

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	iv
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang.....	1
Gambar 1.1 Jumlah UMKM setiap daerah di Indonesia sepanjang tahun 2022	2
Tabel 1.1 data jumlah UMKM di Jawa Barat	3
Tabel 1.2 Data jumlah UMKM di kabupaten Bandung	4
Gambar 1.2 Diagram data jumlah UMKM di kabupaten Bandung	4
Tabel 1.3 data jumlah UMKM di Pangalengan.....	5
Tabel 1.4 data jumlah café di Pangalengan.....	5
Tabel 1.5 Survey awal media sosial	11
Tabel 1.6 Survey awal penciptaan pengetahuan (<i>knowledge creation</i>).....	12
Tabel 1.7 Survey awal kinerja usaha.....	13
1.2. Identifikasi masalah	14
1.3. Rumusan masalah	15
1.4. Tujuan penelitian.....	15
1.5. Lokasi penelitian dan Waktu penelitian	16
1.5.1. Lokasi penelitian.....	16
1.5.2. Waktu penelitian.....	16
Tabel 1.8 pelaksanaan penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	18
2.1. Kajian pustaka.....	18
2.1.1. Media sosial	18
Table 2.1 indikator media sosial.....	20
2.1.2. Penciptaan pengetahuan (<i>knowledge creation</i>).....	22
Tabel 2.2 indikator penciptaan pengetahuan	24

2.1.3. Kinerja usaha	26
Table 2.3 indikator kinerja usaha	28
2.1.4. Penelitian terdahulu.....	30
Tabel 2.4 Penelitian terdahulu.....	30
2.2. Kerangka pemikiran.....	36
2.2.1. Keterkaitan media sosial terhadap kinerja usaha	37
2.2.2. Keterkaitan penciptaan pengetahuan terhadap kinerja usaha.....	38
2.2.3. Keterkaitan media sosial terhadap penciptaan pengetahuan	39
2.2.4. Keterkaitan media media terhadap kinerja usaha melalui penciptaan pengetahuan	40
2.3. Paradigma penelitian.....	41
Gambar 2.1 paradigma penelitian	41
2.4. Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1. Objek penelitian	43
3.2. Metode penelitian.....	45
3.2.1. Desain penelitian.....	45
Gambar 3.1 Kerangka penelitian	46
3.2.2. Opresional variabel	47
Tabel 3.1 Tabel desain penelitian	47
Tabel 3.2 Tabel oprasional variabel.....	48
Tabel 3.3 Pilihan jawaban kuisoner positif atau negatif.....	50
3.2.3. Teknik pengumpulan data	52
3.2.4. Rencana analisis dan pengujian hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.2.5. Sumber dan teknik	52
Gambar 3.2 menghitung skor.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	62
4.1.1. SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN	62
4.1.2. STRUKTUR ORGANISASI	63
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Cafe	63
4.1.3. DESKRIPSI JABATAN	63
4.1.4. Karakteristik Responden	66
4.2. PEMBAHASAN PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1. Analisis Deskriptif.....	68

Gambar 4.2 Rumus Skor	68
Tabel 4.1 Kategori persentase tanggapan responden	69
Tabel 4.2 Analisis deskriptif indikator Interaksi	69
Tabel 4.4 Analisis deskriptif indikator Konten	71
Tabel 4.5 Analisis deskriptif indikator Konten	74
Tabel 4.6 Analisis deskriptif indikator Platform	75
Tabel 4.7 Analisis deskriptif indikator Platform	76
Tabel 4.8 Rekapitulasi tanggapan responden Media Sosial	78
Gambar 4.2 Kontinum Media Sosial.....	79
Tabel 4.9 Analisis deskriptif indikator Ide Baru	79
Tabel 4.10 Analisis deskriptif indikator Ide Baru	81
Tabel 4.11 Analisis deskriptif indikator Kolaborasi.....	82
Tabel 4.12 Analisis deskriptif indikator Kolaborasi.....	83
Tabel 4.13 Analisis deskriptif indikator Teknologi Informasi.....	85
Tabel 4.14 Analisis deskriptif indikator Teknoogi Informasi.....	86
Tabel 4.15 Analisis deskriptif indikator Keterlibatan Pegawai	87
Tabel 4.16 Analisis deskriptif indikator Keterlibatan Pegawai	88
Tabel 4.17 Rekapitulasi Tanggapan Responden Penciptaan Pengetahuan.....	89
Gambar 4.3 Garis Kontinum Penciptaan Pengetahuan	90
Tabel 4.18 Analisis deskriptif indikator Peningkatan Brand Aweranes	91
Tabel 4.19 Analisis deskriptif indikator Peningkatan Brand Aweranes	92
Tabel 4.20 Analisis deskriptif indikator Inovasi Produk.....	93
Tabel 4.21 Analisis deskriptif indikator Inovasi Produk.....	93
Tabel 4.22 Analisis deskriptif indikator Efisiensi Pemasaran	94
Tabel 4.23 Analisis deskriptif indikator Efisiensi Pemasaran	95
Tabel 4.24 Analisis deskriptif indikator Peningkatan Penjualan.....	96
Tabel 4.25 Analisis deskriptif indikator Peningkatan Penjualan.....	97
Tabel 4.26 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kinerja Usaha.....	98
Gambar 4.4 Garis Kontinum Kinerja Usaha	99
4.2.2. Analisis veripikatif.....	99
Tabel 4.3 Analisis deskriptif indikator Interaksi	71
Gambar 4.5 Outer model.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.27 Convergent Validity (Outer Loadings)	101
Tabel 4.28 Average Variant Extracted (AVE).....	103

Gambar 4.6 Average Variance Extracted (AVE)	103
Tabel 4.29 Diskriminan validitas	104
Tabel 4.31 Nilai R-Square.....	109
Tabel 4.30 Koefisien Jalur	107
Gambar 4.7 Kurva uji t Media Sosial (X)terhadap Penciptaan Pengetahuan (Z) ..	111
Gambar 4.8 Kurva uji t Media Sosial (X) terhadap Kinerja Usaha (Y).....	113
Gambar 4.9 Kurva uji t Penciptaan Pengetahuan (Z) terhadap Kinerja Usaha (Y)	114
Tabel 4.31 Nilai Specific Indirect Effect.....	115
Gambar 4.10 Kurva uji t Media Sosial (X) terhadap Kinerja Usaha (Y) melalui Penciptaan Pengetahuan (Z).....	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	119
5.1. Kesimpulan	119
5.2. Saran	121
Daftar Pustaka.....	123
LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN AKHIR	129
LAMPIRAN.....	132