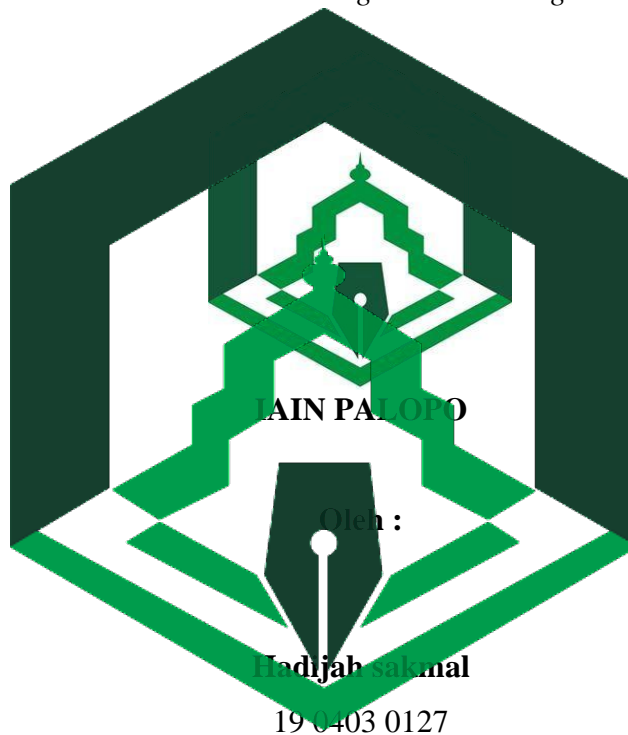


PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE LOCUS OF CONTROL* DAN INOVASI TERHADAP KINERJA PADA PELAKU BISNIS *ONLINE* MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen bisnis syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE LOCUS OF CONTROL* DAN INOVASI TERHADAP KINERJA PADA PELAKU BISNIS *ONLINE* MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen bisnis syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hadijah Sakmal
NIM : 19 0403 0127
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya yang akurat dan benar. Tidak mengandung kesalahan yang ada di dalamnya atau pelanggaran hak cipta.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi administratif atas pelanggaran tersebut dan sanksi akademik yang saya peroleh karena dibatalkan. Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palang, Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Hadijah Sakmal
NIM 19 0403 0127

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Penggunaan e-commerce, Locus of Control dan Inovasi terhadap Kinerja pada Pelaku Bisnis Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang ditulis oleh Hadijah Sakmal Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 190403 0127, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 04 September 2023 Miladiyah bertepatan dengan 18 Safar 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 4 Oktober 2023

- TIM PENGOJUH
1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. Ketua Sidang
 2. Akbar Sabani, S.E.I., M.E.I. Sekretaris Sidang
 3. Dr. Fauziah, M.E.I. Penguji I
 4. Nurdiana, S.Pt., M.M. Penguji II
 5. Edi Indira Satiawan, S.E., M.M. Pembimbing

Mengetahui:



Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 19820124 200901 2 006



Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah

Akbar Sabani, S.E.I., M.E.I.
NIDN 200504058501

PRAKATA

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعٰلَمِیْنَ. وَ الصَّلٰةُ وَ السَّلَامُ عَلٰی سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَ عَلٰی اٰلِهِ وَ اصْحَابِهِ اَجْمَعِیْنَ.

(امابعد)

Puji syukur penulis tunjukkan kepada Allah swt. yang telah menganugraahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Penggunaan e-commerce Locus of Control dan Inovasi terhadap Kinerja Pada Pelaku Bisnis Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo**” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. Kepada para keluarga sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang manajemen bisnis syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada kedua orang tua saya yang sangat saya cintai Ayah Sakmal dan Ibunda Radiana(Almh), yang sangat luar biasa dalam mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang yang tak terhingga, yang selalu mendukung penulis dalam setiap situasi dan keadaan apapun sejak kecil hingga sekarang, sungguh penulis sadari tidak mampu membalas semua itu, hanya do'a

yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua semoga senantiasa berada dalam limpah kasih sayang Allah swt., serta selalu mendoakan penulis setiap saat memberikan banyak dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak di sampaikan dengan hormat kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag., selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M. Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Mastaming, S.Ag., M. HI. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Fasiha, M.El., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah jabani, S.T., M.M., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Akbar Sabani, S.El., M.El., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dan Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo beserta para Dosen dan Staf yang telah banyak memberi arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Nurdin Batjo, S.Pt., M.Si., M.M.. selaku penasehat akademik

5. Edi Indra Setiawan, SE., M.M. selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi ini.
6. Dr. Fasiha S.E.,M.EI, selaku penguji 1 atas bimbingannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Nurdin Batjo, S.Pt., M.Si., M.M.. selaku penguji 2 atas bimbingannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepala UPT Perpustakaan IAIN Palopo Abu Bakar, S.Pd., M.Pd., beserta staf yang telah menyediakan buku-buku literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
9. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kepada Yasmir Yusri Sri rejeki harun dan Postina yusuf yang telah banyak membantu dalam tahap penyelesaian skripsi ini.
11. Kepada teman-teman saya angkatan 2019 Khususnya MBS E yang telah menemani masa-masa kuliah saya dan memberi warna dalam perjalanan kuliah, yang selama ini membantu serta memberi dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah swt. Aamin Allahumma Aamiin. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak hambatan ketegangan dan tekanan namun dapat dilewati dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap yang membaca. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh darikata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang lapang dan ikhlas.

Palopo, Juli 2023



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Ṭ	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monofong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيّ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُوّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ :kaifa

هَوَّلَ : haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya zberupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِي...	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
كُ... كِ... كِي...	kasrah dan yā'	ū	u dan garis di atas
دَ... دِ... دِي...	ḍammah dan wau	ū	u dan garis di atas

مَاتَ	: māta
رَامَى	: rāma
قَامَ	: qāma
يَمُوتُ	: yamūtu

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].sedangkantā' marbūtah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:



Jika huruf ّ ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiyy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ٱ (*alif*)

lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalah</i> (bukan <i>az-zalzalah</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambungkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'muruna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat

yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fi Ri'āyah al-Muslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jair dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilah* (frasa nominal) ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ
 بِاللهِ
 dīnullāh billāh

adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului

oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl
Inna awwala baitin sūdi'a linnāsi lillazī bi Bakkata mubārakan
Syahru Ramadān al-lazī anzila fih al-Qurān
Nasr al-Dīn al-Tūsī
Nasr Hāmid Abū Zayd
Al-Mīf
Al-Mastalah fī al-Tasyīr' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh :

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)
 Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran 3: 4
HR	= Hadis Riwayat



DAFTAR ISI

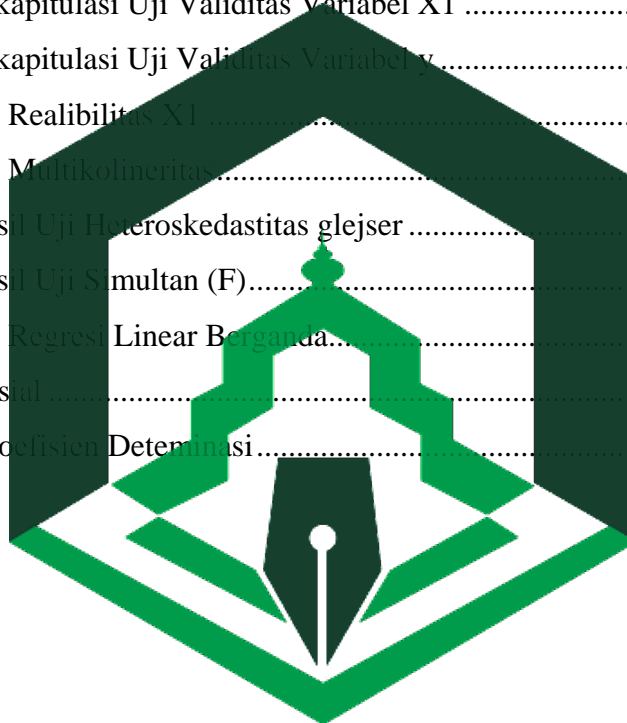
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN LITERASI ARAB DAN SINGKATAN.....	xviii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
ABSTRAK	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	7
B. Kajian Teori	22
C. Kerangka Pikir	36
D. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
C. Definisi Operasional.....	39
D. Populasi dan Sampel Penelitian	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Instrumen Penelitian.....	44
G. Uji Instrumen	45
H. Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Lokasi Penelitian	52

B. Hasil Penelitian	61
C. Pembahasan	75
BAB V PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Mahasiswa Aktif FEBI.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Instrumen Skala Likert.....	40
Tabel 3.2 Instrumen	41
Tabel 4.1 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel X1	61
Tabel 4.2 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel X2	62
Tabel 4.3 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel X1	62
Tabel 4.4 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Y.....	63
Tabel 4.5 Uji Realibilitas X1.....	63
Tabel 4.6 Uji Multikolinerasi.....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastitas glejser	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (F).....	67
Tabel 4.9 Uji Regresi Linear Berganda.....	68
Hasil Uji Parsial	69
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Inovasi Nilai, Inovasi Teknologi, Inovasi Biaya.....	26
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	29
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	55
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastitas.....	57



ABSTRAK

Hadijah Sakmal, 2023. “*Pengaruh Penggunaan e-commerce locus of control dan inovasi terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis online mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam*”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Edi Indra Setiawan, S.E.,M.M.

Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi kinerja bisnis pelaku bisnis online yang merupakan mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Faktor-faktor yang diteliti meliputi penggunaan *e-commerce*, *locus of control*, dan inovasi. Kehadiran platform *e-commerce* memungkinkan para pelaku bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sementara *locus of control* dan inovasi memiliki peran penting dalam membentuk sikap, motivasi, dan pengambilan keputusan yang dapat memengaruhi kinerja bisnis mereka.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui survei terstruktur kepada pelaku bisnis online mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 100 sampel. Data yang terkumpul akan dianalisis untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja bisnis pelaku bisnis online mahasiswa. Penelitian ini juga menemukan bahwa *locus of control* mempengaruhi kinerja bisnis. Inovasi juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa sebanyak 57,1% variasi dalam kinerja bisnis dipengaruhi oleh penggunaan *e-commerce*, *locus of control*, dan inovasi.

Kata Kunci : *e-commerce*, Inovasi, Kinerja, *Locus of control*

ABSTRACT

Hadijah Sakmal , 2023. “ *Influence Use of e- commerce locus of control and innovation to performance business on perpetrator student online business faculty economy And business Islamic* ”. Study Program Thesis Management Business Sharia Faculty Islamic Economics and Business State Institute of Islamic Religion Palopo . mentored By Eddie Indra Setiawan, S.E.,M.M.

This study focuses on the factors that influence the business performance of online business operators who are students in the Faculty of Islamic Economics and Business. The researched factors include the use of e-commerce, locus of control, and innovation. The presence of e-commerce platforms enables business operators to reach a broader market, while locus of control and innovation play crucial roles in shaping attitudes, motivations, and decision-making that can affect their business performance.

This research employs a quantitative method by collecting data through structured surveys from online business operators who are students in the Faculty of Islamic Economics and Business, totaling 100 samples. The collected data will be analyzed to identify the relationships between these variables.

The research results indicate that the use of e-commerce has a significant positive influence on the business performance of student online business operators. The study also found that locus of control affects business performance. Innovation also demonstrated a significant influence on business performance. In this research, it was found that 57.1% of the variation in business performance is influenced by the use of e-commerce, locus of control, and innovation.

Keywords : *e-commerce, , Innovation , Performance, Locus of control*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemanfaatan internet yang semakin meluas tersebut menyebabkan perubahan paradigma dan cara hidup manusia, dari cara hidup dan kebiasaan yang berbasis manual menjadi berbasis elektronik yang memiliki keuntungan antara lain tidak terikat oleh waktu, tempat, serta jarak. Pelaku bisnis *online* banyak dijalankan oleh kalangan orang dewasa seperti mahasiswa. Tujuan dari mereka rata-rata yaitu untuk menambah uang saku, menambah pengalaman dalam berbisnis dan lain- lain.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Palopo adalah Mahasiswa selalu identik dengan semangat yang besar dan kreativitas tanpa batas dalam berwirausaha. Hal ini didukung oleh diterapkan mata kuliah kewirausahaan pada setiap jurusan di FEBI, sehingga mendorong pengetahuan dan semangat para mahasiswa untuk memulai bisnis sejak dimasa kuliah. Dengan memanfaatkan teknologi internet, seperti *handphone*, laptop yang setiap hari dibawanya ke kampus memudahkan mahasiswa kuliah dan berbisnis *online*.

Berdasarkan hal diatas, maka berikut dapat dijelaskan jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Palopo Angkatan 2020-2022 yaitu:

Tabel. 1.1 Data mahasiswa aktif FEBI

No	Jurusan	2020	2021	2022
1	Ekonomi Syariah	262	97	678
2	Manajemen bisnis syariah	214	93	568
3	Manajemen Bisnis Syariah	211	93	57
Jumlah		687	283	1.303

Sumber Data: <http://febi.iainpalopo.ac.id/>

Dari table diatas dapat di jelaskan bahwa perkembangan mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Palopo selalu meningkat dan dari jumlah mahasiswa aktif diatas banyak yang mahasiswa(i) yang menjalankan bisnis *online*. Namun, tidak bisa dipungkiri bagi mahasiswa dengan kegiatan perkuliahan yang padat sering terjadi ketidakmaksimal dalam meningkatkan kinerja bisnis, hal ini terjadi dapat diakibatkan masih kesulitan dalam mengendalikan diri seperti tidak percaya diri, motivasi berbisnis menurun serta *mood* yang berubah-ubah sehingga menyebabkan bisnis tidak berjalan seperti yang diinginkan.

Berdasarkan *pra survey* yang dilakukan oleh peneliti dengan metode wawancara kepada beberapa pelaku bisnis *online* di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Palopo diperoleh informasi bahwa terdapat permasalahan yaitu ketidakmasimalan dan ketidakfokusan pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini disebabkan oleh kesibukan sebagai mahasiswa dalam menyelesaikan kuliah, berorganisasi dan pengerjaan skripsi menyebabkan kinerja bisnis tidak maksimal dan tingkat penjualan menurun.

Bisnis yang mampu bersaing dalam kompetisi adalah bisnis yang mampu mengimplementasikan teknologi dalam bisnisnya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan

electronic commerce (e-commerce), *e-commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan antara dua belah pihak di dalam suatu perusahaan dengan adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui media internet.¹

Dalam menjalankan bisnis *online* tentu saja tidak mudah, banyak tantangan-tantangan yang harus dihadapi, baik itu persoalan dari individunya sendiri maupun dari luar, menjadi seorang pembisnis harus mampu mengendalikan diri (*Locus of Control*) dalam menyikapi usaha yang dijalannya. Setiap individu memiliki keyakinan dan persepsi atas segala sesuatu yang mempengaruhi dirinya. Keyakinan inilah yang disebut *Locus of Control*. Pengelolaan bisnis yang berorientasi profit semua aspek manajemen dan organisasi harus menjadi perhatian, tidak terkecuali aspek sumber daya manusia dan perilakunya dalam organisasi tersebut.

Aspek sumber daya manusia ini menjadi penting karena salah satu faktor penentu keberhasilan kinerja bisnis adalah pengelolaan SDM dan perilaku manusia yang akan menjalankan berbagai aspek manajemen lainnya, oleh karena itu *Locus of Control* memiliki peran yang penting terhadap kesuksesan kinerja suatu entitas bisnis. Dengan *Locus of Control* yang terkelola dengan baik maka kinerja bisnis dapat menjadi lebih baik.²

Berdasarkan hasil obeservasi awal peneliti mengenai kondisi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Palopo dalam menjalankan aktivitas bsinis onlinenya pada permasalahan yang berkaitan dengan

¹ Gabril F. Tharob, Elfie Mingkid, and Ridwan. Papatungan, "Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa Unsrat Analysis of Business Barriers Online for Unsrat Students," *Acta Diurna* VI VI, no. 2 (2021).

² Wuryaningsih and Rini Kuswati, "Analisis Pengaruh Locus of Control Pada Kinerja Karyawan," *Peran Perbankan Syariah Dalam Penguatan Kpasitas Umkm Menuju Kemandirian Ekonomi Nasional* (2020): 276–281.

Locus of Control adalah para pelaku bisnis *online* sering mengalami ketidakpercayaan diri serta pesimis dalam menjalankan bisnisnya hal ini menyebabkan kinerja bisnis tidak maksimal. Sedangkan permasalahan yang terkait dengan inovasi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Palopo adalah lemahnya kemampuan para pelaku bisnis dalam memprediksi atau membaca dan menganalisis lingkungan *internal* dan *eksternal* yang kemudian dapat di gunakan untuk meningkatkan produktivitas. Dalam faktor *internal* permasalahan muncul dari kurangnya pengembangan inovasi dengan hal – hal yang baru sehingga mempengaruhi suatu kinerja bisnis. Para pelaku bisnis kurang memperhatikan dalam hal melakukan perbaikan pada produk, proses, pemasaran yang telah ada, sehingga usahanya cenderung tidak memiliki nilai yang lebih di mata para konsumen.³ Sedangkan faktor eksternal seperti teknologi, suplier, konsumen, pesaing, distributor, tenaga kerja.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penggunaan *e-commerce* *Locus of Control* dan Inovasi terhadap Kinerja Pada Pelaku Bisnis *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Palopo”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- a. Apakah Penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada

³ Wuryaningsih and Kuswati, “Analisis Pengaruh *Locus of Control* Pada Kinerja Karyawan.”(2020).

pelaku bisnis *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo?

- b. Apakah *Locus of Control* berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo?
- c. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Palopo?
- d. Apakah Penggunaan *e-commerce*, *Locus of Control* dan Inovasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka tujuan penelitian pada penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Penggunaan *e-commerce* terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Locus of Control* terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Inovasi terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.

- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Penggunaan *e-commerce Locus of Control* dan Inovasi secara bersama-sama terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.

D. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Pelaku bisnis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada para pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya sehingga mencapai kinerja bisnis *online* yang diinginkan dan dapat diterapkan oleh bisnis sejenis dimasa yang akan datang.

- b. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan wawasan dengan menghubungkan teori yang didapat dalam perkuliahan dengan kenyataan serta dapat memperdalam pengetahuan penulis khususnya tentang kewirausahaan.

- c. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan, atau kajian literatur, merujuk pada pengumpulan, analisis, dan sintesis penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan topik atau masalah penelitian, adapun penelitian terdahulu yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan, Perbedaan
1.	Marendita	Pengaruh <i>e-commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Dengan Orientasi Kewirausahaan Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Mikro	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari hasil jawaban angket yang akan peneliti distribusikan pada	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak sampel penelitian yaitu pelaku pengguna aplikasi aplikasi <i>e-commerce</i> . Sedangkan perbedaan

	Kecil Menengah (UMKM) di Kota Bandar Lampung)	pelaku UMKM di Bandar Lampung ⁴	terletak pada variabel penelitian dan Teknik analisis yang di gunakan.
2.	Hadisa Melati Surya Trustorini Handayanti SE., M.Si	Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan <i>e-commerce</i> Terhadap Kinerja Usaha (Survey terhadap Pengusaha Resto & Café Pengguna POS di Kota Bandung)	Dengan sampel penelitian sebanyak 35 pengusaha resto dan café pengguna POS di Bandung dengan menggunakan metode penelitian deskriptif serta verifikasi. Data yang diperoleh penulis melalui penyebaran kuesioner kepada pengusaha resto & café dengan analisis regresi linear berganda.
			Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak sampel penelitian yaitu pelaku pengguna aplikasi aplikasi <i>e-commerce</i> . Sedangkan perbedaan

⁴ Marendra, "Pengaruh Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Dengan Orientasi Kewirausahaan Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Bandar Lampung) (Studi Pada Usaha," *Tesis* (2022).

Diperoleh hasil terletak pada penelitian yang variabel menyatakan orientasi penelitian dan kewirausahaan Teknik analisis berengaruh parsial dan dan sampel simultan terhadap yang di kinerja usaha gunakan.



sedangkan Penggunaan *e-commerce* tidak berpengaruh parsial serta berpengaruh simultan terhadap kinerja usaha dengan perolehan persentase cukup baik untuk orientasi

kewirausahaan, cukup baik untuk Penggunaan *e-commerce* serta baik untuk kinerja usaha.⁵

⁵ H M Surya, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Penggunaan E-Commerce Terhadap Kinerja Usaha (Survey Terhadap Pengusaha Resto & Café Pengguna Pos Di Kota ...)" 1-12, https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1870/%0Ahttps://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1870/9/UNIKOM_Hadisa_Melati_BAB_III.pdf 2020.

