

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang sudah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi *E-commerce* dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Ekonomi Kreatif”**.

Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Siliwangi. Penulis menyadari bahwa ini tidak akan selesai tanpa ada dukungan dari berbagai pihak, oleh karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Ita Marlina dan Bapak Alan Dahlan selaku orang tua saya yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada saya selaku penulis sehingga bisa melakukan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Nundang Busaeri, Ir., M.T. selaku Rektor Universitas Siliwangi.
3. Bapak Dr. Ade Komaludin S.E., M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Siliwangi.
4. Ibu Dwi Hastuti L.K., S.E., M.Si. selaku ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.
5. Bapak Dr. Nanang Rusliana, S.E., M.Si. selaku wali dosen pada Program Studi Ekonomi Pembangunan kelas D angkatan 2018.
6. Ibu Fatimah Zahra Nasution, S.E.I, M.A. selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak H. Aso Sukarso, S.E., M.E. selaku pembimbing II, yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini.

8. Ibu Dr. Hj. Iis Surgawati, Dra., M.Si. selaku penguji I yang telah memberikan saran dalam penulisan skripsi ini.
9. Bapak Jumri, S.E., M.Si. selaku penguji II yang telah memberikan saran dalam penulisan skripsi ini.
10. Seluruh dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi, Universitas Siliwangi yang telah memberikan ilmu pada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Pembangunan.
11. Seluruh teman-teman yang telah membantu dan mendukung penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang pantas atas kebaikannya. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karenanya, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan.

Tasikmalaya, 9 Januari 2023

Penulis,

Andika Permana
NPM. 183401101

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	14
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	15
1.5.1. Lokasi Penelitian	15
1.5.2. Jadwal Penelitian	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.1.1 Pengertian Technology, Organization and Environment (TOE) Framework.....	16
2.1.1.1 Pengertian Technology (Teknologi).....	17
2.1.1.2 Pengertian Organization (Organisasi)	18
2.1.1.3 Pengertian Environment (Lingkungan)	19
2.1.2 E-Commerce	20
2.1.2.1 Klasifikasi E-commerce	22
2.1.2.2 Manfaat E-commerce	24
2.1.2.3 Kekurangan E-commerce	27
2.1.3 Pengertian Ekonomi Kreatif	28
2.1.4 Adopsi Teknologi Informasi.....	36
2.1.5 Kinerja Perusahaan	38

2.2 Kerangka Pemikiran.....	44
2.2.1 Hubungan Faktor Teknologi dengan Adopsi E-commerce	45
2.2.2 Hubungan Faktor Organisasi dengan Adopsi E-commerce	46
2.2.3 Hubungan Faktor Lingkungan dengan Adopsi E-commerce	48
2.2.4 Hubungan Adopsi E-commerce dengan Kinerja Usaha Ekonomi Kreatif	49
2.3 Hipotesis	51
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	52
3.2 Metode Penelitian	52
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	52
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	55
3.2.2.1 Jenis Data.....	56
3.2.2.2 Populasi dan Sampel.....	56
3.2.2.3 Prosedur Pengumpulan Data	59
3.3 Model Penelitian	59
3.3.1 Skala Likert	59
3.3.2 Method of Successive Interval	61
3.4 Teknik Analisis Data.....	62
3.4.1 Uji Validasi dan Reliabilitas.....	62
3.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda	62
3.4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	63
3.4.4 Uji Asumsi Klasik	64
3.4.5 Uji Hipotesis	66
3.4.6 Koefisiensi Determinan	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	69
4.1.1 Hasil Uji Instrumen	69
4.1.1.1 Uji Validitas.....	69
4.1.1.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72

4.1.2.1 Uji Normalitas	72
4.1.2.2 Uji Multikolinearitas	73
4.1.2.3 Heteroskedastisitas	74
4.1.3 Hasil Uji Analisis Regresi	76
4.1.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	76
4.1.3.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	77
4.1.4 Hasil Uji Hipotesis	77
4.1.4.1 Uji t	77
4.1.4.2 Uji F.....	79
4.1.4.3 Koefisien Determinasi	80
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	81
4.2.1 Pengaruh Faktor Teknologi terhadap Adopsi <i>E-commerce</i> pada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Tasikmalaya	81
4.2.2 Pengaruh Faktor Organisasi terhadap Adopsi <i>E-commerce</i> pada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Tasikmalaya	82
4.2.3 Pengaruh Faktor Lingkungan terhadap Adopsi <i>E-commerce</i> pada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Tasikmalaya	83
4.2.4 Pengaruh Faktor Teknologi, Organisasi, dan Lingkungan terhadap Adopsi <i>E-commerce</i> pada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Tasikmalaya	84
4.2.5 Pengaruh Adopsi <i>E-commerce</i> terhadap Kinerja Ekonomi pada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Tasikmalaya	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	86
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Internet dan Sosial Media di Indonesia per Januari 2021.....	2
Tabel 1.2 Aktivitas E-Commerce 30 hari terakhir per Januari 2021 di Indonesia	3
Tabel 1.3 Persebaran Unit Usaha Ekonomi Kreatif Berdasarkan Provinsi Tahun 2016	7
Tabel 1.4 Jadwal Penelitian.....	15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	54
Tabel 3.2 Data Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Tasikmalaya Tahun 2020.....	57
Tabel 3.3 Skala Likert	61
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	78
Tabel 4.8 Hasil Uji t terhadap Y_1	79
Tabel 4.9 Hasil Uji t terhadap Y_2	79
Tabel 4.10 Hasil Uji F terhadap Y_1	80
Tabel 4.11 Hasil Uji F terhadap Y_2	81
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi Y_1	81
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi Y_2	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Transaksi E-commerce di Indonesia Tahun 2018-2022.....	4
Gambar 1.2 PDB Sektor Ekonomi Kreatif 2010-2019	6
Gambar 2.1 Indikator Faktor Teknologi	46
Gambar 2.2 Indikator Faktor Organisasi.....	48
Gambar 2.3 Indikator Faktor Lingkungan	49
Gambar 2.4 Indikator Kinerja Ekonomi Kreatif	50
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	92
Lampiran 2 Data Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Tasikmalaya 2021	93
Lampiran 3 Kuesioner	95
Lampiran 4 Tabulasi Data Responden	99
Lampiran 5 Uji Statistik	109
Lampiran 6 Lembar Pengesahan Revisi Usulan Penelitian	116
Lampiran 7 Lembar Pengesahan Revisi Skripsi	117
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian	118
Lampiran Daftar Riwayat Hidup	119