

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	i
LEMBARAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan Penelitian	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	15
1.6. Lingkup Penelitian	17
1.7. Sistematika Penulisan	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
2.1. Landasan Teori	19
2.1.1. Pemasaran Digital	19
2.1.2. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) ..	22
2.1.3. Pertumbuhan Bisnis	26
2.1.3.1. Teori Sumber Daya Berbasis (Resource-Based View)	28
2.1.4. Program Sosial Shopee	35
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu	38
2.2.1. Studi tentang Adopsi Teknologi oleh UMKM	38
2.2.2. Dampak Pemasaran Digital pada UMKM	57
2.3. Perumusan Hipotesis	65
2.3.1. Kepercayaan pada Teknologi Digital & Adopsi Alat Pemasaran Program Sosial Shopee oleh UMKM	66
2.3.2. Persepsi Kemudahan Penggunaan Teknologi Digital & Adopsi Alat Pemasaran Program Sosial Shopee oleh UMKM	69
2.3.3. Pengaruh Sosial & Adopsi Alat Pemasaran Program Sosial Shopee oleh UMKM	71
2.3.4. Kondisi Pendukung & Adopsi Alat Pemasaran Program Sosial Shopee oleh UMKM	74
2.3.5. Adopsi Alat Pemasaran Program Sosial Shopee & Pertumbuhan Bisnis Online UMKM	76
2.4. Model Penelitian	82

BAB III METODE PENELITIAN	87
3.1. Desain Penelitian	87
3.2. Metoda Pengumpulan Data.....	89
3.3. Desain Pengambilan Sampel	90
3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	92
3.5. Instrumen Penelitian	93
3.6. Analisis Statistik Deskriptif	96
3.7. Pengujian Instrumen Penelitian.....	98
3.7.1. Uji Reliabilitas.....	99
3.7.2. Uji Validitas	100
3.8. Pengujian Hipotesis	102
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	104
4.1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	104
4.1.1. Uji Reliabilitas.....	105
4.1.2. Uji Validitas	107
4.1.2.1. Uji Validitas Konvergen.....	108
4.1.2.2. Uji Validitas Diskriminan	110
4.1.3. Uji Kolinearitas	114
4.2. Pengumpulan Data	116
4.3. Profil Responden	118
4.4. Analisis Statistik Deskriptif	125
4.5. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	133
4.6. Uji Kecocokan Model	141
4.7. Uji Hipotesis.....	143
4.8. Efek Tidak Langsung (Indirect Effect).....	149
4.9. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	152
4.9.1. Hipotesis 1	153
4.9.2. Hipotesis 2	156
4.9.3. Hipotesis 3	159
4.9.4. Hipotesis 4	162
4.9.5. Hipotesis 5	164
BAB V KESIMPULAN	167
5.1. Kesimpulan	167
5.2. Implikasi Manajerial.....	169
5.3. Keterbatasan Penelitian	175
5.4. Saran Penelitian.....	177
DAFTAR PUSTAKA	179

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	92
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	94
Tabel 3.3 Klasifikasi Interpretatif Nilai Rata-Rata (Mean) per Variabel	98
Tabel 4.1 Hasil Uji Reliabilitas.....	106
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Konvergen	108
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker Criterion).....	110
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan (<i>Cross Loadings</i>).....	111
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Diskriminan (<i>Heterotrait Monotrait Ratio</i>)	113
Tabel 4.6 Hasil Uji Kolinearitas	115
Tabel 4.7 Demografi Responden	119
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	126
Tabel 4.9 Interpretasi Nilai Rata-Rata (Mean) per Variabel.....	133
Tabel 4.10 Uji Kolinearitas	134
Tabel 4.11 Hasil R-square	135
Tabel 4.12 Hasil f-square.....	139
Tabel 4.13 Nilai Relevansi Prediktif	140
Tabel 4.14 Hasil Uji Model Fit	142
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Jalur	144
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Indirect Effect</i>	150
Tabel 4.17 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	152

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	82
Gambar 4.1 Hasil Uji Hipotesis	147

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	184
--	-----