3. Anak Agung Ayu Ratih Radityastuti Ida Bagus Putra Astika dan Made Gede Wirakusuma
- Locus of Control* Pada Kinerja Analis Kredit Dengan Motivasi dan Lingkungan Kerja Sebagai Pemoderasi
- Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *Locus of Control* pada kinerja analis kredit dengan motivasi dan lingkungan kerja sebagai pemoderasi. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survey dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 37 orang analis kredit yang dipilih dengan Teknik sampel jenuh. Teknik analisis yang digunakan adalah Uji Nilai Selisih Mutlak.
- Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak sampai penelitian yaitu pelaku pengguna aplikasi-aplikasi *e-commerce*. Sedangkan perbedaan terletak pada variabel penelitian dan Teknik analisis dan sampel yang digunakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Locus of Control* berpengaruh positif pada kinerja. Motivasi mampu memoderasi hubungan *Locus of Control* pada kinerja.

Lingkungan kerja tidak mampu memoderasi pengaruh *Locus of Control* pada kinerja.⁶

4. Sri Harimi

Peran Inovasi

Penelitian ini bertujuan

Persamaan

Pengembangan

untuk menjelaskan

penelitian ini

Kualitas Produk

dampak inovasi

dengan

dan Kinerja

terhadap kualitas

penelitian yang

Bisnis

produk dan kinerja

akan dilakukan

bisnis dari usaha kecil

adalah terletak

dan menengah di Jawa

sampel

Timur. Dengan

penelitian yaitu

⁶ Anak Agung Ayu Ratih Radityastuti, Ida Bagus Putra Astika, and Made Gede Wirakusuma, "Pengaruh Locus of Control Pada Kinerja Analis Kredit Dengan Motivasi Dan Lingkungan Kerja sebagai pemoderasi," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6, no.6 2503-2528, <https://media.neliti.com/media/publication/165275-ID-pengaruh-locus-of-control-pada-kinerja.pdf>. 2023

menggunakan pelaku
 proportional area pengguna
 random sampling dan aplikasi-
 path analisis, dilakukan aplikasi e-
 uji terhadap lima *commerce*.
 hipotesis, dua Sedangkan
 diantaranya ditolak. perbedaan

Hasil-hasil penelitian terletak pada
 menunjukkan adanya variabel
 peran inovasi terhadap penelitian dan
 kualitas produk serta Teknik analisis
 peran kualitas produk dan sampel
 terhadap kinerja bisnis. yang
 Hal ini menunjukkan digunakan.

pentingnya usaha kecil
 dan menengah untuk
 inovatif dan
 menghasilkan produk
 dengan kualitas tinggi
 untuk berhasil dalam
 kompetisi global.⁷



⁷ Sri Hartini, "Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 14, no.1 (2020):82-88.

5. Garnita Ulfah Pengaruh Penelitian ini bertujuan Persamaan
Fauziah, Nila Fasilitas (Fitur) untuk mengukur penelitian ini
Nurochani dan *e-commerce* pengaruh fasilitas dengan
Nila Nopianti Shopee Terhadap (Fitur) *e-commerce* penelitian yang
Perilaku Shopee Terhadap dilakukan
Konsumtif Perilaku Konsumtif adalah terletak
Mahasiswa Mahasiswa. sampel
(Studi Kasus Pengumpulan data penelitian yaitu
Mahasiswa Stei menggunakan metode pelaku
Ar-Risalah kuesioner dengan pengguna
Ciamis) populasi mahasiswa aplikasi-
STEI AR-Risalah aplikasi *e-*
tahun ajaran 2018- *commerce*.
2021 yang memiliki Sedangkan
Aplikasi Shopee, perbedaan
dimana purposive terletak pada
sampling digunakan variabel
sebagai Teknik penelitian dan
pengambilan sampel. Teknik analisis
Aplikasi statistic IBM dan sampel
versi 26 digunakan yang
membantu peneliti digunakan.
dalam menganalisa data

penelitian melalui analisis regresi linier sederhana. Adapun hasil penelitian ini bahwa fitur *e-commerce* Shopee berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t yang memperlihatkan nilai hitung lebih besar dari table ($19,295 > 1,667$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari standar 0,05.⁸

6.	Novitasari	Pengaruh Penggunaan <i>e-commerce</i> Locus	Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan analisis	Persamaan penelitian ini dengan
----	------------	---	---	---------------------------------

⁸ Suparyanto dan Rosad, "Pengaruh Fasilitas (Fitur) E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Stei Ar-Risalah Ciamis)", *Suparyanto dan Rosad* (2020): 248-253.

Of Control dan statistik, penulis penelitian yang
 Inovasi Terhadap menyimpulkan: (1) dilakukan
 Kinerja Bisnis Terdapat pengaruh adalah terletak
 Pada Pelaku yang positif dan sampel
 Bisnis Online signifikan antara penelitiannya itu
 Mahasiswa pemanfaatan *e-* pelaku
commerce locus of pengguna
 control, dan pelatihan aplikasi-
 bisnis secara bersama- aplikasi *e-*
 sama pada mahasiswa *commerce*.
 UNS sebagai pelaku Sedangkan
 bisnis online terhadap perbedaan
 kinerja usaha angkatan terletak pada
 2018 dan 2019 (2) variabel
 Terdapat pengaruh penelitian dan
 yang positif dan Teknik analisis
 signifikan antara dan sampel
 pemanfaatan *e-* yang
commerce pada digunakan.
 mahasiswa UNS
 sebagai pelaku bisnis
 online terhadap kinerja
 usaha angkatan 2018



dan 2019 (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara locus of control pada mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis online terhadap kinerja usaha Angkatan 2018 dan 2019 (4) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelatihan bisnis pada mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis online terhadap kinerja usaha angkatan 2018 dan 2019.⁹



- | | | | | |
|----|-------------|------------------------------------|---|--------------------------|
| 7. | Komang Yudi | Pengaruh | hasil penelitian | Persamaan |
| | Darma Putra | Penggunaan <i>e-commerce</i> Locus | menunjukkan bahwa:
1) Pelaku bisnis online | penelitian ini
dengan |

⁹ Novitasari, Novitasari, Harini Harini, and Leny Noviyani. "Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Shopee, Locus of Control, dan Pelatihan Bisnis terhadap Kinerja Usaha pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta sebagai Pelaku Bisnis Online (Studi pada Mahasiswa di Program Mahasiswa Wirausaha UNS)." *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi* 7.2 (2021): 1-21.

Of Control Dan mahasiswa Gedung penelitian yang
 Inovasi Terhadap Agrokomples dilakukan
 Kinerja Bisnis mayoritas berjenis adalah terletak
 Online kelamin perempuan fokus
 dan telah menjalankan penelitiannya,
 usaha selama 7-12 sedangkan
 bulan 2) Tingkat perbedaan
 penggunaan *e-* terletak pada
commerce locus of waktu dan
 control internal. lokasi
 inovasi dan kinerja penelitiannya.
 bisnis online
 mahasiswa Gedung
 Agrokomples berada
 pada kategori baik,
 sementara tingkat locus
 of control external
 memiliki kategori
 sangat tidak baik, 3)
 Penggunaan *e-*
commerce locus of
 control internal dan
 inovasi berpengaruh



positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, sementara locus of control external berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja bisnis.

8. Novitasari, Arum Arum, dan Ingtyus. "Pengaruh Pemanfaatan *ecommerce* dan Locus of Control terhadap Kinerja Usaha Mahasiswa Pelaku Bisnis Online." Penelitian ini dilakukan dengan penelitian yang dilakukan adalah terletak fokus penelitiannya, sedangkan perbedaan terletak pada lokasi dan Mahasiswa dapat
- Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah terletak fokus penelitiannya, sedangkan perbedaan terletak pada lokasi dan Mahasiswa dapat
- hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pemanfaatan *ecommerce* terhadap kinerja usaha. locus of control berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha bisnis online yang dijalankan mahasiswa UNS. Mahasiswa dapat

¹⁰ Putra, Komang Yudi Darma, and Gede Mekse Korri Arisena. "Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Locus of Control dan Inovasi terhadap Kinerja Bisnis Online." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh* 10.2 (2023): 1001-1015.

memanfaatkan waktu kemajuan teknologi penelitiannya. yang ada saat ini sebagai peluang usaha. Salah satunya dengan memanfaatkan *ecommerce*.



Pengendalian locus of control yang ada dalam diri mahasiswa ini menjadi bekal bagi mahasiswa untuk mewujudkan keberhasilan wirausaha.

9. Ega Keumala Identifikasi hasil penelitiannya Persamaan Adopsi *e-commerce* Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm menunjukkan bahwa penelitian ini secara parsial faktor dengan teknologi, manfaat penelitian yang teknologi, dan dilakukan organisasi berpengaruh adalah terletak

¹¹ Arumaningtyas, Novitasari, Leny Noviani, and Harini Harini. "Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Locus of Control terhadap Kinerja Usaha Mahasiswa Pelaku Bisnis Online." *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan* 6.2 (2022): 101-112.

Pada Masa secara positif dan fokus
 Pandemi Covid- signifikan terhadap penelitiannya,
 19 (Studi Kasus: adopsi *e-commerce* sedangkan
 Kota Banda sedangkan faktor perbedaan
 Aceh) lingkungan terletak pada
 berpengaruh secara studi kasusnya.



positif namun tidak
 signifikan terhadap
 adopsi *e-commerce*
 dengan besarnya
 pengaruh variabel
 bebas terhadap variabel
 terikat sebesar 47,6%.
 Kemudian, diperoleh
 pula hasil bahwa adopsi
e-commerce

berpengaruh secara
 positif dan signifikan
 terhadap kinerja
 UMKM pada masa
 pandemi covid-19 di
 kota Banda Aceh.¹²

¹² Keumala, Ega, Zakiah Zakiah, and Safrida Safrida. "Identifikasi Adopsi E-commerce

10. Nuris Shobach Pengaruh *e-commerce* Dan E-Bussines Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Pada Kalangan Mahasiswa FEB Unisma Unisma
- hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial *e-bussines* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi Universitas Islam Malang dan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha pada mahasiswa akuntansi Universitas Islam Malang.¹³
- Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah terletak fokus penelitiannya, sedangkan perbedaan terletak pada lokasi dan waktu penelitiannya.

B. Landasan Teori

a. Kinerja Bisnis

dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Kota Banda Aceh)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 8.1 (2023): 62-72.

¹³ Shobach, Nuris, Moh Amin, And Afifudin Afifudin. "Pengaruh E-Commerce Dan E-Bussines Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Pada Kalangan Mahasiswa Feb Unisma." *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* 10.02 (2021).

1) Kinerja Bisnis

Kinerja adalah jumlah dan kualitas berupaya seorang untuk melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan tugas yang dibebankan kepadanya.¹⁴ Kinerja bisnis pada hakikatnya merupakan prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi bisnis yang dapat dilihat dari hasilnya.¹⁵ *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi. Bisnis adalah kegiatan ekonomi yang terstruktur dan terorganisir untuk menghasilkan keuntungan. Kinerja bisnis merupakan hasil kerja dalam kegiatan bisnis yang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2) Pengukuran Kinerja

Menilai seberapa baik aktivitas dan proses yang dilakukan pelaku usaha merupakan hal yang mendasar dalam meningkatkan profitabilitas, sehingga untuk itu perlu digunakan ukuran kinerja yang dirancang untuk menilai seberapa baik hasil akhir yang dicapai.¹⁶ Dengan adanya pengukuran kinerja akan dapat dilakukan pengevaluasian dengan membandingkan kinerja yang ditetapkan dengan yang sesungguhnya. Dari hasil perbandingan tersebut, pelaku bisnis dapat mengetahui seberapa besar penyimpangan yang terjadi dan seberapa jauh kemajuan yang telah tercapai dan tidak tercapai, sehingga dapat diambil tindakan untuk mengatasinya.

¹⁴ Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (PT Bumi Aksara., 2021).

¹⁵ Sri Hartini, "Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk Dan Kinerja Bisnis," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 14, no. 1 (2020): 82–88.

¹⁶ Hartini, "Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk Dan Kinerja Bisnis."

Faktor yang terutama dalam mengukur suatu kinerja bisnis adalah analisis terhadap perilaku yang diperlukan untuk mencapai hasil yang telah disepakati, bukan penilaian terhadap kepribadian.

Para pelaku bisnis perlu mengetahui tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis dan dimensi-dimensi dari faktor-faktor tersebut. Oleh karena itu, para pelaku bisnis memerlukan dimensi yang dapat mengukur kinerja bisnis baik yang bersifat kinerja *financial* atau kinerja *non finansial*. Dalam pengukuran kinerja terdapat dua perspektif yaitu *subjectives concept* dan *objective concept*. Pada budaya bisnis di Asia informasi tentang kinerja bisnis biasanya merupakan suatu rahasia bisnis, sehingga perusahaan enggan memberikan data kinerjanya.¹⁷

3) Indikator Kinerja Bisnis

Dimensi kinerja bisnis terbagi dua bagian yaitu:

- a. Pencapaian *finansial* dengan indikator yaitu peningkatan pendapatan dan peningkatan keuntungan.
- b. Pencapaian *non-finansial* dengan indikator yaitu peningkatan volume penjualan, peningkatan pangsa pasar, peningkatan jumlah pelanggan dan peningkatan kepuasan pelanggan.

b. Penggunaan *e-commerce*

1) *e-commerce*

Dalam dunia bisnis dan perdagangan, semakin sering kita mendengar istilah

¹⁷ Hartini, "Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk Dan Kinerja Bisnis."

¹⁸ Indra M, "MEMPengaruhinya Kinerja Bisnis Dan Dimensi Kinerja Bisnia," *Jurnal Insan Akuntansi*, 3 (2020).

e-commerce sebagai suatu bentuk perdagangan *online*, menggunakan teknologi internet.¹⁹ *Association for electronic commerce* mendefinisikan *electronic commerce* sebagai mekanisme bisnis secara *elektronik*. Bagi organisasi bisnis saat ini *e-commerce* bukan sekedar proses jual beli barang secara online, tetapi juga meliputi semua aktivitas pemasaran, penjualan, pengantaran, layanan dan pembayaran secara global. Secara umum terdapat 3 karakteristik dari *e-commerce* yaitu:

- (1). Adanya transaksi antara 2 belah pihak
- (2). Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi
- (3). Menggunakan internet sebagai media. *e-commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan antara dua belah pihak di dalam suatu perusahaan dengan adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui media internet.²⁰

e-commerce merupakan suatu proses transaksi barang atau jasa melalui sistem informasi yang memanfaatkan teknologi informasi. Munculnya jual beli online menyebabkan berbagai produk bisa dilihat serta diketahui harga bahkan menegosiasikan harga tanpa harus datang langsung ke tempat barang tersebut dijual, *e-commerce* diartikan sebagai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh pelaku bisnis, individu, atau pihak-pihak terkait untuk menjalankan dan mengelola proses bisnis utama sehingga dapat memberikan keuntungan dapat berupa keamanan, fleksibilitas, integrasi, optimasi,

¹⁹ Yudhi Windarto, "PENGARUH USABILITY FACTOR WEBSITE E-COMMERCE MODEL B2C TERHADAP KEPERCAYAAN USER Abstrak Kepercayaan Pengguna (User Trust) Menjadi Salah Satu Kunci Keberhasilan Bisnis e- Commerce . Berikut Ini Beberapa Definisi Mengenai Kepercayaan (Trust); Trust Is," *Jurnal Sistem Informasi* 8, no. 2 (2021): 1106–1120.

²⁰ Tharob, Mingkid, and Papatungan, "Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa Unsrat Analysis of Business Barriers Online for Unsrat Students."

efisiensi, peningkatan produktivitas dan profit.²¹ *e-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

e-commerce memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis dalam peningkatan efisiensi, pengurangan biaya *inventory*, peningkatan penjualan, peningkatan relasi dengan konsumen, penetrasi pasar baru, dan pada akhirnya *financial returns*.²² Secara teoritis, *e-commerce* dapat meningkatkan kinerja dengan dua cara yaitu pertama, dengan meningkatkan basis pelanggan dalam pembelian dan kedua, dengan pengurangan biaya dengan menerapkan *e-commerce*.

2) Jenis- Jenis *e-commerce*

Adapun beberapa jenis *e-commerce* yaitu:

- a) *Business to Business* (B2B), kerjasama dan transaksi antara beberapa lembaga bisnis yang saling membutuhkan antara satu dengan lainnya. Dalam hal ini, dua atau lebih bisnis melakukan transaksi atau berkolaborasi secara elektronik.
- b) *Collaborative Commerce*, dalam jenis *e-commerce* ini, mitra bisnis berkolaborasi secara elektronik. Kolaborasi seperti itu sering terjadi antara mitra bisnis di sepanjang rantai pasokan.
- c) *Business to customer* (B2C), Perusahaan menawarkan produk atau jasa kepada target pasar yang telah teridentifikasi secara jelas, sehingga

²¹ Fahmi Irham, *Perilaku Organisasi* (Bandung: Alfabeta, 2021).

²² Evi Triandini and Yohanes Priyo Atmojo, "Pengembangan Model E-Commerce Untuk," *Eksplora Informatika* 3 (2020): 111–118.

target pasar mendapatkan informasi dan alamat yang jelas untuk melakukan transaksi perdagangan. Dalam hal ini penjual adalah organisasi, pembeli adalah individu.²³

- d) *Consumer to business (C2B)*, permintaan barang dan jasa dari individu kemudian beberapa perusahaan mencoba untuk memenuhi kebutuhan tersebut melalui mekanisme yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, konsumen membuat suatu informasi khusus untuk suatu produk atau layanan, dan organisasi bersaing untuk menyediakan produk atau layanan kepada konsumen.
- e) *Customer to Customer (C2C)*, Pengguna *e-commerce* dalam lingkup antara individu dengan individu, seperti penjualan barang atau jasa serta transaksi lainnya. *Intra-Business Commerce*, pengguna *e-commerce* dalam lingkup organisasi untuk meningkatkan kecepatan informasi atau kinerja dan operasi organisasi.
- f) *Government to Citizen (G2C)* bentuk pelayanan dari pemerintah untuk warga negaranya dalam bentuk *e-commerce* dapat juga kerjasama antara lembaga pemerintahan, perusahaan, dan lembaga lainnya. Dalam hal ini pemerintah memberikan layanan kepada warganya melalui teknologi *ecommerce*. Pemerintah dapat melakukan bisnis dengan pemerintah lain (G2G) serta dengan bisnis (G2B).
- g) *Mobile Commerce*, memungkinkan penggunaan *ecommerce* secara nirkabel dan dapat diakses melalui *handphone* atau laptop yang tersedia jaringan

²³ Sajuyigbe. *Adoption of E-commerce to Business Operations: a Key to Achieving Nigeria Vision 20:2020*. Faculty of Business and Communication Studies (2020)

hotspot, sehingga dapat melakukan transaksi, pencarian informasi dan lain-lain. Menurut Sajuyigbe (2012). *Mobile Commerce* ketika *e-commerce* dilakukan dalam lingkungan nirkabel, seperti menggunakan ponsel untuk mengakses internet.

Kegiatan bisnis dari desain untuk memproduksi terdiri dari pengelolaan informasi, mentransfer, menyimpan, dan mengambil. oleh karena itu, teknologi internet memungkinkan perusahaan untuk melakukan bisnis di daerah geografis dengan kecepatan tinggi, fleksibilitas dan ekonomis. Selain itu, sistem canggih interoperabilitas dan pengolahan data memungkinkan perusahaan untuk melakukan bisnis jauh lebih kompleks daripada yang pernah terjadi di masa lalu.²⁴

3) Indikator *e-commerce*

Pengukuran-pengukuran *e-commerce* dapat diklasifikasikan ke dalam tiga dimensi, yaitu:

a) Sistem Jual Beli Online (*System*)

Unsur sistem digunakan untuk mengukur kualitas sistem teknologi informasinya sendiri. Pengukuran-pengukuran kualitas sistem di *e-commerce* berupa kemanfaatan (*usefulness*), ketergunaan (*usability*), keresponan (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), keluwesan (*flexibility*) dan kefungsionalan (*functionality*). Pengukuran lainnya adalah lama memuat (*download time*), kskalakan (*scalability*) dan keterinteraksian

²⁴ Dhewanto Wawan, *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2020).

²⁵ Marendra, "Pengaruh Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Dengan Orientasi Kewirausahaan Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Bandar Lampung) (Studi Pada Usaha."(2022).

(*interactivity*). Pengukuran baru yang khusus muncul di *e-commerce* adalah kustomisasi (*customization*), kemudahan navigasi (*ease of navigation*), privasi (*privacy*), dan keamanan (*security*).

b) Informasi Jual Beli Online (*Information*).

