

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>FORM DEKLARASI TERKAIT PLAGIARISME</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1. Profil Perusahaan .....	1
1.1.2. Struktur Organisasi.....	2
1.2. Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3. Perumusan Masalah .....	10
1.4. Tujuan Penelitian .....	13
1.5. Manfaat Penelitian .....	13
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	14
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
2.1. Teori dan Penelitian Terdahulu.....	15
2.1.1. Manajemen Strategi .....	15
2.1.2. Transformasi Digital .....	16
2.1.3. Revolusi Industri 4.0 .....	17
2.1.4. Pasar dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) .....	18
2.1.5. <i>Electronic Marketplace</i> .....	20
2.1.6. Pentingnya Manfaat Adopsi Teknologi Informasi di UMKM.....	21

2.1.7.	Model Adopsi Teknologi .....	22
2.1.7.1.	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	23
2.1.7.2.	<i>The Unified Theory Acceptance and the Use of Technology (UTAUT)</i> .....	25
2.1.7.3.	<i>Theory Reasoned Action (TRA) dan Theory of Planned Behavior (TPB)</i> .....	26
2.1.7.4.	<i>Diffusion of Innovation (DOI)</i> .....	28
2.1.7.5.	<i>Resource-Based Theory (RBT)</i> .....	29
2.1.7.6.	<i>Technology-Organization-Environment (TOE)</i> .....	30
2.1.8.	Model Adopsi Teknologi yang Diusulkan .....	31
2.1.8.1.	Model <i>Technology-Organization-Environment (TOE): Konteks Teknologi</i> .....	33
2.1.8.2.	Model <i>Technology-Organization-Environment (TOE): Konteks Organisasi</i> .....	33
2.1.8.3.	Model <i>Technology-Organization-Environment (TOE): Konteks Lingkungan</i> .....	34
2.1.8.4.	Model <i>Diffusion of Innovations (DOI)</i> .....	36
2.2.	Penelitian Terdahulu .....	39
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	47
2.4.	Hipotesis Penelitian.....	47
2.4.1.	Model <i>Technology-Organization-Environment (TOE)</i> .....	48
2.4.1.1.	Konteks Teknologi .....	48
2.4.1.2.	Konteks Organisasi .....	48
2.4.1.3.	Konteks Lingkungan .....	48
2.4.2.	Model <i>Diffusion of Innovation (DOI)</i> .....	49
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1.	Jenis Penelitian.....	51
3.1.1.	Tujuan Penelitian .....	51
3.1.2.	Paradigma Penelitian.....	51
3.1.3.	Pendekatan Terhadap Pengembangan Teori .....	52
3.1.4.	Metode Penelitian.....	52
3.1.5.	Strategi Penelitian .....	52
3.1.6.	Unit Analisis.....	53

3.1.7.	Keterlibatan Penelitian .....	53
3.1.8.	Latar Penelitian .....	53
3.2.	Variabel Penelitian .....	54
3.2.1.	Operasional variabel.....	55
3.2.2.	Skala Pengukuran.....	59
3.3.	Tahapan Penelitian .....	59
3.4.	Populasi dan Sampel .....	60
3.4.1.	Populasi .....	60
3.4.2.	Sampel.....	60
3.5.	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	63
3.5.1.	Sumber Data Primer .....	63
3.5.2.	Sumber Data Sekunder.....	64
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	64
3.6.1.	Validitas .....	65
3.6.2.	Reliabilitas.....	67
3.7.	Teknik Analisis Data.....	69
3.7.1.	Statistik Deskriptif dan Metode Analisis Deskriptif .....	69
3.7.2.	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	70
3.7.3.	<i>Unobserved Variable</i> dan <i>Observed Variable</i> .....	71
3.7.4.	Mengevaluasi Model Pengukuran.....	71
3.7.5.	Uji Hipotesis.....	72
3.7.6.	Uji Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit Model</i> ).....	72
3.7.6.1.	Ukuran Fit Absolut.....	73
3.7.6.2.	Ukuran Fit <i>Incremental</i> .....	74
3.7.6.3.	Ukuran Fit Parsimoni .....	75
3.7.7.	LISREL .....	75
<b>BAB 4</b>	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>77</b>
4.1.	Karakteristik Responden .....	77
4.2.	Hasil Penelitian .....	82
4.2.1.	Analisis Deskriptif .....	82
4.2.1.1.	Analisis Deskriptif pada Variabel <i>IT Infrastructure</i> .....	83

