaian hasil kerja sebuah proses manajemen atau	1.	Finansial	-	Peningkatan Pendapatan - Peningkatan Keuntungan	O R D I N A L
	suatu organisasi secara keseluruhan, dimana hasil kerja tersebut harus dapat ditunjukkan buktinya secara konkrit dan dapat diukur	2.	Non Finansial	-	Peningkatan Volume Penjualan - Peningkatan Pangsa Pasar - Peningkatan Jumlah Pelanggan - Peningkatan Kepuasan Pelanggan	

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain :

1. *Interview* yaitu dengan cara wawancara yang dilakukan langsung dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.
2. *Kuesioner* yaitu pengumpulan data yang diperoleh dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada konsumen.
3. Studi dokumentasi teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data sekunder, yaitu dengan cara mempelajari dokumen – dokumen yang ada di objek penelitian serta bahan – bahan bacaan berupa buku – buku manajemen serta sumber lain yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini dibedakan dalam dua bagian, yaitu :

a. Sumber data primer

Data yang diperoleh melalui kuesioner dan wawancara langsung dengan pihak Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya.

b. Sumber data sekunder

Data yang dikumpulkan dari pihak lain sebagai sarana untuk kepentingan mereka sendiri, data yang sudah ada atau tersedia yang kemudian diolah kembali untuk tujuan tertentu, data ini berupa sejarah dan keadaan perusahaan, literatur, artiker, tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik yang sedang diteliti.

3.2.2.2 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen utama yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner. Bentuk pertanyaan yang digunakan kuesioner adalah struktur *non disqued*, yaitu bentuk pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dengan tujuan agar maksud pertanyaan dapat diketahui dengan jelas, dengan kombinasi pilihan ganda yang berisi seperangkat pertanyaan responden mengenai suatu objek sikap. Setiap jenis responden dinilai dengan menggunakan skala sikap yang berpedoman kepada skala likert. Sikap-sikap pertanyaan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negatif. Setiap jenis responden dinilai sesuai arah pertanyaan yaitu :

- 1 Untuk pertanyaan positif skala nilai yang dipergunakan adalah 5-4-3-2-1
- 2 Untuk pertanyaan negatif skala nilai yang dipergunakan adalah 1-2-3-4-5

3.2.2.3 Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2016: 96) adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam peneliti kali ini adalah semua Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya berjumlah 40 Perusahaan. (Sumber: Yukbisnis.com Tasikmalaya)

b) Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan dijadikan objek dalam melakukan penelitian dan pengujian data. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah *sampling jenuh* atau *sensus*. Pengertian dari *sampling jenuh* atau *sensus* menurut Sugiyono (2016: 122) adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Karena populasi kurang dari 100 orang maka penelitian yang penulis ambil merupakan penelitian *sensus*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya yaitu sebanyak 40 Perusahaan, sehingga seluruh Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya tersebut dijadikan sampel penelitian.

Berikut daftar Perusahaan yang tergabung di Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya, sebagai berikut:

Tabel 3.2
Daftar Perusahaan yang tergabung dalam Komunitas Yuk Bisnis
Tasikmalaya

No.	Nama Perusahaan	Jenis Produk
1	Sheika Hijab	Busana Muslim
2	Amily Hijab	Busana Muslim
3	Ammar Kids	Pakaian Anak
4	Bidadariku Collections	Pakaian
5	Zame Furniture	<i>Furniture & Interior Design</i>
6	Grosir Berkah Jaya	Kebutuhan Rumah Tangga
7	Bunayya Kids	Pakaian Anak
8	Mekar Asih	Makanan
9	Queenita Tasikmalaya	Busana Muslim
10	Alika Kidswear	Pakaian Anak
11	Tina Hijab	Busana Muslim
12	Sasya House	Pakaian
13	Radwah Mukena	Busana Muslim
14	Madhura	Herbal
15	Savni Collection	Pakaian
16	Makaroni Adik	Makanan
17	Naura Batik	Pakaian dan Kain Batik
18	Grayni Jahitku	Rumah Jahit
19	Aviqa Kids Apparel	Pakaian Anak
20	Baso Aci Mang Yoko	Makanan
21	MA Project	Jasa
22	Sambilan Collection	Pakaian
23	Aisyah Green	Busana Muslim
24	Kulan. Id	Makanan
25	Keina Kids Store	Pakaian Anak
26	HG Mukena Official	Busana Muslim
27	Dthree Fashion Moslem	Busana Muslim
28	Balqis Mukena	Busana Muslim
29	Putra Jaya	<i>Frozen Food</i>
30	Bandung Underground	Pakaian
31	Al Mujahid	Busana Muslim
32	Azka Collection	Pakaian
33	Dea Galery	Mukena
34	Titasix	Makanan
35	Vivinsy Outfit	Pakaian
36	Dzahab Style	Busana Muslim
37	Girlsstuffs by.ZIA	Pakaian
38	Campernik	Jasa
39	Gamiah TShirt	Pakaian
40	Bintani.id	Gamis Syar'i dan Koko Anak

Sumber: YukBisnis Tasikmalaya (2020)

3.2.2.4 Uji Alat Pengumpulan Data

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang telah disebarkan.

