

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ii
LEMBAR KEASLIAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Dan Rumusan Masalah	16
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	16
1.2.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	18
1.3.1 Maksud Penelitian.....	18
1.3.2 Tujuan Penelitian	18
1.4 Kegunaan Penelitian.....	20
1.4.1 Kegunaan Praktis	20
1.4.2 Kegunaan Akademis	21
1.5 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	22
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	22
1.5.2 Waktu Penelitian	22
BAB II	23
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	23
2.1 Kajian Pustaka	23
2.1.1 Penggunaan <i>E-Business</i>	23
2.1.1.1 Pengertian Penggunaan <i>E-Business (Social Commerce)</i>	23

2.1.1.2 Klasifikasi <i>E-Business (Social Commerce)</i>	25
2.1.1.3 Jenis – Jenis <i>E-Business (Social Commerce)</i>	25
2.1.1.4 Indikator – Indikator <i>E-Business (Social Commerce)</i>	27
2.1.2 Kinerja Perusahaan.....	28
2.1.2.1 Pengertian Kinerja Perusahaan	28
2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Perusahaan	30
2.1.2.3 Indikator – Indikator Kinerja Perusahaan	31
2.1.3 Inovasi Organisasi	32
2.1.3.1 Pengertian Inovasi Organisasi	32
2.1.3.2 Jenis Inovasi Organisasi.....	33
2.1.3.3 Indikator – Indikator Inovasi Organisasi	35
2.1.4 Penelitian Terdahulu	36
2.2 Kerangka Pemikiran	38
2.2.1 Hubungan Penggunaan <i>E-business (Social Commerce)</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	40
2.2.2 Hubungan Penggunaan <i>E-business (Social Commerce)</i> Terhadap Inovasi Organisasi	40
2.2.3 Hubungan Inovasi Organisasi Terhadap Kinerja Perusahaan.....	41
2.2.4 Hubungan Penggunaan <i>E-Business (Social Commerce)</i> dan Inovasi Organisasi Terhadap Kinerja Perusahaan	42
2.3 Hipotesis.....	44
BAB III.....	45
METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Objek Penelitian	45
3.2 Metode Penelitian.....	48
3.2.1 Desain Penelitian	49
3.2.2 Operasional Variabel.....	55
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	57
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	60
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	61
BAB IV	69
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	69

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	69
4.1.2 Visi dan Misi	70
4.2 Karakteristik Pelaku UMKM	75
4.3 Analisis Deskriptif	80
4.3.1 Penggunaan <i>E-Business (Social Commerce)</i> (X)	81
4.3.2 Kinerja Perusahaan (Y)	89
4.3.3 Inovasi Organisasi (Z)	95
4.4 Analisis Verifikatif	103
4.4.1 Model <i>Partial Least Square</i> (PLS)	104
4.4.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	104
4.4.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	113
4.5 Pengujian Hipotesis	117
BAB V	125
KESIMPULAN DAN SARAN	125
5.1 Kesimpulan	125
5.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	135