

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Tujuan.....	6
Manfaat	7
TINJAUAN PUSTAKA	8
Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional	8
Promosi dalam Komunikasi Pemasaran	10
<i>Technologi Acceptance Model (TAM)</i>	14
LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	18
Landasan Teori.....	18
Hipotesis.....	21
Model Penelitian	21
MATERI DAN METODE	23
Materi	23
Metode	26
PEMBAHASAN	33
Karakteristik Responden	33
Tingkat Persepsi Responden.....	39
Uji Validitas dan Uji Reabilitas	44
Hasil Uji Hipotesis.....	49
KESIMPULAN DAN SARAN	56
Kesimpulan.....	56
Saran.....	57
RINGKASAN	58
DAFTAR PUSTAKA	61



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PENERAPAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DALAM ANALISIS SIKAP DAN NIAT
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK
PROMOSI PANGAN PRODUK PETERNAKAN**

AEDELLINA SENDY WIDYASWARA, Dr. Ir. Suci Paramitasari Syahlani, MM., IPM.; Ir.F. Trisakti Haryadi, M.si.,Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UCAPAN TERIMA KASIH.....	65
LAMPIRAN.....	67