

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 Kewirausahaan.....	14
2.1.2 Ekonomi Kreatif	16
2.1.3 Ekonomi Informasi	18
2.1.4 Teori Produksi.....	19
2.1.5 <i>Online food delivery service</i>	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis	32

BAB III	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Variabel penelitian dan Definisi Operasional Variabel	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.5 Metode Analisis	39
BAB IV	45
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1 Gambaran Umum Wilayah Penelitian	45
4.1.2 Rumah Makan Ayam Geprek di Kota Semarang	47
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	50
4.2 Analisis Data dan Pembahasan	55
4.2.1 Uji Normalitas.....	55
4.2.2 Uji Validitas.....	56
4.2.3 Uji Reliabilitas	57
4.2.4 Uji <i>Wilcoxon Signed Rank Test</i>	58
4.3 Interpretasi Hasil dan Analisis.....	61
4.3.1 Perbedaan Omset Rumah Makan Ayam Geprek Sebelum dan Sesudah Menggunakan Layanan <i>GoFood</i>	68
4.3.2 Perbedaan Biaya Produksi Rumah Makan Ayam Geprek Sebelum dan Sesudah Menggunakan Layanan <i>GoFood</i>	69
4.3.3 Perbedaan Keuntungan Rumah Makan Ayam Geprek Sebelum dan Sesudah Menggunakan Layanan <i>GoFood</i>	70
4.3.4 Perbedaan Tenaga Kerja Rumah Makan Ayam Geprek Sebelum dan Sesudah Menggunakan Layanan GoFood.....	71
BAB V.....	72
PENUTUP.....	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Keterbatasan.....	74
5.3 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77

LAMPIRAN..... 79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Rumah Makan di Kota Semarang Tahun 2016-2019.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Rumah Makan Ayam Geprek di Kota Semarang Tahun 2016-2019	7
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Jumlah Sampel Rumah Makan Ayam Geprek per Kecamatan di Kota Semarang Tahun 2019.....	36
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Lama Usaha	53
Tabel 4.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tahun Bergabung sebagai <i>Merchant GoFood</i>	54
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.7 Uji Validitas	57
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Wilcoxon Signed Rank Test</i>	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kontribusi PDB Subsektor Ekonomi Kreatif 2016	2
Gambar 1.2 Unit Usaha Berdasarkan Subsektor Ekonomi Kreatif.....	3
Gambar 2.1 Kurva Batas Kemungkinan Produksi	24
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
Gambar 4.1 Peta Wilayah Kota Semarang.....	45
Gambar 4.2 Usaha Rumah Makan Ayam Geprek di Kota Semarang.....	49
Gambar 4.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tahun Bergabung sebagai <i>Merchant GoFood</i>	55
Gambar 4.4 Omset, Biaya Produksi, Tenaga Kerja, dan Keuntungan Usaha Rumah Makan Ayam Geprek setelah Menggunakan Layanan <i>GoFood</i>	63
Gambar 4.5 Peningkatan Omset pada Usaha Rumah Makan Ayam Geprek setelah Menggunakan Layanan <i>GoFood</i>	64
Gambar 4.6 Biaya Produksi Usaha Rumah Makan Ayam Geprek setelah Menggunakan Layanan <i>GoFood</i>	65
Gambar 4.7 Jumlah Tenaga Kerja Usaha Rumah Makan Ayam Geprek setelah Menggunakan Layanan <i>GoFood</i>	66
Gambar 4.8 Keuntungan Usaha Rumah Makan Ayam Geprek setelah Menggunakan Layanan <i>GoFood</i>	67

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A Kuisisioner Penelitian	80
LAMPIRAN B Data Kuisisioner Responden	84
LAMPIRAN C Hasil Output SPSS.....	94