

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Internet terhadap Peningkatan Kinerja UKM Menggunakan Metode *Structural Equation Modelling*

Rizki Masyita Sari, Syarifa Hanoum.

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

Jl. Arief Rahman Hakim, Surabaya 60111

E-mail: syarifa@ie.its.ac.id

Abstrak— Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang sangat diperhitungkan di Indonesia karena kontribusinya yang sangat besar bagi perekonomian negara. Namun dibalik kesuksesan UKM ini, terdapat masalah/hambatan yang dihadapi oleh UKM sehingga membuat usaha-usaha tersebut masih belum bisa berkembang secara maksimal. Salah satu kelemahan dari UKM adalah terbatasnya kapabilitas dan agresifitas dari pemilik maupun pekerja UKM dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan bisnis mereka, terutama dalam hal penggunaan internet. Perlu disadari bahwa di era globalisasi yang sudah tanpa batas ini, semua jenis usaha harus dapat berlomba-lomba untuk bersaing dipasar manapun, penggunaan internet di UKM menjadi hal yang sangat penting agar mereka juga dapat ikut bersaing dipasar manapun. Melalui internet, UKM juga dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan, dan efisiensi pertukaran informasi dalam skala besar. Hal inilah yang mendorong penulis melakukan penelitian mengenai penggunaan internet di UKM.

Penelitian ini dimulai dengan penyebaran kuisioner, pengolahan statistik deskriptif, serta melakukan pengujian mengenai pengaruh *motivation*, *competitive*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *self efficacy*, dan *computer/internet anxiety* terhadap penggunaan internet di UKM, serta pengaruh penggunaan internet di UKM terhadap peningkatan kinerja UKM menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *motivation from CEO*, *competitive*, *perceived usefulness*, dan *self efficacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel *perceived ease of use* dan *computer/internet anxiety* ternyata tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel penggunaan internet di UKM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja UKM.

Kata Kunci : Usaha Kecil Menengah (UKM); *Structural Equation Modelling* (SEM); Penggunaan Internet; Peningkatan Kinerja

I. PENDAHULUAN

USAHA Kecil Menengah atau yang sering disebut dengan UKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian satu negara maupun daerah, begitu pula yang terjadi di Indonesia. UKM memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian bangsa, karena perannya yang sangat strategis dalam pencapaian tujuan-tujuan nasional, seperti pertumbuhan ekonomi, pengurangan kemiskinan, demokratisasi ekonomi, penciptaan lapangan kerja, penguatan *industrial base*, penguatan struktur ekonomi lokal, keseimbangan antar sektor dan subsektor, serta serangkaian sasaran-sasaran sosial dan politik dalam pembangunan nasional.

Dibalik kesuksesan peran UKM dalam pencapaian tujuan nasional, ternyata masih saja terdapat banyak hambatan yang dialami UKM, sehingga UKM masih belum mampu membawa Indonesia keluar dari krisis ekonomi yang berkepanjangan. Salah satu kelemahan dari UKM adalah terbatasnya kapabilitas dan agresifitas dari pemilik maupun pekerja UKM dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan bisnis mereka, terutama dalam hal penggunaan internet. Terdapat beberapa faktor yang dapat menghambat penggunaan internet di UKM, diantaranya adalah ketidaksesuaian proses bisnis, keterbatasan pengetahuan dalam hal penggunaan internet, keterbatasan kemampuan managerial dalam penggunaan internet, keterbatasan jumlah komputer dan koneksi internet, kurangnya kepercayaan dan keamanan dalam pemanfaatan internet, serta besarnya biaya pengembangan dan pemeliharaan komputer [1]. Penggunaan internet di era globalisasi ini menjadi sangatlah penting, karena di era yang sudah tanpa batas ini setiap jenis usaha dapat berlomba-lomba untuk bersaing dipasar manapun. Oleh karena itu, UKM diharapkan dapat sesegera mungkin mulai memanfaatkan teknologi internet untuk mendukung aktivitas bisnisnya, terutama dalam hal memperluas jaringan informasi, agar

mereka menjadi tak terbatas lagi dan tidak mudah dikalahkan oleh kompetitor mereka.

