

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	7
Tujuan Penelitian.....	7
Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TUJUAN PUSTAKA.....	9
Kajian Teori.....	9
Kinerja Pemasaran	9
Kewirausahaan	11
<i>E-Commerce</i>	13

<i>Agility</i>	15
Pengembangan Hipotesis	15
Pengaruh Kewirausahaan terhadap <i>Agility</i>	15
Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap <i>Agility</i>	16
Pengaruh <i>Agility</i> terhadap Kinerja Pemasaran.....	17
Pengaruh Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasran.....	18
Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Kinerja Pemasaran	18
Penelitian Terdahulu.....	21
Metode Penelitian.....	24
Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
Jenis Penelitian.....	25
Populasi dan Sampel	25
Populasi.....	25
Sampel.....	25
Teknik Pengambilan Sampel.....	26
Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
Jenis Data	26
Teknik Pengumpulan Data.....	27
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
Definisi Operasional	27
Pengukuran Variabel (Instrumen Penelitian).....	28
Teknik Analisis Data	30

BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
Karakter Responden	35
Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Karakter Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	35
Karakter Responden Berdasarkan Jabatan	36
Karakter Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	37
Analisis Deskriptif.....	37
Variabel Kewirausahaan	38
Variabel <i>E-Commerce</i>	39
Variabel <i>Agility</i>	40
Variabel Kinerja Pemasaran.....	41
Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	42
Hasil <i>Partial Least Square</i>	42
Uji Validitas	43
Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	45
Uji Hipotesis.....	46
Total Indirek Effects.....	48
Pembahasan	48
Pengaruh Kewirausahaan terhadap <i>Agility</i>	48
Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap <i>Agility</i>	49
Pengaruh <i>Agility</i> terhadap Kinerja Pemasaran.....	50
Pengaruh Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran.....	50
Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Kinerja Pemasaran	50

<i>Agility</i> Memediasi Pengaruh Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran	51
<i>Agility</i> Memediasi Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Kinerja Pemasaran	51
BAB V PENUTUP.....	52
Kesimpulan dan Saran	52
Kesimpulan	52
Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	59



DAFTAR TABEL

Definisi Operasional Variabel.....	27
Interval Skala	29
Jenis Kelamin Responden	35
Pendidikan Terakhir Responden	36
Jabatan Responden	36
Lama Usaha Responden.....	37
Penilaian Responden terhadap Kewirausahaan.....	38
Penilaian Responden terhadap <i>E-Commerce</i>	39
Penilaian Responden terhadap <i>Agility</i>	40
Penilaian Responden terhadap Kinerja Pemasaran.....	41
<i>Reliability</i> dan <i>Convergent Validity</i>	44
Hasil Pengukuran <i>R-Square</i>	45
<i>Path Coefficients</i>	46
Total <i>Indirek Effects</i>	48

DAFTAR GAMBAR

1.1 Jumlah dan Wilayah UMKM kota Semarang	5
2.1 Model Penelitian	24
4.1 Nilai Analisis Jalur <i>Partial Least Square</i>	43

