

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
INTISARI.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Alasan Pemilihan Judul.....	1
A.1. Aktualitas.....	1
A.2. Orisinilitas	2
A.3. Relevansi	6
B. Latar Belakang.....	8
C. Perumusan Masalah	16
D. Tujuan Penelitian.....	17
D.1. Tujuan Substansial.....	17
D.2. Tujuan Operasional.....	18
E. Manfaat Penelitian.....	18
F. Tinjauan Pustaka	19
F.1 UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dan Adopsi <i>E-commerce</i>	19
F.2. <i>Theory of Planned Behaviour</i>	25
BAB II.....	32

METODE PENELITIAN.....	32
A. Metode dan Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian	33
C. Unit Analisis dan Teknik Penentuan Informan	34
D. Teknik Pengambilan Data	42
E. Teknik Analisis Data.....	46
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	49
BAB III.....	54
DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN	54
A. Dinamika UMKM di Kabupaten Sleman	54
B. Profil Rumah Kreatif Sleman	58
C. Profil Pengusaha	61
1. Online Penuh	61
2. Campuran (Online dan Offline).....	65
BAB IV	70
FAKTOR-FAKTOR PENDORONG ADOPSI E-COMMERCE	70
4.1 Perkembangan Tren.....	71
4.2 Harga Murah.....	78
4.3 Perluasan Pasar	83
4.4 Loyalitas Konsumen.....	90
4.5 Kemudahan Pengoperasian	100
4.6 Keterampilan Berdagang	107
BAB V.....	113
PENUTUP	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	124