Dibalik kesuksesan UKM ini, ternyata masih saja terdapat banyak hambatan yang dialami UKM, sehingga UKM masih belum mampu membawa Indonesia keluar dari krisis ekonomi yang berkepanjangan. Salah satu kelemahan dari UKM adalah terbatasnya kapabilitas dan agresifitas dari pemilik maupun pekerja UKM dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan bisnis mereka, terutama dalam hal penggunaan internet. Terdapat beberapa faktor yang dapat menghambat penggunaan internet di UKM, diantaranya adalah ketidaksesuaian proses bisnis, keterbatasan pengetahuan pemilik maupun pegawai UKM dalam hal penggunaan internet, keterbatasan kemampuan managerial dalam penggunaan internet, keterbatasan jumlah komputer dan koneksi internet, kurangnya kepercayaan dan keamanan dalam pemanfaatan internet, serta besarnya biaya pengembangan dan pemeliharaan komputer [1]. Penggunaan internet di era globalisasi ini menjadi sangatlah penting, karena di era yang sudah tanpa batas ini setiap jenis usaha dapat berlomba-lomba untuk bersaing dipasar manapun. Oleh karena itu, UKM diharapkan dapat sesegera mungkin mulai memanfaatkan teknologi internet untuk mendukung aktivitas bisnisnya, terutama dalam hal memperluas jaringan informasi, agar mereka menjadi tak terbatas lagi dan tidak mudah dikalahkan oleh kompetitor mereka.

UKM dapat menggunakan internet untuk keperluan komunikasi, promosi, maupun riset. Dalam hal komunikasi, internet dapat digunakan sebagai media komunikasi dengan berbagai pihak, misalnya saja antara pihak UKM dengan *supplier*. Salah satu cara komunikasi antara pihak UKM dan *supplier* ini dapat dengan memanfaatkan *e-mail*. Untuk kebutuhan promosi, internet dapat digunakan sebagai sarana promosi jasa atau produk yang ditawarkan oleh UKM. Sarana promosi melalui internet dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya dengan memanfaatkan website, mailing list, maupun chat. Sedangkan untuk keperluan riset, internet dapat digunakan sebagai media untuk mencari ide-ide baru dalam memperkuat mutu dari produk atau jasa yang mereka hasilkan. Pernyataan diatas secara tidak langsung mengindikasikan bahwa walaupun penggunaan internet bukan satu-satunya cara untuk memperbaiki performansi bisnis, namun penggunaan internet di UKM ternyata dapat memberi efek yang positif terhadap peningkatan kinerja sebuah UKM. Melihat banyaknya keuntungan yang dapat diperoleh UKM dalam pemanfaatan teknologi internet, maka penelitian ini dilakukan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan internet di UKM, serta mengkaji bagaimana dampak penggunaan internet terhadap peningkatan kinerja sebuah UKM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui indikator yang berpengaruh terhadap variabel *motivation*, *competitive*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*,

self efficacy dan *computer/internet anxiety*. Selanjutnya, untuk mengetahui pengaruh penggunaan internet terhadap peningkatan kinerja di UKM.

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu dapat meningkatkan kesadaran UKM-UKM lainnya untuk mulai menggalakkan penggunaan internet dalam mendukung kegiatan operasional bisnis mereka.

Pembahasan penelitian ini dibatasi pada responden yang telah menggunakan internet untuk mendukung aktivitas bisnis mereka selama minimum 3 bulan.

II. METODE PENELITIAN

II.1 Tahap Identifikasi Masalah

Pada tahap ini dilakukan identifikasi permasalahan yang terjadi. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana memodelkan indikator-indikator dari setiap variabel yang mempengaruhi penggunaan teknologi internet di UKM serta bagaimana pengaruh dari penggunaan internet tersebut bagi peningkatan kinerja usaha kecil menengah (UKM).

Indikator Variabel Penelitian :

1. *Motivation*

Motivasi dari seorang CEO memiliki pengaruh yang besar dalam penggunaan internet di usaha kecil dan menengah [2]. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur faktor motivasi dari CEO yang mempengaruhi penggunaan internet adalah sebagai berikut:

- Persepsi bahwa internet dapat membantu aktivitas bisnis.
- Partisipasi dalam pengadopsian internet.
- Persepsi mengenai dampak penggunaan internet terhadap performansi.

2. *Competitive*

Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur faktor kompetitif yang mempengaruhi penggunaan internet [3], diantaranya adalah:

- Pengaruh dari konsumen.
- Pengaruh dari *supplier*.
- Pengaruh dari kompetitor.

3. *Perceived Usefulness*

Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel *perceived usefulness*, antara lain:

- Internet dapat memudahkan dalam pencarian informasi lebih cepat.
- Internet dapat membantu mencari informasi secara tepat dan akurat.
- Internet dapat membantu mencari sebanyak-banyaknya informasi yang dibutuhkan.

4. *Perceived Ease of Use*

Kemudahan dalam menggunakan internet ini mempengaruhi penggunaan internet di UKM [4], terdapat beberapa indikator yang membangun variabel ini, diantaranya adalah:

- Mudah untuk digunakan.
- Dapat mahir menggunakannya dalam waktu cepat.
- Mudah untuk mempelajari penggunaannya.
- Interaksi dengan internet jelas dan dapat dimengerti.

5. *Self Efficacy*

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel *perceived ease of use*, antara lain:

- Internet dapat membantu mencari sebanyak-banyaknya informasi yang dibutuhkan.
- Internet dapat memudahkan dalam pencarian informasi lebih cepat.
- Internet dapat membantu mencari informasi secara tepat dan akurat.

6. *Computer/Internet Anxiety*

Rasa khawatir dalam menggunakan internet ini mempengaruhi seseorang untuk menggunakan internet [5]. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel *computer/internet anxiety*, antara lain:

- Merasa gelisah (takut) dalam menggunakan komputer/internet.
- Merasa ketakutan karena salah menekan satu tombol saja dapat menghilangkan/merusak informasi (data).
- Merasa khawatir/takut membuat kesalahan yang tidak dapat diperbaiki.

7. *Penggunaan Internet*

Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel penggunaan internet, antara lain:

- Seberapa sering menggunakan internet dalam mendukung aktifitas bisnis.
- Seberapa puas menggunakan internet di usaha mereka.
- Seberapa nyaman menggunakan internet di usaha mereka.

8. *Peningkatan Kinerja*

Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel peningkatan kinerja, antara lain:

- Peningkatan jumlah rekan bisnis/mitra yang dimiliki oleh UKM setelah menggunakan internet.
- Peningkatan jumlah pesanan yang diterima setelah menggunakan internet.
- Peningkatan jumlah produksi setelah menggunakan internet.
- Peningkatan pendapatan (omzet) yang diperoleh UKM setelah menggunakan internet.
- Peningkatan profit yang diperoleh UKM setelah menggunakan internet.
- Peningkatan skala bisnis yang dialami UKM setelah menggunakan internet.

II.2 *Pengumpulan Data*

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan internet bagi peningkatan kinerja UKM. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner pada UKM yang berada dibawah naungan LPB Mitra Bersama. Penyebaran kuisisioner ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana efek yang dirasakan oleh pemilik dan pegawai di UKM setelah menggunakan internet.

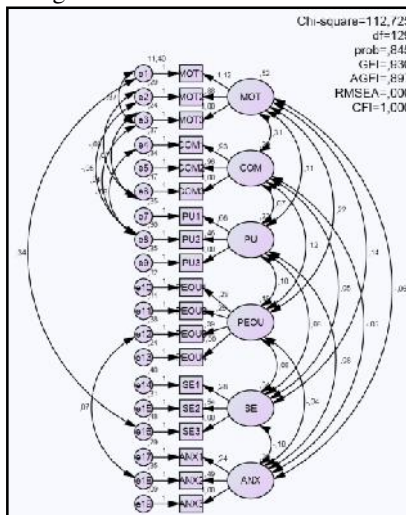
II.3 *Pengolahan Data*

Pada tahap pengolahan data ini, seluruh data yang telah diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner akan diolah menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan software. Namun sebelumnya, akan dilakukan pengolahan statistik deskriptif serta uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji multikolinearitas untuk pemenuhan asumsi dalam SEM.

III. HASIL DAN DISKUSI

A. *Confirmatory Factor Analysis* Konstruk-Konstruk Eksogen

Pengukuran konstruk eksogen ini dilakukan terhadap keenam variabel laten dimana terdapat total sembilan belas indikator, masing-masing variabel indikator diwujudkan dalam beberapa pertanyaan dalam kuisisioner yang telah disebar. Berikut ini merupakan hasil dari model *confirmatory factor analysis* untuk konstruk-konstruk eksogen.



