

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	16
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian	16
E. Sistematika Laporan.....	18
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	20
1. Teori <i>Disruptive Innovation</i>	20
2. Teori Divusi Inovasi	21
3. Teori Milton Frideman.....	22
4. <i>Digital Marketing</i>	23
5. <i>Electronic Commerce</i>	28
6. Pendapatan	36
7. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	44
B. Penelitian Terdahulu	51
C. Kerangka Berfikir	54
D. Hipotesis.....	56

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan	60
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	61
C. Populasi dan Sampel	61
D. Desain dan Definisi Variabel Operasional	64
E. Teknik Pengumpulan Data.....	66
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	67
G. Uji Asumsi Klasik.....	68
H. Teknik Analisis Data.....	70
1. Teknis Analisis Data	70
2. Pengujian Hipotesis	72

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian	73
1. Gambaran Umum Kabupaten Kudus	73
2. Gambaran Umum Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi, dan UKM Kabupaten Kudus	75
B. Gambaran Umum Responden	79
C. Deskripsi Data Penelitian.....	83
1. Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1)	84
2. Variabel <i>Electronic Commerce</i> (X2)	86
3. Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)	88
D. Uji Instrumen Penelitian	91
1. Uji Validitas Instrumen.....	91
2. Uji Reliabilitas Instrumen	93
E. Uji Asumsi Klasik.....	94
1. Uji Normalitas.....	94
2. Uji Heteroskedastisitas.....	96
3. Uji Multikolinearitas	98
F. Hasil Analisis Statistik	99
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	99
2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	100
3. Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji f)	101
4. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)	102
G. Pembahasan.....	104

1. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Peningkatan Pendapatan	104
2. Pengaruh <i>E-Commerce</i> Terhadap Peningkatan Pendapatan	106
3. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> dan <i>Electronic Commerce</i> Terhadap Peningkatan Pendapatan	109

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan	112
B. Keterbatasan.....	113
C. Saran	113

**DAFTAR PUSTAKA1
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia..... 4

Tabel 1.2: Data *Marketplace* Pilihan UMKM di Indonesia 6

Tabel 1.3: Data Nilai Transaksi *E-Commerce* di Indonesia 8

Tabel 1.4: Jumlah UMKM Setiap Kecamatan..... 10

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu 51

Tabel 3.1: Definisi Variabel Operasional 65

Tabel 4.1: Data Jumlah UMKM Tahun 2020-2022..... 74

Tabel 4.2: Jenis Kelamin Responden 80

Tabel 4.3: Usia Responden..... 80

Tabel 4.4: Jenis Usaha..... 81

Tabel 4.5: Pendapatan Per Bulan..... 82

Tabel 4.6: Penggunaan Media Sosial dan *Marketplace*..... 82

Tabel 4.7: Data Hasil Penelitian Variabel *Digital Marketing* 84

Tabel 4.8: Data Hasil Penelitian Variabel *electronic commerce* 86

Tabel 4.9: Data Hasil Penelitian Variabel Peningkatan Pendapatan 88

Tabel 4.10: Hasil Uji Validitas Variabel *Digital Marketing* 92

Tabel 4.11: Hasil Uji Validitas Variabel *electronic commerce* 92

Tabel 4.12: Hasil Uji Validitas Variabel Peningkatan Pendapatan 93

Tabel 4.13: Hasil Uji Realibilitas 94

Tabel 4.14: Hasil Uji Normalitas Statistik K-S 96

Tabel 4.15: Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser..... 97

Tabel 4.16: Hasil Uji Multikolinieritas..... 98

Tabel 4.17: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda..... 99

Tabel 4.18: Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)..... 101

Tabel 4.19: Hasil Uji Signifikasi Parameter Simultan (Uji F)..... 102

Tabel 4.20: Hasil Uji Signifikasi Parameter Parsial (Uji t) 103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Data Penggunaan Internet di Indonesia 2
Gambar 2.1: Kerangka Berfikir 55
Gambar 4.1: Peta Wilayah Kabupaten Kudus 73
Gambar 4.2: Struktur Organisasi Disnakerperinkop-UKM Kudus 78
Gambar 4.3: Hasil Grafik Uji Normalitas P-Plot 95
Gambar 4.4: Hasil Grafik Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot* 97

