

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	15
1.1.1 UMKM Kabupaten Grobogan.....	15
1.2 Latar Belakang	16
1.3 Perumusan Masalah.....	20
1.4 Tujuan Penelitian	21
1.5 Manfaat Penelitian	21
1.5.1 Aspek Praktis	21
1.5.2 Aspek Teoritis	21
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	21
BAB II.....	23

TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	23
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	23
2.1.2 Ekonomi Digital	23
2.1.3 Literasi Digital.....	24
2.1.4 Pendapatan	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian	31
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Operasional Variabel	33
3.3. Tahapan Penelitian.....	37
3.4 Populasi dan Sampel	39
3.5 Pengumpulan Data	40
3.5.1 Sumber Data.....	40
3.5.2 Metode Pengumpulan Data	40
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	41
3.6.1 Uji Validitas	41
3.7 Teknik Analisis Data	46
3.8 Pengujian Hipotesis	49

BAB IV	50
4.1 Karakteristik Penelitian.....	50
4.1.1 Umur	50
4.1.2 Jenis Kelamin	51
4.1.3 Pendidikan.....	51
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	53
4.2.2 Uji Validitas.....	58
4.2.2 Uji Reabilitas	63
4.3 Analisis Data SEM-PLS.....	63
4.3.1 Coefficient of Determination (R^2).....	63
4.3.2 Predictive Relevance (Q^2).....	64
4.3.3 Goodness of Fit Model (GoF)	64
4.3.4 <i>Effect Size</i> (F-Square)	64
4.3.5 Path Coefficient.....	65
4.4 Uji Hipotesis.....	66
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB 5.....	69
KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

.....
65

LAMPIRAN

.....
68