Unsur informasi jual beli online mengukur kualitas keluaran dari sistem informasi. Banyak pengukuran-pengukuran kualitas informasi tradisional diterapkan di pengukuran kualitas informasi *e-commerce*. Misalnya akurasi, kepastian, kelengkapan, ketepatan dan lainnya. Pengukuran-pengukuran yang baru diantaranya adalah isi yang dinamik, personalisasi isi dan keagamaan informasi.

c) Pelayanan Jual Beli Online (*Service*).

Unsur pelayanan umumnya diukur dengan kecepatan respon (*quick responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan pelayanan setelahnya (*following-up service*). Kualitas pelayanan juga diukur dengan efektivitas dari kemampuan dukungan *online* semacam jawaban-jawaban pertanyaan-pertanyaan yang sering ditanyakan.

4) Manfaat *e-commerce*

Menurut, manfaat *e-commerce* bagi konsumen antara lain:²⁶

- a) *e-commerce* memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain sepanjang tahun selama 24 jam sehari dari manapun.

²⁶ Ibnu Dwi Lesmono, "Pengaruh Penggunaan E-Commerce Bagi Pengembangan," *Evolusi* III, no. 1 (2020): 49–60, <https://media.neliti.com/media/publications/487367-none-7ed9de7a.pdf>.

- b) *e-commerce* menyediakan pilihan lebih banyak ke--pada pelanggan, sehingga *e-commerce* dapat membuat konsumen mendapatkan keperluannya dengan mengeluarkan biaya yang lebih rendah, karena konsumen yang berbelanja di toko cenderung mengeluarkan biaya lebih banyak karena tergoda untuk membeli barang-barang lain yang sebenarnya tidak diperlukan.
- c) Pelanggan bisa mendapatkan informasi yang relevan dari detail produk dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.
- d) *e-commerce* memberikan tempat bagi pelanggan yang satu untuk berinteraksi dengan pelanggan lain di komunitas elektronik (*electronic community*) dan untuk bertukar pikiran serta berbagi pengalaman satu sama lain.

c. *Locus of Control*

1) *Locus of Control*

Locus of Control merupakan kemampuan untuk mengatasi ketidakpastian. Individu yang memiliki toleransi kurang menolak perubahan, orang-orang dengan toleransi tinggi dapat beradaptasi dengan perubahan dengan lebih mudah kelompok ini tergolong *LOC internal*. Jika seorang individu dapat membuat kontrol diri dan memiliki keyakinan bahwa ia adalah dominan dari takdirnya, ia dapat memberi reaksi positif terhadap perubahan itu. Individu ini tergolong kelompok *eksternal*.

Mereka yang beranggapan bahwa baik buruknya hasil sangat tergantung kepada prestasi yang ditunjukkan oleh dirinya adalah mereka yang memiliki *internal Locus of Control*. *Locus of Control* memiliki dampak yang memainkan peranan

penting dalam beragam ranah kehidupan seseorang, termasuk dalam hal kesehatan, kebahagiaan, kepuasan kerja, dan kehidupan secara keseluruhan.²⁷ *Locus of Control* yang berbeda bisa mencerminkan motivasi yang berbeda dan kinerja yang berbeda. *Locus of Control internal* akan cenderung lebih sukses dalam karir mereka daripada *Locus of Control eksternal*, mereka cenderung mempunyai level kerja yang lebih tinggi, promosi yang lebih cepat dan mendapatkan uang yang lebih.²⁸

Locus of Control sebagai tingkat kontrol yang dipercaya oleh individu yang mereka miliki atas hasil dari situasi tertentu. Ketika penguatan dari orang lain yang dirasakan oleh individu dilakukan sebagai tindakan, maka biasa dirasakan sebagai hasil dari keberuntungan, kebetulan, nasib.²⁹

2) Indikator *Locus of Control*

Locus of Control pada diri seorang manusia berasal dari factor internal dan eksternal. Dimana dorongan pengendalian diri yang berasal dari dalam diri sendiri atau internal sangat berhubungan dengan hal-hal atau peristiwa yang dialami manusia tersebut. Indikator *Locus of Control* dapat dijelaskan sebagai berikut:³⁰

a) *Locus of Control Internal*

Locus of Control internal adalah segala hasil yang didapat baik atau buruk adalah karena tindakan kapasitas dan faktor - faktor dalam diri mereka sendiri seperti kemampuan, keterampilan, dan usaha. Keyakinan individu

²⁷ Lefcourt, H. M. (2022). "*Locus of Control: Current Trends in Theory & Research.*" Psychology Press..

²⁸ Rotter, J. B. (2021). "Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement." Psychological Monographs: General and Applied, 80(1), 1-28.

²⁹Lefcourt, H. M. (2021). "*Locus of Control: Current Trends in Theory & Research.*" Psychology Press.

³⁰ Rotter, J. B. (2021). "Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement." Psychological Monographs: General and Applied, 80(1), 1-28.

terhadap segala sesuatu yang terjadi pada dirinya, karena dari dalam diri, kemampuan, minat dan usaha dalam diri individu akan mempengaruhi keberhasilan individu itu.

b) *Locus of Control Eksternal*

Individu dengan *Locus of Control eksternal* menghubungkan peristiwa yang mempengaruhi kehidupan mereka untuk persepsi seperti kebetulan, nasib, dan keberuntungan yang berada di luar kendali mereka. Individu ini yang beranggapan bahwa hasil yang buruk bukan dikarenakan prestasi yang mereka tunjukkan kurang baik, akan tetapi mereka beranggapan bahwa nasib mereka kurang baik, atau lebih cenderung mencari kambing hitam dari apa yang mereka alami yang memiliki anggapan ini adalah mereka yang memiliki *Locus of Control eksternal*. Harus disadari bahwa setiap bisnis yang dilakukan akan berhadapan dengan berbagai karakteristik individu yang memiliki kemungkinan dari jenis perilaku ini. *Locus of Control* merupakan tolak ukur individu atas peristiwa yang terjadi pada dirinya mampu atau tidak untuk mengendalikannya.³¹

d. Inovasi

1) Inovasi

Inovasi mengacu pada upaya perusahaan yang ditujukan menemukan produk dan / atau layanan baru, dan peningkatan sistem dan proses yang ada atau kecenderungan perusahaan untuk mengembangkan dan mendukung ide-ide baru, eksperimen dan proses kreatif yang dapat menghasilkan produk, layanan atau

³¹ Danang Sunyoto, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta CAPS (Center Of Academic Publishing)., 2020).

proses teknologi baru. Inovasi mengarah pada pencapaian kesuksesan bisnis oleh mengambil keuntungan dari peluang baru yang muncul perubahan dalam lingkungan bisnis.³² Tujuan inovasi adalah memecahkan masalah yang tepat dengan cara yang tepat. Untuk memulainya, amati dan dengarkanlah konsumen produk yang sudah ada serta tangkap keinginan mereka.³³

Inovasi semakin luar biasa, terutama dikalangan usia dua puluh hingga tiga puluh tahun. Terbukti dengan hadirnya internet yang semakin memudahkan orang untuk menyampaikannya. Namun saat ini internet tidak hanya digunakan untuk berkorespondensi tetapi juga membuat kekhasan lain, yaitu khusus untuk perdagangan tenaga kerja dan barang dagangan. Dengan pergantian peristiwa mekanis ini, telah terjadi perubahan perilaku klien dari membeli melalui toko offline menjadi membeli toko berbasis web atau toko tantangan. Penyesuaian cara berbelanja ini berubah berdasarkan hal yang awalnya berbelanja secara lisan, kini hanya dengan berdiam diri di rumah dan menggunakan ponsel dan koneksi internet.³⁴

Bagi konsumen, inovasi berarti kualitas produk yang lebih baik, pelayanan yang semakin efisien, dan standar hidup yang lebih tinggi. Bagi bisnis, inovasi berarti profit yang lebih tinggi dan bertumbuhlah secara berkelanjutan. Bagi suatu negara, inovasi adalah peningkatan produktivitas dan pendapatan perkapita. Inovasi diperlukan tidak hanya untuk memenuhi dorongan yang bersifat

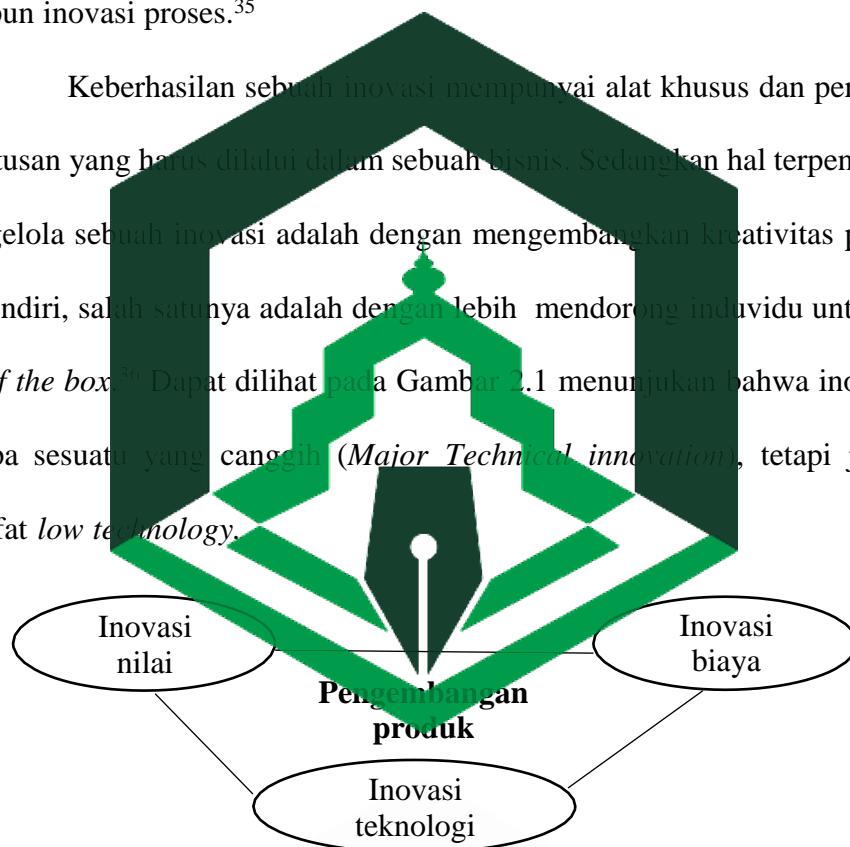
³² Milavanovic, & Wittine. *Analysis of External Environment's Moderating Role on the Entrepreneurial Orientation and Business Performance Relationship among Italian Small Enterprises. International Journal of Trade, Economics, and finance*, 5 (3). (2021).

³³ W Kodrat, D. S., & Christina, *Entrepreneurship Sebuah Ilmu* (Jakarta: Erlangga, 2020).

³⁴ Amstron G. Kotler P, *By Principles Of Marketing* (Edisi 15). (Jakarta (ID), 2021).

idealistis, melainkan juga untuk meraih pangsa pasar. Dalam persaingan yang ketat dibutuhkan terobosan-terobosan yang menyebabkan sebuah produk atau jasa berbeda dan lebih baik dari yanglainnya. Meniru bukan dalam konteks menyontek atau ikut-ikutan. Meniru, yaitu menggali kebaikan-kebaikan yang ada pada yang ditiru untuk kemudian ditingkatkan lagi. Peniruan semacam ini dapat membuka kemungkinan terciptanya sebuah inovasi, baik dalam bentuk inovasi produk maupun inovasi proses.³⁵

Keberhasilan sebuah inovasi mempunyai alat khusus dan pertimbangan keputusan yang harus dilalui dalam sebuah bisnis. Sedangkan hal terpenting dalam mengelola sebuah inovasi adalah dengan mengembangkan kreativitas pada bisnis itu sendiri, salah satunya adalah dengan lebih mendorong individu untuk berfikir *out of the box*.³⁶ Dapat dilihat pada Gambar 2.1 menunjukkan bahwa inovasi dapat berupa sesuatu yang canggih (*Major Technical innovation*), tetapi juga dapat bersifat *low technology*.



Gambar 2.1

Inovasi Nilai, Inovasi Teknologi, dan Inovasi Biaya

Inovasi berkaitan dengan penciptaan nilai yang akan memberi konsumen

³⁵ Kodrat, D. S., & Christina, *Entrepreneurship Sebuah Ilmu*.

³⁶ Dhewanto Wawan, *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*.

kepuasan yang lebih besar untuk setiap rupiah yang ia belanjakan. Dalam hal ini harus diingat bahwa konsumen sebagai pembeli bersedia menukar uang yang mereka miliki dengan barang dan jasa, karena barang dan jasa tersebut memiliki nilai (*value*). Oleh sebab itu tujuan bisnis yang ingin dicapai melalui inovasi adalah menciptakan nilai pada suatu produk. Inovasi yang dilakukan oleh bisnis dipengaruhi oleh banyak faktor, terutama dipengaruhi oleh *eksternal* dan faktor *internal*. Faktor *eksternal* adalah dalam bentuk *intensitas* persaingan industri, perubahan ekonomi kondisi dan peraturan pemerintah. Inovasi selanjutnya dipengaruhi oleh faktor *internal*, seperti, perusahaan budaya, kepemimpinan, sumber daya modal dan orientasi strategis yang dimiliki oleh manajer mereka. Orientasi strategis yang dimiliki oleh manajer dapat berupa orientasi pasar, sistem informasi berbasis teknologi, dan kewirausahaan orientasi. Semua orientasi strategis perusahaan mampu meningkatkan inovasi.³⁷

Inovasi proses akan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, sehingga akan meminimalkan biaya perusahaan dalam memproduksi, seperti biaya komplain, biaya retur. Menurunnya biaya dengan kualitas produk yang relatif sama berarti akan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam hal ini peningkatan kinerja bisnisnya.

2) Indikator Inovasi

a) Peningkatan Sistem dan Proses

Yaitu segala inovasi untuk meningkatkan nilai atau proses pengolahan

³⁷ Yasa. *Startegic Orientation, Corporate Innovation, and Marketing Performance (a Study of Ikat Weaving Industry in Bali)*. *IOSR journal of Business and management*, 19 (3). (2020).

input menjadi output yang dapat dinikmati pelanggan. Inovasi jenis ini mutlak bagi setiap usaha untuk dilakukan secara berkelanjutan karena akan memberikan efisiensi dan produktivitas tinggi. Hal ini akan meningkatkan daya saing usaha dan bagi bisnis, profit yang lebih tinggi serta kemampuan untuk hidup lebih lama.³⁸

Inovasi proses didefinisikan sebagai suatu elemen baru yang diperkenalkan dalam operasi produk dan jasa dalam perusahaan, seperti: materi bahan baku, spesifikasi tugas, mekanisme, maupun peralatan yang digunakan untuk memproduksi produk atau jasa. Inovasi-inovasi proses menekankan pada metode- metode baru dalam pengoperasian dengan cara membuat teknologi baru atau mengembangkan teknologi yang sudah ada. Inovasi tersebut juga membantu perusahaan untuk mencapai skala atau skop penghematan yang dapat digunakan untuk harga dan biaya yang lebih rendah.

b) Produk-Produk Baru

Inovasi produk adalah inovasi yang melibatkan penciptaan produk baru atau pengembangan produk secara substansial dari suatu produk yang sudah ada sebelumnya. Inovasi produk mencakup inovasi fungsi, kemampuan teknis, kemudahan yang digunakan dan dimensi lainnya dari suatu produk.³⁹

c) Konsep atau Ide-Ide Baru

Yaitu pemasaran yang menekankan inovasi kegiatan pemasaran tidak terbatas hanya pada kegiatan inovasi produk tetapi meliputi juga inovasi cara-cara baru dalam kegiatan distribusi, promosi, dan harga. Pada umumnya hanya perusahaan berskala besar yang lebih tertarik untuk melakukan inovasi pemasaran.

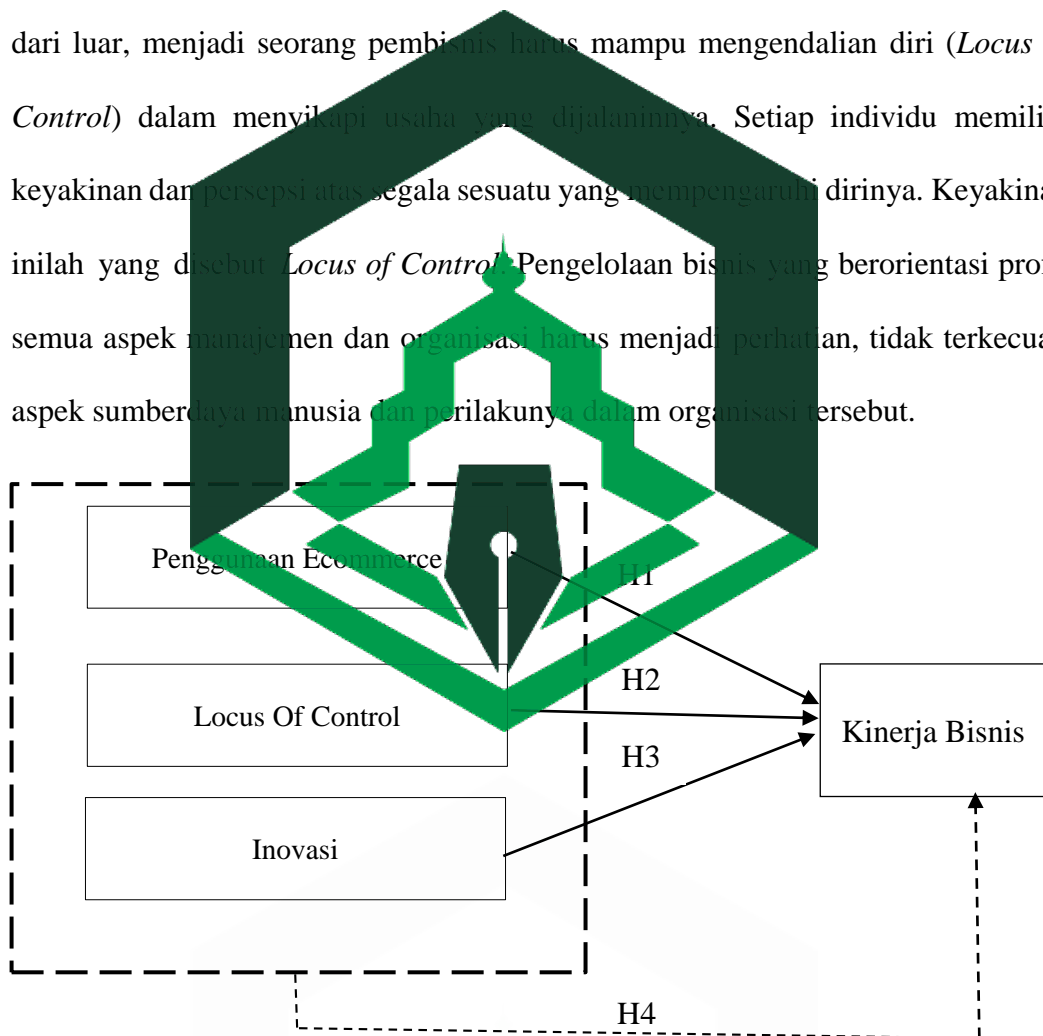
³⁸ Kodrat, D. S., & Christina, *Entrepreneurship Sebuah Ilmu*.

³⁹ Kodrat, D. S., & Christina, *Entrepreneurship Sebuah Ilmu*.

Tujuan inovasi pemasaran yaitu untuk memperoleh informasi tentang prioritas dari pelanggan sehingga dapat secara efektif dijangkau dan mengurangi biaya transaksi pelanggan.

C. Kerangka Pikir

Dalam menjalankan bisnis *online* tentu saja tidak mudah, banyak tantangan-tantangan yang harus dihadapi, baik itu persoalan dari individunya sendiri maupun dari luar, menjadi seorang pembisnis harus mampu mengendalikan diri (*Locus of Control*) dalam menyikapi usaha yang dijalankannya. Setiap individu memiliki keyakinan dan persepsi atas segala sesuatu yang mempengaruhi dirinya. Keyakinan inilah yang disebut *Locus of Control*. Pengelolaan bisnis yang berorientasi profit semua aspek manajemen dan organisasi harus menjadi perhatian, tidak terkecuali aspek sumber daya manusia dan perilakunya dalam organisasi tersebut.



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang diperoleh dari penyusunan kerangka pikiran, berupa proposisi deduksi.⁴⁰ Berdasarkan perumusan masalah di atas penulis memberikan hipotesis dari penelitian ini adalah:

- a. H1: Penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- b. H2: *Locus of Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- c. H3: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- d. H4: Penggunaan *e-commerce*, *Locus of Control* dan inovasi secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.

⁴⁰ S. H Situmorang, *Analisis Data* (Medan: USU Press, 2020).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini adalah penelitian yang mendeskripsikan hasil kuesioner yang telah di oleh responden yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.⁴¹ Dalam penelitian ini variabel yang dihubungkan adalah pengguna *e-commerce* (X1), *Locus of Control* (X2) dan Inovasi (X3) terhadap Kinerja Bisnis (Y) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Palopo. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena bersifat objektif mencakup pengumpulan dan analisis data serta menggunakan metode pengujian statistik.⁴²

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Palopo, sedangkan waktu penelitian dilakukan pada Bulan Mei 2023.

C. Defenisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Dalam penelitian ini variabel – variabel yang dioperasionalkan adalah semua variabel yang termasuk dalam hipotesis yang telah dirumuskan. Untuk memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020).

⁴² Hermawan dan Husna, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. (Jakarta: Kencana, 2021).

pelaksanaan penelitian, maka perlu penentuan indikator serta definisi variabel – variabel yang akan diteliti. Terdapat empat variabel yang menjadi kajian dari penelitian ini antara lain:

Tabel. 3.1 Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	<i>e-commerce</i>	<i>e-commerce</i> merupakan kegiatan bisnis untuk tujuan mendapatkan keuntungan seperti penjualan, pembelian, pelayanan, informasi, dan perdagangan melalui perantara jaringan komputer yang terintegrasi dan online setiap saat.	1. Sistem 2. Informasi 3. Pelayanan ⁴³
2.	<i>locus of control</i>	setiap individu memiliki keyakinan dan persepsi atas segala sesuatu yang mempengaruhi dirinya. keyakinan inilah yang disebut <i>locus of control</i> .	1. <i>Locus of Control</i> Internal 2. <i>Locus of Control</i> Eksternal ⁴⁴
3.	Inovasi	inovasi berkaitan dengan beberapa banyak konsep <i>entrepreneurship</i> diterapkan, berbekal produk dan informasi informasi yang dimiliki, kemudian diperluas menjadi lebih banyak atau lebih sedikit menjadi sesuatu yang baru, unik ataupun kreatif..	1. Peningkatan sistem dan proses 2. Produk-Produk Baru 3. Konsep atau Ide-Ide Baru ⁴⁵
4.	kinerja bisnis online	kinerja bisnis online merupakan pencapaian yang dapat di ukur atau suatu organisasi secara	1. <i>Financial</i> 2. <i>Non Financial</i> ⁴⁶

⁴³ Marendra, “Pengaruh Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Dengan Orientasi Kewirausahaan Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Bandar Lampung) (Studi Pada Usaha.”

⁴⁴ Wuryaningsih and Kuswati, “Analisis Pengaruh Locus of Control Pada Kinerja Karyawan.”

⁴⁵ Kodrat, D. S., & Christina, *Entrepreneurship Sebuah Ilmu*.

⁴⁶ Indra M, “Mempengaruhi Kinerja Bisnis Dan Dimensi Kinerja Bisnia.”

keseluruhan, dimana hasil kerja tersebut harus dapat ditunjukkan buktinya secara konkrit dan dapat diukur

D. Skala Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan Skala Likert yaitu alat mengukur variabel *independen*, dimana responden akan memilih jawaban yang akan tersedia. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.⁴⁷ Variabel yang akan diukur dengan skala likert dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁴⁸

Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Aktif yang mempunyai bisnis online.

b. Sampel

Menurut Husain dan Purnomo sampel adalah sebagian anggota yang diambil dari populasi dengan menggunakan teknik pengambilan. Teknik sampling didefinisikan Murgono sebagai alat untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan digunakan sebagai sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan karakter dan penyebaran populasi agar mendapat sampel yang representative. Teknik ini diambil oleh peneliti agar memudahkan peneliti dalam pembagian kuesioner. Jumlah pelaku bisnis online mahasiswa FEBI tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui harus menggunakan rumus Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{Z^2 P (1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

z : Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p : porporasi populasi yang tidak diketahui 0,5

d: Tingkat kesalahan = 10%

Melalui rumus lemeshow diatas maka jumlah sampel yang akan di ambil

⁴⁹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. (2019).

yaitu :

$$\frac{n = Z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$\frac{n = 1,96^2 0,5 (1 - 0,5)}{0,12^2}$$

$$\frac{n = 3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$\frac{n = 0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100 \text{ Responden}$$

Diperoleh sebanyak 100 responden akan diperlakukan agar tercapai tingkat kepercayaan 95% dalam pendugaan proporsi populasi pelaku bisnis online mahasiswa FEBI.

c. Jenis Data

Dalam mengumpulkan data penelitian, peneliti menggunakan dua jenis data, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan /suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan.⁵⁰ Yaitu data berupa hasil jawaban responden mengenai pernyataan dalam kuesioener.

⁵⁰ Purwanto dan Suharyadi, *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2021).

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh / dikumpulkan dan disatukan oleh studi – studi sebelumnya atau sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalkan dari pihak lain atau lewat dokumen.¹

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan:

Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam untuk dijawab.

G. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁵¹

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh nilai yang relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabilitas.⁵²

⁵¹ I Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPS 21* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2020).

⁵² Situmorang, *Analisis Data*.

SPSS merupakan alat yang memiliki fungsi untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS. Butir pertanyaan yang sudah dinyatakan valid dalam uji validitas ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:⁵³

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka dinyatakan tidak reliabel

H. Teknik Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode analisis statistik deskriptif, yaitu dengan menyebarkan 96 kuesioner yang diisi oleh pelaku Bisnis Online Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Statistik deskriptif memberikan gambaran mengenai suatu data. Dalam hal ini, statistik deskriptif menjelaskan mengenai karakteristik responden dan variabel yang digunakan.⁵⁴

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan dalam penelitian ini, untuk menguji apakah data memenuhi asumsi klasik. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias, mengingat tidak semua data dapat diterapkan regresi. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji Normalitas, uji Heteroskedastisitas, dan uji Multikolinearitas.⁵⁵

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*

1) Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.⁵⁶ Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan taraf signifikansi 0.05, data dinyatakan normal jika signifikansi lebih besar dari 0.05, selain itu juga dengan melihat grafik histogram dan grafik *normal P-Plot*. Apabila grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal jika berbentuk simetris tidak menceng ke kanan atau ke kiri sedangkan pada grafik *P-Plot* dikatakan berdistribusi normal jika titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* tetap maka disebut homoskedastisitas namun jika berbeda itulah yang disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.⁵⁷ Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan pendekatan Grafik *scatterplot* dengan ketentuan dari grafik yang disajikan terlihat titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta menyebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak di pakai. Dasar pengambilan keputusan:⁵⁸

a) Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka tidak mengalami atau tidak terjadi

⁵⁶ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPS 21*.

⁵⁷ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPS 21*.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*

heteroskedastisitas.

b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka mengalami atau terjadi heteroskedostisitas

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independen*.⁵⁹ Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan VIF (*Varians Inflation Factors*) melalui program SPSS. Kriteria yang dipakai adalah:

Melihat nilai *Tolerance*.⁶⁰

a) Tidak terjadi Multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* $\geq 0,1$

b) Terjadi Multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* $< 0,1$

Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

a) Tidak terjadi Multikolinearitas, jika nilai VIF ≤ 10

b) Terjadi Multikolinearitas, jika nilai VIF ≥ 10

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode statistik untuk menguji antara satu variabel terikat dan satu atau lebih variabel bebas adalah uji regresi. Regresi linier berganda untuk menguji hubungan variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas.⁶¹ Hubungan fungsional antara variabel terikat dengan variabel bebas ditunjukkan sebagai berikut:⁶²

⁵⁹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPS 21*.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*

⁶¹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPS 21*.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

Y	= Kinerja Bisnis
β_0	= Konstanta
β_1	= Koefisien Regresi Variabel
$X_1 \beta_2$	= Koefisien Regresi Variabel
β_3	= Koefisien Regresi Variabel
X_1	= Penggunaan <i>e-commerce</i>
X_2	= <i>Locus of Control</i>
X_3	= Inovasi

d. Uji Hipotesis

Model regresi yang telah memenuhi syarat pada tahap uji asumsi klasik tersebut akan digunakan selanjutnya untuk menganalisis melalui pengujian hipotesis sebagai berikut.⁶³

1) Uji Secara Serempak (Uji-F)

Uji – F digunakan untuk melihat variabel *e-commerce* (X_1), variabel *Locus of Control* (X_2) dan Inovasi mempunyai pengaruh secara *simultan* (serempak) terhadap Kinerja Bisnis (Y). Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$, artinya secara serempak tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_a : Minimal satu $\beta_i \neq 0$, artinya secara serempak terdapat pengaruh yang positif

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*

dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $\text{sig. } F \geq \alpha = 5\%$
- b) H_0 ditolak dan H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $\text{sig. } F < \alpha = 5\%$.

2) Uji Secara Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk melihat variabel *e-commerce* (X_1), *Locus of Control* (X_2), Inovasi (X_3) dan secara parsial / sendiri-sendiri berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis (Y). Bentuk pengujianya adalah sebagai berikut:⁶⁴

a) *e-commerce*

$H_0 : \beta_1 \leq 0$, artinya *e-commerce* tidak berpengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis.

$H_a : \beta_1 > 0$, artinya *e-commerce* berpengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis.

b) *Locus of Control*

$H_0 : \beta_2 \leq 0$, artinya *Locus of Control* tidak berpengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis.

$H_a : \beta_2 > 0$, artinya *Locus of Control* berpengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis.

c) Inovasi

$H_0 : \beta_3 \leq 0$, artinya Inovasi tidak berpengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis.

$H_a : \beta_3 > 0$, artinya Inovasi berpengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis.

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*

Bisnis.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) H_0 diterima jika $T_{hitung} \leq T_{tabel}$ atau $\text{sig. } t \geq \alpha = 5\%$
- b) H_0 ditolak dan H_a diterima jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $\text{sig. } t \geq \alpha = 5\%$

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam penelitian menerangkan variasi variabel *dependen*.⁶⁵ Koefisien determinasi (R^2) ini berkisar antara nol sampai dengan satu. Semakin mendekati nol berarti model tidak baik atau variasi model dalam menjelaskan amat terbatas, namun apabila *R-square* atau nilai determinan (R^2) mendekati satu, berarti model semakin baik.

⁶⁵ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21*.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas yang didirikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo pada tahun 2015. Namun, untuk memahami sejarah terbentuknya FEBI, kita perlu melihat sejarah IAIN Palopo itu sendiri. IAIN Palopo adalah sebuah perguruan tinggi agama Islam negeri yang berada di kota Palopo, Sulawesi Selatan, Indonesia. Awalnya, Institusi ini didirikan dengan nama Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo berdasarkan SK Presiden Nomor 11 tanggal 21 Maret 1997. STAIN Palopo didirikan dengan tujuan menyelenggarakan pendidikan tinggi dalam bidang ilmu agama Islam.⁶⁶

Pada tahun 2015, STAIN Palopo mengalami perubahan status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Perubahan ini diresmikan berdasarkan SK Nomor 11 Tahun 2015. Alih status tersebut membawa konsekuensi penting dalam perkembangan institusi ini, termasuk di dalamnya adalah pembentukan fakultas-fakultas, termasuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Sebagai fakultas yang baru terbentuk di IAIN Palopo, FEBI awalnya merupakan program studi yang tergabung dalam Fakultas Syariah STAIN Palopo. Program studi yang ada pada saat itu adalah program studi Ekonomi Syariah dan Manajemen bisnis

⁶⁶ Pedoman-pedoman FEBI," Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo, Tersedia di: <http://febi.iainpalopo.ac.id/pedoman-pedoman/>, Diakses pada 19 Juli 2023.

syariah. Namun, seiring dengan perubahan status STAIN Palopo menjadi IAIN Palopo, program studi tersebut dimekarkan menjadi sebuah fakultas tersendiri, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

FEBI IAIN Palopo resmi berdiri pada tahun 2015 dan menjadi fakultas yang memiliki peran penting dalam mengembangkan ilmu ekonomi dan bisnis berbasis Islam di lingkungan kampus. FEBI menyelenggarakan tiga program studi, yaitu Ekonomi Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, dan Akuntansi Syariah. Ketiga program studi tersebut dirancang untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi di bidang ekonomi dan bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Seiring dengan visi dan misi IAIN Palopo, visi FEBI IAIN Palopo adalah "Unggul dalam Pelaksanaan Transformasi Keilmuan Ekonomi Dan Bisnis Islam sebagai Pajung Peradaban". Dalam mencapai visi tersebut, FEBI memiliki beberapa misi yang meliputi penyelenggaraan kegiatan tridarma perguruan tinggi berbasis ekonomi Islam dengan integrasi keilmuan yang bermutu, meningkatkan koordinasi dan kerjasama lembaga internal dan eksternal, serta mengembangkan dan menyebarluaskan praktik keilmuan ekonomi dan bisnis Islam dengan semangat kewirausahaan.⁶⁷

FEBI IAIN Palopo juga berkomitmen untuk menyediakan fasilitas yang memadai dan menunjang kegiatan akademik. Beberapa fasilitas yang disediakan oleh FEBI meliputi sarana dan prasarana di dalam kelas seperti *white board*, layar, meja, kursi, dan *Air Conditioner* (AC). Selain itu, FEBI juga menyediakan sarana dan prasarana di luar kelas seperti Laboratorium Komputer, Laboratorium Bank

⁶⁷ Pedoman-pedoman FEBI," Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo, Tersedia di: <http://febi.iainpalopo.ac.id/pedoman-pedoman/>, Diakses pada 19 Juli 2023.

Mini, Ruang Baca, *Meeting Point*, *Career Development Centre*, dan Ruang Ujian (*munaqasyah*) Skripsi.

Tujuan dari FEBI IAIN Palopo adalah menghasilkan lulusan yang unggul dalam pelaksanaan transformasi keilmuan ekonomi dan bisnis Islam sebagai pajung peradaban. Selain itu, FEBI juga bertujuan untuk menghasilkan karya ilmiah yang berkontribusi pada pengembangan ekonomi dan bisnis Islam di tingkat lokal, nasional, maupun internasional, meningkatkan kualitas Penggunaan *e-commerce* kepada masyarakat melalui pengembangan dan penerapan ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal, serta meningkatkan kerjasama yang harmonis dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan ekonomi dan bisnis Islam.

Program studi Ekonomi Syariah di FEBI memiliki tujuan khusus untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi akademik dan profesional dalam bidang ekonomi syariah yang terintegrasi dengan ilmu keislaman dan kewirausahaan. Program studi Manajemen bisnis syariah bertujuan menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi di bidang manajemen bisnis syariah yang terintegrasi dengan ilmu pengetahuan dari kalangan akademisi dan praktisi. Program studi Manajemen Bisnis Syariah bertujuan menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi di bidang manajemen bisnis syariah yang terintegrasi dengan ilmu pengetahuan dari kalangan akademisi dan praktisi. Sementara itu, program studi Akuntansi Syariah bertujuan menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi di bidang akuntansi syariah yang terintegrasi dengan ilmu pengetahuan dari kalangan akademisi dan praktisi.

Dengan sejarah, visi, misi, dan tujuannya yang jelas, FEBI IAIN Palopo terus berupaya menjadi lembaga pendidikan yang unggul dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam. Melalui pengembangan keilmuan, kerjasama yang harmonis, dan penerapan nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal, FEBI berkomitmen untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi dan bisnis yang berkelanjutan dan bermartabat.

2. Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

"Unggul dalam Pelaksanaan Transformasi Keilmuan Ekonomi Dan Bisnis Islam sebagai Pajung Peradaban."

Visi tersebut menunjukkan komitmen FEBI dalam menjadi lembaga pendidikan yang unggul dan menjadi pionir dalam transformasi ilmu ekonomi dan bisnis Islam. FEBI berupaya untuk menjadi pusat keunggulan dalam pengembangan pengetahuan dan praktik ekonomi dan bisnis Islam yang berkontribusi pada peradaban.

Sedangkan misi FEBI IAIN Palopo meliputi:

1. Menyelenggarakan kegiatan tridharma perguruan tinggi berbasis ekonomi Islam dengan integrasi keilmuan yang bermutu. FEBI berkomitmen untuk menyelenggarakan pendidikan tinggi, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat yang berkualitas dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam. Integrasi keilmuan yang bermutu diimplementasikan dalam seluruh kegiatan akademik dan non-akademik.
2. Meningkatkan koordinasi dan kerjasama lembaga internal dan eksternal. FEBI mengutamakan kerjasama yang harmonis antara internal, yaitu antara dosen,

mahasiswa, dan tenaga kependidikan di FEBI, serta kerjasama eksternal dengan lembaga, institusi, dan masyarakat. Kerjasama ini bertujuan untuk memperkaya pengetahuan, pengalaman, dan kualitas kegiatan akademik FEBI.

3. Mengembangkan dan menyebarluaskan praktik keilmuan ekonomi dan bisnis Islam. FEBI berkomitmen untuk menghasilkan dan mengembangkan karya ilmiah yang berkontribusi pada pengembangan ekonomi dan bisnis Islam di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Diseminasi pengetahuan dan praktik keilmuan dilakukan melalui publikasi, seminar, konferensi, pelatihan, dan kegiatan lainnya.
4. Meningkatkan kualitas Penggunaan *e-commerce* kepada masyarakat melalui pengembangan dan penerapan ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal. FEBI berusaha untuk memberikan Penggunaan *e-commerce* yang berkualitas kepada masyarakat dengan mengaplikasikan konsep-konsep ekonomi dan bisnis Islam yang didasarkan pada nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal. Hal ini diwujudkan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, konsultasi, pelatihan, dan program-program yang bermanfaat bagi masyarakat.

Dengan visi dan misi tersebut, FEBI IAIN Palopo berkomitmen untuk menghasilkan lulusan yang unggul dalam pelaksanaan transformasi keilmuan ekonomi dan bisnis Islam serta berkontribusi pada pengembangan ekonomi dan bisnis Islam yang berkelanjutan dan bermartabat. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo memiliki empat program studi, yaitu Ekonomi Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, Akuntansi Syariah, dan Manajemen bisnis syariah.

Berikut adalah tujuan dari masing-masing program studi:

1. Program Studi Ekonomi Syariah:

- a) Menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi akademik dan profesional dalam bidang ekonomi syariah yang terintegrasi dengan ilmu keislaman dan entrepreneurship.
- b) Menghasilkan karya ilmiah yang berkontribusi pada pengembangan sistem ekonomi syariah di Indonesia
- c) Meningkatkan kualitas Penggunaan *e-commerce* kepada masyarakat melalui pengembangan dan penerapan ekonomi syariah yang menjunjung tinggi nilai-nilai Islam dan kearifan lokal.
- d) Meningkatkan kerjasama yang harmonis dengan lembaga keuangan, pemerintah, dan non-pemerintah dalam rangka pengembangan program studi ekonomi syariah.

2. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah:

- a) Menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi akademik dan profesional dalam bidang manajemen bisnis syariah yang terintegrasi dengan ilmu pengetahuan dari kalangan akademisi dan praktisi.
- b) Menghasilkan karya ilmiah yang berkontribusi pada pengembangan manajemen bisnis syariah di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.
- c) Meningkatkan kualitas Penggunaan *e-commerce* kepada masyarakat melalui pengembangan dan penerapan manajemen bisnis syariah yang berbasis nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal.

- d) Meningkatkan kerjasama yang harmonis dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan manajemen bisnis syariah.

3. Program Studi Akuntansi Syariah:

- a) Menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi akademik dan profesional dalam bidang akuntansi syariah yang terintegrasi dengan ilmu pengetahuan dari kalangan akademisi dan praktisi.
- b) Menghasilkan karya ilmiah yang berkontribusi pada pengembangan akuntansi syariah di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.
- c) Meningkatkan kualitas Penggunaan *e-commerce* kepada masyarakat melalui pengembangan dan penerapan akuntansi syariah yang berbasis nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal.
- d) Meningkatkan kerjasama yang harmonis dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan akuntansi syariah.

4. Program Studi Manajemen bisnis syariah:

- a) Menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi akademik dan profesional dalam bidang manajemen bisnis syariah yang terintegrasi dengan ilmu pengetahuan dari kalangan akademisi dan praktisi.
- b) Menghasilkan karya ilmiah yang berkontribusi pada pengembangan lembaga keuangan dan industri manajemen bisnis syariah.
- c) Meningkatkan kualitas Penggunaan *e-commerce* kepada masyarakat melalui pengembangan dan penerapan manajemen bisnis syariah yang menekankan pada nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal.

- d) Meningkatkan kerjasama yang harmonis dengan lembaga keuangan, pemerintah, dan non-pemerintah dalam rangka pengembangan manajemen bisnis syariah.

Dengan tujuan yang jelas, program studi di FEBI IAIN Palopo berupaya untuk menghasilkan lulusan yang kompeten, memiliki pemahaman yang mendalam tentang ekonomi dan bisnis syariah, serta mampu memberikan kontribusi positif pada pengembangan ekonomi syariah di Indonesia.

5. Sarana dan Prasarana FEBI IAIN Palopo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo menyediakan berbagai fasilitas yang mendukung kegiatan akademik dan pengembangan keilmuan. Berikut adalah gambaran lengkap mengenai fasilitas yang disediakan oleh FEBI:

1. Sarana Kelas

Ruang kelas dilengkapi dengan whiteboard, layar proyektor, meja, kursi, dan *Air Conditioner* (AC) untuk menciptakan suasana pembelajaran yang nyaman dan interaktif.

2. Laboratorium Komputer

FEBI menyediakan laboratorium komputer yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti komputer, perangkat lunak, dan akses internet. Laboratorium ini memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan komputer dan melakukan penelitian terkait dengan bidang ekonomi dan bisnis syariah.

3. Laboratorium Bank Mini

FEBI memiliki laboratorium bank mini yang merupakan simulasi dari

aktivitas manajemen bisnis syariah. Laboratorium ini dilengkapi dengan perangkat dan peralatan yang memungkinkan mahasiswa untuk mempelajari dan berlatih dalam konteks manajemen bisnis syariah.

4. Ruang Baca

FEBI menyediakan ruang baca yang dilengkapi dengan koleksi buku dan referensi terkait dengan ekonomi dan bisnis syariah. Ruang baca ini memberikan fasilitas yang memadai bagi mahasiswa untuk melakukan studi mandiri, penelitian, dan pemahaman yang lebih dalam mengenai mata kuliah yang diambil.

5. *Meeting Point*

FEBI menyediakan meeting point sebagai tempat bagi mahasiswa dan dosen untuk berinteraksi, berdiskusi, dan berkolaborasi dalam kegiatan akademik dan non-akademik. *Meeting point* ini menciptakan suasana yang kondusif untuk pertukaran ide dan pemikiran antar sesama anggota FEBI.

6. *Career Development Centre*

FEBI memiliki *Career Development Centre* yang bertujuan untuk membantu mahasiswa dalam pengembangan karir dan persiapan memasuki dunia kerja. Pusat ini menyediakan berbagai informasi, pelatihan, dan sumber daya yang berkaitan dengan penempatan kerja, magang, dan pengembangan keterampilan profesional.

7. Ruang Ujian (*munaqasyah*) Skripsi

FEBI menyediakan ruang khusus untuk pelaksanaan ujian skripsi atau munaqasha. Ruang ini dilengkapi dengan fasilitas yang mendukung untuk memfasilitasi proses ujian dan evaluasi tugas akhir mahasiswa. Fasilitas yang

memadai dan terkini yang disediakan oleh FEBI IAIN Palopo bertujuan untuk menciptakan lingkungan belajar yang kondusif, memfasilitasi penelitian dan pengembangan keilmuan, serta membantu mahasiswa dalam persiapan karir dan pengembangan profesional mereka di bidang ekonomi dan bisnis syariah.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Setelah mengumpulkan kuesioner dari responden kemudian dilakukan uji validitas kembali terhadap data yang diperoleh. Uji validitas dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014). Uji validitas dilakukan untuk membandingkan R hitung dengan R tabel jika R hitung > R tabel maka dinyatakan valid. Hasil uji validitas dapat dilihat lampiran tabel .

a. *Penggunaan e-commerce*

Tabel 4.1 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel (X1)

Pernyataan	R-hitung	R-Tabel	Keterangan
X1.1	0,625	0,278	Valid
X1.2	0,718	0,278	Valid
X1.3	0,779	0,278	Valid
X1.4	0,682	0,278	Valid
X1.5	0,542	0,278	Valid
X1.6	0,656	0,278	Valid
X1.7	0,653	0,278	Valid
X1.8	0,654	0,278	Valid
X1.9	0,793	0,278	Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan rekapitulasi data di atas dapat dijelaskan bahwa pernyataan yang disajikan variabel *Penggunaan e-commerce* (X1) sesuai uji validitas SPSS 26 maka ada 9 pernyataan pada variabel ini dinyatakan valid, hal ini karena r-hitung lebih besar dari r-tabel.

b. *Locus of Control*

Tabel 4.2 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel (X2)

Pernyataan	R-hitung	R-Tabel	Keterangan
X2.1	0,717	0,278	Valid
X2.2	0,650	0,278	Valid
X2.3	0,805	0,278	Valid
X2.4	0,754	0,278	Valid
X2.5	0,759	0,278	Valid
X2.6	0,779	0,278	Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan rekapitulasi data di atas dapat dijelaskan bahwa pernyataan yang disajikan variabel *Locus of Control* (X2) sesuai uji validitas SPSS 26 maka ada 6 pernyataan pada variabel ini dinyatakan valid, hal ini karena r-hitung lebih besar dari r-tabel.

c. Inovasi (X3)

Tabel 4.3 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel (X1)

Pernyataan	R-hitung	R-Tabel	Keterangan
X1.1	0,625	0,278	Valid
X1.2	0,718	0,278	Valid
X1.3	0,779	0,278	Valid
X1.4	0,682	0,278	Valid
X1.5	0,542	0,278	Valid
X1.6	0,656	0,278	Valid
X1.7	0,653	0,278	Valid
X1.8	0,654	0,278	Valid
X1.9	0,793	0,278	Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan rekapitulasi data di atas dapat dijelaskan bahwa pernyataan yang disajikan variabel inovasi (X3) sesuai uji validitas SPSS 26 maka ada 9 pernyataan pada variabel ini dinyatakan valid, hal ini karena r-hitung lebih besar dari r-tabel.

c. *Kinerja Bisnis*

Tabel 4.4 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel (Y)

Pernyataan	R-hitung	R-Tabel	Keterangan
Y1	0,708	0,278	Valid
Y2	0,689	0,278	Valid
Y3	0,679	0,278	Valid
Y4	0,740	0,278	Valid
Y5	0,755	0,278	Valid
Y6	0,695	0,278	Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan rekapitulasi data di atas dapat dijelaskan bahwa pernyataan yang disajikan variabel kinerja karyawan (Y) sesuai uji validitas SPSS 26 maka ada 6 pernyataan pada variabel ini dinyatakan valid, hal ini karena r-hitung lebih besar dari r-tabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, suatu kuesioner dinyatakan *reliable* jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun uji reliabilitas yang dilakukan terhadap instrumen pada penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.854	9

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel 23 dijelaskan bahwa hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini dinyatakan *Reliable* karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 atau Cronbach's Alpha $> 0,60$.

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan salah satu uji persyaratan analisis data dengan tujuan untuk mengetahui distribusi data dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian ini adalah data yang memiliki distribusi normal. Untuk menguji normalitas data dari penggunaan *e-commerce Locus of Control*, Inovasi dan kinerja bisnis digunakan pengolahan data melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) ver 22for windows. Dengan uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,050$ maka data tersebut berdistribusi normal. Dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, uji normalitas data dengan menggunakan *Probability Plot* dapat dikemukakan bahwa data berdistribusi normal karena data plotting (titik-titik) mengikuti garis diagonal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk memahami persyaratan analisis regresi ganda, yaitu untuk mengetahui multikolinieritas atau tidak antara variabel

bebas. Untuk mengetahui hubungan multikolinieritas, diuji menggunakan *software SPSS for windows ver. 22*, dapat diketahui melalui tabel *coefficients* pada kolom *collinearity statistics*. Apabila angka-angka pada kolom *tolerance* menunjukkan > 0.1 dan *VIF* menunjukkan < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, apabila angka-angka pada kolom *tolerance* menunjukkan < 0.1 dan *VIF* menunjukkan > 10 , maka terjadi multikolinieritas. Adapun outputnya tampak pada tabel berikut.

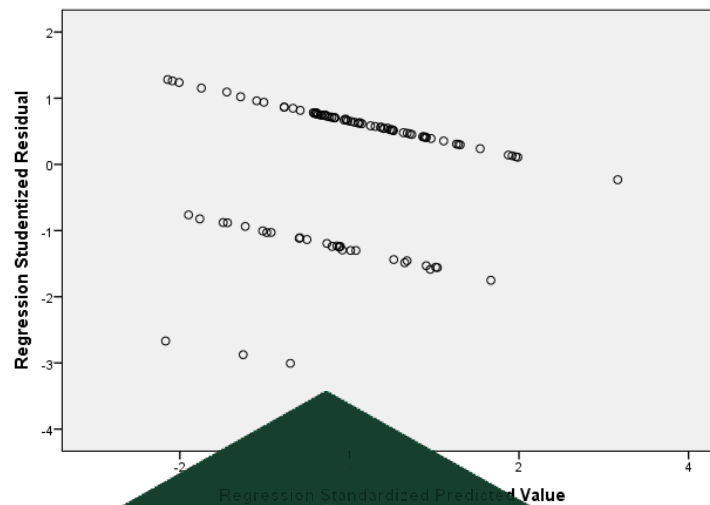
Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance		VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	22.588	1.204	18.763	.000			
	Penggunaan e-commerce	-.011	.011	-.102	.306	.995	1.005	
	Locus of Control	-.025	.012	-.227	.040	.812	1.231	
	Inovasi	-.006	.013	-.053	.630	.816	1.226	

a. Dependent Variable: kinerja bisnis

Berdasarkan hasil data tersebut, analisis tabel menunjukkan *tolerance* menunjukkan > 0.1 ($1.226 > 0.1$) dan *VIF* menunjukkan < 10 ($1.226 < 10$) yang berarti tidak terjadi multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastitas



Gambar 4.2 Uji Heteroskedastitas

Tidak terjadi heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar kemudian menyempit) pada gambar *scatterplots* serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan gambar tersebut tidak ada pola yang jelas yang berarti bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Koefisien - Model	Koefisien tidak standar		Koefisien Standar Beta	T	Sig.
	B	Std. Kesalahan			
1	(Konstan)	-1,650	2,126		
	Penggunaan <i>e-commerce</i>	-,101	,080	-,443	,224
	<i>Locus of Control</i>	,178	,089	,704	,061
	Inovasi	,011	,013	,053	,630

Variabel Dependen: Abs_RES

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser, khususnya

variabel yang ada memiliki nilai besar sebesar $0,224 > 0,05$ dan $0,061 > 0,05$. Dimana nilai faktor bebas dengan sisa langsung lebih penting dari 0,05, tidak ada masalah heteroskedastisitas.

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji F

Uji simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat (Y), pada nilai variabel independen (X_1 , X_2 dan X_3) dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) ketika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, sebaliknya tidak terdapat pengaruh ketika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$. Adapun rumus untuk mencari F_{tabel} sebagai berikut: $F_{tabel} = (K; N-K)$ jadi F_{tabel} pada penelitian ini ialah: $F_{tabel} = (4 : 96) = 2,47$.

Ket : N= Jumlah sampel

K= Jumlah variabel X

Table 10 Hasil uji simultan (F)
Anova^a

Model		Sum of squares	Df	Mean square	F	Sig.
1	Regressi on	19.893	2	9.946	102.185	.000 ^b
	Residual	.681	7	.097		
	Total	20.574	9			

A. Dependent variable: Kinerja Bisnis

B. Predictors: (constant), e-commerce, locus of control, inovasi

Sumber: diolah menggunakan spss 20

Merujuk pada tabel di atas, nilai f_{hitung} didapat nilai sebesar 102.185

sedangkan pada f tabel 4,740. Nilai ini menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} atau $102.185 > 4,740$ dan taraf signifikan ialah $0,000 < 0,05$. Untuk itu, bisa dikatakan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama mempengaruhi kinerja bisnis

Untuk melihat pengaruh antara Penggunaan *e-commerce* *Locus of Control* dan Inovasi secara bersama-sama terhadap Kinerja Bisnis, digunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program *SPSS ver. 22*, hasil seperti termuat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9 Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t		Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	22.588	1.204	18.768	.000		
	Penggunaan <i>e-commerce</i>	.011	.011	.102	.306	.995	1.005
	<i>Locus of Control</i>	.025	.012	.227	.040	.812	1.231
	Inovasi	.006	.015	.053	.484	.816	1.226

A. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Dari data yang terlihat pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai konstanta regresi linear berganda 22.588, nilai koefisien regresi variabel Penggunaan *e-commerce* 0.102, nilai koefisien regresi *Locus of Control* 0,012, dan nilai koefisien regresi Inovasi 0,006. Dengan mengacu pada rumus persamaan regresi linear berganda $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3$ maka dapat dibentuk persamaan regresinya yaitu: $Y = 22.588 + 0,102X_1 + 0,012X_2 + 0,006X_3$ menunjukkan

peningkatan satu poin atas Penggunaan *e-commerce* dan peningkatan satu poin atas *Locus of Control* dan Inovasi maka Kinerja Bisnis akan mengalami peningkatan sebesar 22.588 dari ketiga variabel yaitu Penggunaan *e-commerce* *Locus of Control* dan Inovasi.

b.Uji T (parsial)

Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial

Model		Coefficients ^a		T	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error				
1	(Constant)	22.588	1.204	18.768	.000		
	Penggunaan <i>e-commerce</i>	.011	.011	1.030	.306	.995	1.005
	<i>Locus of Control</i>	.025	.012	2.083	.040	.812	1.231
	Inovasi	.006	.003	.484	.630	.816	1.226
A. Dependent Variable: Kinerja Bisnis							

Sumber data: Diolah dengan SPSS ver. 26

1. Pengaruh Penggunaan *e-commerce* terhadap Kinerja Bisnis pelaku bisnis online mahasiswa

Hipotesis Penelitian:

Hipotesis yang diajukan adalah: Penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis.

Hasil Perhitungan:

Berikut adalah hasil perhitungan statistik untuk variabel penggunaan *e-commerce*:

- Koefisien Standar (Beta): 0.102
- T-Value: 1.030
- Signifikansi (Sig.): 0.306

Interpretasi Hasil:

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, diperoleh koefisien standar (beta) untuk variabel penggunaan *e-commerce* sebesar 0.102. Nilai ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara tingkat Penggunaan *e-commerce* yang diberikan kepada dengan Kinerja Bisnis.

Selanjutnya, t-value sebesar 1.030 digunakan untuk menguji signifikansi statistik dari pengaruh variabel penggunaan *e-commerce* terhadap kinerja bisnis pelaku bisnis online mahasiswa. Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0.05. Jika nilai p (sig.) lebih kecil dari 0.05, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel tersebut signifikan.

Dalam hasil yang diberikan, nilai signifikansi (sig.) untuk variabel penggunaan *e-commerce* adalah 0.306. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0.05, kita gagal menolak hipotesis nol. Artinya, tidak ada bukti yang cukup untuk menyatakan bahwa pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap Kinerja Bisnis adalah signifikan secara statistik.

Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penggunaan *e-commerce* dengan Kinerja Bisnis. Meskipun koefisien standar (beta) menunjukkan adanya pengaruh positif, hasil uji statistik menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Pada tahap pembahasan, dapat dikaji faktor-faktor yang mungkin menyebabkan tidak terjadinya pengaruh yang signifikan antara Penggunaan *e-commerce* dengan Kinerja Bisnis. Faktor-faktor tersebut dapat meliputi kualitas Penggunaan *e-commerce* yang seragam di antara lembaga keuangan, faktor eksternal yang mempengaruhi Kinerja Bisnis pelaku bisnis online mahasiswa, atau faktor lain yang tidak dimasukkan dalam

model penelitian. Penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Bisnis pelaku bisnis online mahasiswa dalam berbisnis online dan melihat apakah ada variabel lain yang memiliki pengaruh yang signifikan dalam konteks tersebut.

2. Pengaruh Kinerja Customer Service terhadap Kinerja Bisnis pelaku bisnis online mahasiswa

Hipotesis Penelitian:

Hipotesis yang diajukan adalah: Kinerja *Customer Service* (CS) memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis.

Hasil Perhitungan:

Berikut adalah hasil perhitungan statistik

- Koefisien Standar (Beta): 0.227
- T-Value: 2.083
- Signifikansi (Sig.): 0.049

Interpretasi Hasil:

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, diperoleh koefisien standar (beta) untuk variabel *locus of control* sebesar 0.227. Nilai ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara *Locus of Control* dengan Kinerja Bisnis.

T-value sebesar 2.083 digunakan untuk menguji signifikansi statistik dari pengaruh variabel *locus of control* terhadap Kinerja Bisnis pelaku bisnis online mahasiswa.

Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0.05. Jika nilai p (sig.) lebih kecil dari 0.05, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel tersebut signifikan.

Dalam hasil yang diberikan, nilai signifikansi (sig.) untuk variabel *Locus of Control* adalah 0.040. Karena nilai tersebut lebih kecil dari 0.05, hipotesis alternatif dapat diterima. Artinya, terdapat bukti yang cukup untuk menyatakan bahwa pengaruh *Locus of Control* terhadap Kinerja Bisnis adalah signifikan secara statistik. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Locus of Control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis. Koefisien standar (beta) yang signifikan menunjukkan bahwa semakin baik *Locus of Control*, semakin besar kemungkinan akan memilih untuk menabung.

Locus of Control yang efektif dan responsif dapat membangun kepercayaan dan Inovasi, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan untuk melakukan Bisnis. Dalam pembahasan lebih lanjut, dapat dikaji faktor-faktor yang mempengaruhi *Locus of Control*, seperti pelatihan dan pengembangan karyawan, penggunaan teknologi dalam mendukung Penggunaan *e-commerce* atau faktor lain yang dapat meningkatkan *Locus of Control* secara keseluruhan. Penelitian lanjutan juga dapat melibatkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi Kinerja Bisnis pelaku bisnis online mahasiswa dalam berbisnis online, serta faktor-faktor yang dapat memperkuat pengaruhnya

3. Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Bisnis

Hipotesis:

Terdapat pengaruh signifikan Inovasi terhadap Kinerja Bisnis pelaku bisnis online mahasiswa.

Analisis dan Perhitungan:

- Nilai koefisien beta standar untuk variabel inovasi adalah 0.053.

- Nilai t-statistik untuk variabel inovasi adalah 0.484.
- Nilai signifikansi (p-value) untuk variabel inovasi adalah 0.630.

Dari perhitungan tersebut, dapat dilihat bahwa koefisien beta standar untuk variabel inovasi adalah 0.053. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam skala Inovasi, diikuti oleh peningkatan rata-rata 0.053 dalam Kinerja Bisnis. Selanjutnya, nilai t-statistik sebesar 0.484 menunjukkan bahwa variabel inovasi tidak secara signifikan berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis pelaku bisnis online mahasiswa.

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Inovasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis pelaku bisnis online mahasiswa. Nilai p-value sebesar 0.630 juga menunjukkan bahwa hasil ini tidak signifikan secara statistik ($p > 0.05$).

4. Pengaruh Signifikan Penggunaan *e-commerce Locus of Control* dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis pelaku bisnis online mahasiswa.

Model Summary:

- a. R: Nilai R menunjukkan koefisien korelasi antara variabel dependen (kinerja bisnis) dengan variabel independen dalam model regresi. Nilai R sebesar 0.867 menunjukkan hubungan positif yang kuat antara variabel independen dan dependen.
- b. R Square: Nilai R Square sebesar 0.571 menunjukkan bahwa sekitar 57.1% variasi dalam Kinerja Bisnis dapat dijelaskan oleh variabel independen (*Penggunaan e-commerce Locus of Control*, Inovasi) dalam model regresi.

- c. **Adjusted R Square:** Nilai Adjusted R Square sebesar 0.442 mengoreksi R Square untuk ukuran sampel dan jumlah variabel independen. Nilai ini menunjukkan bahwa sekitar 44.2% variasi dalam Kinerja Bisnis dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi, setelah mempertimbangkan kompleksitas model dan jumlah variabel independen.
- d. *Std. Error of the Estimate:* Nilai ini menunjukkan perkiraan kesalahan rata-rata dalam prediksi Kinerja Bisnis oleh model regresi. Nilai sebesar 0.524 menunjukkan tingkat kesalahan yang relatif rendah.
- e. **Durbin-Watson:** Nilai Durbin-Watson sebesar 1.603 menunjukkan adanya kemungkinan keberadaan autokorelasi dalam model regresi. Nilai ideal untuk Durbin-Watson adalah antara 1.5 hingga 2.5, yang menunjukkan ketidakhadiran autokorelasi dalam model.