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keahlian suatu instrument. Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang dikehendaki (Arikunto, 2012: 146). Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pernyataan melalui total skor dengan menggunakan *Pearson Product Moment*.

Prosedur uji validitas yaitu membandingkan r hitung dengan r tabel yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan ($dk = n-2$) dengan taraf signifikan $\alpha = 5 \%$.

Kriteria pengujian:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid.

Untuk mempermudah perhitungan, uji validitas akan menggunakan program SPSS for Windows versi 23.0.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data. (Arikunto, 2012: 154). Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur gejala - gejala

yang sama dan hasil pengukur itu reliabel. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach*. Dengan rumus sebagai berikut:

Untuk mempermudah perhitungan uji reliabilitas akan menggunakan program SPSS for Windows Versi 23.0.

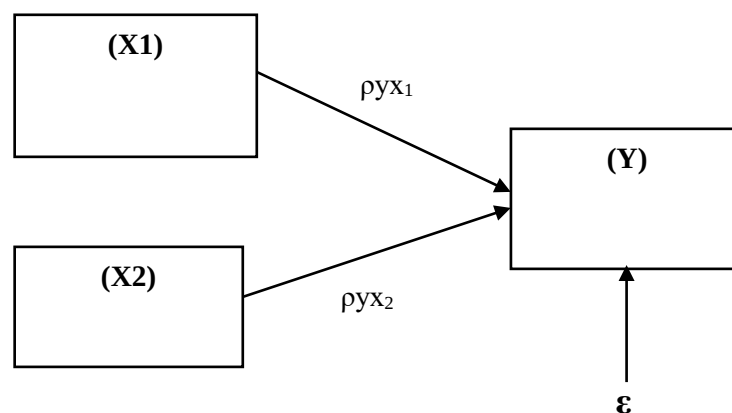
Dari hasil perhitungan tersebut, maka kaidah keputusannya adalah :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan reliabel.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan gugur (tidak reliabel).

3.3 Model Penelitian

Untuk lebih menjelaskan pengaruh *E-Commerce* dan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan, dibuat model penelitian sebagai berikut :



Gambar 3.1
Model Penelitian

Keterangan:

X_1 = *E-Commerce*

X_2 = Inovasi

Y = Kinerja Perusahaan

ϵ = Faktor lain yang mempengaruhi Kinerja Perusahaan

ρ_{yx1} = Koefisien Jalur *E-Commerce* Terhadap Kinerja Perusahaan

ρ_{yx2} = Koefisien Jalur Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan

3.4 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh *E-Commerce* dan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan.

3.4.1 Analisis Terhadap Kuesioner

Teknik pertimbangan data dengan analisis deskriptif, dimana data yang dikumpulkan dan diringkas pada hal-hal yang berkaitan dengan data tersebut seperti: Frekuensi, mean, standar deviasi maupun rangkingnya. Untuk menentukan pembobotan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan *skala Likert* untuk jenis pernyataan tertutup yang berskala normal. Sikap-sikap pernyataan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negatif.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3
Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Positif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Sedang
2	Tidak Setuju	TS	Rendah
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah

Tabel 3.4
Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Negatif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah
2	Tidak Setuju	TS	Rendah
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Sedang
4	Setuju	S	Tinggi
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi

Perhitungan hasil kuesioner dengan prosentase dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{F}{N} \times 100\% \quad (\text{Sudjana, 2012: 76})$$

dimana:

X = jumlah prosentase jawaban

F = jumlah jawaban/ frekuensi

N = jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel dari hasil perhitungan yang dilakukan maka dapat ditentukan intervalnya, yaitu dengan cara sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}} \quad (\text{Sudjana, 2012: 79})$$

3.4.2 Metode *Successive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Metode Successive interval*. Menurut Al-Rasyid (2012:12), menyatakan bahwa skala *likert* jenis ordinal hanya menunjukkan peringkat saja. Oleh karena itu, variabel yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval. Adapun langkah kerja *method of successive interval* adalah sebagai berikut :

- a. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada)
- b. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh $P_i/n = F_i/n$

- c. Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ($P_{ki} = O_p(1-1) + P_i$).
- d. Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap Kategori.
- e. Hitung SV (scala value = nilai skala), dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area under lower limit}}$$

Nilai-nilai untuk density diperoleh dari tabel ordinal distribusi normal baku.

