

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.5 Batasan Masalah.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS	12
2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	12
2.2 Pengadopsian Sosial Media dan <i>E-commerce</i>	14
2.3 Faktor-faktor Pengaruh Adopsi	14
2.3.1 Faktor Kesesuaian.....	15
2.3.2 Faktor Efektivitas Biaya	17
2.3.3 Faktor Kepercayaan	18
2.3.4 Faktor Interaktivitas	19
2.4 ShopeeFood.....	19
2.5 Dampak Sosial Media Dalam Kinerja Organisasi	20
2.6 Kerangka Pemikiran	22
2.7 Studi Litelatur Penelitian Terkait	25
2.8 Hipotesis.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.2 Instrumen Penelitian	28
3.3 Metode Penelitian	29
3.4 Penentuan Ukuran Sampel	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.1 Wawancara	32
3.5.2 Kuesioner	32
3.5.3 Dokumentasi.....	33
3.6 Teknik Pengukuran Data.....	33
3.7 Teknik Analisis Data	34
3.7.1 Uji Validitas Data	34
3.7.2 Uji Reliabilitas Data	38
3.7.3 Pengujian Asumsi	39
3.7.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	41
3.7.5 Pengujian Hipotesis	42
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Gambaran Umum Responden	46
4.1.2 Uji Asumsi Klasik	50
4.1.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	52
4.1.4 Pengujian Hipotesis	55
4.1.5 Uji Koefisien Determinasi	58
4.2 Pembahasan	59
4.2.1 Pengaruh Faktor Kesesuaian	59
4.2.2 Pengaruh Faktor Efektivitas Biaya	61
4.2.3 Pengaruh Faktor Kepercayaan.....	62
4.2.4 Pengaruh Faktor Interaktivitas	64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
RIWAYAT HIDUP	74
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2. Instrumen Penelitian.....	28
Tabel 3. Skoring Skala Likert.....	34
Tabel 4. Uji Validitas Faktor Kesesuaian (X1)	35
Tabel 5. Uji Validitas Faktor Efektivitas Biaya	36
Tabel 6. Uji Validitas Faktor Kepercayaan.....	36
Tabel 7. Uji Validitas Faktor Interaktivitas.....	37
Tabel 8. Uji Validitas Efektivitas Penggunaan (Y)	37
Tabel 9. Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	39
Tabel 10. Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 11. Usia Responden.....	47
Tabel 12. Pendidikan Responden	48
Tabel 13. Lama Bergabung Dengan ShopeeFood.....	49
Tabel 14. Uji Normalitas.....	50
Tabel 15. Uji Multikolonieritas	51
Tabel 16. Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 17. Regresi Linear Berganda	53
Tabel 18. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	55
Tabel 19. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	58
Tabel 20. Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sepuluh Negara Asia dengan Pengguna Internet Terbesar (Juli 2022)	1
Gambar 2. Proporsi UMKM Memanfaatkan Teknologi Digital	3
Gambar 3. Jumlah UMKM di Kota Depok	4
Gambar 4. Platform E-Commerce Paling Dipercaya dan Diandalkan UMKM	6
Gambar 5. Faktor Pengaruh Pengadopsian Sosial Media	15
Gambar 6. Kerangka Pemikiran Penelitian	23
Gambar 7. Tahapan Penelitian	30