4.2.1.2.	Analisis Deskriptif pada Variabel <i>CEO's Innovativeness</i> .....	83
4.2.1.3.	Analisis Deskriptif pada Variabel <i>Government Support</i> .....	84
4.2.1.4.	Analisis Deskriptif pada Variabel <i>Environmental Uncertainty</i> .....	85
4.2.1.5.	Analisis Deskriptif pada Variabel <i>Relative Advantage</i> .....	86
4.2.1.6.	Analisis Deskriptif pada Variabel <i>Compatibility</i> .....	87
4.2.1.7.	Analisis Deskriptif pada Variabel <i>Complexity</i> .....	88
4.2.1.8.	Analisis Deskriptif pada Variabel <i>Trialability</i> .....	89
4.2.1.9.	Analisis Deskriptif pada Variabel <i>Observability</i> .....	90
4.2.1.10.	Analisis Deskriptif pada Variabel <i>E-Marketplace Adoption</i> .....	91
4.2.2.	Uji <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM): Model Pengukuran.....	92
4.2.2.1.	Analisis Model Pengukuran Konstruksi Eksogen.....	92
4.2.2.2.	Analisis Model Pengukuran Konstruksi Endogen.....	96
4.2.3.	Uji <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM): Model Struktural.....	97
4.2.3.1.	Analisis Model Struktural.....	97
4.2.3.2.	Uji Hipotesis.....	100
4.2.4.	Uji <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM): Uji Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit Model</i> ).....	110
4.2.4.1.	Ukuran Fit Absolut.....	110
4.2.4.2.	Ukuran Fit <i>Incremental</i> .....	110
4.2.4.3.	Ukuran Fit Parsimoni.....	111
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	111
4.3.1.	Model <i>Technology-Organization-Environment</i> (TOE): Konteks Teknologi.....	111
4.3.1.1.	Pengaruh <i>IT Infrastructure</i> terhadap <i>E-Marketplace Adoption</i> .....	112
4.3.2.	Model <i>Technology-Organization-Environment</i> (TOE): Konteks Organisasi.....	113

4.3.2.1.	Pengaruh <i>CEO's Innovativeness</i> terhadap <i>E-Marketplace Adoption</i> .....	113
4.3.3.	Model <i>Technology-Organization-Environment</i> (TOE): Konteks Lingkungan .....	114
4.3.3.1.	Pengaruh <i>Government Support</i> terhadap <i>E-Marketplace Adoption</i> .....	114
4.3.3.2.	Pengaruh <i>Environmental Uncertainty</i> terhadap <i>E-Marketplace Adoption</i> .....	115
4.3.4.	Model <i>Diffusion of Innovation</i> (DOI) .....	116
4.3.4.1.	Pengaruh <i>Relative Advantage</i> terhadap <i>E-Marketplace Adoption</i> .....	116
4.3.4.2.	Pengaruh <i>Compatibility</i> terhadap <i>E-Marketplace Adoption</i> .....	117
4.3.4.3.	Pengaruh <i>Complexity</i> terhadap <i>E-Marketplace Adoption</i> .....	118
4.3.4.4.	Pengaruh <i>Trialability</i> terhadap <i>E-Marketplace Adoption</i> .....	119
4.3.4.5.	Pengaruh <i>Observability</i> terhadap <i>E-Marketplace Adoption</i> .....	120
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>122</b>
5.1.	Kesimpulan .....	122
5.2.	Saran.....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>124</b>
<b>LAMPIRAN</b>		