- f. SV (Skala Value) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

$$\text{Transformed SV} \rightarrow Y = SV + [SV_{min}]$$

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi dikatakan akurat apabila estimator-estimator dari koefisien regresi memenuhi asumsi BLUE (*Best Linear Unsiair Unbiased Estimator*). Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik (Ghozali, 2011: 75). Adapun penghitungan uji asumsi klasik tersebut dibantu dengan SPSS 20.0 dengan pengujian sebagai berikut:

- a. Uji normalitas

Pada pengujian normalitas, untuk mengetahui apakah residualnya berdistribusi secara normal sesuai asumsi regresi dengan *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Cara untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan rasio *skewness* dan rasio *kurtosis*. Rasio *skewness* dan rasio *kurtosis* dapat dijadikan petunjuk apakah suatu

data berdistribusi normal atau tidak. Rasio *skewness* adalah nilai *skewness* dibagi dengan *standard error skewness*; sedang rasio *kurtosis* adalah nilai *kurtosis* dibagi dengan *standard error kurtosis*. Sebagai pedoman, bila rasio *kurtosis* dan *skewness* berada diantara -2 hingga $+2$, maka distribusi data adalah normal (Gujarati, 2012: 53).

b. Uji Heterokedastis

Heteroskedastis terjadi apabila variabel gangguan tidak mempunyai varians yang sama untuk semua observasi. Akibat dari adanya heteroskedastis, penaksiran OLS tetap tidak bias tetapi tidak efisien. Untuk menentukan apakah suatu model terbebas dari masalah heterokedastisitas atau tidak salah satunya dengan Uji *Glejser*. Uji *Glejser* secara umum dinotasikan sebagai berikut:

$$|e| = b_1 + b_2 X_2 + v$$

Dimana:

$|e|$ = Nilai Absolut dari residual yang dihasilkan dari regresi model

X_2 = Variabel penjelas

Bila variable penjelas secara statistic signifikan mempengaruhi residual maka dapat dipastikan model ini memiliki masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linear yang sempurna (mendekati sempurna) antara beberapa atau semua variabel bebas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditentukan adanya korelasi di antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi di antara variabel bebas.

Cara untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas adalah:

- Besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai VIF di sekitar angka 1, batas VIF adalah 10 dan mempunyai angka tolerance mendekati 1.
- Besaran Korelasi Antar Variabel Bebas
Koefisien korelasi antar variabel bebas harus lemah (di bawah 0,90) maka merupakan indikasi adanya multikolinearitas.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi (hubungan) yang terjadi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi salah satunya dengan Uji *Durbin Watson (DW Test)*. Uji ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *Intercept* dalam model regresi dan tidak ada *variable lag* diantara variable penjelas. Keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- Bila nilai DW berada diantara d_u sampai dengan $4 - d_u$ maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, tidak ada autokorelasi.
- Bila nilai DW lebih kecil daripada d_L , koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol. Artinya ada autokorelasi positif.

- Bila nilai DW terletak diantara d_L dan d_u , maka tidak dapat disimpulkan.
- Bila nilai DW lebih besar daripada $4 - d_L$, koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol. Artinya ada autokorelasi negatif.
- Bila nilai DW terletak antara $4 - d_u$ dan $4 - d_L$, maka tidak dapat disimpulkan.

3.4.4 Analisis Regresi Berganda

Untuk mengukur pengaruh *E-Commerce* dan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan digunakan analisis statistik, yaitu analisis regresi berganda. Adapun analisis regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Kinerja Perusahaan

a = Nilai Y bila $X = 0$ (Nilai konstanta)

b_1, b_2 = Arah koefisien regresi yang menunjukkan angka perubahan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

X_1 = *E-Commerce*

X_2 = Inovasi

e = Faktor lain yang Mempengaruhi Kinerja Perusahaan

3.4.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh yang terjadi yang dapat dihitung dengan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh faktor lain di luar variabel yang diteliti dapat dipergunakan koefisien non determinasi yang dapat dicari dengan menggunakan rumus:

$$K_{nd} = (1 - r^2) \times 100\%$$

Untuk mempermudah perhitungan digunakan SPSS versi 23.

3.4.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional penetapan tingkat signifikan, uji signifikansi, kriteria dan penarikan kesimpulan.

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Secara Simultan

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ *E-Commerce* dan Inovasi secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

$H_0: \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$ *E-Commerce* dan Inovasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

b. Secara Parsial

$H_{01}: \beta_1 = 0$ *E-Commerce* secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

$H_{01}: \beta_1 \neq 0$ *E-Commerce* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

$H_{02}: \beta_2 = 0$ Inovasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

Ho2: $\beta_2 \neq 0$ Inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 95% ($\alpha = 0,05$) yang merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam ilmu sosial yang menunjukkan ketiga variabel mempunyai korelasi cukup nyata.

3. Uji Signifikansi

- a. Secara simultan menggunakan uji F
- b. Secara parsial menggunakan uji t

4. Kaidah Keputusan

- a. Secara Simultan
 - Jika *significance* $F < (\alpha = 0,05)$
Maka, Ho ditolak, Ha diterima
 - Jika *significance* $F \geq (\alpha = 0,05)$
Maka, Ho diterima, Ha ditolak
- b. Secara Parsial
 - Jika *significance* $t < (\alpha = 0,05)$,
Maka Ho ditolak, Ha diterima
 - Jika *significance* $t \geq (\alpha = 0,05)$,
Maka Ho diterima, Ha ditolak

5. Penarikan Kesimpulan

Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak.