



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Persepsi Pegawai mengenai *Information Technology Infrastructure* serta Pengaruhnya terhadap *Knowledge Sharing Intention* di PT X

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Yohana Eunice

2017320141

Bandung

2021



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Persepsi Pegawai mengenai *Information Technology Infrastructure* serta Pengaruhnya terhadap *Knowledge Sharing Intention*

Skripsi

Oleh

Yohana Eunice

2017320141

Pembimbing

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Yohana Eunice
Nomor Pokok : 2017320141
Judul : Persepsi Pegawai mengenai *Information Technology Infrastructure*
serta pengaruhnya terhadap *Knowledge Sharing Intention* di PT X

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 04 Juli 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Sanerya Hendrawan, Ph.D. :

Sekretaris
Yoke Pribadi Komarius, S.AB., M.Si. :

9 Agustus 2021

Anggota
Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA. :

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Format penulisan pernyataan

Pernyataan

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Yohana Eunice

NPM : 2017320141

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Persepsi Pegawai mengenai Information Technology Infrastructure serta Pengaruhnya terhadap Knowledge Sharing Intention di PT X

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 14 Juli 2021



Yohana Eunice

ABSTRAK

Nama : Yohana Eunice

NPM : 2017320141

Judul : Persepsi Pegawai mengenai *IT Infrastructure* serta Pengaruhnya terhadap
Praktek *Knowledge Sharing Intention* di PT X

Salah satu jenis dalam industri kreatif adalah bisnis media *broadcasting*. Bisnis media *broadcasting* memanfaatkan *knowledge management* dalam memproduksi program TV. *knowledge management* yang dilakukan berupa pengumpulan informasi yang dapat menjadi dasar dalam pembuatan konten program TV. Namun karena tidak tersedianya media pengumpulan data atau bank data sehingga pembuatan konten program TV memakan waktu yang lebih lama. Melalui penelitian ini, pengaruh *IT Infrastructure* dijabarkan terhadap *knowledge sharing intention* di PT X.

Beberapa dimensi yang diteliti antara lain *IT Infrastructure* terhadap dimensi *network*, *hardware*, *software*, *procedure*, *support staf*, *database* dan kemudahan serta dimensi *knowledge sharing intention* antara lain kedekatan dan jenis *knowledge*. Dalam penelitian ini, menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah 40 responden yang terdiri dari 47,50% staf departemen kreatif dan 52,50% staf departemen non - kreatif. Data - data hasil penyebaran kuesioner yang telah terkumpul kemudian diolah menjadi sebuah informasi yang dapat berguna untuk melakukan analisis penelitian dengan bantuan regresi linear sederhana untuk melihat persepsi *IT Infrastructure* terhadap praktek *knowledge sharing intention* pada PT X. Berdasarkan hasil regresi linear tersebut, dapat dilihat bahwa pada variabel *IT Infrastructure* dimensi *network* dan *software* sudah tersedia dan dimensi *database* belum tersedia. Sedangkan, untuk variabel *knowledge sharing intention* dimensi kedekatan sudah terlaksana baik dan jenis *knowledge* perlu untuk ditingkatkan. Sehingga penelitian ini dapat disimpulkan bahwa di PT X *IT Infrastructure* tidak berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention*.

Kata Kunci: *Knowledge Management*, *IT Infrastructure*, *Knowledge Sharing Intention*

ABSTRACT

Name : Yohana Eunice

NPM : 2017320141

Title : *Employee's Perceptions of Information Technology Infrastructure and its Influence on Knowledge Sharing Intention Practices at PT X*

One type in the creative industry is the broadcasting media business. The broadcasting media business utilizes knowledge management in producing TV programs. Knowledge management is carried out in the form of gathering information that can be used as the basis for creating TV program content. However, due to the unavailability of data collection media or data banks, the creation of TV program content takes longer. Through this research, the influence of IT Infrastructure is described on knowledge sharing intention at PT X.

