

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Abstrak	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Fokus penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat penelitian	9
1.5.1 Manfaat teoritis	9
1.5.2 Manfaat praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Definisi dan Jenis Media Sosial	10
2.2 Definisi Usaha Kecil dan Menengah	11
2.3 TAM dan Faktor – Faktor Pembentuk TAM	12
2.3.1 <i>Perceived Ease of Use</i> (PEU).....	14
2.3.2 <i>Perceived Usefulness</i> (PU).....	15
2.3.3 <i>Social Influence</i> (SI).....	16
2.4 Kerangka Kerja Konseptual	20

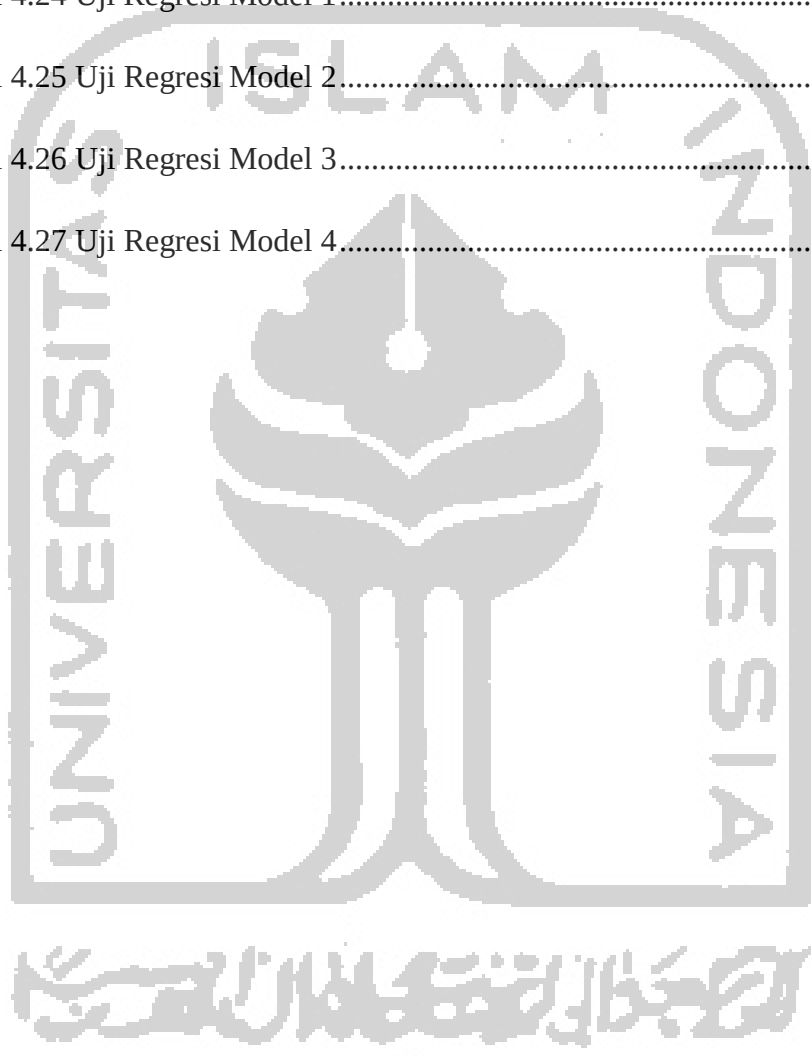
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Lokasi Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan sampel.....	22
3.3 Tipe dan teknik pengumpulan data	25
3.4 Definisi operasional dan pengukuran variabel.....	26
3.4.1 <i>Social Influence</i> (SI).....	26
3.4.2 <i>Perceived usefulness</i> (PU).....	27
3.4.3 Niat dan keberlanjutan untuk menggunakan media sosial	28
3.4.4 Pengalaman menggunakan media sosial	28
3.5 Metode analisis Data.....	29
3.5.1 Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.....	29
3.5.2 Analisa Deskriptif	30
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	30
3.5.4 Teknik Analisis Regresi	32
3.5.5 Pengujian Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Karakteristik responden	38
4.1.1 Responden Menurut Bentuk Usaha.....	39
4.1.2 Responden Menurut Usia Usaha.....	40
4.1.3 Responden Menurut Pasar Usaha.....	41
4.1.4 Responden Menurut Rata – rata Penjualan Per tahun	41
4.1.5 Responden Menurut Jumlah karyawan	42
4.1.6 Responden Menurut Latar Belakang Pendidikan Pemilik	43
4.1.7 Responden Menurut Media Sosial Paling Sering digunakan	44
4.1.8 Responden Menurut Jumlah Media Sosial yang dimiliki	45

4.2 Analisis Deskriptif Penelitian	46
4.3 Instrumen penelitian.....	51
4.3.1 Uji validitas	51
4.3.2 Uji Reabilitas.....	52
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.4.1 Uji Normalitas.....	54
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.5 Pengujian Hipotesis	61
4.5.1 Uji T	61
4.5.2 Koefisien Determinasi	65
4.6 Analisis Regresi	68
4.6.1 Analisis Linier Sederhana	68
4.6.2 Analisis Regresi Moderasi	71
4.7 Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Kontribusi Penelitian	80
5.3 Keterbatasan / Kelemahan Penelitian	81
5.4 Rekomendasi.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden Menurut Bentuk Usaha.....	39
Tabel 4.2 Responden Menurut Usia Usaha.....	40
Tabel 4.3 Responden Menurut Pasar Usaha	41
Tabel 4.4 Responden Menurut Rata-rata Penjualan Per tahun	42
Tabel 4.5 Responden Menurut Jumlah Karyawan	43
Tabel 4.6 Responden Menurut Latar Belakang Pendidikan Pemilik Usaha	44
Tabel 4.7 Responden Menurut Media Sosial Paling Sering digunakan.....	45
Tabel 4.8. Responden Jumlah Media Sosial yang dimiliki.....	46
Tabel 4.9 Indikator Variabel <i>Social Influence</i> (SI)	47
Tabel 4.10 Indikator Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (PU)	48
Tabel 4.11 Indikator Variabel Niat keberlanjutan	49
Tabel 4.12 Indikator Variabel Pengalaman	50
Tabel 4.13 Uji Validitas	52
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas.....	58
Tabel 4.16 Uji T Model 1.....	61
Tabel 4.17 Uji T Model 2.....	62
Tabel 4.18 Uji T Model 3.....	63
Tabel 4.19 Uji T Model 4.....	64
Tabel 4.20 Uji Koefisien determinasi Model 1	65

Tabel 4.21 Uji Koefisien Determinasi Model 2	66
Tabel 4.22 Uji Koefisien Determinasi Model 3	66
Tabel 4.23 Uji Koefisien Determinasi Model 4	67
Tabel 4.24 Uji Regresi Model 1	68
Tabel 4.25 Uji Regresi Model 2	69
Tabel 4.26 Uji Regresi Model 3	70
Tabel 4.27 Uji Regresi Model 4	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Model 1	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Model 2	55
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Model 3	56
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Model 4	57
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 1	58
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2	59
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 3	60
Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 4	60