

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
INTISARI	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Motivasi Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Kontribusi Penelitian	8
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.2 Kerangka Berfikir	25
2.13 Penelitian Terdahulu	26
2.14 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Jenis dan Sumber Data	31

3.3	Definisi Operasional Variabel	31
3.4	Populasi dan Sampel	33
3.5	Instrumen Penelitian	35
3.6	Teknik Pengumpulan Data	35
3.7	Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Deskripsi Responden Penelitian	40
4.2	Deskripsi Data	51
4.3	Pengujian Hipotesis	52
4.4	Pembahasan	58
BAB V SIMPULAN		64
5.1	Kesimpulan	64
5.3	Keterbatasan Penelitian	65
5.4	Implikasi	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 3.2	Skala Likert	36
Tabel 3.3	Hasil Uji Coba Kuesioner	39
Tabel 4.1	Distribusi Responden Menurut Posisi.....	40
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	41
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Modal Usaha	42
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	43
Tabel 4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Tipe Usaha.....	44
Tabel 4.6	Distribusi Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	46
Tabel 4.7	Distribusi Responden Berdasarkan Usaha Dijalankan	47
Tabel 4.8	Distribusi Responden Berdasarkan Familiar dengan E-Commerce	49
Tabel 4.9	Distribusi Responden Berdasarkan Sosial Media.....	50
Tabel 4.10	Distribusi Responden Berdasarkan Penggunaan E-Commerce	51
Tabel 4.11	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	53
Tabel 4.13	Outer Loadings	55
Tabel 4.14	Construct Reliability	56
Tabel 4.15	Path Coefficients.....	57
Tabel 4.16	Nilai R Square.....	57
Tabel 4.17	Model Fit.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Rerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1	Grafik Distribusi Responden Menurut Posisi.....	45
Gambar 4.2	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	46
Gambar 4.3	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Modal Usaha.....	47
Gambar 4.4	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha	48
Gambar 4.5	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Tipe Usaha	50

Gambar 4.6	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	52
Gambar 4.7	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Usaha Dijalankan.....	53
Gambar 4.8	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Familiar dengan E-Commerce	54
Gambar 4.9	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Sosial Media	55
Gambar 4.10	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Penggunaan E- Commerce.....	56
Gambar 4.11	Probability Plot.....	58
Gambar 4.12	Model Hubungan Antarvariabel Penelitian	59