Some of the dimensions studied include IT Infrastructure on the dimensions of network, hardware, software, procedures, support staff, databases and convenience as well as the dimensions of knowledge sharing intention, including proximity and types of knowledge. In this study, using quantitative methods with a total of 40 respondents consisting of 47.50% creative department staff and 52.50% non-creative department staff. The data from the questionnaires that have been collected are then processed into information that can be useful for conducting research analysis with the help of simple linear regression to see IT Infrastructure's perception of the practice of knowledge sharing intention at PT X. Based on the results of the linear regression, it can be seen that in IT Infrastructure variables network and software dimensions are available and database dimensions are not yet available. Meanwhile, for the variable of knowledge sharing intention, the dimension of proximity has been implemented well and the type of knowledge needs to be improved. So this research can be concluded that PT X IT Infrastructure has no effect on knowledge sharing intention.

Keywords: *Knowledge Management, IT Infrastructure, Knowledge Sharing Intention*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, rahmat dan kasihNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Pegawai mengenai *Information Technology Infrastructure* serta Pengaruhnya terhadap Praktek *Knowledge Sharing Intention* di PT X”. Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Strata 1 Program Studi Ilmu Administrasi, Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa dalam pengerjaan penulisan skripsi ini, masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan namun penulis berharap kiranya skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan juga pembaca. Selama proses pengerjaan skripsi, penulis telah mendapat doa, bimbingan dan dukungan sehingga pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar - besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah Memberkati dan membimbing penulis dalam proses pengerjaan skripsi
2. Kedua orangtua penulis dan kedua adik penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan dan semangat kepada penulis
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan ilmu, arahan, dukungan dan kesabaran kepada penulis untuk membimbing dalam proses pengerjaan skripsi
4. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan
5. Pihak PT X yang sudah meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam proses pengambilan data
6. Jessica Winarto, Chiara, Kezia Abigail, Chiara, Agres Lestari, selaku teman penulis yang selalu memberi dukungan, motivasi dan yang selalu ada saat penulis membutuhkan bantuan
7. Rebeka Valensia selaku kakak sepupu penulis yang selalu memberikan

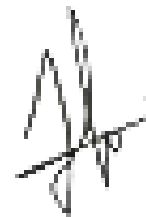
dukungan dan memberikan masukan kepada penulis

8. Floren dan Viviana selaku teman sebangunan yang selalu memberikan dukungan dan membantu penulis dalam pengerjaan skripsi

9. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan tetapi, penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 14 Juli 2021
Penulis



Yohana Eunice

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Objek Penelitian	6
1.4 Visi dan Misi perusahaan.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Industri Kreatif	8
2.2 Bisnis Media <i>Broadcasting</i>	8
2.2.1 Sejarah Stasiun TV	9
2.2.2 Tahap produksi program televisi	10
2.3 <i>IT Infrastructure</i>	13
2.3.1 <i>IT Infrastructure Competency</i>.....	13
2.3.2 Pengertian IT Infrastructure	15
2.3.3 Komponen IT Infrastructure.....	15
2.4 <i>Knowledge Management</i>	18
2.4.1 <i>Knowledge sharing</i>.....	19
2.4.2 Faktor pendukung dalam <i>knowledge sharing intention</i>	20
2.4.3 Dua jenis pengetahuan.....	20
2.4.4 Dimensi proses pengetahuan	21
2.4.5 Dua dimensi <i>knowledge sharing intention</i>	22
2.5 Hubungan Kemudahan <i>IT Infrastructure</i> dengan <i>Knowledge Sharing Intention</i> ..	22
2.6 Metode penelitian	23
2.6.1 Model Penelitian	24