Gambar 1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen

Untuk melihat apakah model CFA yang dibangun sudah baik atau tidak, dapat dilihat dari hasil pengujian *godness of fit* pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1 Hasil *Goodness of Fit* Konstruk-Konstruk Eksogen

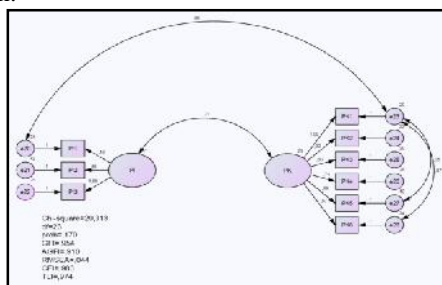
Goodness-of-fit	Cut-off	Hasil	Keputusan
-----------------	---------	-------	-----------

Indices		Estimasi	
Chi square (χ^2)	478,70	112,73	Good Fit
Significance Prob	$\geq 0,1$	0,85	Good Fit
GFI	$\geq 0,9$	0,93	Good Fit
AGFI	$\geq 0,9$	0,9	Good Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,03	Good Fit
CFI	$\geq 0,9$	0,95	Good Fit

Berdasarkan hasil pengujian *godness of fit* diatas, dapat diketahui bahwa seluruh kriteria yang ada telah memenuhi *cut-off value*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model sudah baik, terbukti bahwa terdapat kesesuaian antara input observasi dengan prediksi dari model yang diajukan.

B. Confirmatory Factor Analysis Konstruk-Konstruk Endogen

Pengukuran konstruk eksogen ini dilakukan terhadap kedua variabel laten dimana terdapat total sembilan indikator, masing-masing variabel indikator diwujudkan dalam beberapa pertanyaan dalam kuisioner yang telah disebar. Berikut ini merupakan hasil dari model *confirmatory factor analysis* untuk konstruk-konstruk endogen.



Gambar 2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen

Untuk melihat apakah model CFA yang dibangun sudah baik atau tidak, dapat dilihat dari hasil pengujian *godness of fit* pada Tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2 Hasil *Goodness of Fit* Konstruk-Konstruk Eksogen

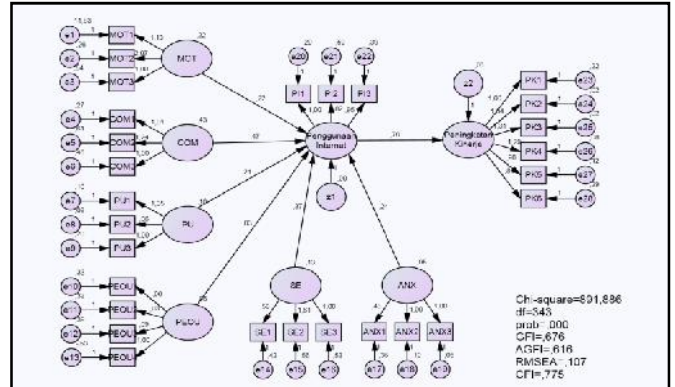
Goodness-of-fit Indices	Cut-off	Hasil Estimasi	Keputusan
Chi square (χ^2)	411,67	29,31	Good Fit
Significance Prob	$\geq 0,1$	0,170	Good Fit
GFI	$\geq 0,9$	0,954	Good Fit
AGFI	$\geq 0,9$	0,9	Good Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,044	Good Fit
CFI	$\geq 0,9$	0,98	Good Fit

Berdasarkan hasil pengujian *godness of fit* diatas, dapat diketahui bahwa seluruh kriteria yang ada telah memenuhi

cut-off value. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model sudah baik, terbukti bahwa terdapat kesesuaian antara input observasi dengan prediksi dari model yang diajukan.

C. Structural Equation Modelling

Setelah melakukan *confirmatory factor analysis* pada konstruk-konstruk eksogen dan konstruk-konstruk endogen, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan pengolahan *structural equation modelling* pada model secara keseluruhan. Berikut ini merupakan hasil dari pengujian model struktural.



