

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi E-Commerce di Indonesia	4
Gambar 1.2 Nilai Ekonomi Digital Negara Asia Tenggara	5
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia Tahun 2019-2029	6
Gambar 1.4 Ekonomi internet di Asia Tenggara pada tahun 2023	6
Gambar 1.5 Kontribusi UMKM atas PDB di Beberapa Negara	7
Gambar 1.6 Kontribusi UMKM Atas PDB di Beberapa Negara	7
Gambar 1.7 Jumlah UMKM Go Digital	8
Gambar 1.8 10 Provinsi dengan Jumlah Usaha <i>E-Commerce</i> Terbanyak di Indonesia	9
Gambar 1.9 Data Penerapan <i>E-Commerce</i> Pada UMKM di Jawa Barat Tahun 2021	10
Gambar 1.10 Daerah dengan Penjual UMKM Melalui <i>E-commerce</i> Terbanyak Tahun 2019-2021	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	64
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	74
Gambar 3.2 Skoring dan Indeks pada Skala	80
Gambar 3.3 Daerah Penolakan dan Penerimaan Uji Hipotesis dengan Nilai $\alpha = 0,05$	83
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	86
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	87
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	88
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>Platform E-Commerce</i> yang dipakai	89
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan <i>E-Commerce</i>	90
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Sektor Usaha	91
Gambar 4.8 Garis Kontinum Variabel <i>Performance Expectancy</i>	95
Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel <i>Effort Expectancy</i>	98

Gambar 4.10 Garis Kontinum Variabel <i>Social Influence</i>	101
Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel <i>Facilitating Condition</i>	104
Gambar 4. 12 Garis Kontinum Variabel Niat Penggunaan.....	107