

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Kampung UKM Digital PT Telekomunikasi Indonesia	1
1.1.2 Kampung UKM Digital Rajut Binong.....	2
1.1.3 Wilayah UKM yang Termasuk Kampung Digital di Bandung	3
1.1.4 Kondisi Wilayah Kampung Digital	4
1.1.5 Pelatihan UKM untuk Menjadi Kampung Digital.....	4
1.1.6 Implementasi Kegiatan Kampung Digital	5
1.1.7 Konsep Kampung Digital	5
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	6
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Pertanyaan Penelitian	13
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Manfaat Penelitian	15
1.6.1 Aspek Teoritis.....	15
1.6.2 Aspek Praktis	15
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	16
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	17
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	17
2.1.1 <i>Digital Mastery</i>	17

2.1.2 <i>Value Chain Management</i>	21
2.1.3 <i>Business Growth</i>	36
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Kerangka Pemikiran	46
2.3.1 Pengaruh Indeks Digital Terhadap <i>Business Growth</i>	46
2.4 Hipotesis Penelitian	48
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	51
2.5.1 Variabel dan Sub variable Penelitian.....	51
2.5.2 Lokasi dan Obyek Penelitian	51
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Karakteristik Penelitian	53
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	55
3.2.1 Variabel	55
3.2.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	56
3.3 Tahapan Penelitian	67
3.4 Populasi dan Sampel.....	68
3.4.1 Populasi	68
3.4.2 Sampel	69
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	69
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data	69
3.5.2 Sumber Data	70
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	70
3.6.1 Validitas.....	70
3.6.2 Reliabilitas	74
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	75
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	75
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	77
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	78
3.7.4 Uji Hipotesis	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Karakteristik Responden.....	85

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	87
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan.....	88
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	89
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pedapatan Usaha Perbulan	90
4.2 Hasil Analisis Deskriptif	91
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Organisasi/Perusahaan	92
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Store Presence</i>	95
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Support</i>	97
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Knowledge Development and Decision Making</i>	99
4.2.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Marketing and Sales</i>	101
4.2.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Relationship</i>	103
4.2.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Internal Communication</i>	105
4.2.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Ecosystem Engagement</i>	107
4.2.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Digital Revenue</i>	109
4.2.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Business Growth</i>	110
4.2.11 Visualisasi Statistik Deskriptif Menggunakan <i>Spider Mapping</i>	113
4.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	115
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	115
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda	121
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi	124
4.3.4 Pengujian Hipotesis	125
4.4 Pembahasan Penelitian	133
<u>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</u>	141
5.1 Kesimpulan.....	141
5.2 Saran	143
DAFTAR PUSTAKA.....	145
LAMPIRAN	149