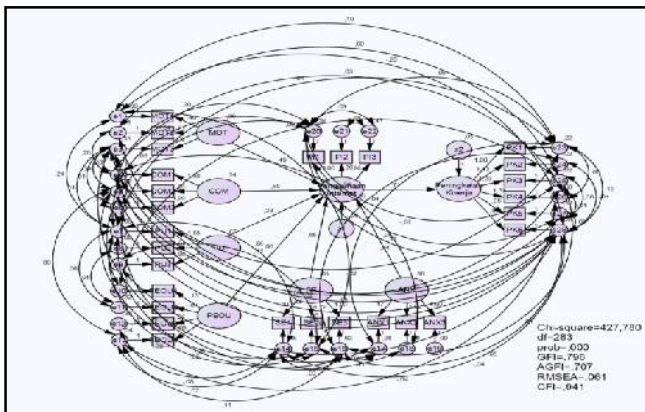
Gambar 3 Hasil Pengujian *Full Model Structural*

Untuk melihat apakah hasil pengujian full model yang telah dibangun sudah baik atau tidak, dapat dilihat pada hasil *godness of fit* full model structural pada Tabel 3 dibawah ini

Tabel 3 Hasil *Goodness of Fit* Full Model Structural

Goodness-of-fit Indices	Cut Off	Hasil Estimasi	Keputusan
Chi square (χ^2)	2819,88	891,88	Fit
Significance Prob	$\geq 0,1$	0,00	Not Fit
GFI	$\geq 0,9$	0,68	Not Fit
AGFI	$\geq 0,9$	0,62	Not Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,11	Not Fit
CFI	$\geq 0,9$	0,78	Marginal Fit

Berdasarkan Tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa terdapat kriteria *godness of fit* yang belum memenuhi *cut off value* nya, sehingga dapat disimpulkan bahwa masih belum terdapat kesesuaian antara input observasi dengan prediksi dari model yang telah dibuat. Oleh karena itu perlu dilakukan modifikasi terhadap model yang telah dibuat agar kesesuaian model dapat tercapai. Hasil modifikasi full model struktural dapat dilihat pada Gambar 4 dibawah ini:



Gambar 4 Modifikasi Hasil Pengujian Full Model Structural

Hasil *goodness of fit* pada model yang telah dimodifikasi ini menunjukkan hasil yang baik. Walaupun masih terdapat kriteria yang tergolong *marginal fit*, namun hasil estimasinya sudah mendekati *cut of value* yang disyaratkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat kesesuaian antara input observasi dengan prediksi dari model yang dibuay dan dapat disimpulkan bahwa model struktural ini dapat diterima.

Tabel 4 Hasil Modifikasi Goodness of Fit Full Model Structural

Goodness-of-fit Indices	Cut-off	Hasil Estimasi	Keputusan
Chi square (χ^2)	2819,88	463,033	Good Fit
GFI	$\geq 0,9$	0,80	Marginal Fit
AGFI	$\geq 0,9$	0,71	Marginal Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,06	Good Fit
CFI	$\geq 0,9$	0,94	Good Fit

Setelah model dinyatakan fit dengan data yang ada, maka selanjutnya harus dianalisis besaran dan tingkat signifikansi parameter estimasi konstruk eksogen dan endogen dalam model. Berikut merupakan hasil analisis faktor loading yang telah dilakukan:

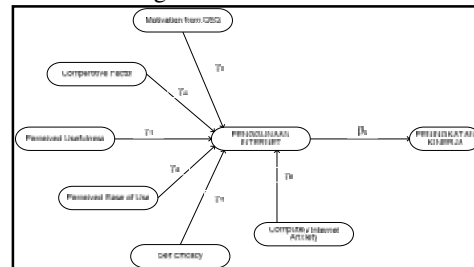
Tabel 5 Factor Loading Analysis Full Model

Hubungan Konstruk Eksogen dengan Endogen	Std Loading Factor	C.R	p	Keterangan
Penggunaan Internet <--- MOT	0,62	4,06	0,00	Signifikan
Penggunaan Internet <--- COM	0,72	4,66	0,00	Signifikan
Penggunaan Internet <--- PU	0,21	2,22	0,03	Signifikan

Hubungan Konstruk Eksogen dengan Endogen	Std Loading Factor	C.R	p	Keterangan
Penggunaan Internet <--- PEOU	0,08	0,5	0,62	Tidak Signifikan
Penggunaan Internet <--- SE	0,26	2,08	0,04	Signifikan
Penggunaan Internet <--- ANX	-0,6	-7,03	0,00	Signifikan
Peningkatan Kinerja <--- Penggunaan Internet	0,78	8,23	0,00	Signifikan

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat disimpulkan bahwa terdapat satu hubungan kausal yang tidak terbukti berhubungan langsung secara signifikan, yaitu hubungan antara *perceived ease of use* dengan penggunaan internet. Hal ini terlihat dari *p-value* yang bernilai di atas 10%.