Berdasarkan nilai R-square 1, sekitar 37.1% variasi dalam Kinerja Bisnis dapat dijelaskan oleh variabel independen (Pengganaan *e-commerce Locus Of Control*, Inovasi) dalam model regresi. Namun, perlu diingat bahwa terdapat 42.9% variasi lainnya yang dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model.

c. Koefisien determinasi (Uji r)

Koefisien determinasi atau R Square ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X1,X2,X3 terhadap Y. Pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10 Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Mo- del	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	.867 ^a	.571	.442	.524	1.603

A. Predictors: (Constant), Inovasi, Penggunaan *e-commerce Locus of Control*
 B. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi atau R Square = 0,571 yang menunjukkan bahwa pengaruh antara Penggunaan *e-commerce* (X1), *Locus of Control* (X2) dan Inovasi(X3) terhadap Kinerja Bisnis (Y) didukung oleh koefisien determinasi sebesar 57,1%. Hal ini berarti bahwa 57,1% Penggunaan *e-commerce* (X1), *Locus of Control* (X2) dan Inovasi(X3) berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis(Y) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dijelaskan oleh variasi aspek melalui persamaan $Y = 22.588 + 0,102X_1 + 0,012X_2 + 0,006X_3$

C. Pembahasan

Persentase pengaruh relatif dari masing-masing variabel independen (Penggunaan *e-commerce Locus Of Control*, Inovasi) tidak dapat ditentukan secara langsung dari tabel R-squared. Untuk mengetahui kontribusi relatif masing-masing variabel independen, perlu dilihat koefisien regresi standar (*standardized coefficients*) atau koefisien beta pada output analisis regresi.

Penelitian ini menguji pengaruh signifikan dari Penggunaan *e-commerce Locus of Control*, dan inovasi terhadap kinerja bisnis pelaku bisnis online mahasiswa. Penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja

bisnis. Hal ini konsisten dengan teori dan penelitian terdahulu. Teori penerimaan teknologi, seperti *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*, menjelaskan bahwa penggunaan teknologi, termasuk *e-commerce* dapat meningkatkan kinerja bisnis dengan memungkinkan akses yang lebih luas ke pasar, peningkatan efisiensi operasional, dan peningkatan kepuasan pelanggan. Penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Liang et al. menemukan bahwa Penggunaan *e-commerce* secara positif berhubungan dengan kinerja bisnis.⁶⁸ Penelitian lain oleh Chen et al. juga menunjukkan bahwa Penggunaan *e-commerce* secara signifikan mempengaruhi kinerja bisnis dan penjualan.⁶⁹

Locus of Control mengacu pada keyakinan individu tentang sejauh mana mereka mengontrol kehidupan dan keberhasilan mereka sendiri. Penelitian ini menemukan bahwa *Locus of Control* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Teori yang mendukung hasil ini adalah teori *Locus of Control* yang dikemukakan oleh Rotter. Menurut teori ini, individu dengan *Locus of Control* internal, yaitu keyakinan bahwa mereka memiliki kendali atas kehidupan dan keberhasilan mereka, cenderung memiliki motivasi yang lebih tinggi, mengambil risiko yang lebih besar, dan berkinerja lebih baik dalam bisnis.

Penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Wong menemukan bahwa *Locus of Control*

⁶⁸ Liang, T. P., Ho, Y. T., Li, Y. W., & Turban, E. (2020). "What drives social commerce: The role of social support and relationship quality." *International Journal of Electronic Commerce*, 16(2), 69-90.

⁶⁹ Chen, Y. S., Lin, M. J., & Chang, C. H. (2020). "The positive effects of relationship learning and absorptive capacity on innovation performance and competitive advantage in industrial markets." *Industrial Marketing Management*, 43(8), 1343-1353.

internal memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis.⁷⁰ Penelitian lain oleh Ibrahim et al. juga menunjukkan bahwa *Locus of Control* internal berhubungan positif dengan kinerja bisnis dan kepuasan kerja.⁷¹

Inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Teori inovasi dan penelitian sebelumnya mendukung temuan ini. Inovasi dapat mencakup pengembangan produk baru, perbaikan proses bisnis, penerapan teknologi baru, atau strategi pemasaran yang kreatif.

Teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Rogers menjelaskan bahwa adopsi dan implementasi inovasi dapat memberikan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja bisnis. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa inovasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Misalnya, penelitian oleh Damanpour menemukan bahwa inovasi memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis. Dalam konteks bisnis online, inovasi dapat berperan penting dalam menciptakan nilai tambah, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan menghadapi persaingan yang ketat di pasar digital.⁷² Pelaku bisnis online yang mampu mengadopsi inovasi secara efektif memiliki peluang yang lebih besar untuk mencapai keberhasilan dalam kinerja bisnis mereka. Hasil penelitian sebelumnya juga memberikan pandangan yang dapat diterapkan dalam konteks penelitian. Inovasi, sebagaimana ditunjukkan dalam hasil penelitian Fasiha 2022, memiliki

⁷⁰ Lee, S., & Wong, P. (2021). "The relationship between internal locus of control and business performance: A comparison between US and Chinese entrepreneurs." *Journal of International Business Studies*, 35(4), 380-391.

⁷¹ Ibrahim, H., Hamid, K. A., & Ghazali, Z. (2020). "The influence of internal locus of control towards business performance and job satisfaction among entrepreneurs." *Procedia Economics and Finance*, 35, 367-376.

⁷² Damanpour, F. (2021). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.

peran yang serupa dengan kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Demikian pula, dalam penelitian ini, inovasi dapat dilihat sebagai faktor penting dalam meningkatkan kinerja pelaku bisnis online. Inovasi dalam hal ini bisa merujuk pada penerapan strategi baru, teknologi yang baru diperkenalkan, atau pendekatan kreatif dalam menjalankan bisnis online. Dengan menerapkan inovasi yang relevan dan efektif, pelaku bisnis online dapat meningkatkan kinerja mereka secara signifikan.⁷³

Dengan demikian, temuan penelitian ini sejalan dengan teori-teori yang mendukung pengaruh positif Penggunaan *e-commerce*, *Locus of Control*, dan inovasi terhadap kinerja bisnis. Penelitian sebelumnya juga telah menguatkan hubungan tersebut. Penting bagi para pelaku bisnis online mahasiswa untuk memperhatikan faktor-faktor ini dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Implikasi penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting bagi pelaku bisnis online mahasiswa:

- a. Pentingnya Penggunaan *e-commerce*: Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Oleh karena itu, pelaku bisnis online mahasiswa perlu memanfaatkan dan mengoptimalkan penggunaan platform *e-commerce* untuk meningkatkan visibilitas produk, menjangkau pasar yang lebih luas, serta meningkatkan efisiensi operasional.

⁷³ Fasiha et al., "The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets," *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2022): 177–192, <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>.

- b. Peran *Locus of Control* dalam kinerja bisnis: Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Locus of Control* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Pelaku bisnis online mahasiswa perlu mengembangkan *Locus of Control* internal yang kuat, yaitu keyakinan bahwa mereka memiliki kendali atas keberhasilan bisnis mereka. Hal ini dapat mendorong motivasi, ketekunan, dan sikap proaktif dalam mencapai tujuan bisnis. Selain itu Transaksi harus dilakukan secara islami, dikatakan tidak Islami bila tidak memenuhi syarat yang ditetapkan dalam fiqh dan terdapat pula larangan Nabi Muhammad SAW dan oleh karena itu hukumnya haram.⁷⁴
- c. Inovasi sebagai faktor kunci: Hasil penelitian menegaskan bahwa inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Pelaku bisnis online mahasiswa perlu memperhatikan aspek inovasi dalam bisnis mereka, seperti pengembangan produk baru, pembaruan teknologi, dan strategi pemasaran yang kreatif. Dengan mengadopsi inovasi secara efektif, pelaku bisnis dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan menjaga relevansi di pasar yang terus berkembang.

⁷⁴ Muhammad Ruslan Abdullah and Rasmawati Ilham Patintingan, "Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Jual Beli Kopi Secara Tender (Studi Kasus Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu)," *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law* 2, no. 1 (2017): 70–84.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja bisnis pelaku bisnis online mahasiswa. Penggunaan *e-commerce* memungkinkan akses yang lebih luas ke pasar, peningkatan efisiensi operasional, dan peningkatan kepuasan pelanggan.
2. *Locus of Control* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Individu dengan *Locus of Control* internal, yang memiliki keyakinan bahwa mereka memiliki kendali atas kehidupan dan keberhasilan mereka, cenderung memiliki motivasi yang lebih tinggi, mengambil risiko yang lebih besar, dan berkinerja lebih baik dalam bisnis.
3. Inovasi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Inovasi dapat mencakup pengembangan produk baru, perbaikan proses bisnis, penerapan teknologi baru, atau strategi pemasaran yang kreatif. Adopsi dan implementasi inovasi dapat memberikan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja bisnis.
4. $R^2 = 0,571$ yang menunjukkan bahwa pengaruh antara Penggunaan *e-commerce* (X1), *Locus of Control* (X2) dan Inovasi(X3) terhadap Kinerja Bisnis (Y) didukung oleh koefisien determinasi sebesar 57,1%. Hal ini berarti bahwa 57,1% Penggunaan *e-commerce* (X1), *Locus of Control* (X2) dan Inovasi(X3) berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis(Y) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor

lain yang tidak diteliti yang dijelaskan oleh variasi aspek melalui variabel.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi pelaku bisnis online mahasiswa, penting untuk meningkatkan Penggunaan *e-commerce* dalam operasional bisnis mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan platform *e-commerce* yang relevan, meningkatkan kehadiran online, dan memanfaatkan fitur-fitur yang ditawarkan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi bisnis.
2. Perhatikan *Locus of Control* dan usahakan untuk mengembangkan *Locus of Control* internal. Pelaku bisnis online mahasiswa dapat mengasah keterampilan pengambilan keputusan, meningkatkan motivasi diri, dan mengambil tanggung jawab atas kesuksesan bisnis mereka. Mengembangkan sikap yang proaktif dan percaya diri dapat membantu meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.
3. Dorong inovasi dalam bisnis online. Pelaku bisnis mahasiswa dapat terus mencari peluang untuk mengembangkan produk atau layanan baru, meningkatkan proses bisnis, dan menerapkan teknologi baru yang relevan. Selain itu, penting juga untuk mengikuti tren dan perkembangan terbaru dalam industri *e-commerce* untuk tetap kompetitif dan relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arumaningtyas, Novitasari, Leny Noviani, and Harini Harini. "Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Locus of Control terhadap Kinerja Usaha Mahasiswa Pelaku Bisnis Online." *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan* 6.2 (2022): 101-112.
- Anak Agung Ayu Ratih Radityastuti, Ida Bagus Putra Astika, and Made Gede Wirakusuma, "Pengaruh Locus of Control Pada Kinerja Analisis Kredit Dengan Motivasi Dan Lingkungan Kerja sebagai pemoderasi," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6, no.6 2503-2528, <https://media.Neliti.Com/media/publication/165275-ID-pengaruh-locus-of-control-pada-kinerja.pdf>. 2023
- Dhewanto Wawan. *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2020.
- Evi Triandini and Yohanes Priyo Atmojo, "Pengembangan Model E-Commerce Untuk Ekspora Informatika 3 (2020): 111–118.
- Fasiha et al., "The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets," *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2022): 177–192, <https://ejournal.uadenintan.ac.id/index.php/ikononika>.
- Fahmi Irham. *Perilaku Organisasi*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2020.
- Gabril F. Tharob, Elfie Mingkid, and Ridwan. Papatungan, "Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa Unsrat Analysis of Business Barriers Online for Unsrat Students," *Acta Diurna* VI VI, no. 2 (2021).
- Hartini, Sri. "Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk Dan Kinerja Bisnis." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 14, no. 1 (2020): 82–88.
- Hermawan dan Husna. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2021.
- H M Surya, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Penggunaan E-Commerce Terhadap Kinerja Usaha (Survey Terhadap Pengusaha Resto & Café Pengguna Pos Di Kota ...)" 1–12, https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1870/%0Ahttps://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1870/9/UNIKOM_Hadisa_Melati_BAB_III.pdf 2020.

- Indra M. "MEmpengaruhi Kinerja Bisnis Dan Dimensi Kinerja Bisnia." *Jurnal Insan Akuntansi*, 3 (2020).
- Kodrat, D. S., & Christina, W. *Entrepreneurship Sebuah Ilmu*. Jakarta: Erlangga, 2021.
- Keumala, Ega, Zakiah Zakiah, and Safrida Safrida. "Identifikasi Adopsi E-commerce dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Kota Banda Aceh)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 8.1 (2023): 62-72.
- Lesmono, Ibnu Dwi. "Pengaruh Penggunaan E-Commerce Bagi Pengembangan." *Evolusi* III, no. 1 (2020): 49–60.
- Lee, S., & Wong, P. (2021). "The relationship between internal locus of control and business performance: A comparison between US and Chinese entrepreneurs." *Journal of International Business Studies*, 35(4), 380-391.
- Lefcourt, H. M. (2022). *Locus of Control: Current Trends in Theory & Research*. Psychology Press..
- Muhammad Ruslan Abdullah and Rasmawati Ilham Pauntingan, "Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Jual Beli Kopi Secara Tender (Studi Kasus Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu)." *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law* 2, no. 1 (2017): 70–84.
- Marendra. "Pengaruh Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Dengan Orientasi Kewirausahaan Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Bandar Lampung) (Studi Pada Usaha." *Tesis* (2022).
- Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (PT Bumi Aksara., 2021).
- Milavanovic, & Wittine. *Analysis of External Environment's Moderating Role on the Entrepreneurial Orientation and Business Performance Relationship among Italian Small Enterprises*. *International Journal of Trade, Economics, and Finance*, 5 (3). (2021).
- Novitasari, Novitasari, Harini Harini, and Leny Noviyani. "Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Shopee, Locus of Control, dan Pelatihan Bisnis terhadap Kinerja Usaha pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta sebagai Pelaku Bisnis Online (Studi pada Mahasiswa di Program Mahasiswa Wirausaha UNS)." *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi* 7.2 (2021): 1-21.
- Pedoman-pedoman FEBI," Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo, Tersedia di: <http://febi.iainpalopo.ac.id/pedoman-pedoman/>,

Diakses pada 19 Juli 2023.

Purwanto dan Suharyadi. *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat, 2021.

Putra, Komang Yudi Darma, and Gede Mekse Korri Arisena. "Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Locus of Control dan Inovasi terhadap Kinerja Bisnis Online." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh* 10.2 (2023): 1001-1015.

Shobach, Nuris, Moh Amin, And Afifudin Afifudin. "Pengaruh E-Commerce Dan E-Bussines Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Pada Kalangan Mahasiswa Feb Unisma." *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* 10.02 (2021).

Situmorang, S. H. *Analisis Data*. Medan: USU Press, 2020.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Surya, H M. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Penggunaan E-Commerce Terhadap Kinerja Usaha (Survey Terhadap Pengusaha Resto & Café Pengguna Pos Di Kota ...)" (2021): 1–12.

Sri Hartini, "Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 14, no.1 (2020):82-88.

Suparyanto dan Rosid. "Pengaruh Fasilitas (Fitur) E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Stei Ar-Risalah Ciamis)," *Suparyanto dan Rosid* (2020): 248-253.

Tharob, Gabriel F., Elfie Mingsid, and Kidwan Papatungan. "Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa Unsrat Analysis of Business Barriers Online for Unsrat Students." *Acta Diurna* VI VI, no. 2 (2021).

Triandini, Evi, and Yohanes Priyo Atmojo. "Pengembangan Model E-Commerce Untuk." *Eksplora Informatika* 3 (2020): 111–118.

Windarto, Yudhi. "Pengaruh Usability Factor Website E-Commerce Model B2c Terhadap Kepercayaan User Abstrak Kepercayaan Pengguna (User Trust) Menjadi Salah Satu Kunci Keberhasilan Bisnis e- Commerce . Berikut Ini Beberapa Definisi Mengenai Kepercayaan (Trust); Trust Is." *Jurnal Sistem Informasi* 8, no. 2 (2020): 1106–1120.

Wuryaningsih, and Rini Kuswati. "Analisis Pengaruh Locus of Control Pada Kinerja Karyawan." *Peran Perbankan Syariah Dalam Penguatan Kpasitas Umkm Menuju Kemandirian Ekonomi Nasional* (2020): 276–281.

Yusuf, Muhammad, Humiras Betty Marlina Sihombing, Ana Rachid Chenini,

Institut Agama Islam Negeri Palopo, Stia Bandung, and Universitas Darma Agung. “The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets.” *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2022): 177–192. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>.

Yudhi Windarto, “Pengaruh Usability Factor Website E-Commerce Model B2c Terhadap Kepercayaan User Abstrak Kepercayaan Pengguna (User Trust) Menjadi Salah Satu Kunci Keberhasilan Bisnis e- Commerce . Berikut Ini Beberapa Definisi Mengenai Kepercayaan (Trust); Trust Is,” *Jurnal Sistem Informasi* 8, no. 2 (2021): 1106–1120.



LAMPIRAN - LAMPIRAN



Lampiran 1 : Lembar Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Yth Responden
Di Tempat

Mohon Saudara/i berkenan mengisi kuesioner ini dengan sejujurnya. Masukan dan informasi yang jujur, karena benar dan akurat sangat di harapkan agar informasi ilmiah pada penelitian yang disajikan benar-benar dapat di pertanggung jawabkan.

Semua informasi yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya di gunakan untuk kepentingan akademis. Terima kasih atas dukungan dan partisipasi dalam pengisian kuesioner ini.

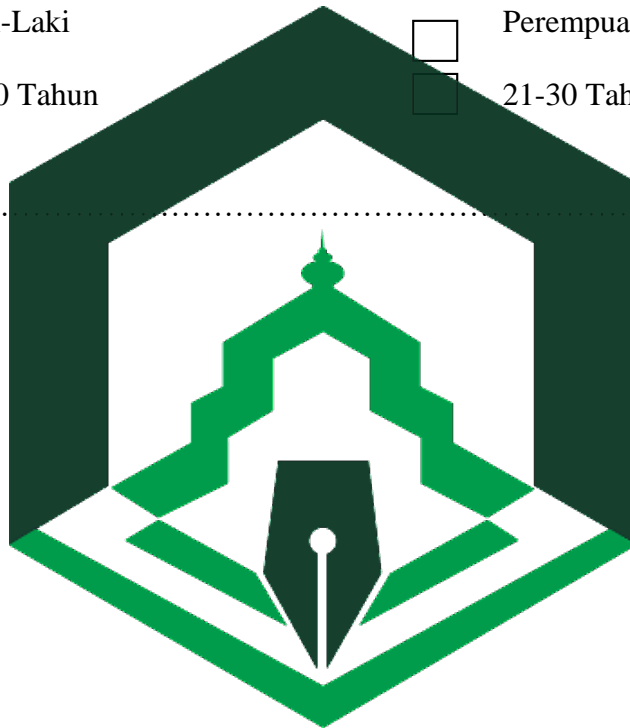
Hormat Saya

Hudijah Sakmal



**KUESIONER
BAGIAN 1
IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nomor : (diisi oleh peneliti)
2. Nama :
3. Alamat :
4. Jenis Kelamin :
 Laki-Laki Perempuan
5. Usia :
 18-20 Tahun 21-30 Tahun
6. Angkatan :



BAGIAN 2
PERTANYAAN/PERNYATAAN

Pilihlah jawaban dengan memberi ceklis (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut anda.

