

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR DIAGRAM

INTISARI

Abstract

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Manfaat Penelitian 7

BAB II KERANGKA TEORI

2.1 *Electronic Commerce (E-commerce)* 9

2.2 Kesiapan (*readiness*) Penerapan *E-commerce* 14

2.3 Kerangka Berfikir 25

BAB III METODE PENELITIAN



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Kesiapan Penggunaan E-Commerce Sebagai Strategi Pemasaran Industri Kreatif (Studi Pada UKM Sentra Industri Kripik di Jalan Pagar Alam Desa Segala Mider, Kecamatan Tanjung Karang Barat, Kotamadya Bandar Lampung)

TRIA RIALISA, Drs. Yuyun Purbokusumo, M.Si

3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Instrumen Penelitian	28
3.3 Populasi dan Teknik Sampling	30
3.4 Sumber Data yang diperlukan	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Teknik pengolahan Data	32
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen	32
3.8 Teknik Analisis Data	33
3.9 Lokasi Penelitian	34
3.10 Pencarian Responden	34

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	36
4.1.1. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung	36
4.2 Deskripsi Data	41
4.2.1 Identitas Responden	41
4.3 Analisis Data	43
4.3.1 Teknologi dan Infrastruktur ICT	43
4.3.2 Proses (penggunaan dan integrasi ICT)	46
4.3.3 IT Benefits	51
4.3.4 Motivasional	52
4.3.5 Iklim Organisasi	55
4.3.6 Keahlian dan Sumber Daya Manusia	57



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Kesiapan Penggunaan E-Commerce Sebagai Strategi Pemasaran Industri Kreatif (Studi Pada UKM Sentra Industri Kripik di Jalan Pagar Alam Desa Segala Mider, Kecamatan Tanjung Karang Barat, Kotamadya Bandar Lampung)

TRIA RIALISA, Drs. Yuyun Purbokusumo, M.Si

4.3.7 Kebijakan dan Peraturan Pemerintah 59

4.4 Pembahasan 67

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 75

5.2 Saran 77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN