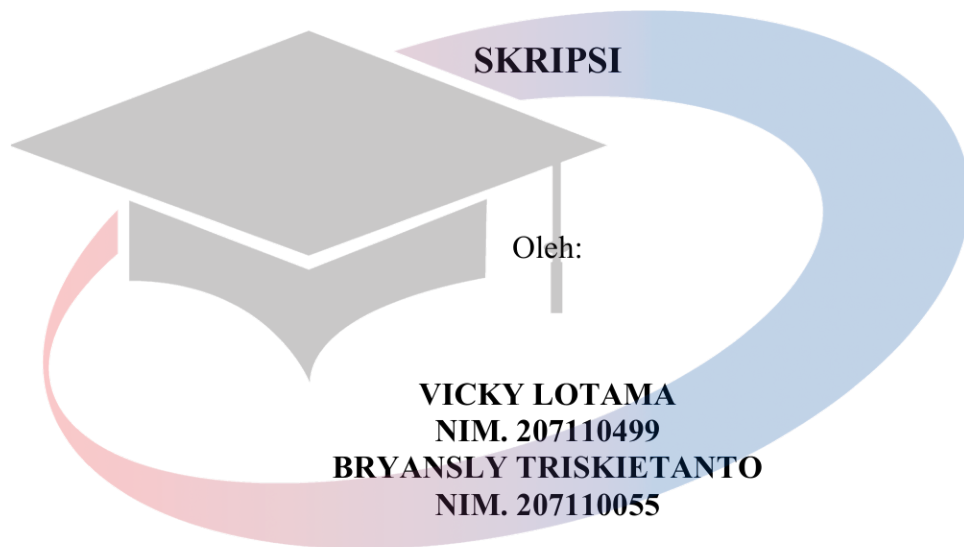


**PENGARUH CITA RASA, KEMASAN PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMIE
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA SISWA SMA PERGURUAN
DHARMA BAKTI LUBUK PAKAM**



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2024**

**THE INFLUENCE OF TASTE, PRODUCT PACKAGING,
PRICES, AND PROMOTIONS ON INDOMIE CONSUMER
LOYALTY WITH CONSUMER SATISFACTION AS
INTERVENING VARIABLES IN HIGH SCHOOL
STUDENTS PERGURUAN DHARMA
BAKTI LUBUK PAKAM**

FINAL RESEARCH

By:

**VICKY LOTAMA
NIM. 207110499
BRYANSLY TRISKIETANTO
NIM. 207110055**



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF ACCOUNTING
BUSINESS FACULTY
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITA RASA, KEMASAN PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMIE
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA SISWA SMA PERGURUAN
DHARMA BAKTI LUBUK PAKAM**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen**


Oleh:

**VICKY LOTAMA
NIM. 207110499**

**BRYANSLY TRISKIETANTO
NIM. 207110055**

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,


Hanny Siagaan, S.E., M.Si.

Medan, 30 Juli 2024

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,


UNIVERSITAS
MIKROSKIL
Suci Pertiwi, S.E., M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-I Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 207110499

Nama : Vicky Lotama

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Cita Rasa, Kemasan Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Indomie Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam.

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 11 Juli 2024

Saya yang membuat pernyataan,



(Vicky Lotama)

NIM. 207110499

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 207110055

Nama : Bryansly Triskietanto

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Cita Rasa, Kemasan Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Indomie Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam.

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya** Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 11 Juli 2024

Saya yang membuat pernyataan,



(Bryansly Triskietanto)

NIM. 207110055

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Cita rasa, Kemasan Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen Indomie dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel *Intervening* pada siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif menggunakan *software SmartPLS 4.0* dengan *model two-stage approach* yang terdiri dari uji *outer model* dan uji *inner model*. Uji *outer model* dilakukan untuk membuktikan validitas dan reliabilitas seluruh indikator pada masing-masing variabel. Uji *inner model* dilakukan untuk menguji pengaruh antar variabel sesuai hipotesis yang ditetapkan sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa dan kemasan produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap terhadap kepuasan konsumen dan juga kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen, dan Kemasan Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : *Cita Rasa, Produk, Harga, Promosi, Loyalitas Konsumen*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of taste, product packaging, price and promotion on Indomie consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable for Dharma Bakti Lubuk Pakam high school students. The sampling technique in this research used non-probability sampling with the accidental sampling method. The data analysis method used quantitative descriptive by using software SmartPLS version 4.0 with two-stage approach model consists outer model test and inner model test. The outer model test was carried out to prove the validity and reliability of all indicators for each variable. The inner model test was carried out to test the influence between variables according to the previously established hypothesis. The results of this research is taste and product packaging have an partially effect on influence consumer satisfaction also consumer satisfaction have an effect on influences consumer loyalty. Modiation test results show that taste influences consumer loyalty through consumer satisfaction, and product packaging influences consumer loyalty through consumer satisfaction.

