UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengadopsian Platform E-commerce Shopee oleh UMKM Indonesia
NOVIA RAHMA S, Sumiyana, Dr., Msi., Ak., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

Halaman Judul i
Surat Keterangan Pengganti Lembar Pengesahan ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiasi iii
Kata Pengantar iv
Halaman Persembahan vi
Daftar Isi viii
Daftar Tabel xi
Daftar Gambar xii
Daftar Lampiran xiii
Intisari xiv
Abstract xv

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Pertanyaan Penelitian 6
1.4 Tujuan Penelitian 6
1.5 Motivasi Penelitian 7
1.6 Manfaat Penelitian 7
1.7 Ruang Lingkup dan Batasan Penelititian 9
1.8 Sistematika Penulisan 9

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 12
2.1 Landasan Teori 12
2.1.1 Pengadopsian Platform *E-commerce* 12
2.1.2 Technology-Organization-Environment (TOE) framework 13
2.3 Perumusan Hipotesis 14
2.3.1 Technology Context 14
2.3.2 Organization Context 16
2.3.3 *Environment Context* 17
2.4 Model Penelitian 19

BAB III METODE PENELITIAN 20
3.1 Model Penelitian 20
3.2 Populasi dan Sampel 20
3.2.1 Populasi 20

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengadopsian Platform E-commerce Shopee oleh UMKM Indonesia
NOVIA RAHMA S, Sumiyana, Dr., Msi., Ak., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.2.2 Sampel 21
3.2.3 Metode Pengambilan Sampel 21
3.3 Metode Pengumpulan Data 22
3.3.1 Metode Analisis Data 22
3.3.2 Uji Realiabilitas 23
3.4 Variabel Peneltian dan Definisi Operasional Variabel 23
3.4.1 Variabel Dependen 23
3.4.2 Variabel independen 24
3.5 Uji Asumsi Klasik 28
3.5.1 Uji Normalitas 28
3.5.2 Uji Multikolinieritas 29
3.5.3 Uji Heteroskedastisitas 29
3.5.4 Pengujian Hipotesis 29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 31
4.1 Deskripsi Data 31
4.1.1 Responden Penelitian 31
4.1.2 Karakteristik Responden 32
4.1.3 Analisis Statistik Deskriptif 33
4.2 Uji Kualitas Data 37
4.2.1 Uji Validitas Data 37
4.2.2 Uji Reliabilitas 39
4.3 Uji Asumsi Klasik 40
4.3.1. Uji Normalitas 40
4.3.2 Uji Multikolinieritas 41
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas 42
4.4 Pengujian Hipotesis 44
4.4.1 Hasil Uji F 45
4.4.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi 46
4.4.3. Hasil Uji T 46
4.5. Pembahasan 50
4.5.1. Pengaruh *Relative Advantage* terhadap Pengadopsian Platform *E-commerce* Shopee 51
4.5.2. Pengaruh *Compatibility* terhadap Pengadopsian Platform *E-commerce* Shopee 52
4.5.3 Pengaruh *Top Management Support* terhadap Pengadopsian Platform *E-commerce* Shopee 53
4.5.4. Pengaruh *Technological Competance* terhadap Pengadopsian Platform *E-commerce* Shopee 54
4.5.5 Pengaruh *Competitor Pressure* terhadap Pengadopsian Platform *E-commerce* Shopee 55
4.5.6 Pengaruh *Customer Pressur*e terhadap Pengadopsian Platform *E-commerce* Shopee 56
4.6 Temuan Penelitian 56

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengadopsian Platform E-commerce Shopee oleh UMKM Indonesia
NOVIA RAHMA S, Sumiyana, Dr., Msi., Ak., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 63
5.1 Kesimpulan 63
5.2 Implikasi Penelitian 63
5.2.1 Implikasi Teori 63
5.2.2 Implikasi Praktis 64
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran 65

Daftar Pustaka 67

Lampiran 70

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian 70

Lampiran 2 Hasil Analisis Data Menggunakan IBM SPSS 79