

## DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	15
1.4 Sistematika Penulisan .....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori .....	17
2.1.1 Teori Produksi.....	17
2.1.2 UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) .....	20
2.1.3 Pendapatan.....	22
2.1.4 Harga Jual .....	23
2.1.5 Volume Penjualan .....	27
2.1.6 Kredit Wibawa .....	28
2.1.7 Penjualan Online.....	29
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	34
2.2.1 Hubungan Persepsi Harga Jual dan Persepsi Pendapatan..	34
2.2.2 Hubungan Persepsi Volume Penjualan dan Persepsi Pendapatan.....	34
2.2.3 Hubungan Persepsi Kredit Wibawa dan Persepsi Pendapatan.....	35
2.2.4 Hubungan Persepsi Penjualan Online dan Persepsi Pendapatan.....	37
2.3 Penelitian Terdahulu .....	40
2.4 Kerangka Pemikiran .....	46
2.5 Hipotesis Penelitian .....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	48
3.1.1 Variabel Penelitian .....	48
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	48

3.2	Populasi dan Sampel.....	51
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	53
3.3.1	Data Primer .....	53
3.3.2	Data Sekunder.....	53
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	54
3.5	Metode Analisis .....	56
3.5.1	Uji Validitas .....	57
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	57
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda .....	58
3.5.4	Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik.....	58
3.5.4.1	Deteksi Normalitas .....	58
3.5.4.2	Deteksi Multikolinearitas .....	59
3.5.4.3	Deteksi Heteroskedastisitas .....	60
3.5.5	Uji Statistik .....	60
3.5.5.1	Uji t.....	60
3.5.5.2	Uji F.....	62
3.5.5.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	63
BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....		64
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	64
4.1.1	Gambaran Umum UMKM Kota Semarang.....	64
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	65
4.1.2.1	Jenis Kelamin Responden.....	65
4.1.2.2	Usia Responden .....	66
4.1.2.3	Pendidikan Responden .....	67
4.1.2.4	Jenis Usaha Responden .....	67
4.1.2.5	Pendapatan Responden.....	68
4.1.2.6	Lama Pinjam Kredit Wibawa Responden.....	69
4.1.2.7	Besar Peminjaman Kredit Wibawa Responden...	69
4.1.2.8	Platform Online Responden .....	70
4.2	Deskripsi Variabel.....	70
4.2.1	Harga Jual .....	70
4.2.2	Volume Penjualan .....	72
4.2.3	Kredit Wibawa .....	74
4.2.4	Penjualan Online.....	76
4.2.5	Pendapatan.....	77
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	79
4.3.1	Uji Validitas .....	79
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	80
4.4	Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik.....	81
4.4.1	Deteksi Normalitas .....	81
4.4.2	Deteksi Multikolinearitas.....	84
4.4.3	Deteksi Heteroskedastisitas .....	85
4.4.3.1	Uji Glejser .....	85
4.4.3.2	Scatterplots .....	86
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda .....	87
4.6	Pengujian Hipotesis .....	89

4.6.1	Uji t .....	89
4.6.2	Uji F .....	91
4.6.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	92
4.7	Interpretasi Hasil .....	92
4.7.1	Pengaruh Persepsi Harga Jual terhadap Persepsi Pendapatan UMKM di Kota Semarang.....	93
4.7.2	Pengaruh Persepsi Volume Penjualan terhadap Persepsi Pendapatan UMKM di Kota Semarang .....	93
4.7.3	Pengaruh Persepsi Kredit Wibawa terhadap Persepsi Pendapatan UMKM di Kota Semarang .....	94
4.7.4	Pengaruh Persepsi Penjualan Online terhadap Persepsi Pendapatan UMKM di Kota Semarang .....	96
BAB V PENUTUP.....		98
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	99
5.3	Saran .....	99
5.3.1	Saran Bagi Pemerintah .....	99
5.3.2	Saran Bagi UMKM.....	100
5.3.3	Saran Bagi Peneliti .....	100
DAFTAR PUSTAKA .....		102
LAMPIRAN.....		105