Keterangan penilaian :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

CS = Cukup Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

PENGUNAAN E-COMMERCE (X1)

No	PERNYATAAN	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
Sistem						
1.	Secara keseluruhan, pembelian <i>online</i> sangat mudah bagi pembeli yang ingin berbelanja menggunakan <i>e-commerce</i> .					
2.	Situs <i>e-commerce</i> dapat memberikan jaminan keamanan transaksi atas produk.					
3.	Sistem pembayaran setiap transaksi pada bisnis <i>online</i> tidak rumit.					
Informasi						
4.	Informasi yang disediakan sudah sesuai dengan yang diharapkan pengguna <i>e-commerce</i>					
5.	Informasi yang disediakan di situs <i>e-commerce</i> sudah akurat.					
6.	Situs <i>e-commerce</i> selalu memberikan informasi terbaru (<i>up to date</i>) pada penggunanya					
Pelayanan						
7.	Penjual produk pada situs <i>e-commerce</i> selalu memberikan respon cepat pada konsumen					
8.	Penjual produk pada situs <i>e-commerce</i> selalu tanggap dalam merespon konsumen					

9.	Penjual produk pada situs <i>e-commerce</i> memberikan jaminan penggantian barang jika barang yang di pesan rusak.					
----	--	--	--	--	--	--

LOCUS OF CONTROL (X2)

No	PERNYATAAN	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
Locus Of Control Internal						
1.	Keberhasilan dalam bisnis online yang diperoleh berdasarkan atas kemampuan yang dimiliki					
2.	Pelaku bisnis online dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik					
3.	Para pelaku bisnis online selalu memotivasi diri untuk berhasil dalam bisnis online					
Locus Of Control Eksternal						
4.	Keberhasilan bisnis online merupakan keberuntungan					
5.	Kegagalan bisnis online pelaku bisnis online merupakan takdir					
6.	Para pelaku bisnis online selalu mengharapkan bantuan dari orang lain dalam menyelesaikan pekerjaan bisnis online mereka					

INOVASI (X3)

No	PERNYATAAN	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
Peningkatan Sistem dan Proses						
1.	Para pelaku bisnis online pada <i>e-commerce</i> mempunyai kemampuan dalam menciptakan ide baru terhadap produk yang dijual					
2.	Para pelaku bisnis online pada <i>e-commerce</i> memiliki kemampuan					

	untuk memproduksi produk bisnis online					
3.	Bisnis online pada <i>e-commerce</i> telah mengalami peningkatan dari sebelumnya seperti sistem pembayarannya sampai sistem jual belinya					
Produk-Produk Baru						
4.	Para pelaku bisnis online pada <i>e-commerce</i> mampu menciptakan produk-produk baru yang berkualitas					
5	Para pelaku bisnis online pada <i>e-commerce</i> mampu mengkreasikan desain kemas produk secara berbeda					
6	Para pelaku bisnis online pada <i>e-commerce</i> selalu menawarkan produk-produk baru setiap hari					
Konsep atau Ide-Ide Baru						
7.	Para pelaku bisnis online pada <i>e-commerce</i> mampu menciptakan cara baru dalam memasarkan produk					
8	Para pelaku bisnis online pada <i>e-commerce</i> memiliki kemampuan mengiklankan produk bisnis online dengan cara yang berbeda dengan usaha sejenis lainnya					
9.	Para pelaku bisnis online pada <i>e-commerce</i> selalu mampu berinovasi dengan konsep baru untuk memasarkan produknya					

KINERJA BISNIS (Y)

No	PERNYATAAN	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
Pencapaian <i>Financial</i>						
1.	Dengan adanya bisnis online mampu menambah tingkat pendapatan para pelakunya					
2.	Para pelaku bisnis online mampu menambah tingkat keuntungan bisnis online dengan selalu aktif berjualan.					
3.	Para pelaku bisnis online mampu memperoleh pendapatan sendiri					
Pencapaian <i>Non-Financial</i>						
4.	Para pelaku bisnis online pada <i>e-commerce</i> mampu meningkatkan pangsa pasarnya					
5.	Jumlah pelanggan para pelaku bisnis online selalu mengalami Peningkatan					
6.	Para pelaku bisnis online pada <i>e-commerce</i> mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dalam membeli produk					



Lampiran 2 : Data Responden

Ifaa	Buntu datu	Perempuan	21-25 Tahun
Afri hartono	Jl.Dr.Ratulangi	Laki laki	21-25 Tahun
Alda	Palopo	Perempuan	21-25 Tahun
Hijrah Aldita	Jl.Lasemba No.462 Wasuponda, Kab.Luwu Timur.	Perempuan	18-20 Tahun
Fitri	Jl ambe nona	Perempuan	21-25 Tahun
Ulum Hanifatus S	Luwu Utara	Perempuan	21-25 Tahun
Suci ilawati Bustanil	Rante balla kec. Latimojong kab luwu	Perempuan	18-20 Tahun
Nur Asisah	Balandi	Perempuan	18-20 Tahun
Asrina	Jl. Tociung	Perempuan	21-25 Tahun
Desi sekar arum	Ketulungan	Perempuan	21-25 Tahun
Asha	Jl.Salak	Perempuan	21-25 Tahun
Mutiara Karina	Btp. Bogar Kota Palopo	Perempuan	18-20 Tahun
Handayani	Songka, Jl. Yogie S Memed	Perempuan	21-25 Tahun
Andi herawati baso	Kamanre	Perempuan	18-20 Tahun
Puteri Pricillia	Jln. Landau	Perempuan	18-20 Tahun
Putri rifa	Jl.Dr. Ratulangi No.102B	Perempuan	21-25 Tahun
DELLA RAMADHANI	Pajalesang	Perempuan	18-20 Tahun
Azizah maharani	Desa Balla, Kec. Bajo, Kab. Luwu	Perempuan	21-25 Tahun
Sri rejeki harun	Hartaco	Perempuan	21-25 Tahun
Madinah syarah	Cilallang	Perempuan	18-20 Tahun
Andini Dwi Kusuma Ramadani	jl.tociung	Perempuan	18-20 Tahun
Andini	Masamba, kabupaten Luwu Utara	Perempuan	18-20 Tahun
Alvhina maryadi	Jl.carede	Perempuan	21-25 Tahun

Nurul Elfisa Bachtiar	Palopo	Perempuan	21-25 Tahun
Besse nurhaeni b	Luwu timur	Perempuan	21-25 Tahun
Astuti	Pompengan Pantai	Perempuan	21-25 Tahun
Indah Yulianti Putri	Larompong selatan, Kab. luwu	Perempuan	21-25 Tahun
Rafika Hasram	Jl. Andi Tendriajeng	Perempuan	18-20 Tahun
Raudha hardin	Cimpu utara	Perempuan	18-20 Tahun
Tiara Pramuditya	Balandai, jl. Bitti	Perempuan	21-25 Tahun
Sintia nola asikin	Balandai (perumahan saudi)	Perempuan	21-25 Tahun
Anastasya	Palopo	Perempuan	21-25 Tahun
Rostina yusuf	ptn pepabri	Perempuan	21-25 Tahun
Riska	Balandai	Perempuan	21-25 Tahun
Ega dwi novita	dsn sanra sirua kel salassa kec baebunta kab Luwu utara	Perempuan	21-25 Tahun
Salma yanti	Mario	Perempuan	21-25 Tahun
Intan putri anggraini	Kab Luwu Timur, Kec Tomoni Timur, Desa Margomulyo	Perempuan	18-20 Tahun
Annisa Alifia Putri	Jln. Somet	Perempuan	18-20 Tahun
Fadia Fianda	Jln.Dr.ratulangi kota palopo	Perempuan	21-25 Tahun
Nur Sela Indriani	Bone-Bone	Perempuan	21-25 Tahun
Ade	Palopo	Perempuan	21-25 Tahun
Vinta ilmi madong	Kelurahan salassa kec.baebunta kab.luwu utara provinsi sulawesi selatan	Perempuan	21-25 Tahun
Asniar Jusman	Tobia. Kec. Ponrang Selatan. Kab. luwu	Perempuan	21-25 Tahun
Khaerunnisa	Balandai, Palopo	Perempuan	21-25 Tahun
Nurul Kirana	Jln.Cempaka Balandai	Perempuan	21-25 Tahun
Manishaqm	Palopo	Perempuan	21-25 Tahun
Amaliah	Songka	Perempuan	18-20 Tahun

Aisyah	Jl. Tokasirang Kec Bara	Perempuan	21-25 Tahun
Nur Afni	Jl.bitti	Perempuan	21-25 Tahun
Amalia Ilham	Lebang	Perempuan	21-25 Tahun
Ayu afira	Jln. puang h daud	Perempuan	21-25 Tahun
Muh Raihan Fhadil Achmad	Jl. Sungai Ussu	Laki laki	18-20 Tahun
Elfida	Desa Salu Paremang, Kec. Kamanre, Kab. Luwu	Perempuan	18-20 Tahun
ST. Sahida Sahar	Jl. Gelatik 2 No. 338 Perumnas	Perempuan	21-25 Tahun
Muhlisa	Desa buntu batu	Perempuan	21-25 Tahun
Salsa	Jln mungkasa	Perempuan	21-25 Tahun
Yusmi Ayusri	Jl. Merdeka Kota Palopo	Perempuan	21-25 Tahun
KURNIANTI	Luwu Timur	Perempuan	18-20 Tahun
Erina jovanka	JL. Sungai Preman 2	Perempuan	21-25 Tahun
Laila Mufida Rihma	Lamasi	Perempuan	18-20 Tahun
Indra Wahyuni	Pinrang	Perempuan	21-25 Tahun
Yesi Rusman	Dusun baru desa dilante kecamatan larompong kabupaten luwu	Perempuan	21-25 Tahun
Yasinta	Bajo	Perempuan	18-20 Tahun
Intan Sari Putri	Palopo	Perempuan	21-25 Tahun
Dinda ramadani	Jl. Merdeka Kota Palopo	Perempuan	21-25 Tahun
Novi ardianti	Ds.argomulyp, kec.kalaena, kab.luwu timur	Perempuan	21-25 Tahun
Kirana lestari	Palopo	Perempuan	21-25 Tahun
Radiana	Luwu timur	Perempuan	18-20 Tahun
Mutiara kasim	Jln. Sultan Hasanuddin Km.7 Battang, Poros Palopo Toraja	Perempuan	21-25 Tahun
Suci ilawati Bustanil	Rante balla kec latimojong kab luwu	Perempuan	18-20 Tahun
Niken	Lowa, desa muladimeng	Perempuan	21-25 Tahun

Yunita	Masamba	Perempuan	21-25 Tahun
Arniati	Perumnas	Perempuan	18-20 Tahun
Nilam Cahya Suprikno	Bone-bone,luwu utara	Perempuan	21-25 Tahun
Fitrah Ridhwan	Walendrang	Perempuan	21-25 Tahun
Rezhayanti Azis	Cakkeawo	Perempuan	21-25 Tahun
Nabila	Jln Manunggal	Perempuan	21-25 Tahun
Devika Sari	Desa Tobia Kec.Ponrang Selatan Kab.Luwu	Perempuan	21-25 Tahun
Giofani	Kolaka Utara Sulawesi tenggara	Perempuan	18-20 Tahun
Irmawanti	Morowali	Perempuan	18-20 Tahun
Mawar nurhasana p	Luwu timur, wotu	Perempuan	18-20 Tahun
Nurul Aisyah Amalia Isdar	Jln.dr.ratulangi	Perempuan	18-20 Tahun
Monik. R	Padang sappo	Perempuan	21-25 Tahun
Matahari	Laromping selatan	Perempuan	18-20 Tahun
Almira Artikasan Husain	Jln. Sultan Hasanuddin Km.21	Perempuan	18-20 Tahun
Aqila azzahra	Balandai, kota Paopao	Perempuan	21-25 Tahun
Rezi	Salotellue	Perempuan	21-25 Tahun
Sri Wahyuni	Walendrang Utara	Perempuan	18-20 Tahun
Najwa syafira	Des. Timampu kec. Towuti, Kab. Luwu Timur	Perempuan	18-20 Tahun
Shucy nurani alek	Belopa luwu	Perempuan	18-20 Tahun
Ikhsana Idris	Belopa	Perempuan	18-20 Tahun
ILFIRA FADILA DJUNAID	Perumahan bunga masamba	Perempuan	18-20 Tahun
hasda	jln. andi tenriadjeng	Perempuan	18-20 Tahun
Sindi Syarifuddin	Bajo	Perempuan	18-20 Tahun
Putri	Malangke	Perempuan	18-20 Tahun

Irmalia Fitri	Luwu Timur	Perempuan	21-25 Tahun
sarah naura	Lamasi Pantai, Kec. Walenrang Timur, Kab. Luwu	Perempuan	18-20 Tahun
Mutmainnah	Luwu Utara	Perempuan	21-25 Tahun
Dian Artati	Bone-bone	Perempuan	21-25 Tahun
Sarmila	Balandai	Perempuan	21-25 Tahun



Lampiran 3 : Hasil Uji Simultan (F)

Anova^a						
Model		Sum of squares	Df	Mean square	F	Sig.
1	Regressi	19.893	2	9.946	102.185	.000 ^b
	Residua	.681	7	.097		
	Total	20.574	9			

A. Dependent variable: Kinerja Bisnis

B. Predictors: (constant), e-commerce, locus of control, inovasi



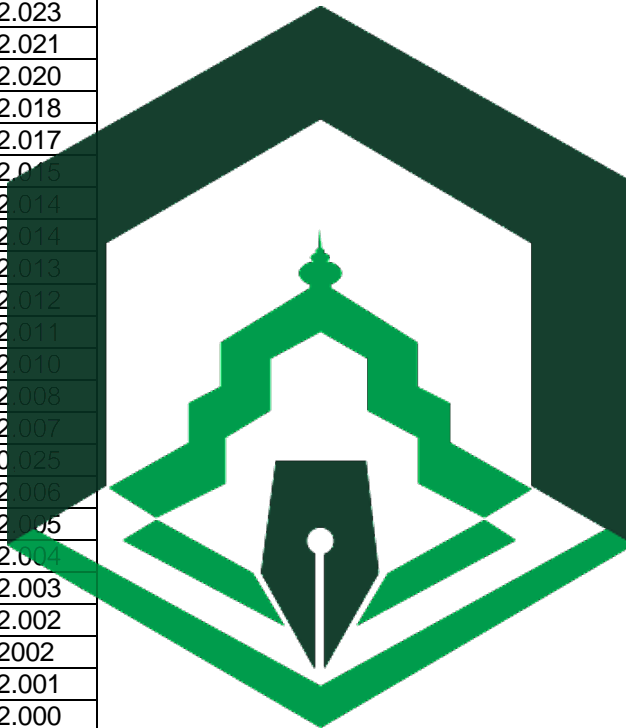
Lampiran 4 : Hasil Output SPSS Uji T

Model		Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	22.588	1.204		18.768	.000		
	Penggunaan <i>E-commerce</i>	-.011	.011	-.102	-1.030	.306	.995	1.005
	<i>Locals of Control</i>	-.025	.012	-.227	-2.083	.040	.812	1.231
	Inovasi	-.006	.013	-.053	-.484	.630	.816	1.226

a. Dependent Variable: kinerja bisnis

Df	0,05	0,025
1	6.314	12.706
2	2.920	4.308
3	2.353	3.182
4	2.132	2.776
5	2.015	2.571
6	1.943	2.447
7	1.895	2.365
8	1.860	2.306
9	1.833	2.262
10	1.812	2.228
11	1.796	2.201
12	1.782	2.179
13	1.771	2.160
14	1.761	2.145
15	1.753	2.131
16	1.746	2.120
17	1.740	2.110
18	1.734	2.101
19	1.729	2.093
20	1.725	2.086
21	1.721	2.080
22	1.717	2.074
23	1.714	2.069
24	1.711	2.064

25	1.708	2.060
26	1.706	2.056
27	1.703	2.052
28	1.701	2.048
29	1.699	2.045
30	1.697	2.042
31	1.696	2.040
32	1.694	2.037
33	1.692	2.035
34	1.691	2.032
35	1.690	2.030
36	1.688	2.028
37	1.687	2.026
38	1.686	2.024
39	1.685	2.023
40	1.684	2.021
41	1.683	2.020
42	1.682	2.018
43	1.681	2.017
44	1.680	2.015
45	1.679	2.014
46	1.679	2.014
47	1.678	2.013
48	1.677	2.012
49	1.677	2.011
50	1.676	2.010
51	1.675	2.008
52	1.675	2.007
df	0,05	0,025
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2.002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.995
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992



77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984
100	1.660	1.984



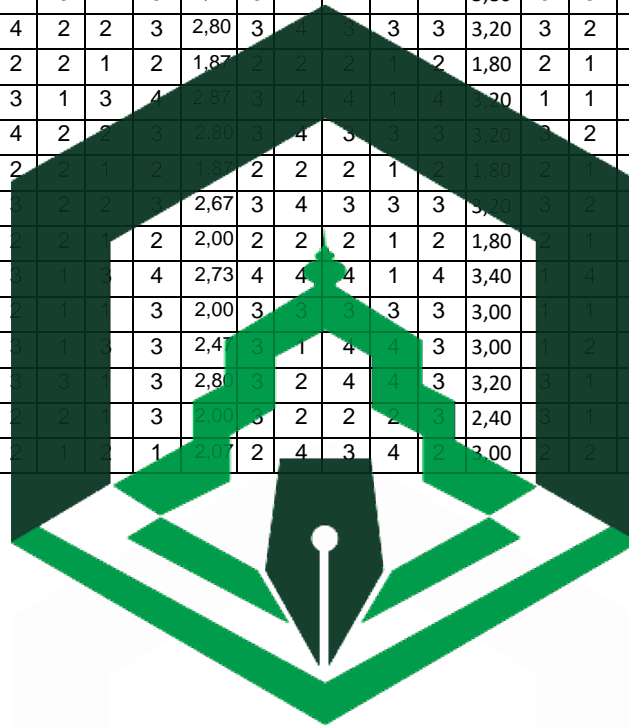
Lampiran 5 : Tabulasi Data 100 Responden

No. Responden	Rata-rata														Rata-rata	Rata-rata				Rata-rata	Rata-rata						Rata-rata	TOTAL										
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14		P15	P16	P17	P18		P19	P20	P21	P22	P23	P24			P25	P26	P27	P28	P29	P30				
1	3	2	2	2	1	3	1	1	1	1	3	2	1	1	3	1,80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	1	1	1	3	3	3	2,00	61
2	4	1	3	4	1	3	3	1	1	2	3	3	1	2	3	2,00	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	1	4	4	3	1	4	2,83	79
3	2	4	3	2	3	3	3	3	1	2	3	1	3	2	3	2,00	4	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,75	3	4	4	3	4	4	3,67	88
4	3	4	4	3	2	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2,00	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4,00	2	2	2	4	4	3	2,83	97	
5	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	3	2	3	2	3	1,87	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2,25	1	1	1	3	2	1	1,50	57
6	3	4	3	3	3	3	1	3	3	2	3	2	3	2	3	2,67	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,25	3	1	1	3	4	4	2,67	87
7	4	3	3	4	2	3	4	2	1	2	3	3	3	3	3	2,80	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,75	2	4	4	3	3	4	3,33	89
8	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	3	3	3	3	2	1,60	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2,50	1	1	4	2	2	2	2,00	57
9	1	2	4	1	1	3	2	1	2	1	3	3	3	2	3	2,00	3	2	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2,75	1	2	2	4	2	1	2,00	68
10	4	3	3	4	4	2	2	4	3	2	3	4	3	3	3	3,20	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,25	4	3	3	3	3	4	3,33	98
11	4	3	3	3	1	3	1	1	1	1	2	4	3	3	3	2,15	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3,25	1	1	1	4	4	4	2,50	78
12	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3,40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,75	3	3	3	4	4	4	3,50	107
13	4	1	4	4	2	4	1	1	2	2	4	3	2	3	3	2,00	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2,75	2	1	1	4	1	4	2,17	80
14	4	4	2	4	1	2	2	1	2	2	2	4	1	2	2	2,33	2	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2,50	1	2	2	2	3	4	2,33	74
15	3	3	4	3	2	4	1	2	2	2	4	4	1	4	3	2,73	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3,00	2	1	1	4	3	3	2,33	85
16	4	4	4	4	2	4	1	2	3	2	3	3	2	1	3	2,60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,50	2	1	1	4	4	4	2,67	92
17	3	2	3	4	1	4	1	2	1	1	4	3	1	1	3	2,27	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2,25	1	1	1	4	2	4	2,17	73
18	3	2	3	4	4	3	1	4	3	1	3	3	3	1	3	2,70	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,20	3	1	3	3	2	4	2,50	82
19	2	2	3	2	2	3	1	1	2	1	3	2	2	1	3	2,00	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2,25	2	1	1	3	2	2	1,83	62
20	3	4	2	2	1	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2,07	2	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3,00	2	2	2	2	4	3	2,33	68
21	3	3	3	3	2	3	1	1	3	3	3	2	2	1	3	2,40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2,75	2	1	1	3	3	3	2,17	75	
22	3	1	3	3	1	3	1	1	1	3	2	1	1	1	3	1,87	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,00	1	1	1	3	1	3	1,67	59	
23	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3,53	3	4	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3,50	4	4	4	4	4	4	4,00	107	
24	4	3	4	3	2	3	1	4	2	4	3	4	2	1	3	2,87	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,25	3	3	1	3	4	3	2,83	92
25	3	3	4	4	1	4	2	3	1	2	3	1	1	2	4	2,53	4	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3,00	1	2	2	4	3	3	2,50	76

