

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2. Latar Belakang	2
1.3. Identifikasi Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1. Secara Teoritis,.....	10
1.5.2. Secara Praktis	11
1.6. Waktu dan Periode Penelitian	11
1.7. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Manajemen Pemasaran.	12
2.1.2. Electronic Commerce (<i>E-commerce</i>).....	13
2.1.3. Penjualan.....	16
2.1.4. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	19
2.2. Hubungan antar Variabel E-Commerce dan Volume Penjualan.....	20
2.3. Penelitian Terdahulu.....	21
2.4. Kerangka Pemikiran.	32
2.5. Hipotesis Penelitian	35
2.6. Ruang Lingkup penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Jenis Penelitian	36

3.2.	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	36
3.2.1.	Operasional Variabel	36
3.2.2.	Skala Pengukuran	39
3.3.	Tahapan Penelitian	40
3.4.	Populasi dan Sampel	40
3.4.1.	Populasi.....	40
3.4.2.	Sampel	41
3.5.	Pengumpulan Data	42
3.5.1.	Data Primer	42
3.5.2.	Data Sekunder.....	42
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.6.1.	Uji Validitas.....	43
3.6.2.	Uji Reliabilitas	44
3.7.	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	45
3.7.1.	Analisis Deskriptif	45
3.7.2.	Method of Succesive Interval (MSI)	46
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.7.4.	Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.7.5.	Uji Koefisien determinasi	48
3.8.	Pengujian Hipotesis.....	48
3.8.1.	Uji T (Parsial).....	48
3.8.2.	Uji F (Simultan).....	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Analisis Karakteristik Responden	50
4.1.1	Bidang usaha yang dijalankan di Shopee Food.....	50
4.1.2	Jenis Kelamin	51
4.1.3	Usia	52
4.1.4	Pendidikan.....	52
4.1.5	Penjualan Sebelum Bergabung di Shopee Food	53
4.1.6	Penjualan Sesudah Bergabung di Shopee Food	54
4.2	Hasil Penelitian.....	54
4.2.1	Analisis Validitas	54
4.2.2	Analisis Reliabilitas	57
4.3	Analisis Deskriptif.....	59
4.3.1	Interface Produk UMKM (X1)	59

4.3.2	Navigation Produk UMKM (X2)	60
4.3.3	Content Produk UMKM (X3)	61
4.3.4	Reliability Produk UMKM (X4)	62
4.3.5	Technical Produk UMKM (X5)	63
4.3.6	Volume Penjualan Produk UMKM (Y)	64
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	65
4.4.1	Uji Normalitas	65
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas	66
4.4.3	Uji Multikolinearitas	67
4.4.4	Uji Autokolerasi	68
4.5	Regresi Linier Berganda	69
4.5.1	Hasil Uji t	70
4.5.2	Hasil Uji f	71
4.6	Koefisien Determinasi	72
4.7	Hasil dan Pembahasann	72
4.7.1	Variabel <i>Interface</i> (X1)	73
4.7.2	Variabel <i>Navigation</i> (X2)	73
4.7.3	Variabel <i>Content</i> (X3)	73
4.7.4	Variabel <i>Reliability</i> (X4)	74
4.7.5	Variabel <i>Technical</i> (X5)	74
4.7.6	Variabel Volume Penjualan (Y)	75
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	77
	DAFTAR PUSTAKA	79
	LAMPIRAN	81