2.6.2 Jenis Penelitian	24
2.6.3 Jenis data	25
2.7 Teknik pengumpulan data.....	25
2.8 Populasi.....	26
2.9 Skala Pengukuran	26
2.10 Teknik Pengumpulan Sampel.....	27
2.11 Teknik analisis data	27
2.11.1 Tabulasi	27
2.11.2 Uji validitas: korelasi Bivariate Pearson (Produk Moment Pearson)	28
2.11.4 Uji normalitas	29
2.11.5 Uji Heteroskedastisitas	29
2.11.6 Uji Regresi Linier Sederhana	30
2.12 Variabel Penelitian.....	30
2.13 Operasional Variabel	31
2.14 Hipotesis	34
BAB III	36
Hasil dan Pembahasan	36
3.1 Profil Responden	36
3.2 Teknik pengumpulan dan proses pengumpulan data:	38
3.2.1 Tabulasi Data	38
3.2.2 Uji Validitas	49
3.2.3 Uji Reliabilitas	51
3.2.4 Uji Normalitas	51
3.2.5 Uji Heteroskedastisitas	52
3.2.6 Regresi Linear Sederhana	53
3.2.7 Uji Hipotesis	55
3.2.8 Koefisien Determinasi	57
3.2.9 Analisa Deskriptif	58
BAB IV	60
Kesimpulan Akhir, Rekomendasi, dan Implikasi	60
4.1 Kesimpulan Akhir	60
4.2 Rekomendasi.....	60
4.3 Implikasi	61
Daftar Pustaka	62
Lampiran	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 3. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 3. 3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	37
Tabel 3. 4 Profil Responden Berdasarkan Departemen.....	38
Tabel 3. 5 Tabulasi Data Silang <i>IT Infrastructure</i>	39
Tabel 3. 6 Tabulasi Data Variabel <i>Knowledge Sharing Intention</i>	43
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel ITI	49
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Variabel KS	50
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Hasil Uji Normalitas	52
Gambar 3. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Gambar 3. 3 Hasil Pengolahan Data	54
Gambar 3. 4 Hasil Pengolahan Data	56
Gambar 3. 5 Hasil Koefisien Determinasi	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri kreatif merupakan bidang industri yang terdiri dari individu yang memiliki bakat, kemampuan dan kreativitas yang menghasilkan sebuah produk berupa benda dan gagasan atau ide yang menarik. Kreativitas menjadi hal paling penting dalam industri ini. Kreativitas merupakan kemampuan atau imajinatif seseorang untuk menghasilkan pengetahuan yang baru (Aca et al., 2015). Dengan memiliki kreativitas, dapat menghasilkan inovasi atau ide pemikiran yang dapat memengaruhi kualitas produk yang dihasilkan (Wahjudewantia et al., 2021).

Bisnis media *broadcasting* salah satu wujud dari industri kreatif karena bisnis media *broadcasting* terdiri dari ide - ide kreatif yang disusun dan dibuat dengan menarik (Wulandari & Bastian, 2019). Bisnis media *broadcasting* merupakan penyiaran gabungan dalam bentuk gambar dan suara yang menggunakan sinyal radio agar dapat diterima secara serentak oleh masyarakat. Dalam bisnis media *broadcasting*, ide kreatif yang dimiliki oleh individu akan disusun atau dikemas dengan cara yang menarik agar dapat diterima dan dinikmati oleh masyarakat. Sehingga dapat dikatakan, keberhasilan bisnis media *broadcasting* dapat bergantung pada kreativitas sumber daya manusia (Hidayat, 2015).

Sehingga, pada bisnis media *broadcasting* dibagi menjadi dua departemen yaitu departemen kreatif dan non - kreatif. Departemen kreatif memiliki peran

penting dalam mempertahankan rating program TV dengan membuat ide atau konsep program, menentukan *host*, membuat *rundown*, dan *briefing*. Selain itu, departemen kreatif dibantu dengan departemen non - kreatif dalam memproduksi program TV yang berperan dalam proses produksi seperti, peminjaman alat untuk pengambilan gambar, studio dan *cameraman*, mengatur seluruh *crew* dan penentuan biaya dan juga jadwal *crew*. Dapat dikatakan, koordinasi dalam departemen kreatif dan departemen non - kreatif memiliki peran yang sangat penting dalam memproduksi program televisi. (Wulandari & Bastian, 2019). Jika berbagi pengetahuan dilakukan dengan baik maka pengetahuan dan kemampuan antar individu dapat saling melengkapi sehingga hal ini dapat meningkatkan kinerja individu dan juga organisasi (Hidayat, 2015).

