

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Social Commerce.....	1
1.1.2 Evermos	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Manfaat Akademis.....	11
1.6.2 Manfaat Praktis.....	11
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	12
1.8 Sistematika Penulisan	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian	14
2.1.1 Bisnis Model.....	14
2.1.2 Business Model Canvas.....	15
2.1.3 Channels	19
2.1.4 SWOT	22
2.1.5 System Development Life Cycle	23
2.1.6 Unified Modeling Language (UML)	28
2.1.7 Use Case	29
2.1.8 Activity Diagram	30
2.1.9 Sequence Diagram	30
2.1.10 Class Diagram.....	31
2.1.11 GWET’S AC1.....	31

2.2	Penelitian Terdahulu	34
2.3	Kerangka Pemikiran	36
BAB 3 METODE PENELITIAN		37
3.1	Karakteristik Penelitian.....	37
3.2	Variabel Operasional	37
3.3	Tahapan Penelitian.....	40
3.4	Populasi dan Sampel.....	44
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	45
3.6	Pengujian Validitas dan Realibilitas	46
3.7	Teknik Analisis Data	48
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Hasil Pembahasan	50
4.1.1	Identifikasi Model bisnis berjalan	50
4.1.2	Business Model Canvas yang sedang terjadi.....	53
4.1.3	Evaluasi Business Model Canvas melalui SWOT	69
4.2	Rekomendasi Perbaikan Business Model Canvas	81
4.3	Rancangan UML Rekomendasi Perbaikan Model Bisnis Channels...83	
4.3.1	<i>Use Case Diagram</i>	83
4.3.2	<i>Use Case Scenario</i>	84
4.3.3	<i>Activity Diagram</i>	90
4.3.4	<i>Sequence Diagram</i>	97
4.3.5	<i>Class Diagram</i>	103
4.4	Mockup User Interface	104
4.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	109
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		114
5.1	Kesimpulan	114
5.2	Saran	116
DAFTAR PUSTAKA.....		xi