

DAFTAR ISI

SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Kegunaan Penelitian	19
1.5 Sistematika Penulisan	19
BAB II TELAAH PUSTAKA&PENGEMBANGAN MODEL	21
2.1 Landasan Teori	21
2.1.1 <i>Resources Based View Theory (RBVT)</i>	21
2.1.2 Teknologi Informasi	22
2.1.3 <i>Electronic-Commerce</i> (Perdagangan Elektronik).....	22
2.1.4 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Adopsi <i>E-commerce</i> dan Variabel yang Mempengaruhi	27
2.3.1 Adopsi <i>E-commerce</i> dan Kinerja Bisnis	28
2.3.2 Dukungan Organisasi dan Kinerja Bisnis	29
2.3.3 Perilaku Inovatif Pengusaha dan Kinerja Bisnis	30
2.3.4 Dukungan Organisasi dan Adopsi <i>Electronic-Commerce (EC)</i>	31
2.3.5 Manfaat yang Dirasakan dengan Adopsi <i>E-commerce</i>	32
2.3.6 Perilaku Inovatif Pengusaha dengan Adopsi <i>E-commerce</i>	33
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis (KPT) dan Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.1.1 Data Primer	36
3.1.2 Data Sekunder	37
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.6 Teknik Analisis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Responden	55
4.1.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	55
4.1.2 Karakteristik Responden Menurut Usia	56
4.1.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan.....	56

4.1.4	Karakteristik Responden Menurut Status	57
4.2	Analisis Data Penelitian.....	58
4.2.1	Statistik Deskriptif-Karakteristik Responden.....	59
4.3	Pengujian Asumsi SEM	69
4.3.1	Analisis faktor konfirmatori Variabel.....	69
4.3.2	Uji Kelayakan Model.....	87
4.3.3	Validitas dan Reliabilitas	91
4.3.4	Uji Asumsi SEM.....	93
4.4	Hasil Analisis SEM.....	95
4.4.1	Hasil Analisis Pengaruh	95
4.4.2	Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	97
4.5	Pembahasan.....	99
4.5.1	Variabel Adopsi <i>E-commerce</i> berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis.....	100
4.5.2	Variabel Dukungan Organisasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis	101
4.5.3	Variabel Perilaku Inovatif Pengusaha berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis	102
4.5.4	Dukungan Organisasi berpengaruh positif terhadap Adopsi <i>E-</i> <i>commerce</i>	104
4.5.5	Variabel Manfaat yang Dirasakan berpengaruh positif terhadap Adopsi <i>e-commerce</i>	105
4.5.6	Perilaku Inovatif Pengusaha berpengaruh positif terhadap Adopsi <i>e-commerce</i>	106
BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....	108
5.1	Kesimpulan Hipotesis	108
5.2	Kesimpulan atas Masalah Penelitian	109
5.3	Implikasi Teoritis.....	111
5.4	Implikasi Manajerial	113
5.5	Keterbatasan Penelitian.....	118
DAFTAR	PUSTAKA	120
LAMPIRAN 1	STUDI PENDAHULUAN	128
LAMPIRAN 2	KUESIONER PENELITIAN	154
LAMPIRAN 3	TABULASI DATA.....	153
LAMPIRAN 4	OUTPUT SOFTWARE AMOS	157