Setiap bisnis media *broadcasting* memiliki karakteristik sebagai komponen pembeda dari yang lain seperti target penonton, konten program TV, dan lain sebagainya tergantung pada tujuan perusahaan. (P. E. Wicaksono, 2019). Hal ini menjadi tugas utama tim kreatif untuk melakukan riset mengenai strategi yang akan dilakukan seperti menentukan target penonton, naskah yang menarik, format acara, isi acara, trik untuk mendapatkan perhatian penonton, interaksi dengan penonton, dan lain sebagainya (Wulandari & Bastian, 2019) sehingga dapat disimpulkan bahwa di perusahaan bisnis media *broadcasting* membutuhkan *knowledge management* yang baik dalam berbagi pengetahuan antar rekan kerja (Hidayat, 2015). Selain itu, Wabah COVID-19 yang terjadi hampir dua tahun ini dan belum juga menunjukkan terjadinya pemulihan bahkan semakin meningkat jumlah kasusnya (CNN Indonesia, 2021), berhasil mengubah perilaku

masyarakat seperti dalam hal menonton televisi, jam berolahraga, dan lain sebagainya (Mediatama, 2020). Hal ini membuat perusahaan bisnis media *broadcasting* perlu mengetahui perubahan pola hidup yang terjadi sehingga dapat memberikan tayangan program televisi yang diminati dan jam tayang yang sesuai (Mediatama, 2020).

Dalam bisnis media *broadcasting*, kreativitas dapat diperoleh melalui pengalaman, pendidikan, *internship*, komunitas dan interaksi sosial. Dari beberapa sumber pengetahuan tersebut yang dialami oleh masing-masing individu dapat menjadi sumber untuk melakukan berbagi pengetahuan di perusahaan dan hasil dari berbagi pengetahuan tersebut akan menghasilkan sebuah ide kreatif yang berguna bagi perusahaan. Memiliki kreativitas sangat penting dikarenakan dengan adanya kreativitas, individu dapat mendorong hadirnya kualitas yang semakin maju pada generasi selanjutnya. Kreativitas atau pengetahuan (*tacit knowledge*) yang dimiliki individu tersebut dapat diubah menjadi *explicit knowledge* sehingga dapat dengan mudah dibagikan. Mengubah dari pengetahuan yang dimiliki oleh individu atau *tacit knowledge* menjadi *explicit knowledge* yang dapat berupa dokumen perusahaan merupakan proses dari *knowledge management* ((Mayasari & Chandra, 2020).

Knowledge management merupakan proses dari mengumpulkan, menyimpan dan berbagi pengetahuan. Berdasarkan pengertian tersebut, berbagi pengetahuan (*knowledge sharing intention*) merupakan salah satu komponen dalam *knowledge management* (manajemen pengetahuan) (Islam et al., 2015). Dalam bisnis media *broadcasting*, terdapat beberapa faktor yang mendukung

knowledge sharing intention atau niat berbagi pengetahuan yaitu, motivasi yang berasal dari dalam diri sendiri tanpa mengutamakan keuntungan yang didapatkan biasanya seseorang akan merasa senang jika dapat membantu orang lain yang membutuhkan, motivasi untuk mendapatkan keuntungan (penghargaan, bonus dan promosi) hal ini terjadi karena individu takut jika melakukan berbagi pengetahuan nilai yang ia miliki akan berkurang (Utari et al., 2017).

Dalam *knowledge management*, *IT Infrastructure* berfungsi dalam beberapa hal yaitu, sebagai alat untuk menciptakan pengetahuan yang baru, alat untuk mengubah pengetahuan dari *tacit* menjadi *explicit* sehingga mudah diakses dan dibagikan, dan sebagai alat berbagi pengetahuan (*knowledge sharing intention*) sehingga dapat meningkatkan kinerja individu (Pérez- López & Alegre, 2012). Dengan memanfaatkan *IT Infrastructure* salah satu manfaat yang dapat dihasilkan adalah kemudahan dan kecepatan dalam proses penciptaan, *transfer* pengetahuan dan penerapan pengetahuan sehingga dapat memengaruhi niat berbagi pengetahuan dan juga dapat mengambil keputusan yang tepat bagi organisasi (Bagheri et al., 2015).