Keywords: *Taste, Product Packing, Price, Promotion, Customer Loyalty*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Cita Rasa, Kemasan Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Indomie Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam”.

Tugas akhir skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan-persyaratan akademik guna menyelesaikan studi Program Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen pada Universitas Mikroskil Medan.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dan kelancaran penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak terlepas dari adanya bimbingan, nasihat, bantuan, dan dukungan yang berarti dari berbagai pihak yang dengan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, saran, bimbingan dan pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Suwianto, S.T., M.M., selaku Pendamping Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, saran, bimbingan dan pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Naca Perangin-Angin, S.M., M.Si., selaku Dosen Wali Program Studi Manajemen Kelas MN-A malam yang telah meluangkan waktu, saran dan pengarahan yang berharga sehingga penulis dapat lebih semangat serta termotivasi.

7. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.
8. Seluruh siswa SMA Perguruan Dharma Bakti dan seluruh Guru SMA Perguruan Dharma Bakti yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner yang penulis bagikan.
9. Orang tua penulis, Bapak Hendra Kusuma dan Ibu Calvina Kinski Andiani selaku orang tua dari Bryansly Triksietanto yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang yang tulus, dukungan dan motivasi serta doa kepada peneliti.
10. Orang tua penulis, alm. Bapak Hasan Udin, dan Ibu Tan Meiyeen selaku orang tua selaku orang tua dari Vicky Lotama yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang yang tulus, dukungan dan motivasi serta doa kepada peneliti.
11. Teman kami Marcellino Yaputra Dharma, Loren Wijaya, Lia Valentine Noris, Sherla, Felix yang telah memberikan motivasi, semangat, saran dan bantuan selama penyusunan skripsi ini.
12. Semua pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa skripsi yang dikerjakan masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi.

Akhir kata peneliti mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu ekonomi khususnya di bidang manajemen serta dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Medan, 11 Juli 2024

Penulis,

Vicky Lotama

Bryansly Triskietanto

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Originalitas Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Pemasaran	10
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran	10
2.1.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2. Loyalitas Konsumen.....	12
2.1.2.1. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	12
2.1.2.2. Tahapan Terbentuknya Loyalitas Konsumen.....	12
2.1.2.3. Indikator Loyalitas Konsumen	13
2.1.3. Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.3.2. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.3.3. Indikator Kepuasan Konsumen	15
2.1.3.4. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	16
2.1.4. Cita Rasa	17
2.1.4.1. Pengertian Cita Rasa	17

2.1.4.2. Indikator Cita Rasa.....	17
2.1.5. Kemasan.....	18
2.1.5.1. Pengertian Kemasan.....	18
2.1.5.2. Dimensi Kemasan (<i>Packaging</i>).....	18
2.1.5.3. Fungsi Kemasan	18
2.1.5.4. Kriteria Kemasan.....	19
2.1.5.5. Indikator Kemasan	20
2.1.6. Harga	20
2.1.6.1. Pengertian Harga	20
2.1.6.2. Tujuan Penetapan Harga	21
2.1.6.3. Metode Penetapan Harga	22
2.1.6.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga ..	26
2.1.6.5. Indikator Harga	27
2.1.7. Promosi	27
2.1.7.1. Pengertian Promosi	27
2.1.7.2. Tujuan Promosi	28
2.1.7.3. Bauran Promosi.....	28
2.1.7.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	29
2.1.7.5. Indikator Promosi.....	30
2.2. Review Peneliti Terdahulu.....	30
2.3. Kerangka Konseptual	36
2.4. Pengembangan Hipotesis	39
2.4.1 Pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen Indomie pada Siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam	39
2.4.2 Pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Konsumen Indomie pada Siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam	39
2.4.3 Pengaruh Kemasan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Indomie pada Siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam.....	40
2.4.4 Pengaruh Kemasan Produk terhadap Loyalitas Konsumen Indomie pada Siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam.....	40
2.4.5 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Indomie pada Siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam.....	41

