

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang Penelitian	3
1.3. Perumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB 2	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Kajian Teoritis dan Penelitian Pendahulu.....	14
2.1.1 Manajemen Strategi	14
2.1.2 Transformasi Digital	15

2.1.3	Digital Marketing.....	17
2.1.4	Investasi Teknologi Digital.....	19
2.1.5	Keterlibatan Pelanggan	20
2.1.6	Kinerja UMKM.....	22
2.1.7	Penelitian Terdahulu	23
2.2	Kerangka Pemikiran.....	25
2.3	Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III.....		30
METODE PENELITIAN		30
3.1	Jenis Penelitian.....	30
3.2	Operasional Variabel.....	31
3.2.1	Variabel Operasional.....	31
3.2.2	Skala Pengukuran.....	39
3.3	Tahapan Penelitian	40
3.4	Populasi dan Sampel	40
3.4.1	Populasi.....	40
3.4.2	Sampel.....	41
3.5	Pengumpulan Data	42
3.5.1	Jenis Data	42
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.6.1	Uji Validitas	43
3.6.2	Uji Reliabilitas	45
3.7	Teknik Analisis Data.....	45
3.7.1	Analisis Deskriptif	46

3.7.2	Pengujian Model Dengan SEM-PLS	47
3.7.3	Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	47
3.7.4	Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	50
3.8	Uji Hipotesis	51
BAB IV	52
ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1	Karakteristik Responden	52
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	52
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdiri Usaha.....	53
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	54
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Skala Usaha	55
4.2.	Analisis Penelitian.....	55
4.2.1	Analisis Deskriptif	55
4.2.2.2	Analisis Deskriptif Berdasarkan Variabel Transformasi digital ...	56
4.2.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Digital Marketing.....	57
4.2.2.4	Analisis Deskriptif Variabel Investasi Teknologi Digital.....	59
4.2.2.5	Analisis Deskriptif Variabel Keterlibatan Pelanggan	60
4.2.2.6	Analisis Deskriptif Variabel Kinerja Usaha	61
4.2.2	Analisis Multivariat.....	62
4.2.2.1	Uji Outer Model	62
4.2.2.2	Hasil Uji Heterotrait Montrait Ratio	64
4.2.2.3	Uji Multikolinearitas	64
4.2.2.4	Uji R-Square	65
4.2.2.5	Uji F-Square	66
4.2.2.6	Uji Hipotesis	66

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	68
4.3.1 Digital Marketing terhadap Transformasi Digital.....	68
4.3.2 Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM.....	68
4.3.3 Investasi Teknologi Digital Terhadap Transformasi Digital	69
4.3.4 Investasi Teknologi Digital Terhadap Kinerja UMKM.....	69
4.3.5 Keterlibatan Pelanggan Terhadap Transformasi Digital.....	70
4.3.6 Keterlibatan Pelanggan Terhadap Kinerja UMKM	71
4.3.7 Transformasi Digital Terhadap Kinerja UMKM	71
BAB V.....	72
KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	73
5.2.1 Untuk Pelaku UMKM.....	73
5.2.2 Untuk Pemerintah.....	73
5.2.3 Untuk Akademis	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	80