PT X merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bisnis media *broadcasting* yang berlokasi di Jakarta. PT X menghasilkan produk berupa tayangan program televisi yang dimana ide - ide kreatif menjadi hal yang paling penting. PT X memiliki karakteristik *News Television Magazine*, *adventurous*, dan *entertainment* oleh sebab itu, PT X memproduksi program TV yang memiliki konten pengetahuan atau informasi, hiburan dan petualangan. Dalam membuat konten Program TV yang menarik tersebut, PT X memiliki divisi *production* yang

berperan dan bertanggung jawab terhadap konten program TV. Tidak hanya departemen kreatif saja yang memiliki peran penting dalam memproduksi program TV, tetapi di PT X juga terdapat departemen non - kreatif yang berperan dalam proses produksi seperti tata letak atribut, *background*, proses perjanjian dan lain sebagainya yang berhubungan dengan perlengkapan untuk produksi program TV sehingga kedua departemen ini membutuhkan interaksi antar individu dan koordinasi yang baik karena dapat untuk saling melengkapi sehingga dapat memproduksi program TV yang menarik.

Dalam memproduksi program TV, divisi *production* terlebih dahulu perlu melakukan beberapa riset mengenai hal-hal seperti penentuan konten, penentuan kerja sama dengan artis, peminjaman alat dan lain sebagainya yang berhubungan dengan proses produksi. Dalam memenuhi kebutuhan riset tersebut departemen kreatif memiliki tugas untuk mencari informasi mengenai konten yang akan di produksi. Sebelum memulai produksi sebuah program TV, dilakukan rapat bersama anggota *crew* departemen kreatif untuk menentukan konten yang akan diproduksi. Dalam rapat tersebut, staf dapat menyalurkan ide-ide kreatif yang mereka miliki dan mempresentasikan hasil riset yang telah didapatkan. Hasil rapat tersebut kemudian dibuat dengan cara manual. Hal ini menimbulkan masalah penyimpanan data dimana belum adanya bank data.

Departemen non - kreatif juga memiliki masalah yang sama dengan penyimpanan data. Departemen ini berhubungan dengan dokumen dalam proses peminjaman alat, penentuan jadwal *talent* dan shift kerja, dan lain-lain. Dalam kebutuhan tersebut, dibutuhkan pendataan yang jelas dan arsip yang lengkap demi

kelancaran proses produksi. Penyimpanan manual yang masih dilakukan menyebabkan kualitas pengarsipan kurang baik sehingga ada kemungkinan data hilang dan sulit dicari. Semua permasalahan tersebut terjadi dikarenakan PT X belum memiliki bank data yang dapat digunakan sebagai salah satu sumber ketika akan memproduksi sebuah program TV yang baru. Oleh sebab itu, para staf perlu memulai melakukan pencarian dari awal dan akan memakan waktu lebih lama. Berdasarkan penjelasan tersebut, melalui penelitian ini diharapkan dapat menganalisa pengaruh *IT Infrastructure* terhadap *knowledge sharing intention* di PT X.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat dua hal yang dapat diidentifikasi berdasarkan persepsi departemen PT X untuk dibahas lebih lanjut yaitu:

1. Bagaimana persepsi pegawai terhadap *IT Infrastructure* perusahaan?
2. Bagaimana praktek *knowledge sharing intention* oleh pegawai di perusahaan?

1.3 Objek Penelitian

Perusahaan X merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang bisnis media *broadcasting* dan memiliki berbagai macam program televisi yang menarik. PT X ini memiliki lokasi di Jakarta. Perusahaan ini, memiliki perkembangan yang sangat baik sehingga dapat mempertahankan eksistensinya diantara banyaknya pesaing. Perusahaan ini menyajikan program televisi yang

berkonsep *News Television Magazine, adventurous, dan entertainment*.

1.4 Visi dan Misi perusahaan

Visi:

- a. Menjadi perusahaan yang bergerak dibidang bisnis media *broadcasting* terbaik di Indonesia dan Asean
- b. Berkomitmen mempertahankan moral dan budaya kerja untuk memberikan yang terbaik dan dapat diterima oleh *stakeholder*.

Misi:

- a. Mengubah kualitas tayangan bermoral yang menarik bagi masyarakat dan mitra kerja sehingga dapat menjaga keutuhan bangsa serta nilai - nilai demokrasi.
- b. Mengubah kualitas tayangan bermoral yang menarik bagi masyarakat dan mitra kerja sehingga dapat menjaga keutuhan bangsa serta nilai - nilai demokrasi.

1.5 Tujuan Penelitian

Mengetahui adanya pengaruh hubungan *IT Infrastructure* dengan *knowledge sharing intention* di PT X.