Pada hasil modifikasi full model structural ini, didapatkan diagram jalur baru, yaitu seperti yang tertera pada Gambar 5 sebagai berikut.



Gambar 5 Hasil Pengujian Full Model Structural

Melalui diagram jalur hasil modifikasi tersebut dapat dibentuk suatu persamaan struktural baru yaitu sebagai berikut.

$$\text{Penggunaan Internet} = \gamma_1 \text{ motivation from CEO} + \gamma_2 \text{ competitive} + \gamma_3 \text{ perceived usefulness} + \gamma_4 \text{ perceived ease of use} + \gamma_5 \text{ self efficacy} - \gamma_6 \text{ computer/internet anxiety}$$

$$\text{Peningkatan Kinerja} = \beta_1 \text{ penggunaan internet}$$

Berikut ini merupakan persamaan struktural dengan memberikan koefisien regresi yang telah diperoleh melalui Tabel 4.22.

$$\text{Penggunaan Internet} = 0,62 \text{ motivation from CEO} + 0,72 \text{ competitive} + 0,21 \text{ perceived usefulness} + 0,08 \text{ perceived ease of use} + 0,26 \text{ self efficacy} - 0,6 \text{ computer/internet anxiety}$$

self efficacy - (-0,6)
 computer/internet anxiety
 Peningkatan Kinerja = 0,78 penggunaan internet

D. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang ada. Pengujian hipotesis ini dilihat dari nilai C.R dan nilai p hasil pengujian. Hasil keputusan pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 6 dibawah ini.

Tabel 6 Keputusan Hasil Pengujian Hipotesis

	Keputusan
Hipotesis 1	Terima Ho
Hipotesis 2	Terima Ho
Hipotesis 3	Terima Ho
Hipotesis 4	Tolak Ho
Hipotesis 5	Terima Ho
Hipotesis 6	Terima Ho
Hipotesis 7	Terima Ho

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Variabel *motivation from CEO* terbukti berpengaruh positif sebesar 0,62 dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel *competitive* terbukti berpengaruh positif sebesar 0,72 dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel *perceived usefulness* terbukti berpengaruh positif sebesar 0,21 dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel *perceived ease of use* terbukti tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel *self efficacy* terbukti berpengaruh positif sebesar 0,26 dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel *computer/internet anxiety* terbukti berpengaruh negatif sebesar -0,6 dan signifikan terhadap penggunaan internet di UKM. Variabel penggunaan internet terbukti berpengaruh positif sebesar 0,78 dan signifikan terhadap peningkatan kinerja di UKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] OECD. Promoting Entrepreneurship And Innovative Smes In A Global Economy: Towards A More Responsible And Inclusive Globalization : ICT, E-BUSINESS AND SMEs, 2nd OECD Conference Of Ministers Responsible For Small And Medium-Sized Enterprises (Smes), Organisation For Economic Co-Operation And Development (OECD) (2004)
- [2] Poon, S., & Swatman, P.M.C. Small Business Use of The Internet. *International Marketing Review*, 14(5), 385-402 (1997).
- [3] Sadowski, B.M., Maitland, C., & van Dogen, J. Strategic use of internet by small and medium sized companies: *An exploratory study. Information Economics and Policy*, 14(1), 75-93 (2002).
- [4] Geven, D., Straub D. The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of E-Commerce Adoption. *Journal of Association for Information Systems*. Vol 1. No.8 (2000).
- [5] Tjandra, Ronowati. Computer Anxiety Dari Perspektif Gender dan Pengaruhnya Terhadap Keahlian Pemakai Komputer Dengan Variabel Moderasi Locus of Control. Undip. Semarang (2007).