2.4.6	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen Indomie pada Siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam.....	41
2.4.7	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Indomie pada Siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam.....	42
2.4.8	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen Indomie pada Siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam.....	43
2.4.9	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam	43
2.4.10	Pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam	44
2.4.11	Pengaruh Kemasan Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam.....	45
2.4.12	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Siswa SMA Dharma Bakti Lubuk Pakam	46
2.4.13	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening	46
BAB III METODE PENELITIAN		48
3.1.	Jenis Penelitian.....	48
3.2.	Objek Penelitian	48
3.3.	Metode Pengumpulan Data	48
3.4.	Populasi dan Sampel	50
3.5.	Definisi Operasional Variabel	51
3.6.	Metode Analisis Data	54
3.6.1.	Statistik Deskriptif	54
3.6.2.	Model Pengukuran <i>Outer Model</i>	55
3.6.2.1.	<i>Convergent Validity</i>	55
3.6.2.2.	<i>Discriminant Validity</i>	55
3.6.2.3.	<i>Conposite Reliability (Cronbach's Alpha)</i>	55
3.6.3.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	56

3.6.4. Uji Hipotesis.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1. Hasil Penelitian	57
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.1.1.1. Sejarah Umum Perusahaan.....	57
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuisisioner	59
4.1.3 Gambaran Umum Responden	60
4.1.4 Analisis Statistik Deskriptif	61
4.1.5 Deskriptif Variabel Penelitian.....	61
4.1.5.1. Cita Rasa (X1).....	61
4.1.5.2. Kemasan Produk (X2).....	62
4.1.5.3. Harga (X3).....	63
4.1.5.4. Promosi (X4).....	63
4.1.5.5. Kepuasan Konsumen (Z).....	64
4.1.5.6. Loyalitas Konsumen (Y).....	65
4.2. Hasil Analisis Data.....	66
4.2.1. Analisis Model Pengukuran	66
4.2.1.1. Uji Validitas Konvergent	66
4.2.1.2. Uji Validitas Diskriminant	70
4.2.1.3. Uji Reliabilitas Composite Reability (CR).....	72
4.2.2. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	72
4.3. Pengujian Hipotesis (<i>Uji Path Coefficients</i>)	73
4.4. Pembahasan.....	76
4.4.1. Pengaruh Cita Rasa (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam.....	76
4.4.2. Pengaruh Cita Rasa (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam.....	77
4.4.3. Pengaruh Kemasan Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam...	77
4.4.4. Pengaruh Kemasan Produk (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam ..	78

4.4.5. Pengaruh Harga (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam	79
4.4.6. Pengaruh Harga (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam	79
4.4.7. Pengaruh Promosi (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam	80
4.4.8. Pengaruh Promosi (X4) terhadap Loyalitas Konsumen (Z) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam	81
4.4.9. Pengaruh Kepuasan Konsumen (Z) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam	81
4.4.10. Pengaruh Cita Rasa (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) dengan melalui Kepuasan Konsumen (Z) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam	82
4.4.11. Pengaruh Kemasan (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) dengan melalui Kepuasan Konsumen (Z) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam	83
4.4.12. Pengaruh Harga (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) dengan melalui Kepuasan Konsumen (Z) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam	83
4.4.13. Pengaruh Promosi (X4) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) dengan melalui Kepuasan Konsumen (Z) pada Siswa SMA Perguruan Dharma Bakti Lubuk Pakam	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1. Kesimpulan.....	86
5.2. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 4. 1 Hasil Pengolahan Data Tahap 1	66
Gambar 4. 2 Hasil Pengolahan Data Tahap 2	68



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Peneliti Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Kriteria Pengambilan Sampel	50
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	53
Tabel 3. 3 <i>Rule of Thumb Outer Model</i>	56
Tabel 4. 1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuisisioner.....	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	60
Tabel 4. 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif Cita Rasa	61
Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif Kemadatan Produk.....	62
Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga	63
Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif Promosi	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Statistik Deskriptif Promosi	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif Promosi	65
Tabel 4. 10 Loading Factor	66
Tabel 4. 11 Loading Factor	68
Tabel 4. 12 Cross Loadings.....	70
Tabel 4. 13 <i>Fornell Larcker Chriterion Discriminant Validity</i>	71
Tabel 4. 14 <i>Composite Reliability (CR)</i>	72
Tabel 4. 15 <i>R-Square</i>	72
Tabel 4. 16 <i>Path Coefficients</i>	73
Tabel 4. 17 Specific Indirect Effect	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	92
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden	96
Lampiran 3 Uji Statistik Deskriptif.....	112
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data SmartPLS	114
Lampiran 5 Pengujian Hipotesis (Uji <i>Path Coefficients</i>).....	119



UNIVERSITAS MIKROSKIL