

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	16
1.3. Rumusan Masalah	17
1.4. Tujuan Penelitian	18
1.5. Manfaat Penelitian	18
1.6. Lokasi Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Pustaka	21
2.1.1 E-commerce	21
2.1.1.1 Pengertian E-Commerce	21
2.1.1.2 Jenis-jenis E-Commerce	22
2.1.1.3 Indikator E-Commerce	24
2.1.2 Inovasi Produk	25
2.1.2.1 Pengertian Inovasi produk	25
2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk	27
2.1.2.3 Indikator inovasi produk	28
2.1.3 Keunggulan Kompetitif	28
2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Kompetitif	28
2.1.3.2 Strategi Keunggulan Kompetitif	30
2.1.3.3 Indikator Keunggulan Kompetitif	31
2.1.4 Penelitian Terdahulu	32
2.2 Kerangka Pemikiran	35
2.2.1 Hubungan E-Commerce terhadap Keunggulan Kompetitif	37
2.2.2 Hubungan Inovasi Produk	

terhadap Keunggulan Kompetitif	38
2.2.3 Hubungan E-Commerce dan Inovasi	
Produk terhadap Keunggulan Kompetitif	39
2.2.4 Paradigma Penelitian	40
2.3 Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian	43
3.2.1 Desain Penelitian	45
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	49
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	51
3.2.3.1 Sumber Data	51
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data	52
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	54
3.2.4.1 Uji Validitas	56
3.2.4.2 Uji Reliabilitas	59
3.2.4.3 Uji MSI (Data Ordinal ke Intreval)	63
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	64
3.2.5.1 Rancangan Analisis	64
3.2.5.1.1 Analisis Data Deskriptif	65
3.2.5.1.2 Analisis Data Verifikatif	67
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	80
4.1.1 Sejarah Perusahaan	80
4.1.2 Visi Dan Misi	81
4.1.3 Struktur Organisasi	82
4.1.4 Job Description	83
4.2 Karakteristik Responden	84
4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha	85
4.2.3 Distribusi Responden Berdsarkan Penghasilan	86
4.2.4 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	87
4.3 Analisis Deskriptif	88
4.3.1 Deskriptif Ariabel E-Commerce	89
4.3.2 Deskriptif Variabel Inovasi Produk	96
4.3.3 Deskriptif Variabel Keunggulan Kompetitif	101

4.4 Hasil Analisis Verifikatif	108
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	108
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	113
4.4.3 Analisis Korelasi	115
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	119
4.4.5 Pengujian Hipotesis	122
4.4.6 Pengujian Secara Parsial (Uji T)	122
4.4.7 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	128
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	132
5.2 Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	136