

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN PROPOSAL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| RIWAYAT HIDUP PENULIS | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMABR | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan masalah..... | 3 |
| 1.3 Batasan masalah | 3 |
| 1.4 Tujuan penelitian..... | 3 |
| 1.5 Manfaat penelitian..... | 4 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 5 |
| 2.1 penelitian terdahulu | 5 |
| 2.2 Jagung | 6 |
| 2.3 UMKM (usaha mikro kecil dan menengah)..... | 6 |
| 2.4 Perilaku konsumen | 7 |
| 2.5 Pemasaran (marketing)..... | 7 |
| 2.6 Bauran pemasaran | 8 |
| 2.7 Eksistensi lokasi | 9 |
| 2.8 Word of mouth | 10 |
| 2.9 Proses keputusan pembelian | 11 |
| 2.10 SEM-PLS (structural equation modelling-partial least square) | 13 |
| 2.11 Kerangka pemikiran | 15 |
| 2.12 Hipotesis..... | 16 |
| 2.13 Definisi konsep operasional variable penelitian | 16 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 18 |

| | |
|--|-----------|
| 3.1 Tempat dan waktu penelitian | 18 |
| 3.2 Teknik penentuan sampel..... | 18 |
| 3.3 Teknik pengumpulan data | 19 |
| 3.4 Metode analisis data..... | 20 |
| 3.5 Pengujian hipotesis..... | 24 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 25 |
| 4.1 Gambaran umum objek penelitian | 25 |
| 4.2 Karakteristik responden | 26 |
| 4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin..... | 26 |
| 4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan usia..... | 27 |
| 4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan..... | 27 |
| 4.3 Pengujian validitas (outer model) | 28 |
| 4.3.1 Uji outer loading/factor loading | 28 |
| 4.4 Uji reliabilitas..... | 29 |
| 4.5 Uji validitas konvergen | 30 |
| 4.5.1 Pengujian fornell-larcker..... | 30 |
| 4.5.2 Pengujian HTMT | 30 |
| 4.6 Uji signifikansi (inner model-bootstrapping)..... | 30 |
| 4.6.1 Uji R-square | 30 |
| 4.6.2 Effect size..... | 31 |
| 4.6.3 Uji signifikansi | 31 |
| 4.7 Pembahasan..... | 32 |
| 4.7.1 Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian keripik jagung | 32 |
| 4.7.2 Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian keripik jagung | 33 |
| 4.7.3 Variabel yang paling berpengaruh antara lokasi dan word of mouth | 34 |
| BAB V PENUTUP..... | 36 |
| 5.1 Kesimpulan | 32 |
| 5.2 Saran..... | 32 |
| DAFTAR PUSTAKA | 38 |
| LAMPIRAN..... | 40 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1. Penelitian terdahulu | 5 |
| Tabel 2.2. Definisi konsep operasional variable penelitian | 16 |
| Tabel 3.1. Skor skala likert | 19 |
| Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin..... | 26 |
| Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia | 27 |
| Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan..... | 27 |
| Tabel 4.4 Uji outer loading | 28 |
| Tabel 4.5 Pengujian validitas average varianve extracted (AVE) | 29 |
| Tabel 4.6 Pengujian reliabilitas | 29 |
| Tabel 4.7 Pengujian fornell-larcker | 30 |
| Tabel 4.8 Pengujian HTMT | 30 |
| Tabel 4.9 Tabel uji R-square | 30 |
| Tabel 4.11 Tabel effect size | 31 |
| Tabel 4.12 Tabel Uji signifikan | 31 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1. Skema kerangka pemikiran penelitian | 15 |
| Gambar 3.1 Model struktural penelitian | 28 |
| Gambar 3.2 Model pengukuran variabel lokasi | 28 |
| Gambar 3.3 Model pengukuran variabel word of mouth..... | 28 |
| Gambar 3.4 Model pengukuran variabel keputusan pembelian..... | 28 |
| Gambar 4.1 Uji outer loading | 28 |