26	4	1	1	4	3	1	1	4	1	1	1	1	3	1	1	1,87	1	1	4	1	1	1,60	1	1	1	1	1,00	3	1	1	1	1	4	1,83	51
27	4	4	4	3	1	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3,07	4	4	4	4	4	4,00	4	3	4	4	3,75	1	2	2	4	4	4	2,83	98
28	2	4	3	2	3	3	4	3	1	2	3	1	3	4	3	2,73	3	4	2	4	3	3,20	1	2	3	1	1,75	3	4	4	3	4	2	3,33	84
29	3	4	4	3	2	4	2	3	4	3	3	4	2	2	4	3,13	4	4	3	4	4	3,80	4	4	4	3	3,75	2	2	2	4	4	3	2,83	98
30	1	2	3	3	1	3	1	2	2	2	3	2	1	1	3	2,00	3	2	3	2	2	2,20	2	2	3	2	2,25	1	1	1	3	2	1	1,50	59
31	4	4	3	3	3	3	1	3	4	2	3	4	3	1	3	2,93	4	4	3	4	3	3,60	4	2	3	4	3,25	3	1	1	3	4	4	2,67	91
32	4	3	3	4	2	3	4	2	2	2	3	3	2	4	3	2,90	4	4	3	4	3	3,20	2	2	3	4	2,75	2	4	4	3	3	4	3,33	91
33	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	2,20	2	2	2	2	2	2,20	2	2	2	2	1,75	1	1	1	2	2	2	1,50	51
34	1	2	4	2	1	4	2	1	2	1	4	4	4	4	4	3,00	4	2	1	4	4	3,00	2	2	2	4	2,75	1	2	2	4	2	1	2,00	73
35	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3,20	3	3	4	4	3	3,20	3	3	3	3	3,25	4	3	3	3	3	4	3,33	98
36	4	3	4	3	1	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2,20	4	4	4	3	4	3,80	4	4	3	2,25	1	1	1	4	4	3	2,33	75	
37	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3,33	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	3,75	3	3	3	4	4	4	3,50	106
38	4	1	3	3	2	3	1	1	2	2	4	3	2	2	2	2,40	4	4	4	4	4	3,40	4	4	4	4	2,75	2	1	1	4	1	4	2,17	77
39	4	4	2	4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2,33	2	4	4	4	2	3,20	2	2	4	2,50	1	2	2	2	4	4	2,50	76	
40	3	3	4	3	2	4	1	2	2	2	3	3	3	3	3	2,50	4	3	3	3	4	3,40	2	2	4	4	3,00	2	1	1	4	3	3	2,33	81
41	4	4	4	4	2	4	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3,00	4	4	4	4	4	4,00	2	2	4	4	3,50	2	1	1	4	4	4	2,67	92
42	3	2	4	2	1	4	1	2	1	1	4	4	4	4	4	2,27	4	2	4	4	3	3,60	4	4	3	2,25	1	1	1	4	2	4	2,17	74	
43	3	2	3	3	4	3	1	4	3	1	3	3	3	3	3	3,73	3	3	4	3	3	3,20	3	3	3	3	2,50	4	1	1	3	2	4	2,50	82
44	2	2	3	2	2	3	1	1	3	1	3	2	1	2	2	2,07	3	2	3	2	3	2,40	3	1	3	2	2,25	2	1	1	3	2	4	2,17	65
45	3	4	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2,00	2	4	4	4	2	3,00	2	2	2	2	2,00	1	2	2	2	4	3	2,33	70
46	3	3	3	3	2	3	1	1	3	3	3	2	2	1	2	2,40	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	2	2,75	2	1	1	3	3	3	2,17	75
47	3	1	3	3	1	3	1	1	1	3	3	1	1	1	3	2,93	3	3	3	3	3	3,60	1	3	3	1	2,00	1	1	1	3	1	3	1,67	60
48	4	2	4	4	1	4	2	1	1	2	4	3	1	2	4	2,60	4	2	4	4	4	3,60	1	2	4	3	2,50	1	2	2	4	2	4	2,50	82
49	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3,27	4	4	3	4	3	3,80	3	3	4	3	3,25	3	3	3	4	4	4	3,50	102
50	2	4	4	2	4	4	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3,27	4	4	2	4	4	3,60	4	2	4	3	3,25	4	4	4	4	4	2	3,67	102
51	1	3	2	3	3	2	4	2	3	2	2	2	3	3	2	2,47	2	3	1	3	2	2,20	3	2	2	2	2,25	3	4	4	2	3	1	2,83	74
52	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3,60	3	3	4	3	4	3,40	3	3	3	4	3,25	4	4	4	4	4	3	3,83	107
53	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2,80	3	4	3	3	3	3,20	3	2	3	4	3,00	2	2	2	3	4	3	2,67	86
54	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	1,87	2	2	2	1	2	1,80	2	1	2	2	1,75	2	1	1	2	2	2	1,67	54

55	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2,80	3	4	3	3	3	3,20	3	2	3	4	3,00	2	2	2	3	4	3	2,67	86
56	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	1,87	2	2	2	1	2	1,80	2	1	2	2	1,75	2	1	1	2	2	2	1,67	54
57	4	3	4	4	1	4	3	3	1	1	4	3	1	3	3	2,80	4	4	4	1	4	3,40	1	1	4	3	2,25	1	3	3	4	4	4	3,17	87
58	3	3	3	3	1	3	1	1	1	1	3	2	1	1	3	2,00	3	3	3	3	3	3,00	1	1	3	2	1,75	1	1	1	3	3	3	2,00	64
59	4	1	3	4	1	3	4	1	1	2	3	3	1	4	3	2,53	3	4	3	3	3	3,00	1	2	3	3	2,25	1	4	4	3	1	4	2,83	79
60	3	2	3	3	4	3	1	3	3	1	3	3	4	1	3	2,67	3	3	3	3	3	3,20	3	1	3	3	2,50	4	1	1	3	2	4	2,50	81
61	2	2	3	2	2	3	1	1	3	1	3	2	2	1	3	2,40	3	3	3	3	3	3,40	3	1	3	2	2,25	2	1	1	3	2	2	1,83	63
62	3	4	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2,80	3	4	3	3	3	3,20	3	2	3	3	2,75	2	2	2	2	4	3	2,33	70
63	3	3	3	3	2	3	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2,67	3	3	3	3	3	3,20	3	3	3	3	2,75	2	1	1	3	3	3	2,17	75
64	3	1	3	3	1	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	1,93	3	1	3	3	3	2,40	3	3	3	3	2,00	1	1	1	3	1	3	1,67	60
65	1	2	3	2	1	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	1,93	3	2	1	2	3	2,20	3	3	3	3	2,25	1	1	1	3	2	1	1,50	58
66	4	4	3	4	3	3	1	3	4	2	3	3	3	3	3	3,00	3	4	4	4	3	3,60	3	3	3	3	3,25	3	1	1	3	4	4	2,67	92
67	4	3	3	4	2	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	2,93	3	3	3	3	3	3,20	3	3	3	3	2,75	2	4	4	3	3	4	3,33	91
68	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1,60	2	2	2	3	2	2,20	2	2	2	2	1,75	1	1	1	2	2	2	1,50	51
69	1	2	4	2	1	4	2	1	2	1	4	3	3	3	3	2,33	4	2	1	4	4	3,00	4	4	4	4	3,50	1	2	2	4	2	1	2,00	76
70	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3,00	3	3	4	4	3	3,40	3	3	3	3	3,25	4	3	3	3	3	4	3,33	101
71	4	4	3	3	1	3	1	1	1	1	4	3	3	3	3	2,40	4	4	3	3	3	3,40	4	4	4	4	3,00	1	1	1	4	4	3	2,33	79
72	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3,00	4	4	4	4	4	3,00	4	4	4	4	3,75	3	3	3	4	4	4	3,50	110
73	4	1	4	4	2	4	1	1	2	2	4	2	1	4	4	2,60	4	4	4	4	4	3,00	2	2	4	3	2,75	2	1	1	4	1	4	2,17	80
74	4	4	2	4	1	2	2	1	2	2	2	4	2	2	2	2,60	2	2	2	4	4	3,00	2	2	4	4	2,50	1	2	2	2	4	4	2,50	75
75	3	3	4	3	2	4	1	2	2	2	4	4	2	1	4	2,75	4	4	4	4	4	3,00	2	2	4	4	3,00	2	1	1	4	3	3	2,33	86
76	4	4	4	4	2	4	1	2	4	2	4	4	4	2	1	2,97	4	4	4	4	4	3,00	4	2	4	4	3,50	2	1	1	4	4	4	2,67	96
77	3	2	4	3	1	4	4	2	1	1	4	3	1	1	4	2,53	4	2	3	4	4	3,40	1	1	4	3	2,25	1	1	1	4	2	4	2,17	77
78	3	2	3	4	4	3	1	4	3	1	3	3	4	1	3	2,80	3	3	4	3	3	3,20	3	4	3	3	3,25	4	1	1	3	2	4	2,50	86
79	2	2	3	4	2	3	1	1	3	1	3	2	2	1	3	2,20	3	2	2	2	3	2,40	3	4	3	2	3,00	2	1	1	3	2	2	1,83	68
80	3	4	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2,20	2	4	3	4	2	3,00	2	2	2	2	2,00	1	2	2	2	4	3	2,33	70
81	3	3	3	3	2	3	1	1	3	3	3	2	2	1	3	2,40	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	2	2,75	2	1	1	3	3	3	2,17	75
82	3	1	3	3	1	3	1	1	1	3	3	1	1	1	3	1,93	3	1	3	3	3	2,60	1	3	3	1	2,00	1	1	1	3	1	3	1,67	60
83	4	2	4	4	1	4	2	1	1	2	3	3	1	2	4	2,53	4	2	4	4	4	3,60	1	2	4	3	2,50	1	2	2	4	2	4	2,50	81

84	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3,27	3	4	3	4	4	3,60	3	3	4	4	3,50	3	3	3	3	4	4	3,33	101
85	2	4	4	2	4	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3,40	4	4	2	4	4	3,60	4	2	4	3	3,25	4	4	4	4	4	2	3,67	104
86	1	3	2	3	3	2	4	2	3	2	2	2	3	3	2	2,47	2	3	1	3	2	2,20	3	2	2	2	2,25	3	4	4	2	3	1	2,83	74
87	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3,47	3	4	4	4	4	3,80	3	3	4	4	3,50	4	4	4	3	4	4	3,83	108
88	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2,80	3	3	3	3	3,20	3	2	3	4	3,00	2	2	2	3	4	3	2,67	86	
89	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	1,87	2	2	2	2	2	1,80	2	1	2	2	1,75	2	1	1	2	2	2	1,67	54
90	4	3	4	4	1	4	3	3	1	1	4	3	1	3	4	2,73	4	4	4	1	4	3,40	4	4	3	3,00	1	3	3	4	4	3	3,00	86	
91	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	2	3	4	2,67	3	4	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00	2	2	2	3	4	3	2,67	86
92	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2,00	2	2	2	1	2	1,80	2	2	2	2	1,75	2	1	1	2	2	2	1,67	54
93	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2,67	3	4	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00	2	2	2	3	4	3	2,67	84
94	4	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2,00	2	2	2	1	2	1,80	2	2	2	2	1,75	2	1	1	2	2	2	1,67	56
95	4	3	4	3	1	4	3	3	1	1	3	3	3	3	3	2,73	4	4	4	1	4	3,40	4	4	3	3,00	1	3	3	4	3	3	2,83	87	
96	3	3	3	3	1	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	2,00	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3	1,75	1	1	1	3	3	3	2,00	64
97	4	1	3	4	1	3	4	1	1	2	3	3	3	3	3	2,47	3	1	4	4	3	3,00	3	3	3	3	2,25	1	4	4	3	1	4	2,83	78
98	4	2	3	4	4	3	1	4	3	1	3	3	3	3	3	2,80	3	2	4	4	3	3,20	3	3	3	3	2,50	4	1	1	3	2	4	2,50	83
99	2	2	3	2	2	2	1	1	3	1	3	3	3	3	3	2,00	3	2	2	2	3	2,40	3	3	3	3	2,25	2	1	1	3	2	2	1,83	62
100	3	3	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2,07	2	4	3	4	2	3,00	2	2	2	2	2,00	1	2	2	2	4	3	2,33	68



Lampiran 6. Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul :

“Pengaruh penggunaan e-commerce, locus of control dan inovasi terhadap kinerja pada pelaku bisnis online mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam .”

Yang ditulis oleh :

Nama : Hadijah Sakmal

Nim : 19 040 0123

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada Ujian Munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Palopo, 28 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP. 19891207 201903 1 005

Lampiran 7 : Nota Dinas Pembimbing

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lampiran : -

Hal : Skripsi an. Hadijah Sakmal

Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan terhadap isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini

Nama : Hadijah Sakmal
NIM : 19041201127

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh penggunaan e-commerce, locus of control dan inovasi terhadap kinerja pada pelaku usaha mikro mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diujikan pada Ujian Munaqasyah

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Palopo, 28 Agustus 2023

Dosen Pembimbing


Edi Indra Setiawan, S.E.,M.M.
NIP : 19891207 201903 1 005

Lampiran 8 : Halaman Persetujuan Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengaruh Penggunaan e-commerce, Locus Of Control Dan Inovasi Terhadap Kinerja Pada Pelaku Bisnis Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam oleh Hadijah Sakmal Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0403 0127, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Rabu , tanggal 23 Agustus 2023 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

- TIM PENGUJI
1. Dr. Hj. Anita Marwan, S.H., M.HL. (Ketua Sidang Pengujian) Tanggal: 20 Agustus 2023
 2. Dr. Masina, S.E., M.EI (Pengaji I) Tanggal: 20 Agustus 2023
 3. Nurul Huda, S.FD., M.M (Pengaji II) Tanggal: 20 Agustus 2023
 4. Edy Indra Setiawan, S.E., M.M (Pengabing I/Pengaji) Tanggal: 20 Agustus 2023

Lampiran 9 : Nota Dinas Penguji

Dr. Fasiha, S.E., M.EI
Nurdin batjo, S.PT., M.M
Edi Indra Setiawan, S.E., M.M

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. :-

Hal : skripsi an. Hadijah Sakmal

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah menelaah naskah penelitian dan mengadakan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Hadijah Sakmal

NIM : 19 0403 0127

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan e-commerce, sistem kontrol dan inovasi terhadap kinerja pada penjualan online mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian Munaqabah.

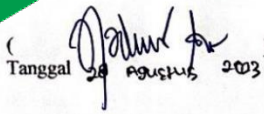
Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wasalamu 'alaikum wr. wb.

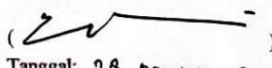
1. Dr. Fasiha, S.E., M.EI
Penguji I

()
Tanggal: 28 Agustus 2023

2. Nurdin Batjo, S.PT., M.M
Penguji II

()
Tanggal: 28 Agustus 2023

3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M
Pembimbing I /Penguji

()
Tanggal: 28 Agustus 2023

Lampiran 10: Google Formulir

PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE, LOCUS OF CONTROL DAN INOVASI TERHADAP KINERJA BISNIS PADA PELAKU BISNIS ONLINE (MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM)

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir mata kuliah Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PALOPO sedang melaksanakan penelitian yang berjudul "Pengaruh Penggunaan E-commerce, Locus of Control dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis pada Pelaku Bisnis Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam". Untuk menyelesaikan studi S1 Saya sebagai Ekonomis mohon kesediaan saudara/saudari untuk meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner dibawah ini. Hasil dari jawaban anda akan dirahasiakan dan akan sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, terimakasih atas dukungan dan partisipasi dalam pengisian kuesioner ini.

Adapun persyaratan pengisian kuesioner:

- Mahasiswa FEBI
- Pelaku bisnis online

docs.google.com

hadijah0127_mhs19@iainpalopo.ac.id [Ganti akun](#)

Tidak dibagikan

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

NAMA *

Jawaban Anda

JENIS KELAMIN *

Perempuan

Laki-laki

USIA *




18-20 Tahun

21-25 Tahun

PROGRAM STUDI *

Jawaban Anda

Lampiran 11: Surat Izin Meneliti

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Talpon : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN

NOMOR : 598/IP/DPMPSTSPV/2023

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 2023 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2018 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : HADIJAH SAKMAL
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : Jl. Balandi Kota Palopo
 Pekerjaan : Mahasiswa
 NIM : 1904000127

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dan dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

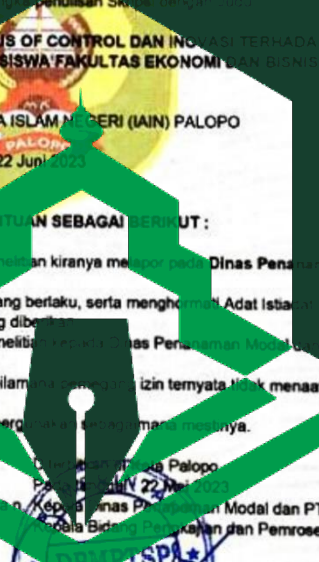
PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE MEDIUMS OF CONTROL DAN INOVASI TERHADAP KINERJA BISNIS PADA PELAKU BISNIS ONLINE (MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM)

Lokasi Penelitian : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
 Lamanya Penelitian : 22 Mei 2023 s.d. 22 Juni 2023

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penanaman kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat masyarakat setempat.
3. Penelitian tidak menimbulkan dampak negatif yang dibebankan kepada masyarakat.
4. Menyerahkan 1 (satu) eksemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bila dalam pelaksanaan izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



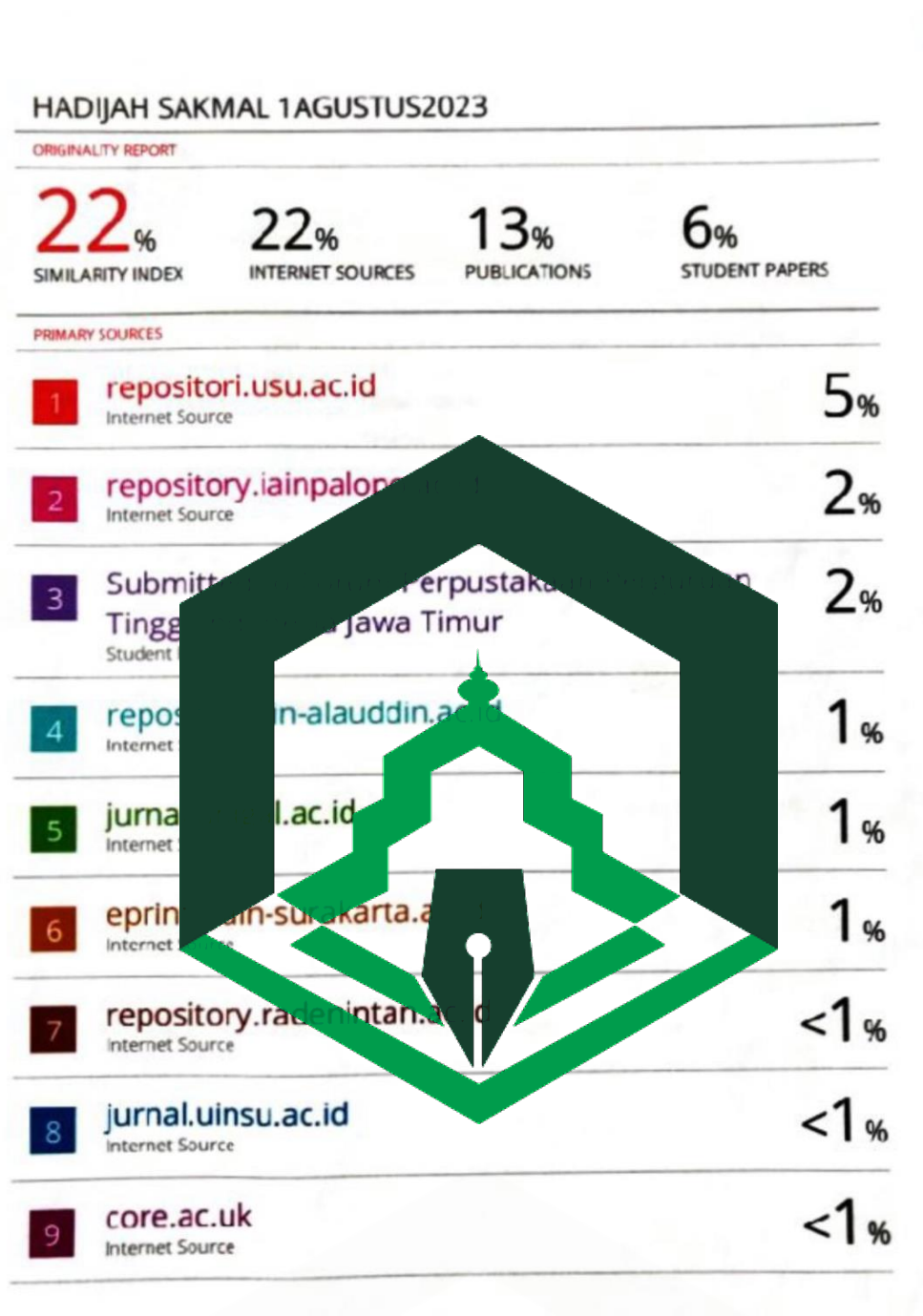
Kota Palopo, 22 Mei 2023
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Kota Bidang Perizinan dan Penroseesan Perizinan PTSP

ERICK A. SIAU S. SPS
 Pangkat: Pengata Tk.I
 NIP : 19830414 200701 1 005

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel.
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

Lampiran 12 : Hasil Cek Turnitin



RIWAYAT HIDUP



Hadijah Sakmal, lahir di Lanipa pada tanggal 20 Desember 2001. Penulis merupakan anak kelima dari enam bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Sakmal dan ibu Radiana. Saat ini bertempat tinggal di Desa Lanipa Kec. Ponrang Selatan, Kab. Luwu. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2013 di SDN 54 Lanipa. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 3 Bupon hingga tahun 2016. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Bolopa. Setelah lulus SMA di tahun 2019, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang diteluni yaitu program studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contact Person penulis: ijazakmal532@gmail.com

ⁱ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*

