

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>Halaman Judul</b> .....	i
<b>Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing</b> .....	ii
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	iii
<b>Surat Pernyataan Keaslian Skripsi</b> .....	iv
<b>Motto</b> .....	v
<b>Kata Pengantar</b> .....	vi
<b>Halaman Persembahan</b> .....	vii
<b>Intisari</b> .....	ix
<i>Abstract</i> .....	x
<b>Daftar Isi</b> .....	xi
<b>Daftar Tabel</b> .....	xiv
<b>Daftar Gambar</b> .....	xvi
<b>Daftar Lampiran</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan Penelitian .....	13
1.4. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	15
2.1. Landasan Teori .....	15

2.1.1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah .....	15
2.1.2. Media Sosial.....	18
2.1.3. Interaktivitas .....	20
2.1.4. Efektivitas Biaya .....	21
2.1.5. Kompatibilitas.....	22
2.1.6. Kepercayaan.....	23
2.1.7. Visibilitas .....	23
2.1.8. Kinerja UMKM.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu .....	27
2.3. Kerangka Pemikiran.....	30
2.4. Hipotesis Penelitian .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Data dan Sumber Data .....	32
3.3. Alat Analisis.....	33
3.3.1. Analisis Deskriptif .....	33
3.3.2. Analisis Inferensial (SEM-PLS) .....	33
3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1. Analisis Deskriptif .....	44
4.1.1. Identitas Responden .....	44
4.1.2. Analisis Deskriptif Variabel.....	47
4.2. Analisis Inferensial (SEM-PLS) .....	52
4.2.1. Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	53

4.2.2. Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	57
4.3. Pembahasan.....	61
4.3.1. Pengaruh Interaktivitas Terhadap Penggunaan Media Sosial .....	61
4.3.2. Pengaruh Efektivitas Biaya Terhadap Penggunaan Media Sosial .....	61
4.3.3. Pengaruh Kompatibilitas Terhadap Penggunaan Media Sosial .....	62
4.3.4. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan Media Sosial .....	63
4.3.5. Pengaruh Visibilitas Terhadap Penggunaan Media Sosial.....	64
4.3.6. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>66</b>
5.1. Simpulan .....	66
5.2. Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Persentase Penyerapan Tenaga Kerja oleh UMKM.....	3
Tabel 1.2. Jumlah UMKM .....	5
Tabel 2.8. Rangkuman Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1. Identitas Responden Berdasarkan Jabatan .....	44
Tabel 4.2. Identitas Responden Berdasarkan Umur Usaha.....	44
Tabel 4.3. Identitas Responden Berdasarkan Jenis UMKM .....	45
Tabel 4.4. Identitas Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Media Sosial...	45
Tabel 4.5. Identitas Responden Berdasarkan Omset.....	46
Tabel 4.6. Identitas Responden Berdasarkan <i>Budget</i> Penggunaan Media Sosial .	46
Tabel 4.7. Jawaban Responden pada Variabel Interaktivitas.....	47
Tabel 4.8. Jawaban Responden pada Variabel Efektivitas Biaya .....	48
Tabel 4.9. Jawaban Responden pada Variabel Kompatibilitas .....	48
Tabel 4.10. Jawaban Responden pada Variabel Kepercayaan.....	49
Tabel 4.11. Jawaban Responden pada Variabel Visibilitas .....	50
Tabel 4.12. Jawaban Responden pada Variabel Penggunaan Media Sosial .....	50
Tabel 4.13. Jawaban Responden pada Variabel Kinerja UMKM.....	52
Tabel 4.14. Nilai <i>Outer Loading</i> .....	53
Tabel 4.15. Nilai AVE .....	54
Tabel 4.16. Nilai <i>Cross Loading</i> .....	55
Tabel 4.17. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	56

Tabel 4.18. Nilai <i>Adj R-square</i> .....	57
Tabel 4.19. Nilai <i>Path Coefficients</i> .....	58
Tabel 4.20. Hasil Uji <i>Q-Square</i> dengan Prosedur <i>Blindfolding</i> .....	59
Tabel 4.21. Nilai Model Fit (NFI) .....	59
Tabel 4.22. Hasil Uji Hipotesis dengan Metode <i>Bootstrapping</i> .....	60

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1. Kontribusi UMKM pada PDB Indonesia.....	2
Gambar 1. 2. Ekspor Nonmigas UMKM Indonesia .....	3
Gambar 1. 3. Penyaluran KUR per Tahun .....	4
Gambar 1. 4. Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid-19 di Indonesia .....	6
Gambar 1. 5. Data Pengguna Internet di Indonesia .....	7
Gambar 1. 6. Data Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	8
Gambar 1. 7. Data UMKM Go-Digital di Indonesia .....	9
Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4. 1. Model Penelitian SEM-PLS pada SmartPLS4.....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2. Identitas atau Profil Responden.....	84
Lampiran 3. Jawaban Responden Variabel Interaktivitas, Efektivitas Biaya, Kompatibilitas dan Kepercayaan .....	90
Lampiran 4. Jawaban Responden Variabel Visibilitas dan Kinerja UMKM.....	92
Lampiran 5. Jawaban Responden Variabel Penggunaan Media Sosial .....	96
Lampiran 6. Hasil Olah Data dengan SmartPLS4 .....	99