

# DAFTAR ISI

## Halaman

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian .....	15
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	16
1.5.1 Lokasi Penelitian .....	16
1.5.2 Waktu Penelitian.....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	17
2.1.1 <i>E-Commerce</i> .....	17
2.1.1.1 Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	17
2.1.1.2 Jenis – Jenis <i>E-Commerce</i> .....	19
2.1.1.3 Manfaat <i>E-Commerce</i> .....	21
2.1.1.4 Ancaman Menggunakan <i>E-Commerce</i> .....	22
2.1.1.5 Hambatan Implementasi <i>E-Commerce</i> .....	23
2.1.1.6 Dimensi atau Indikator <i>Ecommerce</i> .....	24
2.1.2 Inovasi .....	25
2.1.2.1 Pengertian Inovasi .....	25
2.1.2.2 Karakteristik Inovasi .....	29
2.1.2.3 Tujuan Inovasi .....	30
2.1.2.4 Tipe – Tipe Inovasi.....	31
2.1.2.5 Prinsip Inovasi .....	31
2.1.2.6 Macam – Macam Inovasi .....	32
2.1.2.7 Dimensi atau Indikator Inovasi .....	33
2.1.3 Keunggulan Bersaing .....	34
2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing .....	34

2.1.3.2	Ruang Lingkup Keunggulan Bersaing .....	36
2.1.3.3	Faktor-faktor yang Memengaruhi Keunggulan Bersaing .....	37
2.1.3.4	Analisis Keunggulan Bersaing .....	38
2.1.3.5	Sumber-sumber Keunggulan Bersaing .....	39
2.1.3.6	Cara-cara Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing .....	41
2.1.3.7	Indikator Keunggulan Bersaing .....	45
2.1.4	Kinerja Pemasaran .....	47
2.1.4.1	Pengertian Kinerja Pemasaran .....	47
2.1.4.2	Pengukuran Kinerja Perusahaan .....	50
2.1.4.3	Konsep Kinerja Pemasaran .....	51
2.1.4.4	Dimensi Kinerja Pemasaran .....	52
2.1.5	Penelitian Terdahulu .....	56
2.2	Kerangka Pemikiran .....	63
2.3	Hipotesis .....	71

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1	Objek Penelitian .....	72
3.1.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	72
3.2	Metode Penelitian .....	78
3.2.1	Operasionalisasi Variabel .....	79
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data .....	79
3.2.2.1	Jenis dan Sumber Data .....	80
3.2.2.2	Populasi Penelitian .....	81
3.2.2.3	Sampel Penelitian .....	82
3.2.2.4	Alat Pengujian Instrumen .....	84
3.3	Model Penelitian .....	85
3.4	Teknik Analisis Data .....	87
3.4.1	Analisis Deskriptif Kuesioner .....	87
3.4.2	Metode <i>Succesive Interval</i> .....	89
3.4.3	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	90
3.4.4	Pengujian Hipotesis .....	91

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian .....	94
4.1.1	<i>E-Commerce</i> pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	94
4.1.2	Inovasi pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	98
4.1.3	Keunggulan Bersaing pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	102
4.1.4	Kinerja Pemasaran pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	106
4.2	Pembahasan .....	110
4.2.1	<i>E-Commerce</i> , Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran pada Distro di Kota Tasikmalaya ..	112
4.2.1.1	<i>E-Commerce</i> pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	112

4.2.1.2 Inovasi pada Distro di Kota Tasikmalaya.....	113
4.2.1.3 Keunggulan Bersaing pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	113
4.2.1.4 Kinerja Pemasaran pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	113
4.2.2 Pengaruh Secara Simultan <i>E-Commerce</i> , Inovasi dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	114
4.2.3 Pengaruh Secara Parsial <i>E-Commerce</i> , Inovasi dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	116
4.2.3.1 Pengaruh Secara Parsial <i>E-Commerce</i> , terhadap Kinerja Pemasaran pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	116
4.2.3.2 Pengaruh Secara Parsial Inovasi terhadap Kinerja Pemasaran pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	118
4.2.3.3 Pengaruh Secara Parsial Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	120
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	123
5.2 Saran .....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>127</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Perbandingan Pertumbuhan UMKM dan Usaha Besar Periode Tahun 2017 – 2021 .....	2
1.2	Jenis Industri Kreatif Fashion di Kota Tasikmalaya .....	4
1.3	Rata – Rata Laba Distro di Kota Tasikmalaya (Periode Juni - Desember 2022) .....	11
2.1	Strategi Generik Terhadap Keunggulan Bersaing.....	44
2.2	Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	56
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	79
3.2	Jumlah Pelanggan pada Setiap Distro di Kota Tasikmalaya Periode Januari – Mei 2024.....	82
3.3	Pelanggan yang akan dijadikan sampel dari 14 (empat belas) Distro yang ada di Kota Tasikmalaya .....	83
3.4	Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Positif .....	87
3.5	Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Negatif .....	87
3.6	Formula untuk Mencari Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung antar Variabel Penelitian .....	91
4.1	Kriteria Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>E-Commerce</i> .....	95
4.2	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data <i>E-Commerce</i> pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	95
4.3	Kriteria penilaian indikator <i>E-Commerce</i> secara keseluruhan .....	97
4.4	Kriteria Penilaian Untuk Setiap Indikator Inovasi .....	99
4.5	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Inovasi pada Distro di Kota Tasikmalaya.....	100
4.6	Kriteria penilaian indikator Inovasi secara keseluruhan .....	102
4.7	Kriteria Penilaian Untuk Setiap Indikator Keunggulan Bersaing.....	103
4.8	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Keunggulan Bersaing pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	104
4.9	Kriteria penilaian indikator Keunggulan Bersaing secara keseluruhan .....	106
4.10	Kriteria Penilaian Untuk Setiap Indikator Kinerja pemasaran.....	107

4.11	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Kinerja pemasaran pada Distro di Kota Tasikmalaya .....	108
4.12	Kriteria penilaian indikator Kinerja pemasaran secara keseluruhan .....	110
4.13	Pengaruh $X_1$ , $X_2$ dan $X_3$ terhadap $Y$ .....	111

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Penetrasi dan Pengguna Internet di Indonesia.....	6
1.2	Proyeksi Transaksi <i>E-Commerce</i> .....	7
1.3	Rata – Rata Laba Distro di Kota Tasikmalaya.....	12
2.1	Inovasi Nilai, Teknologi dan Biaya.....	27
2.2	Elemen-Elemen Keunggulan Bersaing .....	39
2.3	Kerangka Pemikiran .....	70
3.1	Model Penelitian .....	86
4.1	Struktur Analisis Jalur .....	111

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Waktu Penelitian .....	133
2	Kuesioner .....	134
3	Data Kuesioner .....	138
4	Metode <i>Sucessive Interval</i> (MSI) .....	174
5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	210
6	Output SPSS (Analisis Jalur).....	214