

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Pasar Tradisional Desa Ciparay.....	1
1.1.2 Struktur Organisasi.....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu .....	14
2.1.1 Pasar, Pasar Tradisional dan Pasar Desa .....	14
2.1.2 Pasar Digital .....	15
2.1.3 UMKM dan Kontribusi Terhadap Perekonomian di Indonesia .....	15
2.1.4 Pengertian Strategi dan Manfaat .....	16
2.1.5 Manajemen Strategis .....	18
2.1.6 Proses Manajemen Strategis.....	18
2.1.7 Implementasi Strategi.....	19
2.1.8 Dimensi Implementasi Strategi .....	19
2.1.9 Hambatan atau Kendala Dalam Implementasi Strategi.....	19

2.1.10 Peran Teknologi Dalam Perkembangan Manusia .....	20
2.1.11 Teori Perubahan Sosial.....	21
2.1.12 Transformasi Digital.....	23
2.1.13 Elemen Transformasi Digital.....	24
2.1.14 Teknologi Digital Untuk Mengubah Model Bisnis .....	24
2.1.15 Realitas Pasar Tradisional dan Perubahannya.....	25
2.1.16 Faktor Pendorong Terjadinya Transformasi Digital.....	25
2.1.17 Faktor Yang Mempengaruhi Transformasi Digital .....	26
2.1.18 Budaya Digital Pasar Tradisional.....	28
2.1.19 Disrupsi Digital Sebagai Bagian Dari Kesiapan Transformasi Digital .....	28
2.1.20 Model Adopsi Teknologi.....	29
2.1.20.1 <i>Technology Readiness Index</i> (TRI) .....	29
2.1.20.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	31
2.1.20.3 <i>Technology Readiness and Acceptance Model</i> (TRAM).....	33
2.1.20.4 Faktor <i>Technology Readiness Index</i> (TRI) sebagai Frase Konsekuen Model <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	34
2.1.21 <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	35
2.1.22 <i>Structural Equation Modeling and Partial Least Square</i> (SEM PLS) .....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran .....	58
2.4 Hipotesis .....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>61</b>
3.1 Karakteristik Penelitian .....	61
3.1.1 Tujuan Penelitian .....	62
3.1.2 Paradigma Penelitian .....	62
3.1.3 Metode Penelitian .....	64
3.1.3.1 Tahapan Penelitian.....	64
3.1.3.2 <i>Structural Equation Model</i> (SEM) .....	64
3.1.3.3 Rumusan Strategi Formulasi.....	65
3.2 Variabel Penelitian.....	66
3.2.1 Operasional Variabel .....	66
3.2.2 Skala Pengukuran .....	67
3.3 Pengumpulan Data Utama .....	68

3.3.1 Populasi dan Sampel.....	68
3.3.2 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	69
3.3.2.1 Sumber Data Primer.....	69
3.3.2.2 Sumber Data Sekunder.....	69
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
3.4.1 Uji Validitas.....	70
3.4.2 Uji Reabilitas.....	70
3.5 Teknik Analisis Data.....	70
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	70
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	70
3.5.2.1 Model Struktural.....	72
3.5.2.2 Evaluasi Model.....	72
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>76</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	76
4.1.1 Karakteristik Responden.....	76
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berjualan.....	78
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Barang Jualan.....	78
4.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan.....	79
4.1.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pemasaran <i>Online</i> .....	80
4.1.2 Analisa Deskriptif Hasil Penilaian Responden.....	80
4.1.2.1 Deskriptif Analisis Untuk Variabel yang Terbukti Berpengaruh.....	81
4.1.3 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	83
4.1.4 Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	88
4.1.5 Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	88
4.2 Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	89
4.2.1 Hasil Pengukuran Konvergen ( <i>Convergen Validity</i> ).....	89
4.2.2 Hasil Pengujian Validitas Diskriminan ( <i>Descrimanant Validity</i> ).....	90
4.2.3 Hasil Pengujian <i>Internal Consistency Realibility</i> .....	90
4.3 Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	92
4.3.1 Hasil Penilaian <i>Path Diagram</i> .....	92
4.3.2 Hasil Uji Signifikansi <i>R Square</i> .....	93

4.3.3 Hasil Uji Signifikansi <i>T Value</i> .....	94
4.3.4 Interpretasi <i>Inner Model</i> dan <i>Outer Model</i> .....	95
4.3.4.1 Interpretasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	96
4.3.4.2 Interpretasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	96
4.3.5 Verifikasi Model Akhir.....	97
4.3.6 Usulan Formulasi Strategi dan Saran Untuk Implementasi.....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran .....	102
5.2.1 Formulasi Strategi.....	103
5.2.2 Saran Bagi Penegelola Pasar Tradisional Desa Ciparay .....	104
5.2.3 Saran Akademis Untuk Penelitian Selanjutnya .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	105
<b>BIODATA</b> .....	109
<b>LAMPIRAN I SURAT IZIN PENELITIAN</b> .....	110
<b>LAMPIRAN II KUESIONER PENELITIAN</b> .....	111
<b>LAMPIRAN III TABEL RETRIBUSI</b> .....	114
<b>LAMPIRAN IV DOKUMENTASI FOTO</b> .....	119