

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
a. Bagi Peneliti .....	10
b. Bagi Mahasiswa .....	10
c. Bagi Universitas .....	10
d. Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) atau Masyarakat .....	10
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	11
1.6.1 Lokasi Penelitian .....	11
1.6.2 Waktu Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1 Kajian Teoritis .....	14
2.1.1 Pemasaran .....	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	14
2.1.3 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Thechnology</i> (UTAUT) .....	15
a. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i> .....	16
b. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	16

c.	<i>Motivational Model (MM)</i> .....	16
d.	<i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> .....	16
e.	<i>Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)</i> .....	16
f.	<i>Model of PC Utilization (MPCU)</i> .....	16
g.	<i>Innovation Diffusion Theory (IDT)</i> .....	17
h.	<i>Social Cognitive Theory</i> .....	17
2.1.4	Minat Pemanfaatan ( <i>Behavioral Intention</i> ) .....	21
2.2	Kajian Non Teoritis .....	22
2.2.1	Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ..	22
2.2.2	Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) .....	23
2.2.3	Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) .....	24
2.2.4	<i>Marketplace</i> .....	24
2.3	Penelitian Terdahulu .....	26
2.4	Kerangka Pemikiran .....	28
2.5	Hipotesis Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>34</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	34
3.1.1	Jenis Penelitian .....	34
3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.2.1	Sumber Data .....	35
a.	Data Primer .....	35
b.	Data Sekunder .....	35
3.3	Ruang Lingkup Penelitian .....	36
3.4	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....	37
3.4.1	Operasionalisasi Variabel .....	37
3.4.2	Skala Pengukuran .....	39
3.5	Populasi dan Sampel .....	39
3.5.1	Populasi .....	39
3.5.2	Sampel .....	41
3.5.3	Teknik Sampling .....	42
3.6	Teknik Analisis Data .....	42
3.6.1	<i>Method Successive Interval (MSI)</i> .....	42
3.6.2	<i>Partial Leaset Square (PLS)</i> .....	43
3.6.3	Analisa Outer Model .....	44
3.6.4	Analisa Inner Model .....	44
3.6.5	Analisa Hipotesa .....	45

3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45
3.7.1	Uji Validitas .....	45
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>47</b>
4.1	Objek Penelitian .....	47
4.1.1	Gambaran Umum Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang Telah Menggunakan <i>Marketplace</i> .....	47
4.2	Karakteristik Responden .....	48
4.2.1	Deskripsi Responden .....	48
4.3	Hasil Penelitian .....	53
4.3.1	Hasil Analisa <i>Outer Model</i> .....	53
4.3.2	Hasil Analisa <i>Iner Model</i> .....	55
4.3.3	Hasil Analisa Hipotesis .....	56
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian .....	58
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>62</b>
5.1	Simpulan .....	62
5.2	Rekomendasi .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>65</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Fitur-Fitur 5 Aplikasi <i>Marketplace</i> Terbaik di Indonesia....	4
Tabel 1.2 Jadwal Penelitian .....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	35
Tabel 3.2 Kriteria Penilaian Jawaban Responden .....	37
Tabel 3.3 Tabel Jumlah Populasi <i>Marketplace</i> di Kota Bandung .....	38
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kuisisioner .....	45
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner .....	46
Tabel 4.1 <i>Convergent Validity</i> .....	54
Tabel 4.2 <i>Discriminant Validity</i> .....	55
Tabel 4.3 Koefisien Determinasi .....	55
Tabel 4.4 T-Statistik .....	55

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pertumbuhan dan Jumlah UMKM di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Pengguna <i>Marketplace</i> di Benua Asia .....	3
Gambar 1.3 Peta Kota Bandung Tahun 2019 .....	12
Gambar 2.1 Kerangka Model UTAUT .....	18
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	30
Gambar 3.1 Hasil Survei Data Pengguna <i>Marketplace</i> Tahun 2018 .....	38
Gambar 4.1 Usia Responden .....	48
Gambar 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	49
Gambar 4.3 Karakteristik Jenjang Pendidikan Responden .....	50
Gambar 4.4 Karakteristik Rata-Rata Pendapatan Per Bulan Responden ....	51
Gambar 4.5 Karakteristik Jenis Aplikasi <i>Marketplace</i> .....	52
Gambar 4.6 Karakteristik Jenis Produk .....	53
Gambar 4.7 <i>Output</i> Diagram Jalur Dengan SmartPLS .....	56

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Hasil Kuesioner

Lampiran 3: Hasil MSI

Lampiran 4: Hasil Output SmartPLS