

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO.....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	7
1.3    Tujuan.....	7
1.4    Manfaat Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	9
2.1    Landasan Teoritis .....	9
2.1.1    Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	9

2.1.2	Teori <i>Resource-Based View</i> (RBV).....	15
2.1.3	Pemanfaatan <i>E-commerce</i> .....	17
2.1.4	Inovasi Produk .....	19
2.1.5	Kinerja UMKM.....	24
2.2	Landasan Empiris.....	29
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	42
2.3.1	Pengaruh Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> Terhadap Kinerja UMKM .....	42
2.3.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM.....	44
2.4	Kerangka Pemikiran.....	46
2.5	Hipotesis.....	49
2.6	Definisi Konsep dan Definisi Oprasional .....	50
2.6.1	Definisi Konsep.....	50
2.6.2	Definisi Oprasional .....	51
BAB III METODE PENELITIAN.....		55
3.1	Tipe Penelitian.....	55
3.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	55
3.3	Lokasi Penelitian.....	55
3.4	Populasi dan Sampel .....	56
3.4.1	Populasi.....	56
3.4.2	Sampel.....	56

3.5	Teknik Sampling .....	57
3.6	Sumber Data.....	57
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.8	Skala Pengukuran Data .....	58
3.9	Uji Instrumen Penelitian .....	59
3.9.1	Uji Validitas.....	59
3.9.2	Uji Reliabilitas .....	60
3.10	Teknik Analisis Data .....	61
3.10.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	61
3.10.2	Analisis Statistik Inferensial .....	61
3.11	Uji Hipotesis .....	65
3.11.1	Uji t Statistik (Parsial).....	65
3.11.2	Uji F (Simultan) .....	66
3.11.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PERUSAHAAN.....		68
4.1	Sejarah Koperasi AMBOY .....	68
4.2	Struktur Organisasi Koperasi AMBOY .....	69
4.3	Bidang Usaha Koperasi AMBOY .....	71
4.3.1	Bidang Produksi.....	71
4.3.2	Bidang Pemasaran.....	71

4.4	Temuan Inovasi Produk dan Konten .....	72
BAB V HASIL PENELITIAN.....		73
5.1	Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	73
5.1.1	Hasil Uji Validitas .....	73
5.1.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	75
5.2	Profil Responden.....	76
5.2.1	Jenis Kelamin .....	76
5.2.2	Usia .....	77
5.2.3	Jenis Usaha.....	77
5.2.4	Lama Menjalankan Usaha.....	78
5.2.5	Jumlah Tenaga Kerja.....	78
5.2.6	Platfrom Digital yang Digunakan .....	79
5.3	Hasil Statistik Deskriptif.....	80
5.3.1	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Pemanfaatan <i>E-commerce</i> X1 ....	81
5.3.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Produk X2 .....	88
5.3.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kinerja UMKM Y .....	95
5.4	Hasil Statistik Inferensial .....	101
5.4.1	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	101
5.4.2	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	104
5.5	Hasil Pengujian Hipotesis .....	105

5.5.1	Uji t (Parsial).....	108
5.5.2	Uji F (Simultan) .....	109
5.5.3	Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi) .....	109
BAB VI PEMBAHASAN.....		110
6.1	Kontribusi Teoritis.....	110
6.1.1	Pengaruh Pemanfaatan <i>E-commerce</i> Terhadap Kinerja UMKM .....	110
6.1.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM.....	112
6.1.3	Pengaruh Pemanfaatan <i>E-commerce</i> dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM.....	114
6.2	Kontribusi Empiris.....	115
6.2.1	Pengaruh Pemanfaatan <i>E-commerce</i> Terhadap Kinerja UMKM .....	115
6.2.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM.....	116
6.2.3	Pengaruh Pemanfaatan <i>E-commerce</i> dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM.....	117
6.3	Kontribusi Manajerial .....	118
6.3.1	Pengaruh Pemanfaatan <i>E-commerce</i> Terhadap Kinerja UMKM .....	118
6.3.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM.....	120
6.3.3	Pengaruh Pemanfaatan <i>E-commerce</i> dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM.....	122
6.4	Keterbatasan Penelitian.....	123

BAB VII PENUTUP .....	125
7.1    Kesimpulan .....	125
7.2    Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA .....	130
LAMPIRAN.....	138