

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teoritis.....	10
2.1.1 Teori Technology Organization Environment (TOE) Framework... 10	10
2.1.2 Usaha Mikro Kecil Menengah.....	11
2.1.3 Tingkat Penjualan.....	12
2.1.4 Pengadopsian Aplikasi Online.....	14
2.1.5 Hubungan dengan Pelanggan.....	16
2.1.6 Teknologi Informasi.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Berfikir.....	21
2.3.1 Pengaruh Aplikasi Online terhadap Tingkat Penjualan.....	21
2.3.2 Pengaruh Hubungan dengan Pelanggan terhadap Tingkat Penjualan.....	22
2.3.3 Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Tingkat Penjualan.....	22
2.4 Hipotesis.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1 Populasi.....	25
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	26
3.3.1 Variabel Penelitian.....	26
3.3.2 Defenisi Operasional Variabel.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27

3.5 Teknik Analisis Data	30
3.5.1 Uji Statistik Deskriptif	30
3.5.2 Uji Kualitas Data	30
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	31
3.6 Analisis Model Penelitian	32
3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	32
3.6.2 Uji Kelayakan Penelitian	33
3.7 Uji Hipotesis	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian	35
4.1.2 Deskripsi Responden	35
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	38
4.3 Uji Kualitas Data	40
4.3.1 Uji Validitas Data	40
4.3.2 Uji Reliabilitas	42
4.4 Uji Asumsi Klasik	43
4.4.1 Uji Normalitas	43
4.4.2 Uji Multikolinearitas	45
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	46
4.5 Hasil Uji Hipotesis	47
4.5.1 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	47
4.5.2 Hasil Uji t	49
4.5.3 Uji F (Simultan)	50
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	50
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	51
4.7.1 Pengaruh Pengadopsian Aplikasi Online terhadap Tingkat Penjualan	51
4.7.2 Pengaruh Hubungan dengan Pelanggan terhadap Tingkat Penjualan	53
4.7.3 Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Tingkat Penjualan	54
4.7.4 Pengaruh Pengadopsian Aplikasi Online, Hubungan dengan Pelanggan, dan Teknologi Informasi terhadap Tingkat Penjualan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	65