

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	13
1.2.1. Identifikasi Masalah	13
1.2.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	15
1.3.1. Maksud Penelitian.....	15
1.3.2. Tujuan Penelitian	15
1.4. Kegunaan Penelitian	15
1.4.1. Kegunaan Praktis	15
1.4.2. Kegunaan Teoritis	16
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian	16
1.5.1. Lokasi Penelitian.....	16
1.5.2. Waktu Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	
2.1. Kajian Pustaka	17
2.1.1. Adopsi <i>E-Commerce</i>	18

2.1.1.1.	Pengertian Adopsi <i>E-Commerce</i>	18
2.1.1.2.	Faktor-Faktor Yang Mendorong Adopsi <i>E-Commerce</i>	20
2.1.1.3.	Keberhasilan Adopsi <i>E-Commerce</i>	24
2.1.1.4.	Dampak Baik Adopsi <i>E-Commerce</i>	26
2.1.1.5.	Indikator Adopsi <i>E-Commerce</i>	27
2.1.2.	Orientasi Pasar	27
2.1.2.1.	Pengertian Orientasi Pasar	27
2.1.2.2.	Manfaat Orientasi Pasar	31
2.1.2.3.	Indikator Orientasi Pasar.....	31
2.1.3.	Kinerja Usaha.....	33
2.1.3.1.	Pengertian Kinerja Usaha.....	33
2.1.3.2.	Indikator Kinerja Usaha	36
2.2.	Penelitian Terdahulu	36
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	40
2.3.1.	Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	41
2.3.1.1.	Hubungan Adopsi <i>E-Commerce</i> dengan Kinerja Usaha....	41
2.3.1.2.	Hubungan Orientasi Pasar dengan Kinerja Usaha	41
2.3.1.3.	Hubungan Adopsi <i>E-Commerce</i> dan Orientasi Pasar dengan Kinerja Usaha	42
2.4.	Hipotesis	43
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1.	Objek Penelitian.....	45
3.2.	Metode Penelitian	46
3.2.1.	Desain Penelitian.....	47
3.2.2.	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	51
3.2.3.	Sumber dan Teknik Penentuan Data	55
3.2.3.1.	Sumber Data.....	55
3.2.3.2.	Teknik Penentuan Data	56
3.2.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.2.4.1.	Uji Validitas	58
3.2.4.2.	Uji Reliabilitas	61

3.2.4.3.	Uji MSI	63
3.2.5.	Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	64
3.2.5.1.	Rancangan Analisis	64
3.2.5.1.1.	Analisis Deskriptif (Kualitatif)	64
3.2.5.1.2.	Analisis Verifikatif (Kuantitatif).....	65
3.2.5.2.	Pengujian Hipotesis.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	77
4.1.1.	Sejarah Perusahaan.....	77
4.1.2.	Profil dan Struktur Organisasi Perusahaan	78
4.1.2.1.	Profil Organisasi Perusahaan	78
4.1.2.2.	Struktur Organisasi Perusahaan	78
4.2.	Karakteristik Responden	79
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan <i>E-Commerce</i>	81
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	82
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Omset Penjualan Perbulan	83
4.3.	Analisis Deskriptif/Kualitatif	84
4.3.1.	Analisis Deskriptif Mengenai Adopsi <i>E-Commerce</i> Pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung	84
4.3.2.	Analisis Deskriptif Mengenai Orientasi Pasar Pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung	93
4.3.3.	Analisis Deskriptif Mengenai Kinerja Usaha Pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung	100
4.4.	Analisis Verifikatif/Kuantitatif	107
4.4.1.	Analisis Regresi Berganda	108
4.4.2.	Uji Asumsi Klasik	110
4.4.2.1.	Uji Normalitas	110
4.4.2.2.	Uji Multikolinieritas	111

4.4.2.3. Uji Heteroskedastisitas	113
4.4.3. Analisis Korelasi	114
4.4.4. Analisis Koefisien Determinasi	119
4.4.5. Uji Hipotesis	120
4.4.5.1. Pengujian Secara Simultan (Uji-F)	120
4.4.5.2. Pengujian Secara Parsial (Uji-T)	124
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	129
5.2. Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

