

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Surat Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar tabel.....	x
Daftar gambar	xi
Abstrak.....	xii
Abstract.....	xiii
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Batasan Masalah.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
Bab II Tinjauan Pustaka	
2.1 Peneliti Terdahulu	12
2.2 Landasan teori	14
2.2.1 Media Online	14
2.2.2 Bisnis Online.....	15
2.2.3 Strategi Bisnis Online	17
2.2.4 E-commerce	18
2.2.5 Marketplace.....	19
2.2.6 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	21
2.2.7 Theory Acceptance Model (TAM).....	23

2.3 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.4 Kerangka Konseptual	29
2.5 Hipotesis.....	30

Bab iii Metode Penelitian

3.1 Rancangan Penelitian	30
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	30
3.3 Variabel dan Definisi Variabel	30
3.4 Skala pengukuran	37
3.5 Penentuan Populasi dan Sampel	38
3.5.1. Populasi.....	38
3.5.2 Sampel.....	38
3.6 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	39
3.7 Uji Instrumen.....	40
3.8 Uji Asumsi Klasik	43
3.9 Teknik Analisa Data.....	45
3.10 Uji Hipotesis.....	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	49
4.1.1 Sejarah Berdirinya SHOPEE.....	49
4.1.2 Visi dan Misi SHOPEE	52
4.1.3 Iklan SHOPEE 7.7	53
4.2 Analisa Data	54
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	56
4.2.2 Deskriptif Data Penelitian	56
4.3 Uji Asumsi Klasik	60
4.3.1 Uji Normalitas	60
4.3.2 Uji Multikolonieritas	61
4.3.3 Uji Heteroskedetisitas	62
4.3.4 Uji Autokorelasi	63
4.4 Analisa Regresi Linier Berganda.....	64
4.5 Uji Hipotesis.....	65
4.5.1 Uji t	65

4.5.2 Koefisien Determinasi (R ²).....	67
4.6 Pembahasan	67
4.6.1 Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap peminat penggunaan shopee	67
4.6.2 Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap peminat penggunaan shopee	69
4.6.3 Pengaruh Sikap Penggunaan Terhadap Peminat Penggunaan Shopee.....	70
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
 Daftar pustaka.....	 74
 Lampiran	 78